



WEB S-COOL

Web editorial platform, Social media and communication in COOperative Learning.

Vuoi imparare ad ideare, realizzare, lanciare, gestire, una piattaforma editoriale multicanale?

Vieni al **BALAB!**

Professionisti e giornalisti del web 2.0, attraverso la tecnica del cooperative learning e del learning by doing, mettono alla prova i corsisti, facendo loro applicare le corrette tecniche di comunicazione e informazione, ideando, realizzando, lanciando e gestendo una o più piattaforme editoriali multicanale.

23-28 Ottobre

Balab - Centro Polifunzionale Studenti
Università degli studi di Bari Aldo Moro

Coordinatore scientifico: Gianluigi de Gennaro

Coordinatrice editoriale e didattica: Marilù Mastrogiovanni

44 ore - 5 CFU



In collaborazione con: Ordine dei Giornalisti di Puglia, FNSI, Master in Giornalismo dell'Università di Bari



Il sindacato dei giornalisti italiani

Obiettivi

“Content is the king”. Nel web è il contenuto a “governare” il flusso comunicativo. Ideare, organizzare, distribuire contenuti con efficacia rappresenta il fattore critico di successo di ogni iniziativa editoriale: dal sito-vetrina di una piccola impresa commerciale ad una complessa piattaforma editoriale multicanale di una multinazionale, per arrivare ad una piattaforma per la distribuzione di contenuti verticali multilingua, ogni “contenitore” va costruito in base al “contenuto”. Altrimenti si finisce per affollare il world wide web di scatole vuote o, peggio, di scatole riempite di contenuti “spazzatura” che gli algoritmi di ricerca penalizzeranno, relegandoli nel dimenticatoio virtuale.

Chi costruisce le “scatole” deve lavorare in sinergia con chi plasma il “contenuto” che va a riempire le scatole. Questo corso intende creare una “tempesta di cervelli” che, con le tecniche del cooperative learning e del learning by doing metta alla prova il gruppo discente sulla ideazione, implementazione e gestione di piattaforme editoriali verticali e multicanale, integrandole con i social network.

Obiettivi sono:

1. formare professionisti in grado di ideare, pianificare e gestire piani editoriali complessi e campagne di comunicazione e informazione attraverso i social network;
2. fornire strumenti teorico-pratici di social media marketing e social media communication, per l'analisi e la proposta di strategie di comunicazione e informazione attraverso i new media;
3. ideare piattaforme editoriali verticali rivolte a specifiche nicchie di mercato (ossia a specifici pubblici, segmenti) e servirne i bisogni, differenziando e specializzando l'offerta sia da un punto di vista dei contenuti sia da un punto di vista delle modalità di accesso ai medesimi;
4. avviare il corpo discente alla formazione di una figura specializzata fortemente richiesta dal mercato: il social media specialist. Questa figura professionale è in grado di collaborare ed interagire tecnicamente con i vari reparti di sviluppo web, marketing e comunicazione di agenzie a qualsiasi livello. Conosce le logiche e dinamiche dei social network, è costantemente aggiornato sulle policy dei social network, dei motori di ricerca, tecnologie e tendenze on line.

Struttura e logica progettuale

Le attività didattiche sono caratterizzate da un approccio operativo e laboratoriale learning by doing.

Le modalità didattiche saranno organizzate in cooperative learning.

Sono previste: lezioni teorico-pratiche, analisi, case histories, esercitazioni individuali e di gruppo su progetti web reali. Sarà utilizzata la piattaforma di e-learning Edmodo per la condivisione dei risultati di progetto in itinere ed ex post.

Materiali didattici: dispense originali dei docenti, esercitazioni e approfondimenti a cura degli studenti.

Strumenti: Pc, Lim, piattaforma e-learning, wi-fi, lavagna a fogli.

BaLab - Centro Polifunzionale Studenti (I piano) Piazza Cesare Battisti, 1 - BARI

INFO: annalisa.turi@uniba.it - annamaria.demarinis@uniba.it - mastrogiovanni@ideadinamica.com