

NABA

NUOVA ACCADEMIA
DI BELLE ARTI

CORSI BREVI

**Social Media
Management
&
Comunicazione**

SESSIONE:
22 Ottobre 2020 –
11 Febbraio 2021

Social Media Management & Comunicazione

PRIMA SESSIONE: Giovedì 22 ottobre 2020 – giovedì 11 febbraio 2021

ORARIO: Giovedì dalle 19:45 alle 22:15

DURATA: 35 ore, frequenza settimanale

LINGUA: Italiano

CREDITI: 2 ECTS*

COSTO: 700 Euro ** Condizioni speciali

**I crediti CFA verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione. Transcript CFA: € 150.*

DOCENTE: Caterina Lunghi

Caterina è giornalista, consulente comunicazione e progetti di co-marketing e collabora con le scuole Naba, Domus Academy e Istituto Marangoni per le classi e workshop di comunicazione, promozione ed eventi di moda e design. Amante, fin dai banchi di scuola, dell'arte, della letteratura e di tutto ciò che è espressione di un'immaginazione, di un pensiero e un talento, dalla moda al cinema, all'architettura e al design, e di come questi mondi si incontrano e raccontano.

Dopo la laurea in Lettere Moderne all'Università Cattolica di Milano con indirizzo Comunicazione e Media e una tesi su Buster Keaton, ha approfondito il cinema con il Master "Critica e organizzazione di eventi cinematografici" presso l'Alta Scuola di Specializzazione della stessa Cattolica.

Ha vissuto negli Stati Uniti: a New York e Los Angeles, scrivendo di costume, celebrities e viaggi per diversi magazine italiani, da D la Repubblica delle Donne a Gentleman e L'Uomo Vogue.

Dalla carta all'online, affinando l'arte del giornalismo e della comunicazione digitale: Caterina scrive oggi per ElleDecor.it.

Ed ecco ancora la comunicazione tradizionale, che proprio nell'era digitale, torna protagonista: Caterina è consulente per Rizzoli Progetti Editoriali Speciali, libri con distribuzione internazionale dedicati alla moda, al design e all'arte. Nell'era di Instagram e di contenuti veloci e brevi, guadagna valore il sapore di un libro stampato e di una narrazione complessa, ma in continuo dialogo con i contenuti digitali e la rapidità di oggi.

Ha partecipato al libro di Franco Angeli: "Oltre il CRM. La customer experience nell'era digitale. Strategie, best practices, scenari del settore moda e lusso".

Dal 2018 collabora anche con la Fondazione Fashion Research Italy di Bologna con articoli e interviste tra moda, architettura, retail e comunicazione.

Al centro delle sue esperienze e campi d'azione: la creazione, narrazione e rappresentazione di un'identità e del brand, tra Instagram, giornalismo, carta stampata ed e-commerce.

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI:

Il corso vuole fornire ai partecipanti strumenti di teoria e pratica per essere al passo con la comunicazione e metodi di promozione oggi, essere consapevoli professionalmente di cosa sta succedendo, con i social media la centro ma sempre connessi e interconnessi con altri mezzi di comunicazione, tra passato, carta stampata e Instagram stories, reale e digitale. Dalla presentazione e l'informazione alla vendita in un click, che eventualmente di riporta al negozio fisico!

DESCRIZIONE DEL CORSO:

La rivoluzione nel mondo della comunicazione. Brand, aziende, persone e progetti possono ora promuoversi e comunicare indipendentemente, senza l'intermediazione di giornali e giornalisti. Tutto è a portata di mano, qui e ora: dalla presentazione di una nuova collezione moda all'invito a un concerto. Si aprono il dietro le quinte e il work in progress di progetti e aziende come non si era mai potuto vedere. Tutto questo grazie a Internet, ai siti e ai blog prima; ai social media adesso, con Instagram al centro. Il mondo delle immagini e degli autoscatti e di una comunicazione veloce e visual. Ma dall'altra parte ecco il ritorno anche dell'ascolto, con i Podcast sempre più frequenti e di successo. E il valore di un libro e di una struttura di racconto.

