

ISTITUTO SUPERIORE INDUSTRIE ARTISTICHE - FAENZA

anno accademico	2020/21
nome dell'insegnamento	Tecniche di scrittura per i media
docente	Massimo Alvito
tipologia dell'attività formativa	Caratterizzante
settore scientifico disciplinare	ISDC/02
anno di corso	2°
Livello	II
Semestre/Annuale	2°
CFA	4
totale ore insegnamento	50

Massimo Alvito

- > Copywriter e Content Designer, con competenze chiave nella scrittura in tutte le forme legate alla progettazione di contenuti per la comunicazione sui media.
- > 2.500 ore di docenza di I e II livello nelle discipline della comunicazione e del design presso istituzioni AFAM (ISIA Firenze, ISIA Faenza, ABA Verona) e accreditate AFAM (IED, Accademia Italiana).
- > 25 anni di esperienza in comunicazione e branding per aziende dei comparti di spinta del Made in Italy.
- > Curatore di progetti di editoria indipendente sugli spazi dell'abitare (Urbarium, HomeSapiens).
- > Creatore de lo scrittoio, workshop sullo sviluppo di tecniche di storytelling e design del racconto.
- > Fondatore di almagreal, agenzia di comunicazione e marketing con 20+ anni di expertise consolidata nei settori fashion, food, financial, retail, GDO.
- > Ricercatore e autore di progetti di studio in antropologia della città, del design e della comunicazione, con ricerche di terreno in Giappone e Corea finanziati da Canon Foundation, Japan Foundation, Korea Foundation, EU-DGXII Science & Technology Programme.
- > DEA (MA) in Géographie Culturelle (EHESS, Paris).
- > Laurea DAMS (Bologna).

alvito_massimo@isiafaenza.it

<https://inuno.net/>

TECNICHE DI SCRITTURA PER I MEDIA**Obiettivi formativi****Attivare lo storytelling come processo strategico e operativo di design dei contenuti.**

- > Affrontare la scrittura per i media con un approccio teorico-metodologico e pratico-applicativo.
- > Esplorare le tecniche di composizione di testi finalizzati alla comunicazione mediale.
- > Sviluppare le competenze della scrittura nel suo rapporto tra creatività e progetto.

Contenuto del corso**Il brand journalism e la media company**

- > Caratteristiche della comunicazione mediale
- > Brand storytelling e storie transmediali
- > Content strategy e progettazione editoriale

Tracciato teorico-metodologico

- > La comunicazione sui media: modelli, teorie, linguaggi
- > Il potere della parola: testi, contesti, pretesti
- > Dai media tradizionali ai nuovi media: evoluzioni, ibridazioni, convergenze
- > Infosfera e cultura digitale: interazioni, identità, etica
- > Social media e cambiamento sociale: realtà, finzioni, narrazioni
- > L'esperienza mediata: privacy, credibilità, rivelazione
- > Il messaggio liberato: propaganda, pubblicità, consenso

Percorso pratico-applicativo

- > Scrivere per l'informazione: giornalismo, inchiesta, reportage
- > Scrivere per la comunicazione: design, pubblicità, marketing
- > Scrivere per la lettura: racconto, romanzo, saggio
- > Scrivere per l'intrattenimento: radio, TV, cinema
- > Scrivere per il visual storytelling: video, TV series, graphic novel
- > Scrivere per l'educational: gaming, training, learning
- > Scrivere per scrivere: pensieri, visioni, storie

Bibliografia

L. Carrada

Guida di stile. Scrivere e riscrivere con consapevolezza
Zanichelli, 2017

D. Feroldi, E. Dal Pra

Dizionario analogico della lingua italiana
Zanichelli, 2018

D. Fontana

Digital copywriter. Pensa come un copy, agisci nel digitale
Franco Angeli, 2017

M. Villa

Brand journalist
Franco angeli, 2020

Metodo didattico

frontale (a distanza e in presenza)

Modalità della verifica del profitto

Oltre alla valutazione continua secondo i consueti criteri di frequenza e partecipazione nonché attraverso esercitazioni in itinere, il corso prevede per l'esame finale la produzione e la presentazione di un progetto editoriale di brand journalism con attività individuali e di gruppo, che sarà oggetto di valutazione secondo i criteri di pertinenza, originalità, efficacia.

Orario delle lezioni

come da calendario pubblicato sul sito

Orario di ricevimento

Venerdì 18.00 – 19 (solo a distanza, previo appuntamento)