



IUSVE ISTITUTO UNIVERSITARIO CORPORATE & PARTNERSHIP

STORIA ED
EVOLUZIONE


OFFERTA
FORMATIVA

PLUS
ACCADEMICI

CONGRADUATION

MONDO IMPRESA &
COLLABORAZIONI
ACCADEMICHE





UNA BUONA PUBBLICITÀ
VENDE IL PRODOTTO
SENZA ATTIRARE L'ATTENZIONE SU DI SÈ.

DAVID OGILVY

IL MARKETING E L'INNOVAZIONE
PRODUCONO RISULTATI:
TUTTO IL RESTO SONO COSTI.

PETER DRUCKER

STORIA ED EVOLUZIONE **1.**

IUSVE **1.1**
La storia e le origini
p. 06 - 07

L'università in breve **1.2**
p. 08 - 09

1.1 IUSVE. La storia e le origini

Lo **IUSVE**, **seconda università salesiana d'Europa**, fa parte del circuito mondiale universitario ed accademico denominato IUS (Istituzioni Universitarie Salesiane). Le sue origini risalgono al 1990 quando, presso l'isola di San Giorgio Maggiore in Venezia, veniva fondato l'Istituto Superiore Internazionale Salesiano di Ricerca Educativa (ISRE), diventato poi IUSVE nel 2011.

Con più di 2000 studenti all'attivo, lo IUSVE è oggi partner di 89 università nel mondo e conta 5 corsi di laurea triennale, 6 magistrali e 6 Master.

L'Istituto Universitario, seppur di giovane formazione, **è fortemente impegnato nella realizzazione di iniziative di studio, ricerca e documentazione** in Pedagogia, Psicologia e Comunicazione.

Il carattere universitario dello IUSVE, i destinatari (giovani e adulti) e i contenuti teorici-pratici e professionali inducono a privilegiare nell'attività didattica **una metodologia finalizzata all'apprendimento attivo e responsabile.**

Viene curato l'aspetto interdisciplinare nella ricerca, nella docenza, nello studio, nel lavoro accademico e nell'organizzazione. Ne deriva la preferenza verso una modalità di tipo laboratoriale in cui confluiscano **l'apprendimento epistemologico e la riflessione antropologica, i progetti di tirocinio e di sperimentazione, la dimensione educativa comunitaria e i processi di autoformazione** degli studenti.

Fondato l'Istituto Superiore Internazionale Salesiano di ricerca Educativa ISRE
Isola di San Giorgio Maggiore, Venezia (VE)



SISF apre ai corsi di laurea Triennale e Magistrale di:
Comunicazione e grafica multimediale
Comunicazione integrata e design
SISF sposta la sede a Mestre
Via dei Salesiani, 15 Mestre (VE)



Prima edizione de "Le Idee Non Dormono Mai"

IUSVE inaugura il nuovo campus Universitario a Mestre
Via dei Salesiani, 15 - Mestre (VE)



Restyling del logo dell'Istituto Universitario IUSVE
Nuovo campus IUSVE a Verona
Via Regaste San Zeno, 17 - Verona (VR)

Inaugurazione palazzo IUSVE CUBE
il polo innovazione per studenti, imprese e territorio
Inaugurazione spazio IUSVE Time
spazio ricreativo e di studio per gli studenti

Laurea Triennale:
Advertising & Marketing
Digital & Graphic Design
Master:
Communication & Digital Journalism 4.0
Food & Wine 4.0

1990

2004

2010

2012

2014

2017

2019

1994

2007

2011

2013

2016

2018

All'interno di ISRE viene fondata SISF, Scuola superiore Internazionale di Scienze della Formazione



Nasce il Dipartimento di Comunicazione. Sede IUSVE Mestre e Verona.



SISF aggiorna il suo acronimo in IUSVE, Istituto Universitario Salesiano Venezia
Nasce la collana IUSVE Libreria Universitaria "Comunicazione, marketing e new media"

Nasce lo #IUSVESocialTeam
Inaugurazione dei corsi di laurea magistrale:
• Web marketing & digital communication
• Creatività e design della comunicazione

Lancio del nuovo sito IUSVE **iusve.it**
Nascita siti di dipartimento **comunicazione.iusve.it**
pedagogia.iusve.it
psicologia.iusve.it



Nascita della Web Radio universitaria **"CUBE RADIO"**
Decennale del contest delle "Idee Non Dormono Mai" - Workshop triennale



1.2 L'università in breve

STUDENTI
2259

AZIENDE
CONVENZIONATE

821

UNIVERSITÀ PARTNER
NEL MONDO

89

DOCENTI

235

CORSI ATTIVATI

6650

STAGE ATTIVI

845

2
CAMPUS


5
LAUREE
TRIENNALI

6
LAUREE
MAGISTRALI

6
MASTER
UNIVERSITARI

200
EVENTI





LA CREATIVITÀ È PIÙ IMPORTANTE
DELLA CONOSCENZA.
LA CONOSCENZA È LIMITATA
MENTRE LA CREATIVITÀ ABBRACCIA
IL MONDO STIMOLANDO IL PROGRESSO
E DANDO IMPULSO AL FUTURO.
ALBERT EINSTEIN

