

3 CFU

LABORATORIO

Corporate Content Creation

STRATEGIA, CREATIVITÀ, CONTENUTI MULTIMEDIALI
E INTELLIGENZA ARTIFICIALE



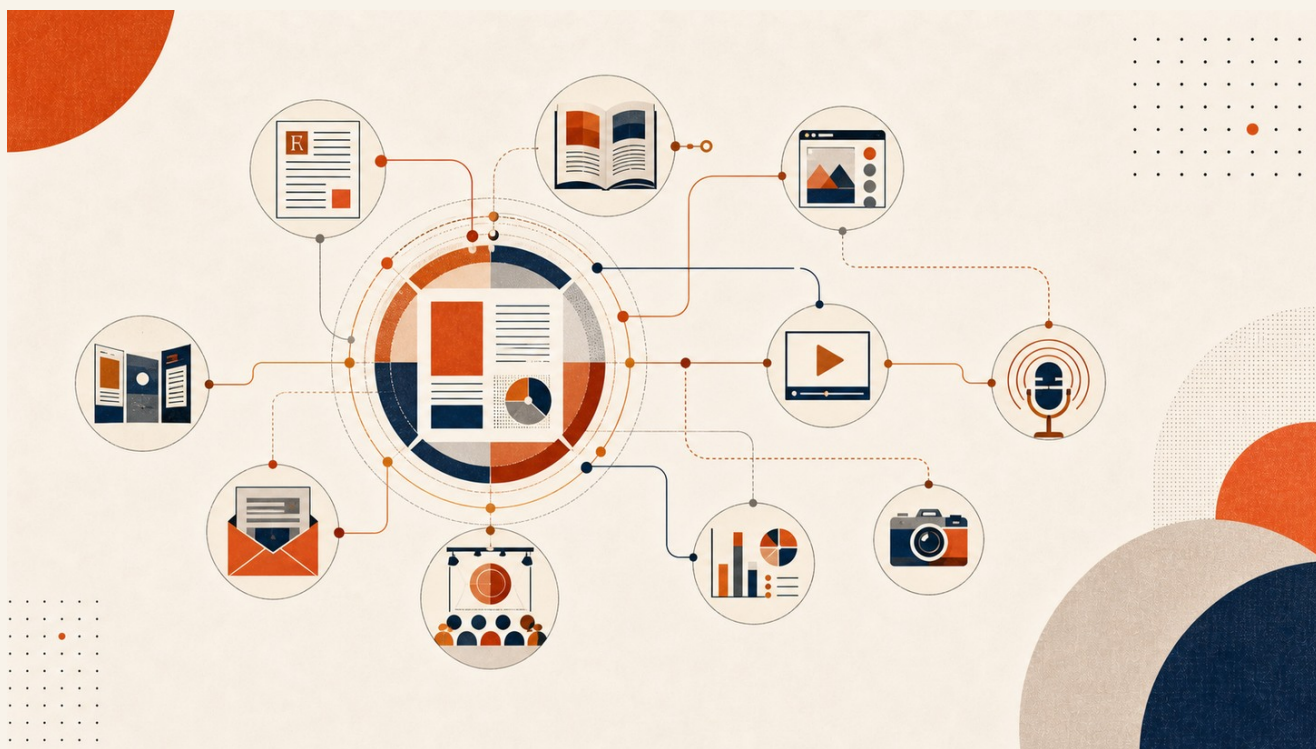
COSTRUIRE UNA CAMPAGNA CORPORATE

Dal brief al pitch

COMUNICARE È DARE FORMA A UNA RELAZIONE.

Il Laboratorio di Corporate Content Creation accompagna gli studenti nella progettazione di contenuti e campagne per imprese, istituzioni e organizzazioni. Il punto di partenza è un problema reale di comunicazione; il punto di arrivo è una proposta integrata, motivata e presentata con un pitch professionale.

Il percorso unisce strategia e creatività. Si impara a leggere lo scenario, comprendere i pubblici, formulare obiettivi, costruire una direzione narrativa, scegliere formati e media, organizzare il lavoro e valutare i risultati. Testi, immagini, video, audio, eventi e ambienti digitali vengono considerati parti di un unico sistema.



COMPRENDI

Trasforma dati e osservazioni in una diagnosi utile.



PROGETTA

Collega obiettivi, pubblici, strategia e contenuti.



CREA E PRESENTA

Sviluppa prototipi e difendi le scelte nel pitch finale.

IMPARARE FACENDO · Casi, esercitazioni e lavoro di gruppo trasformano i modelli in decisioni, prototipi e competenze trasferibili.

OTTO FASI. UN SOLO PROGETTO.

Ogni fase risponde a una domanda professionale e produce un risultato che alimenta la fase successiva.



01 ANALISI

Dove siamo e che cosa sappiamo?

Diagnosi e insight



02 OBIETTIVI

Che cambiamento vogliamo produrre?

