DAPL06 - DIPLOMA ACCADEMICO DI 1° LIVELLO IN GRAPHIC DESIGN & MULTIMEDIA

Insegnamento	SCRITTURA CREATIVA
Codice settore disciplinare	ABPC67
Docente	ANIA BARTOLI
Anno di corso	2°
Semestre di insegnamento	2°
Crediti formativi	4
Propedeuticità	---------
Obiettivi formativi	• Sviluppare competenze di scrittura persuasiva, questa abilità mira a creare testi in grado di influenzare positivamente il comportamento del lettore, inducendolo ad agire. Che si tratti della promozione di un acquisto, di un'interazione o guidare una scelta, la scrittura persuasiva diventa uno strumento potente per raggiungere obiettivi concreti o il coinvolgimento in un'azione specifica. Imparare a scrivere in modo strategico, bilanciando creatività e analisi, per ottenere un impatto diretto sul comportamento del pubblico. • Comprendere il pubblico di riferimento e apprendere come analizzarlo e interpretare i comportamenti d'acquisto. Questo obiettivo include la ricerca di mercato, la creazione di profili di utenti ideali e la capacità di adattare la scrittura per soddisfare le esigenze e gli interessi del pubblico. • Padronanza delle tecniche di copywriting, sviluppare l'abilità di scrivere in modo coinvolgente attraverso diverse tecniche narrative, come lo storytelling, la creazione di atmosfere emozionali e l'uso di immagini vivide per rendere i testi più accattivanti. Conoscere e saper redarre testi di varie tipologie. • Acquisire competenze delle digital best practice nella scrittura per il web e per i social media, comprendendo come creare contenuti digitali efficaci, ottimizzati per l'engagement online e il coinvolgimento del pubblico su diverse piattaforme digitali.

Contenuti del corso	Introduzione alla scrittura creativa, definizione degli obiettivi del copywriter, tecniche di ricerca e analisi del mercato, struttura e organizzazione del testo, tipologie di copy, keyword e tone of voice, storytelling e narrazione persuasiva, utilizzo di elementi visivi nella scrittura, scrivere per il web e i social media.
Metodologia didattica	Il corso utilizza un approccio didattico coinvolgente e interattivo per massimizzare l'apprendimento degli studenti nella scrittura creativa e nel copywriting pubblicitario. Le lezioni presentano concetti chiave attraverso slide e case history relativi alla scrittura creativa e al copywriting nella comunicazione, facilitando la comprensione della parte teorica introduttiva. Gli studenti saranno incoraggiati a generare idee creative durante le lezioni, attraverso esercitazioni pratiche variegate che coprono diversi aspetti della scrittura.

Programma delle lezioni diviso in Unità Didattiche	UD 1	Introduzione alla scrittura creativa nella comunicazione
	UD 2	Narrazione come strumento comunicativo
	UD 3	L'importanza del copy e la sovraesposizione mediatica
	UD 4	Il copywriting
	UD 5	Esercizi di scrittura creativa
	UD 6	La copy strategy
	UD 7	Case history & Lyrics
	UD 8	Parole feat immagini
	UD 9	L'analfabetismo digitale e il SEO
	UD 10	Clickbait e fake news
	UD 11	Debunking e bias cognitivi
	UD 12	I copywriter del domani

Bibliografia di riferimento	**Bibliografia di riferimento** - Gotham Writers' Workshop, Lezioni di scrittura creativa. Un manuale di tecnica ed esercizi della più grande scuola di formazione americana, Audino, 2006. - Gianni Rodari, Grammatica della fantasia. Introduzione all'arte di inventare storie. Einaudi, 2010. **Bibliografia secondaria** - On Writing: Autobiografia di un mestiere, Stephen King, Sperling & Kupfer, 2021. - Confessioni di un pubblicitario di Davide Ogilvy,(Autore), C. Corsi (Traduttore) Fausto Lupetti Editore, 2022. - Il mestiere di scrivere, Raymond Carven, Einaudi, 2015. - Davide Bertozzi, Immagini vs parole. Scrivere e progettare il messaggio pubblicitario, Hoepli, 2021.
Modalità esame finale	L'esame prevede: ● lo studio delle slides proiettate a lezione; ● lo studio dei due testi in bibliografia di riferimento; ● la presentazione di un portfolio impaginato contenente le esercitazioni svolte durante il corso.
Software/s richiesto/i	
Attrezzatura necessaria o utilizzo di laboratori	
Incontri o uscite previste.	