Cosa vuol dire comunicare oggi? Come si comunica? Quale il rapporto tra realtà fisica, l'identità e il valore di un brand e di un'azienda e il mondo digitale?

Non più solo celebrities, ma ecco le e gli influencers.

Un ulteriore passo: da Instagram non solo ti racconti e promuovi, ma con un click faciliti l'acquisto! Come sta cambiando il processo di acquisto e la relazione con il cliente?

I siti di e-commerce diventano anche magazine, e dall'altra parte i magazine diventano siti e-commerce.

Il corso prevede lezioni teoriche, con introduzione, giro di ricognizione e riflessioni sui mezzi di comunicazione di ieri e di oggi, con al centro i social media, Instagram in primis. Analisi di case studies, dalla moda al design al food. Il mondo del giornalismo, come un magazine online si promuove e vince tramite i social. E-commerce e story-selling, shoppable magazine. Influencers e influencer marketing: chi, come e perché.

La comunicazione è un ecosistema digitale e reale, di più media che si integrano e supportano a vicenda, con la coerenza del proprio "tone of voice" prima di tutto, dall'evento alla sua comunicazione.

Il corso prevede guest lectures e case studies di professionisti dal mondo dell'editoria, del digital marketing ed eventi. Esercitazioni pratiche di ideazione di "brand identity", contenuti e pianificazione di piani editoriali.

PROGRAMMA:

Il programma nel dettaglio:

- Introduzione al mondo della comunicazione
- La rivoluzione digitale
- Case studies
- Instagram e Facebook. Quale social media per quale contenuto?
- Dal blog a Facebook, cronologia e cronistoria dai Blogger, il caso Chiara Ferragni.
- Chi vince online?
- Interazione reale e digitale
- Dallo story-telling allo story-selling (o store-telling!).
- Qui ed ora. E l'archivio?
- Produzione di contenuti digitali. I brand diventano case di produzione
- I video sui social media (la moda non ne fa più a meno)
- E-commerce & shoppable magazines
- Il dietro le quinte dei social media e della comunicazione digitale
- Integrazione digitale e reale
- non solo immagini ma l'ascolto con i Podcast
- eventi e la loro comunicazione
- la propria identità, tra immagini e parole

METODOLOGIA FORMATIVA:

Le lezioni sono tutte frontali, con cellulare e Instagram alla mano! Condivisione di spunti ed esperienze, esempi, i pro e i contro di ieri e oggi. Analisi dell'attuale panorama della comunicazione, con Instagram appunto centro. Esercizi anche di pensiero creativo e collegamenti ipertestuali.

Come mi distingo? Dal blog a Facebook, cronologia e cronistoria dai Bloggers, che ora diventano Influencers. Stimolare i partecipanti ad analizzare e criticamente guardare a quello che tutti i giorni hanno sotto mano e sott'occhio. Perché apro questo account? Perché pubblico questo post? Perché scrivo così questa didascalia? Perché uso questo filtro per le immagini di Instagram? Cosa voglio comunicare e a quale fine?

REQUISITI NECESSARI:

Nessun requisito particolare.

MATERIALI PER IL CORSO:

Il proprio cellulare! e in alcuni casi può essere necessario il computer.

MODALITÀ DI VALUTAZIONE

Partecipazione attiva in classe. Creare la propria pagina Instagram professionale con tono di voce, identità, scrittura. Identificazione degli influencers per un determinato brand o progetto.

A tutti coloro che non desiderano sostenere la prova di verifica finale per il conseguimento dei crediti ECTS, potrà essere rilasciato, su richiesta, un attestato di frequenza. La Segreteria si riserva di verificare l'effettiva frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione prima di rilasciare l'attestato.

* I Crediti CFA verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione. Transcript CFA: € 150.