

I nuovi linguaggi digitali ed il marketing 4.0.

Tipologia attività: Laboratorio in modalità on line

Dipartimento di afferenza: Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione

Durata dell'attività: 40 ore

Numero di CFU attribuibili agli studenti che avranno frequentato almeno il 70% delle lezioni ed avranno superato le relative prove finali: 6

Breve descrizione dell'attività proposta:

Il laboratorio tratterà temi quotidiani come l'utilizzo dei Social Media nel Marketing 4.0 e la costruzione di strategie orientate a creare ed alimentare le Fan Base, a partire dall'esperienza sul campo dei nuovi processi comunicativi. I partecipanti sono chiamati ad operare, immaginare, costruire pratiche intorno, ad esempio, al brand universitario e alla sua presenza in rete. L'intento è di formare studenti che operino in uno scenario internazionale e multimediale, legato alla comunicazione, con l'attenzione rivolta all'utente in un contesto locale, nazionale, europeo e globale. I partecipanti al laboratorio sperimenteranno una simulazione di comunicazione digitale per la presentazione/promozione sperimentale di un Corso di Studi dell'Università di Bari Aldo Moro, avvalendosi dell'esperienza e della competenza di giovani Youth Workers, esperti socio-educativi, operanti in tre diversi settori: Social Media Management (Gestione delle piattaforme social), Visual Design (Progettazione dell'identità visuale), Community Management (Gestione delle comunità di utenti digitali).

Referente: Prof. Silvestri Filippo – filippo.silvestri@uniba.it