

Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"

PROPOSTA DI ISTITUZIONE - SHORT MASTER A.A.2014/2015

1. Titolo dello Short Master:

"CREATIVITÀ E COPYWRITING"

Livello: SHORT

Durata: 100 ore

CFU: 4

Prima attivazione/rinnovo: PRIMA ATTIVAZIONE

TIPOLOGIA: INTERATENEI ITALIANI

2. Strutture proponenti:

Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione

Data della delibera del Consiglio del Dipartimento: 18 dicembre 2014

- Direttore dello Short Master: Dott.ssa Annarita Taronna 080.5714893 Email: annarita.taronna@uniba.it Qualifica: ricercatore confermato in lingua e traduzione inglese SSD: L-LIN/12
- Sede didattica del corso: via Crisanzio 42. Sede formativa l'Officina degli Esordi a Bari in via Francesco Crispi 5 080.9148590 (come da convenzione)
- Struttura di appartenenza: Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"
- Docenti Proponenti:
 - Moro Giuseppe, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".
 - Taronna Annarita, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

DOCENTI UNIVERSITARI

- Moro Giuseppe, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".
- Taronna Annarita, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

ESPERTI ESTERNI

- D'Elia Francesco, copywriter
- Olivieri Enrico, copywriter
- Morizio Pierluigi, copywriter
- Fortunato Serena, blogger
- Chiurazzi Ettore, art director
- Mineccia Claudio, art director

ESPERTO INTERNO

- Liuzzi Francesco, Tecniche Pubblicitarie e Marketing, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"

3. **Presentazione dello Short Master, Contenuti generali e sbocchi occupazionali:**

L'obiettivo del piano è quello di qualificare una figura professionale richiesta dal mercato del lavoro, capace di intervenire sulla generazione dei contenuti (web, tv, social). Questa competenza oggi deve

poter essere integrata con la capacità di generare naming, titoli e persino campagne instant spendibili in tempo reale on line. Il taglio è esclusivamente pratico-funzionale e l'organizzazione dell'intervento formativo è orientata al learning by doing.

Con questo primo short master, il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, insieme ai suoi partner, intende aprire un percorso orientato a costituire un riferimento sul territorio per la formazione in questo ambito. L'intento è di offrire nel tempo un'offerta formativa professionalizzante, assolutamente sincronizzata con il corso di laurea, che consenta ai giovani del Mezzogiorno di non dover essere costretti a migrare verso altre località italiane costringendo le famiglie a onerosi investimenti. Questo short master può pertanto essere inteso come il primo tassello di un progetto formativo più ampio che punta nel tempo a costruire un'offerta formativa professionalizzante di medio periodo, al termine del quale sia possibile per l'utente verticalizzare la sua preparazione scegliendo tra i nuovi profili richiesti.

Lo Short Master è stato progettato a vantaggio di operatori del settore del Marketing e della Comunicazione. È dunque teso a intercettare la domanda di un folto numero di utenti che hanno appena concluso la formazione universitaria e anche quella di giovani apprendisti alle prese con uno scenario in forte mutazione.

Il progetto è teso a garantire un impianto formativo fortemente aderente alle esigenze del mondo delle imprese interessate a elaborare messaggi e contenuti, di diverso appeal e applicabili, con tono e ispirazione diversi, a dispositivi della comunicazione che prevedono appunto una specifica duttilità.

Il corpo docente è stato scelto per garantire un'ottima sincronizzazione tra docenti di diversa estrazione (Università e Lavoro) i cui interventi tendono pertanto a garantire precise competenze in grado di essere immediatamente spese nel mondo del lavoro.

L'impostazione didattica è oltretutto impostata con un equilibrio tra teoria e pratica nella logica del learning by doing. Nell'ultima fase sono previsti project work supervisionati da art director esperti, a valle di briefing espressi da testimoni delle imprese.

L'articolazione temporale è spiccatamente tesa ad evitare le esigenze di una utenza costretta a impegnarsi nel corso della settimana in altro (studio o lavoro). Ed è pertanto articolata nei soli fine settimana, di sabato (6 ore) e domenica (4 ore).

4. Struttura del percorso formativo

a. Frequenza minima obbligatoria: 80%

Il corso prevede attività laboratoriali e lezioni frontali

b. Modalità delle verifiche e della prova finale:

A conclusione di ciascun modulo sarà prevista una verifica in itinere. Il percorso si concluderà con un questionario finale di verifica.

c. ELENCO DEI MODULI

MODULO 1 Modalità: lezione frontale CFU 0,5

F. Liuzzi, Pensiero creativo: Ore lezione: 4; Visual Identity: Naming, Marchio e Pay off, Ore lezione: 6, Impegno totale: 10 ore

G. Moro, Sociologia della Creatività, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

F. D'Elia, Creatività e pensiero laterale, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

A. Taronna, Inglese tecnico: Ore lezione: 12, Impegno totale: 12 ore

MODULO 2 Modalità: lezione frontale CFU 3

F. D'Elia, Concetto di briefing, Ore lezione: 12, Impegno totale: 12 ore

P. Morizio, Sceneggiatura e dialoghi: tv, cinema, spot, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

P. Morizio, Produzione Radio e Immagini Acustiche, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

E. Chiurazzi, Laboratorio di creatività con gli art director, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

E. Chiurazzi, Art direction, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

C. Mineccia, Art direction, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

C. Mineccia, Laboratorio di creatività con gli art director, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

MODULO 3 Modalità: studio assistito CFU 0,5

E. Olivieri, Copy per il Web, Ore lezione: 12, Impegno totale: 12 ore

S. Fortunato, Blogging e comunicazione politica, Ore lezione: 6, Impegno totale: 6 ore

MODULO 4: Modalità: Studio individuale

10 ore

TOTALE dell'attività formativa: 100 ore

Personale interno per la gestione amministrativa del Master

Pasquale Stano, supporto amministrativo. Impegno orario: 90 ore

Partners:

Moscabianca (marchio dell'impresa The Factory Srl)
Carucci&Chiurazzi Srl
Event Srl

6. POSTI DISPONIBILI

Numero minimo di corsisti per l'attivazione del Master: 21

Numero massimo di corsisti iscrivibili: 30

7. TITOLI DI ACCESSO

Tutte le classi di laurea triennale, diploma scuola media superiore con esperienze di due anni nel settore pubblicitario.

7.b SELEZIONE

La selezione sarà per titoli.

Qualora le domande di ammissione dovessero superare il numero massimo degli studenti ammissibili si provvederà alla formulazione di una graduatoria di merito sulla base della coerenza dei curricula presentati con il percorso formativo. A parità di merito saranno favoriti i più giovani.

Criteri analitici:

Laurea:	5 punti
Votazione Laurea:	
110 e lode	4 punti
da 80 a 110	2 punti
fino a 80	1 punto
Pubblicazioni:	max 5 punti
Esperienza lavorativa:	max 5 punti
Altri titoli:	max 5 punti
Conoscenza di un'altra lingua europea:	max 5 punti

8. QUOTA DI ISCRIZIONE

Quota di iscrizione: € 1.000,00 da versare in un due rate: una di € 500,00 all'iscrizione al corso e la seconda di ulteriori € 500,00 entro l'inizio del Master.