



Civica Scuola  
di Cinema  
Luchino Visconti

## Masterclass in Social videomaking *Sharing Heritage*

### **Per chi**

Interessati ai linguaggi espressivi del web, la masterclass è rivolta a giovani curiosi di sperimentare e creare contenuti adatti alle diverse piattaforme di comunicazione digital, di gestire e pianificare campagne social, di ideare e produrre un video per il web.

La masterclass offre conoscenze di base alle professioni di Marketing & Communication Manager, Social Media Manager, Content Manager, Web Editor.

### **Abstract**

La comunicazione digitale moderna pone l'accento sul coinvolgimento del pubblico attraverso contenuti di qualità. I territori, per raccontare al meglio sé stessi e valorizzare il proprio patrimonio, devono quindi stimolare l'engagement online attraverso contenuti efficaci e di valore.

Gli studenti saranno guidati nella realizzazione di una strategia di comunicazione online per il villaggio di Crespi D'Adda, patrimonio dell'UNESCO, inserito nel territorio del Parco Adda Nord.

La Masterclass fornirà nozioni di teoria e pratica dal punto di vista strategico e di contenuto, con particolare approfondimento sull'aspetto video.

Queste sono alcune delle tematiche che verranno trattate: costruire una strategia di comunicazione online, progettare uno storytelling efficace, creare e gestire contenuti di qualità per i differenti canali social, sito e blog, con la produzione di contenuti audiovisivi ad hoc. I formatori sono professionisti del settore della comunicazione e docenti della Scuola Civica di Cinema Luchino Visconti di Milano.

### **Contenuto**

Una delle caratteristiche più importanti del marketing e della comunicazione contemporanea è la partecipazione: la possibilità, per le persone, di comunicare in modo immediato, di porre domande, commentare, interagire con i contenuti proposti dalle organizzazioni.

La comunicazione digitale ha abilitato tale opportunità facendola diventare un must per le imprese i cui contenuti, distribuiti sui social media e sul web, devono essere orientati al coinvolgimento del pubblico individuato.

Le organizzazioni, da quelle business a quelle sociali, per imporsi sul mercato, devono predisporre una strategia guidata all'engagement online prima ancora che alla promozione di un servizio o un prodotto.

La strategia stessa deve essere il punto di partenza per poi realizzare contenuti di valore per i propri pubblici, fruitori e clienti.

L'argomento della Masterclass è la realizzazione di una strategia di comunicazione concreta, orientata a predisporre risorse, strumenti e contenuti per rendere efficaci i messaggi dell'organizzazione.

Alcune delle tematiche sviluppate risponderanno a domande fondamentali per le attività di comunicazione: come si costruisce una strategia di comunicazione online? Come si progetta uno storytelling di prodotto o servizio efficaci? Come si creano i contenuti specifici per i differenti canali social? Quali sono gli strumenti più utili per gestire i social media? Come si crea un video di qualità e davvero emozionale? Come si definisce un piano editoriale?

Ogni argomento sarà tenuto da formatori della Scuola Civica di Cinema Luchino Visconti, professionisti del settore che uniranno alla didattica una serie di esempi pratici.

Una parte di workshop avrà come output la strategia di comunicazione online e lo sviluppo di video per il Villaggio di Crespi D'Adda, patrimonio dell'UNESCO, inserito nel territorio del Parco Adda Nord.

### **Durata e programma**

Totale 120 ore, divise in:

Storytelling per le organizzazioni: 20h **MASSIMO BENEDETTI**

Raccontare imprese e organizzazioni - 4h

- Definizioni e principali caratteristiche
- Cosa fa di una storia una storia - i pilastri della narrazione
- Tipologia di racconti per le imprese, applicazioni e schemi efficaci
- Ascoltare e raccogliere: il metodo per un sviluppare mind set narrativo d'impresa

Raccolta informazioni progetto/brand - 8h

- Intervista/dialogo con management Parco Nord Adda e Villaggio Crespi d'Adda
- Intervista con eventuali stakeholder di progetto
- Analisi materiale d'archivio
- Definizione identità narrativa e brief di progetto

Fare agire le persone: creare storie coinvolgenti - 8h

- Costruire un racconto: i punti di partenza
- Identità narrativa (chi racconta)
- Leggere il pubblico (per chi racconti)
- See, Think, Do, Care (perché racconti)
- Core stories (contenuti narrativi - cosa racconti)
- Fare ordine: struttura e 'abbellimenti'
- Storytelling Strategy - Sviluppare una strategia narrativa
- Obiettivi - Strumenti - Contenuti - Misure (esempi di campagne narrative)

Social Media: 36h – **CRISTINA SIMONE**

Dalla strategia alla gestione delle principali piattaforme di social media. Tecniche, strumenti e conoscenze.

- Strategia di social media marketing - 4h
- Community management - 4h
- Principali social media, strategia, gestione, contenuti e ADV: facebook, instagram, youtube - 20h
- Influencer Marketing - 4h
- Tendenze di comunicazione digitale - 4h

## Web Content: 24 ore – **CRISTINA MACCARRONE**

Sapere sfruttare al meglio la comunicazione online usando le logiche del web

- Diversi tipi di contenuti: siti, blog, brand magazine, social media - 2 ore
- Content strategy - 4 ore
- Cosa e perché scrivere in ottica SEO (SEO copywriting) -6 ore
- Social media copywriting - 6 ore
- Esercitazioni pratiche - 6 ore totali

Fare agire le persone capendo le potenzialità del web:

- Sapere scegliere il contenitore più adatto al contenuto in base a una strategia che prevede pubblico di riferimento, obiettivi, tone of voice, piano editoriale e calendario editoriale
- cosa cercano le persone e come “rispondere” con i contenuti
- analizzare i competitor
- scrivere per il web: la scelta dei tool, dello stile, del tipo di contenuto
- elementi di scrittura in ottica SEO
- SEO per le immagini
- I tool
- social media copywriting: differenze di scrittura tra i vari social
- come la SEO può servire ai social
- Comunicare live con i social: live tweeting, post in diretta e altro

## Produzione Video: 40h – **ALESSANDRA TRANQUILLO**

- Ideazione creatività' 2h
- Scrittura storyboard 2h
- Realizzazione dei contenuti video 20 h (2 giornate)
- Post produzione dei lavori con finalizzazione specifica rispetto al canale di pubblicazione 16h (2 giornate)

**Requisiti di accesso:** diploma di scuola superiore, conoscenza di base di videomaking, in possesso di attrezzatura minima.

**Modalità di accesso:** curriculum vitae, lettera motivazionale. La valutazione è a insindacabile giudizio della commissione.

**Numero di posti disponibili:** minimo 10, massimo 12

**Frequenza e orari:** lunedì 9 novembre a venerdì 18 dicembre, orario 9.30-13.30 / 14.30-17.30

Le prime tre settimane in modalità a distanza, le ultime tre settimane in presenza presso il Villaggio Crespi D'Adda. La frequenza è obbligatoria.