OFFERTA FORMATIVA **2.**

Advertising & Marketing **2.1**
p. 12 - 13

Digital & Graphic Design **2.2**
p. 14 - 15

Creatività e Design della comunicazione **2.3**
p. 16 - 17

Web Marketing & Digital Communication **2.4**
p. 18 - 19

Food & Wine 4.0 **2.5**
p. 20 - 21

Communication & Digital Journalism 4.0 **2.6**
p. 22 - 23

2.1 Advertising & Marketing

Laurea triennale

STRUTTURA DELLA LAUREA E ATTIVITÀ ACCADEMICHE

Per avere successo nel campo dinamico e frenetico della pubblicità e del marketing, sono necessarie competenze avanzate nei settori della creazione artistica, della produzione multimediale e delle strategie marketing collegate. Le aziende necessitano costantemente di nuove e innovative modalità comunicative e di advertising per raggiungere il pubblico, quindi la domanda di laureati qualificati in questo settore è sempre elevata.

Secondo il *Bureau of Labor Statistics*, **l'occupazione nel settore pubblicitario in Italia è aumentata del 12% nel 2019**, soprattutto per **le aziende specializzate nell'advertising e nei media digitali**, e il trend rimarrà stabile per almeno un quinquennio.

La Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* è un programma di studi innovativo per il panorama italiano perché **attinge dai modelli accademici internazionali più importanti, in particolar modo inglesi e americani, dove il settore è in piena espansione e determina le linee di condotta internazionali.**

Al termine del Corso il laureato sarà in grado di svolgere ruoli e compiti di creatività, progettazione e gestione di un prodotto pubblicitario e le strategie di marketing collegate utilizzando le tecniche tradizionali, quelle crossmediali e digitali.

Il Corso di Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* preparerà per una carriera afferente al campo strategico e creativo della pubblicità. Tutti i lavori pubblicitari richiedono la conoscenza dei principi fondamentali della *corporate & brand building* e del coinvolgimento del pubblico attraverso le piattaforme crossmediali, indipendentemente dal fatto che il brand sia un prodotto, un servizio, una celebrità, una nazione o una causa.

Il creativo pubblicitario è la figura professionale di riferimento per il Corso di Laurea Triennale in *Advertising & Marketing*.

PROFILO PROFESSIONALE

Il percorso formativo accademico è organizzato per dare al laureato una **formazione culturale** teorica completa, con l'affiancamento di **9 laboratori creativi**, in cui vengono sviluppati progetti pubblicitari tradizionali, per la rete, per il video e per la strategia marketing. In tal modo la creatività progettuale potrà realizzarsi pienamente in prodotti, dispositivi e piattaforme diverse.

Il laureato in *Advertising & Marketing* saprà:

- tracciare il percorso esecutivo progettuale dell'account pubblicitario;
- creare il collegamento tra un'agenzia pubblicitaria e i suoi clienti;
- analizzare le attività competitive e le tendenze dei consumatori;
- ideare, progettare e gestire prodotti comunicativi pubblicitari tradizionali, crossmediali e digitali;
- sviluppare strategie pubblicitarie, coordinando le attività tra i reparti creativi, media e di ricerca;
- pianificare i diversi media per ottenere il miglior risultato a livello di credibilità, visibilità e vendite;
- guidare un team di lavoro creativo di advertising e progettuale di marketing;
- gestire i diversi flussi di comunicazione verso i pubblici con cui intratterà relazioni (aziende, esperti di *marketing*, *brand e product manager*, *account*, *copywriter*, *art director*, esperti di comunicazione d'impresa);
- realizzare un piano strategico nell'ambito della comunicazione, capace di valorizzare l'immagine interna ed esterna di istituzioni e imprese;
- progettare lo sviluppo di piani di comunicazione per pubblici differenziati;
- operare in imprese pubbliche e private di piccole e medie dimensioni, uffici stampa, agenzie pubblicitarie, aziende dell'industria culturale, web agency, agenzie che curano la comunicazione e l'immagine aziendale.

SBOCCHI LAVORATIVI

Il Corso di Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* è un percorso accademico professionalizzante che **prepara professionisti in grado di inserirsi da subito nel mondo lavorativo con capacità culturali e tecnico-pratiche elevate.**

Il laureato in *Advertising & Marketing* potrà operare:

- come creativo pubblicitario nelle aree del marketing e della comunicazione pubblicitaria di brand;
- in agenzie di comunicazione pubblicitaria come creativo e progettista di prodotti pubblicitari standard e audiovisivi tradizionali, crossmediali e digitali;
- in web-agency e multimedia marketing-agency come esperto della pianificazione dei media, organizzatore eventi, pubblicitario, content editor per l'advertising;
- in agenzie di progettazione creativa multimediale come addetto alle relazioni pubbliche;
- come addetto stampa, operatore del news management e delle strategie di rapporto con i mezzi di informazione di una agenzia o azienda;
- in agenzie marketing come copywriter;
- in agenzie di comunicazione, società di consulenza e di ricerche di mercato a livello nazionale e internazionale;
- in istituzioni pubbliche o sociali e nella pubblica amministrazione come specialista dei media;
- in agenzie di organizzazione di eventi come pianificatore e *event promoter*;
- come freelance.

