

<b>SCUOLA</b>	web e comunicazione d'impresa
<b>ANNUALITA'</b>	I TRIENNIO - 2025/2026
<b>DISCIPLINA</b>	1655 Net Art
<b>TIPOLOGIA DISCIPLINA</b>	LABORATORIALE
<b>NUMERO ORE LEZIONE</b>	3
<b>NUMERO CFA</b>	4
<b>DISTRIBUZIONE INSEGNAMENTO NELL'ANNUALITA'</b>	SECONDO SEMESTRE

#### OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI

Il laboratorio illustra le tappe di un progetto di e-business che i partecipanti affronteranno divisi in squadre, simulando il lavoro di un'agenzia di comunicazione e realizzando un sito completo.

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	Gli studenti apprenderanno le tappe di un progetto digitale: obiettivi, strategia, realizzazione di sito e piano promozionale
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>	Gli studenti interagiranno con un committente reale, recepiranno i suoi obiettivi di business ed elaboreranno un progetto web mirato a raggiungere tali obiettivi
<b>Autonomia di giudizio</b>	Gli studenti dovranno calarsi nel contesto del committente e proporre soluzioni in linea con la strategia comunicativa, il target e le risorse disponibili
<b>Abilità comunicative</b>	Gli studenti dovranno sapere argomentare le scelte progettuali sia negoziando all'interno dei gruppi sia presentandole al docente per dimostrarne la coerenza e il legame con gli obiettivi.
<b>Capacità di apprendimento</b>	Alla fine del percorso ogni squadra avrà vissuto l'esperienza del lavoro in team di una web agency, dal progetto alla realizzazione del sito web, fino alle campagne sui social media.

<b>CONTENUTI</b>	Nel primo modulo del workshop, Content Strategy, gli studenti imparano ad impostare le seguenti attività: - analisi dell'azienda, intervista al committente per completare il brief - analisi di concorrenti e comparable + benchmark - definizione di keyword SEO - piano dei contenuti - albero di navigazione - progetto di una home page del sito che verrà poi realizzato nei moduli successivi
<b>METODOLOGIA ADOTTATA</b>	[X] IN PRESENZA Gli studenti lavorano in squadre, ogni squadra lavora come una web agency, divisa per ruoli, integrando le competenze specifiche di marketing e strategia, grafica, programmazione, content & copy. Ogni squadra produce un progetto per un sito, crea un sito web e un piano di comunicazione sui social media per un'azienda reale.
<b>BIBLIOGRAFIA, SITOGRAFIA, VIDEOGRAFIA</b>	Appunti delle lezioni, diapositive, materiali forniti in classe e condivisi attraverso la piattaforma Classroom. <b>TESTI CONSIGLIATI</b> Andrea Saletti, Neuromarketing e scienze cognitive per vendere di più sul web, Dario Flaccovio, nuova edizione 2019. Andrea Cioffi, Digital strategy. La trasformazione delle vendite tra posizionamento digitale e nuove opportunità, Hoepli, 2024
<b>MODALITA' DI VALUTAZIONE</b>	Gli studenti lavoreranno in gruppi e saranno valutati per la capacità di fare squadra, valorizzando i contributi di ognuno per raggiungere gli obiettivi proposti. Durante l'esame ogni squadra presenterà il lavoro svolto nei tre moduli e risponderà sulle scelte e sul lavoro svolto. Il voto finale terrà conto delle capacità espositive, del percorso svolto dal gruppo, dalla capacità progettuale e creativa espressa.