Obiettivi e criteri



03 TARGET

Con quali pubblici costruiamo la relazione?

Priorità, personas e journey



04 STRATEGIA

Quale direzione rende coerenti le scelte?

Posizionamento e Big Idea



05 CONTENUTI

Che cosa rendiamo comprensibile e memorabile?

Narrazioni e formati



06 MEDIA

Dove e come incontriamo i pubblici?

Touchpoint e media mix



07 GESTIONE

Come rendiamo eseguibile il progetto?

Team, tempi e budget



08 RISULTATI

Che cosa è cambiato e che cosa impariamo?

Misurazione e ottimizzazione



L'IA ATTRAVERSA LE OTTO FASI

Supporta esplorazione, confronto e prototipazione; giudizio, verifica e responsabilità restano umani.

DAL BRIEF AL PITCH

Il corso alterna spiegazioni, casi, esercitazioni e lavoro di gruppo. Ogni fase produce un deliverable che entra nella campagna finale.

1

INTERPRETA

Leggi il brief e formula le domande giuste.

2

PROGETTA

Trasforma evidenze e obiettivi in una direzione creativa.

3

PROTOTIPA

Sviluppa testi, visual, video, audio e contenuti crossmediali.

4

PRESENTA

Argomenta le scelte in un pitch multimediale di 5-10 minuti.

**AI-ASSISTED, HUMAN-DIRECTED**

L'IA viene sperimentata come supporto all'analisi, all'ideazione, alla scrittura e alla prototipazione rapida. Fonti, interpretazione, scelte e responsabilità restano umane.

OUTPUT FINALE

Una proposta di campagna integrata, presentata e difesa come in un contesto professionale.

PORTA CURIOSITÀ. COSTRUISCI COMPETENZE.

Il laboratorio è pensato anche per chi parte da zero e vuole imparare a trasformare problemi di comunicazione in progetti concreti.

3 CFU

Attività a scelta

22 ORE

Attività frontali

2° ANNO

Economia e Legislazione d'Impresa

S1

Primo semestre

ITALIANO

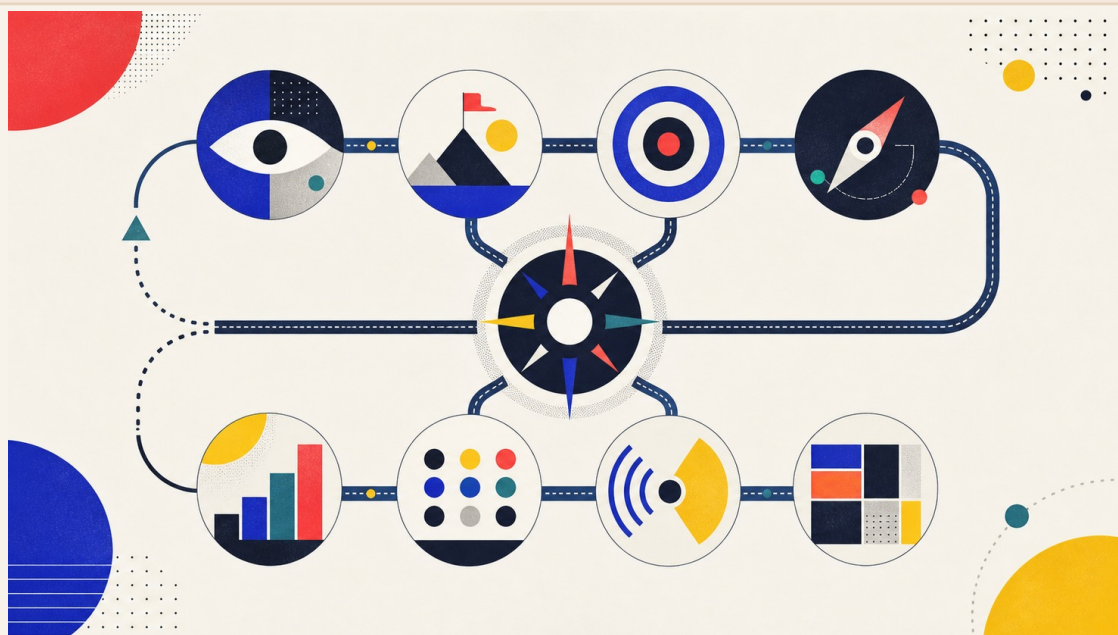
Lingua del corso

NESSUN PREREQUISITO

Curiosità, collaborazione e voglia di sperimentare

INNOVAZIONE RESPONSABILE · SOSTENIBILITÀ · SDGs 8, 9 E 12

Creatività, impatto e responsabilità diventano parti dello stesso progetto.

**LABORATORIO DI CORPORATE CONTENT CREATION**

Codice insegnamento 511609 · Docente: Giovanni Sarani

A.A. 2026/2027