AMMISSIONE

Il numero di ammessi al Corso di Laurea Triennale in *Advertising & Marketing* per ogni anno è di **100 studenti per il Campus di Mestre e di 100 studenti per il Campus di Verona**. Per accedere al Corso di laurea è previsto un **test scritto** a cui farà seguito, dopo la pubblicazione di una graduatoria, un **colloquio orale di selezione a carattere motivazionale e attitudinale**.

Lo studente che intende iscriversi deve essere in possesso di titolo che dia accesso all'Università nella propria nazione: Diploma di Scuola Secondaria Superiore – Diploma di maturità. Sono ammessi studenti provenienti da altre università, previo il superamento del test d'ingresso, e conseguente valutazione dei titoli e/o dei Crediti Formativi Universitari (ECTS).

TITOLO RILASCIATO

Diploma di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale in *Advertising & Marketing* rilasciato dall'Università Pontificia Salesiana di Roma.



2.2 Digital & Graphic Design

Laurea triennale

STRUTTURA DELLA LAUREA E ATTIVITÀ ACCADEMICHE

Il Corso di Laurea Triennale in *Digital & Graphic Design* è stato progettato in una sequenza integrata e interdisciplinare con corsi culturali e laboratoriali, per rafforzare le capacità creative, grafiche e comunicative, e per fornire allo studente, orientato alla **carriera della comunicazione visiva**, le competenze sia tradizionali sia digitali.

Il Corso in *Digital & Graphic Design* è un **programma di studi innovativo per il panorama italiano perché attinge dai modelli accademici più importanti internazionali**, in particolar modo inglesi e americani, dove il settore è in piena espansione e determina le linee di condotta internazionali. Le aziende italiane, sia pubbliche sia private, necessitano costantemente di nuove e innovative modalità comunicative per raggiungere il pubblico attraverso un segno grafico, un prodotto e un oggetto digitale, quindi la domanda di laureati qualificati in questo settore è sempre elevata.

Il modello accademico IUSVE abbinava una grande formazione culturale di base (storica, filosofica, antropologica ed etica) **a una formazione professionale specifica negli ambiti più tradizionali** (advertising, impaginazione, editoria, fotografia, tecniche di stampa, packaging, calligrafia, lettering, type design, logo design, exhibition design) fino allo sviluppo della **progettazione indirizzata verso i nuovi prodotti digitali** (App mobile, web site, digital information design, video information design).

Il Digital & Graphic Designer è la figura professionale di riferimento per il Corso di Laurea Triennale in *Digital & Graphic Design*.

PROFILO PROFESSIONALE

Il Digital & Graphic Designer è il progettista della comunicazione visiva di una azienda o di un ente. Sa spaziare in un territorio multidisciplinare, che parte dalla grafica tradizionale (calligrafia e type design) applicata ai prodotti o al pack, fino ad arrivare alle nuove tecnologie dei media digitali. Amante dell'arte e dell'estetica, ha il compito di comunicare al meglio la mission e

la vision aziendale attraverso diversi supporti: logo, brochure, flyer, web site, app mobile, pack, interaction design, information design, exhibition design. È un creativo che mette a disposizione delle aziende il proprio talento grafico sulla base di una **solida formazione artistica, filosofica, pedagogica, antropologica ed etica abbinata a 10 laboratori creativi**.

Il laureato in *Digital & Graphic Design* saprà:

- tracciare il percorso esecutivo progettuale grafico di diversi supporti (brochure, flyer, editoria, cartellonistica, imballaggi, web site, App mobile);
- analizzare le attività competitive e le tendenze dei consumatori;
- ideare, progettare e gestire prodotti comunicativi grafici tradizionali, crossmediali e digitali;
- guidare un team di lavoro creativo grafico;
- ideare, progettare, produrre e post-produrre le interfacce grafiche di siti web, App mobile e prodotti per il mondo digital;
- creare nuovi caratteri tipografici o inserirsi nel solco tradizionale della calligrafia,
- utilizzare l'animazione 3D e le tecnologie digitali della computer graphic;
- distinguersi nel mercato per la qualità e l'originalità delle soluzioni a livello creativo e commerciale;
- sviluppare il proprio talento artistico come designer commerciale di aziende;
- creare un linguaggio grafico inedito e originale che lo distingue dai competitor;
- pianificare i diversi media per ottenere il miglior risultato a livello di credibilità, visibilità e vendite;
- gestire i diversi flussi di comunicazione verso i diversi pubblici con cui intratterrà relazioni, (aziende, esperti di packaging, brand e product manager, account, copywriter, art director, esperti di comunicazione d'impresa);
- realizzare un piano strategico nell'ambito della comunicazione, capace di valorizzare la brand identity interna ed esterna di istituzioni ed imprese.

SBOCCHI LAVORATIVI

Il Corso di Laurea Triennale in *Digital & Graphic Design* è un percorso accademico professionalizzante che prepara professionisti in grado di inserirsi da subito nel mondo lavorativo con capacità culturali e tecnico-pratiche elevate.

Il laureato in *Digital & Graphic Design* potrà operare:

- come Digital & Graphic Designer nelle aree della comunicazione pubblicitaria di brand;
- come creativo e progettista di prodotti grafico-pubblicitari standard, crossmediali e digitali;
- come Web designer per web agency o/ e agenzie di settore o del mondo commerciale;
- come Digital & Graphic Designer in studi di progettazione museale, aziendale e commerciale;
- come progettista della comunicazione visiva di un brand o di una azienda;
- come Designer Interattivo in agenzie di comunicazioni tradizionali o web agency;
- come Designer dell'esperienza utente in aziende orientate all'Information design;
- come Brand Designer in aziende e agenzie di settore o del mondo commerciale;
- come Visual Designer in agenzie pubblicitarie o all'interno dell'ufficio comunicazione di una azienda o ente;
- come Retail and Exhibition Designer per i musei o la Grande Distribuzione Organizzata;
- come Creative Designer in agenzie pubblicitarie o all'interno dell'ufficio comunicazione di una azienda o ente;
- come Editorial Designer in aziende di stampa e case editrici;
- come Packaging Designer in aziende e agenzie di settore o del mondo commerciale;
- come freelance.

AMMISSIONE

Il numero di ammessi al Corso di Laurea Triennale in *Digital & Graphic Design* per ogni anno è di **40 studenti per il Campus di Mestre e di 40 studenti per il Campus di Verona**. Per accedere al Corso di laurea è previsto un **test scritto** a cui farà seguito, dopo la pubblicazione di una graduatoria, **un colloquio orale di selezione a carattere motivazionale e attitudinale**.

Lo studente che intende iscriversi deve essere in possesso di titolo che dia accesso all'Università nella propria nazione: Diploma di Scuola Secondaria Superiore – Diploma di maturità. Sono ammessi studenti provenienti da altre università, previo il superamento del test d'ingresso, e conseguente valutazione dei titoli e/o dei Crediti Formativi Universitari (ECTS).

TITOLO RILASCIATO

Diploma di Baccalaureato/Laurea Triennale internazionale in *Digital & Graphic Design* rilasciato dall'Università Pontificia Salesiana di Roma.



2.3 Creatività e Design della comunicazione

Laurea magistrale

STRUTTURA DELLA LAUREA E ATTIVITÀ ACCADEMICHE

Il piano di studi è attento a contenere **discipline teoriche classiche culturali di approfondimento** sui temi portanti, come premessa imprescindibile per un approccio scientifico e sistemico alla professionalità. Le lezioni si svolgono nei primi due mesi e nell'ultima parte dei due semestri, come raccolta e rilancio delle esperienze interposte.

Ogni semestre prevede un **insieme di laboratori (LAB Com)** che si svolgeranno nei mesi di dicembre e maggio ad orario full time con un numero limitato di studenti: questo permetterà un alto livello di qualità progettuale grazie ad uno **stretto rapporto fra docenti, tecnici di laboratorio e studenti** che, lavorando insieme, produrranno in modo efficace.

La progettazione e realizzazione di elaborati comunicativi saranno guidate da esperti professionisti del settore, che faranno vivere un vero e proprio training esperienziale agli studenti, i quali potranno consolidare prassi, metodologie, tecniche di approccio al progetto, sperimentandosi con le ultime innovazioni e sfide contemporanee.

Inoltre gli studenti potranno scegliere dei corsi opzionali, formulati in settimane seminariali, che meglio potranno completare la loro formazione personale e partecipare agli eventi che periodicamente l'Università organizza invitando personaggi di spicco del grande panorama della comunicazione internazionale.

PROFILO PROFESSIONALE

La finalità del corso è quella di permettere allo studente di acquisire maggiori conoscenze specifiche del mondo della creatività, del design e della comunicazione con competenze professionali e gestionali tipiche dell'*art direction*. Due anni, quindi, come occasione per approfondire e consolidare alcuni saperi, incrementare capacità progettuale personale,

acquisire il *know-how* del management aziendale nel settore della comunicazione, costruirsi una solida personalità culturale e tecnica da spendere soprattutto nei nuovi settori del digital design.

Le discipline teoriche e i laboratori pratico-progettuali permettono allo studente di approfondire e ampliare la visione d'insieme del progetto e la capacità di gestirne la complessità, l'articolazione della multisensorialità e multimedialità.

Per vincere le sfide della globalizzazione del mercato oggi, sempre più, serve capacità di coniugare strategie e tecniche strutturate e organiche con creatività, ingegno, conoscenze e spessore culturale, con competenze gestionali di managerialità, puntando sull'originalità del proprio lavoro e sulla propria creatività.

Al termine del biennio di Laurea Magistrale in *Creatività e Design della comunicazione* il laureato sarà in grado di svolgere **ruoli e compiti di alta responsabilità come "creativity & communication designer"**:

- nel management e nel marketing della comunicazione;
- nella scelta delle strategie e tecnologie per la comunicazione multimediale integrata, tenendo conto delle competenze trasversali (*cross-competencies*);
- nello sviluppare creatività in progetti di design grafico e multimediale ad alto contenuto di innovatività;
- nella pianificazione di campagne promozionali e/o pubblicitarie, sapendo guidare, organizzare e valorizzare idee, persone e risorse;
- utilizzare metodologie diverse tra cui la modalità del laboratorio e del lavoro cooperativo in funzione primaria e non integrativa.

SBOCCHI LAVORATIVI

Il corso forma le seguenti figure professionali: *Art Director, Creativity designer, Communication designer, Advertising manager, Media planning manager, Community manager, Digital communication manager, Digital project manager, Search engine marketing manager, Responsabile comunicazione corporate, Customer relationship manager, Digital strategic planner, Marketing manager, Marketing analyst, Addetto alle ricerche di mercato.*

LAB/PROJECT WORK

Il piano di studi prevede **attività di laboratorio (LAB) e focus** che sul modello accademico americano danno ampio spazio all'approccio pragmatico grazie ad una *full immersion* degli studenti con le aziende partner dell'università. La progettazione e realizzazione di elaborati comunicativi saranno guidati da esperti professionisti del settore, che faranno vivere un vero e proprio *training* esperienziale agli studenti, i quali potranno consolidare prassi, metodologie, tecniche di approccio al progetto, sperimentandosi con le ultime innovazioni e sfide contemporanee.

Il **Project Work** consente di coinvolgere in modo efficace le aziende e motivare gli studenti che dovranno raggiungere gli obiettivi stabiliti.

- **Gli studenti** saranno svincolati dalla permanenza costante e continua presso l'azienda di riferimento, impareranno a lavorare per obiettivi, a rispettare le scadenze, a coordinare e adeguare il proprio contributo in un contesto di lavoro reale.
- **Le aziende** coinvolte potranno acquisire specifiche conoscenze ed aggiornare quelle esistenti, ed eventualmente selezionare i laureati da poter assumere direttamente.

TITOLO RILASCIATO

Titolo di Laurea Magistrale internazionale in *Creatività e Design della comunicazione* rilasciato dall'Università Pontificia Salesiana di Roma.



2.4 Web Marketing & Digital Communication

Laurea magistrale

STRUTTURA DELLA LAUREA E ATTIVITÀ ACCADEMICHE

Il piano di studi è attento a contenere **discipline teoriche classiche culturali di approfondimento** sui temi portanti, come premessa imprescindibile per un approccio scientifico e sistemico alla professionalità. Le lezioni si svolgono nei primi due mesi e nell'ultima parte dei due semestri, come raccolta e rilancio delle esperienze interposte.

In ogni semestre è previsto **un insieme di laboratori (LAB Web)** che si svolgeranno nei mesi di dicembre e maggio ad orario full time con un numero limitato di studenti: questo permetterà un alto livello di qualità progettuale grazie ad uno **stretto rapporto fra docenti, tecnici di laboratorio e studenti** che, lavorando insieme, produrranno in modo efficace.

La progettazione e realizzazione di elaborati comunicativi saranno guidate da esperti professionisti del settore, che faranno vivere un vero e proprio training esperienziale agli studenti, che potranno consolidare prassi, metodologie, tecniche di approccio al progetto, sperimentandosi con le ultime innovazioni e sfide contemporanee.

Inoltre gli studenti potranno scegliere dei corsi opzionali, formulati in settimane seminariali, che meglio potranno completare la loro formazione personale e partecipare agli eventi che periodicamente l'Università organizza invitando personaggi di spicco del grande panorama della *web communication e del web marketing internazionale*.

PROFILO PROFESSIONALE

La finalità del corso di Laurea Magistrale internazionale in *Web Marketing & Digital Communication* è di permettere allo studente di acquisire maggiori conoscenze specifiche nel mondo aziendale della comunicazione integrata odierna, con particolare attenzione al

mondo della **creatività, del web marketing oltre che al marketing tradizionale, della digital communication, del web design, e a sviluppare competenze professionali gestionali di governance tipiche del Web & digital marketing manager.**

Nello specifico, il laureato sarà in grado di creare, pianificare, elaborare e gestire attività economiche, educative e culturali di: web marketing (*content marketing, Database building, e-commerce, email marketing, Mobile marketing, Online branding, PR digitale*); new communication (*new media e social media*); unconventional marketing (*Guerrilla marketing, Viral marketing, Buzz Marketing, Ambush marketing, Emotional marketing, Gaming marketing*); ottimizzazione di siti web tramite attività di SEO; web marketing e *keyword advertising* generando traffico internet con l'utilizzo di tecniche di *Search Engine Marketing (SEM)*; targetizzazioni attraverso la *Lead generation*; formulazione di scenari comunicativi dei *competitor* in una *benchmarking strategy*.

Il laureato in *Web Marketing & Digital Communication* saprà inoltre coniugare le strategie e le tecniche innovative di comunicazione con le competenze antropologico-culturali avanzate conseguite nel biennio e con la consapevolezza etico-educativa che il percorso formativo intende offrire.

Due anni, quindi, come occasione per approfondire e consolidare alcuni saperi, incrementare capacità strategica legata al web e ai nuovi media, acquisire il *know-how* del management aziendale nel settore della *new communication*, costruirsi una solida personalità culturale e tecnica in un nuovo universo in grande mutamento, bisognoso di serie e strutturate figure professionali.

SBOCCHI LAVORATIVI

Il corso forma la figura professionale del *Web & digital marketing manager* nelle sue diverse applicazioni lavorative: *Big Data analyst, Chief technology officer, Community manager, Customer relationship manager, Digital advertising manager, Digital Brand & corporate manager, Digital communication manager, Digital project manager, Digital strategic planner, e-commerce manager, Editor and account manager, Interaction designer, Marketing research manager, Media planning manager, Online & creative project manager, Online strategic planner, Programmatic buying manager, Project manager, Publisher manager, Search engine marketing manager, Social media marketing manager, Unconventional Marketing Manager, Viral marketing manager, Web & creative Marketing Manager, Web digital storyteller.*

LAB/PROJECT WORK

Il piano di studi prevede **attività di laboratorio (LAB) e focus** che sul modello accademico americano danno ampio spazio all'approccio pragmatico grazie ad una *full immersion* degli studenti con le aziende partner dell'università.

Il **Project Work** consente di coinvolgere in modo efficace le aziende e motivare gli studenti che dovranno raggiungere gli obiettivi stabiliti.

- **Gli studenti** saranno svincolati dalla permanenza costante e continua presso l'azienda di riferimento, impareranno a lavorare per obiettivi, a rispettare le scadenze, a coordinare e adeguare il proprio contributo in un contesto di lavoro reale.
- **Le aziende** coinvolte potranno acquisire specifiche conoscenze ed aggiornare quelle esistenti, e eventualmente selezionare i laureati da poter assumere direttamente.

TITOLO RILASCIATO

Titolo di Laurea Magistrale internazionale in *Web Marketing & Digital Communication* rilasciato dall'Università Pontificia Salesiana di Roma.



2.5 Food & Wine 4.0

Master universitario

PRESENTAZIONE

Le nuove tecnologie hanno reso possibile forme e linguaggi comunicativi che prima non esistevano e che hanno portato le aziende a comunicare e creare relazioni con i propri pubblici utilizzando nuovi strumenti e contenuti.

Il Master ha, come obiettivo, la formazione di figure professionali in grado di gestire i processi comunicativi aziendali del settore *Food & Wine* con le competenze richieste dal nuovo contesto competitivo internazionale.

Il corso è costruito su base esperienziale: il piano di studi prevede, infatti, non solo una formazione culturale partecipata e interattiva, ma anche **laboratori di digital communication, live experience, percorsi di degustazione, testimonianze di imprenditori di successo e studio di casi eccellenti.**

ATTUALITÀ DEL MASTER

Oggi la comunicazione è soggetta a un'evoluzione tecnologica che delinea, continuamente e rapidamente, scenari sempre più innovativi: l'impatto che ha sul sistema economico globale presenta innumerevoli opportunità, che possono essere fonte di importanti innovazioni per le aziende.

Il *web marketing* e i *new media* rappresentano dei canali di comunicazione interattivi, con cui le imprese possono dialogare direttamente con i loro clienti, sempre più collaborativi e attenti agli aspetti culturali del consumo. Chi non possiede gli strumenti adeguati per gestire efficacemente queste innovazioni, oltre a perdere una grande opportunità legata alla propria visibilità sul mercato, rischia una discriminazione a favore di chi le sa utilizzare correttamente.

Il digital world influenza non solo le modalità comunicative, ma anche il linguaggio e le forme d'espressione utilizzate, la frequenza e la rapidità con cui avvengono gli scambi commerciali, il potere che i differenti soggetti hanno all'interno della relazione. Il mondo, ormai definito "post-pubblicitario", è caratterizzato da un insieme di possibilità - **marketing 3.0, social media, digital PR, E-advertising, viral marketing, crowdsourcing, business personal branding** - che trasformano il consumatore da semplice destinatario del messaggio in protagonista del processo creativo.

Il settore *Food & beverage*, così come sta avvenendo in tutti gli ambiti economici, necessita di inserirsi

in questo articolato flusso comunicativo, trovando le migliori strategie per rispondere alle esigenze del proprio prodotto, del mercato e dei consumatori.

Saper comunicare il cibo e il vino in modo efficace e corretto ai consumatori e agli *stakeholder*, italiani o stranieri, rinforzando i legami culturali tra prodotto e territorio e favorendo una maggior consapevolezza alimentare, diventa una risorsa indispensabile, oltre che etica, sia per le aziende che per i numerosi settori dell'indotto come, ad esempio, quello del turismo enogastronomico o dell'editoria.

FINALITÀ

Il Master universitario interdisciplinare di Primo livello in *Food & Wine 4.0 - Web Marketing & Digital Communication* ha la finalità di creare una figura in grado di comunicare e promuovere i prodotti alimentari e vitivinicoli, integrando le tecniche del *web marketing* e della *digital communication*, e di avvalersi di mezzi e linguaggi diversificati e di strategie innovative all'interno del *marketing 4.0*.

PROFILO E COMPETENZE

I diplomati del Master universitario interdisciplinare di Primo livello in *Food & Wine 4.0 - Web Marketing & Digital Communication* saranno in grado di **comunicare e promuovere in modo efficace i prodotti alimentari e vitivinicoli, affiancando le tecniche tradizionali del settore con le competenze del web marketing e della digital communication.**

In particolare, saranno capaci di:

- definire e interpretare per le aziende un piano di *marketing strategico* integrato al mondo del *web marketing*, del *social media marketing* e delle *digital PR*, per il mercato domestico e internazionale;
- padroneggiare il linguaggio tecnico del settore *Food & beverage* utilizzato nei differenti contesti: divulgativo, commerciale e degli esperti;
- progettare e gestire la strategia di comunicazione per l'azienda, il brand e i prodotti, implementandola con efficacia attraverso attività e strumenti di comunicazione nei diversi canali del mondo *web*, utilizzando anche tecniche di *unconventional marketing*;
- costruire narrazioni idonee e pertinenti di *storytelling* per il settore *enogastronomico*;
- creare una strategia efficace di *web advertising* e *digital PR*;

- creare, monitorare e analizzare campagne di *E-advertising*, SEO e SEM;
- gestire la *web reputation* (*social media*, *blog*, *community*, *web influencer*, *business personal branding*);
- cogliere le implicazioni educative insite nella comunicazione commerciale, affinché faciliti e promuova comportamenti in sintonia con la prevenzione primaria;
- creare una strategia etica di commercializzazione dei prodotti e di sostenibilità agroalimentare e *conscious eating*, oggi di fondamentale importanza, imparando a comunicare il valore del cibo e del vino in relazione alla sua sostenibilità ambientale, sociale ed economica (*ethical, social & green economy*).

METODOLOGIA DIDATTICA

Il Master universitario interdisciplinare di Primo livello in *Food & Wine 4.0 - Web Marketing & Digital Communication* mira all'apprendimento attivo degli studenti, al fine di favorire un processo formativo che valorizzi attitudini, capacità e aspettative di ciascuno.

I docenti, per la maggior parte docenti IUSVE ed esperti dei diversi ambiti di riferimento, organizzeranno le lezioni lasciando ampio spazio al dialogo e al confronto diretto con i partecipanti, integrando e adattando i contenuti teorici alle esperienze ed esigenze dei corsisti.

I moduli didattici saranno suddivisi in unità accademiche, così da prevedere la realizzazione di: esercitazioni, studio di casi reali, testimonianze da parte di soggetti significativi per la materia e il contesto di riferimento.

Ulteriori elementi qualificanti per la didattica del Master e per assicurare un elevato livello culturale/accademico e di professionalizzazione dei partecipanti sono:

a) I laboratori

L'attivazione di tre laboratori (*Digital Communication: videoediting; Web Communication: siti web, app-mobile e E-commerce; Food Writing and Web Content*), strettamente connessi alle materie teoriche e in collaborazione con importanti aziende del settore *Food & beverage*;

b) Il rapporto con le aziende

Il Master ha come punto di forza lo stretto legame con le aziende *Food & beverage* in modo da creare una rete di collegamenti necessari a finalizzare l'apprendimento e a introdurre i partecipanti, fin da subito, nel settore di competenza.

Le relazioni con le aziende si svilupperanno su più livelli: l'attività di laboratorio, l'attività di tirocinio formativo, le visite guidate di studio;

c) La piattaforma social

Oltre all'attività didattica in presenza, il Master prevede la realizzazione di un ambiente collaborativo *social* di apprendimento, a integrazione e supporto dell'attività in aula. In questa piattaforma *social* i partecipanti potranno ritrovare: i contenuti delle lezioni con ulteriori approfondimenti, attività di rinforzo a quanto appreso in aula e, soprattutto, potranno mantenere le relazioni e il dialogo con il gruppo dei colleghi e dei docenti.

TITOLO RILASCIATO

Il titolo di Master universitario di Primo livello in *Food & Wine 4.0 - Web Marketing & Digital Communication* verrà rilasciato a coloro che, assolto l'obbligo di frequenza a tutte le attività proposte, presenteranno una tesi finale di sintesi sugli studi e sull'attività di tirocinio/project work effettuata.

Il titolo sarà rilasciato dalla Pontificia Università Salesiana di Roma.



2.6 Communication & Digital Journalism 4.0

Master universitario

PRESENTAZIONE

L'evoluzione tecnologica, il repentino cambiamento del contesto comunicativo odierno e l'impatto della rivoluzione digitale su tutte le fasi della comunicazione hanno ridisegnato e aperto nuove frontiere per la comunicazione giornalistica e per gli uffici comunicazione delle aziende. L'impatto a tutti i livelli del sistema comunicativo, con l'evoluzione del web e dei social, ha introdotto importanti innovazioni nel mondo dell'informazione, della comunicazione e più in dettaglio nel settore del giornalismo.

FINALITÀ

Il mercato *digital* e l'evoluzione della rete hanno dato vita a un cambiamento epocale nella fruizione dei contenuti giornalistici, creando nuove necessità comunicative per le aziende, e di conseguenza opportunità di lavoro che richiedono nuove professionalità. In questo contesto, il giornalista/specialista del marketing che racconta fatti e avvenimenti necessita di un aggiornamento social e digital per **entrare in contatto con i lettori e sfruttare le nuove tecnologie mobile digital e social** per diffondere i propri articoli, raggiungere un pubblico mirato e portare traffico sul sito del proprio editore.

PROFILO E COMPETENZE

I diplomati del Diploma Universitario di primo livello in *Communication & Digital Journalism 4.0* saranno in grado di gestire la complessità imposta dal settore digital, web e social. Al completamento del percorso di studi, il discente avrà acquisito la conoscenza teorica e pratica relativa alle potenzialità dei nuovi strumenti digitali e social per informare e distribuire notizie ed articoli online, comunicati stampa, informazioni relative al brand e alla comunicazione aziendale.

In particolare essi saranno in grado di:

- acquisire elementi culturali tipici del giornalismo e la conoscenza delle principali tappe evolutive del web e della digital information, per comprendere l'ambiente di riferimento al fine di operare scelte e strategie idonee con il mutato contesto comunicativo del digital journalism;

- apprendere i fondamenti del digital marketing per il brand journalism, gestire la complessità del processo dell'informazione, ideare strategie in linea con le logiche distributive dei principali social media e piattaforme web, identificare le principali tendenze della comunicazione e del digital journalism;
- focalizzare le competenze teorico pratiche in ottica di brand journalism, concretizzando strategie di corporate e digital storytelling, grazie a conoscenze approfondite in termini di teorie e tecniche della scrittura per il web e i social;
- analizzare, monitorare e gestire la Reputazione Digitale di un brand e di una persona;
- operare consapevolmente e proattivamente nella situazione di *Crisis Management* (analisi dei rischi, analisi della crisi potenziale, analisi della crisi in corso, piano d'azione, strategia di comunicazione durante una crisi);
- padroneggiare gli elementi necessari al rispetto del codice deontologico del giornalista inglobato all'interno del 'Testo unico dei doveri del giornalista', conoscere le logiche di autonomia e responsabilità del giornalista e le principali differenziazioni in termini di pubblicità redazionale e informazione applicate al mondo digital e social;
- conoscere le logiche e gli strumenti tipici della Web Analysis, del Web Monitoring, dei principali Tools e KPI per saper analizzare, interpretare e gestire i big data relativi alla digital information.

METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia didattica del Diploma Universitario di primo livello in *Communication & Digital Journalism 4.0* è **centrata sull'apprendimento attivo** degli studenti al fine di favorire un processo formativo che valorizzi attitudini, capacità e aspettative di ciascuno.

I docenti di provenienza accademica e i professionisti esperti dei diversi ambiti di riferimento organizzeranno le lezioni lasciando ampio spazio alla formazione culturale all'interno di un dialogo e confronto diretto con i partecipanti, in modo da integrare e coinvolgere nelle lezioni. Il *cooperative learning* sarà una delle modalità didattiche attuate, visto l'utilizzo ormai consolidato nei Master universitari italiani del settore.

I moduli didattici saranno suddivisi in unità accademiche, così da prevedere la realizzazione di: **spiegazione culturale e professionale, esercitazioni, studio di casi reali, testimonianze da parte di soggetti significativi per la materia e il contesto di riferimento.**

Ulteriori elementi qualificanti per la didattica del Diploma Universitario di primo livello e per assicurare un elevato livello culturale/accademico e di professionalizzazione dei partecipanti sono:

a) I laboratori

L'attivazione di quattro laboratori, strettamente connessi con l'ambito culturale di riferimento e con le discipline teoriche affrontate durante le attività formative in aula, permetteranno agli studenti di applicare e sperimentare quanto appreso durante i corsi;

b) Il rapporto con le aziende

Il Diploma Universitario di primo livello sarà realizzato in stretta relazione con i principali soggetti nazionali e internazionali in ambito giornalistico e la collaborazione con aziende di rilievo, grazie ad una rete di collegamenti già in essere e necessari al fine di favorire l'apprendimento e introdurre fin da subito i partecipanti nel settore di competenza.

Le relazioni e le integrazioni con tali soggetti saranno così articolate:

- l'attività di LAB, in cui saranno i brand e le testate giornalistiche a fornire indirizzi operativi, richiedendo agli studenti la realizzazione di progetti e/o prodotti specifici. Tale modalità operativa permetterà allo studente di vivere appieno la progettualità delle diverse discipline, operando nella consapevolezza di sperimentare su progetti concreti e su casi reali con immediate possibilità applicative;

- l'attività di tirocinio formativo con la realizzazione di un project work da svolgere in accordo con l'azienda che ospita il tirocinante;
- le visite guidate di studio che avranno l'obiettivo di maturare esperienza diretta in realtà particolarmente significative nel settore della comunicazione giornalistica e del branded content;

c) La piattaforma social e e-learning di apprendimento

Oltre all'attività didattica in presenza, il Master prevede la realizzazione di un ambiente collaborativo social di apprendimento, a integrazione e supporto dell'attività in aula. In questa piattaforma social, i partecipanti potranno ritrovare: i contenuti delle lezioni con ulteriori approfondimenti, attività di rinforzo a quanto appreso in aula e, soprattutto, potranno mantenere le relazioni e il dialogo con il gruppo dei colleghi e dei docenti.

TITOLO RILASCIATO

Il titolo di Diploma Universitario di primo livello in *Communication & Digital Journalism 4.0* verrà rilasciato a coloro che, assolto l'obbligo di frequenza a tutte le attività proposte, presenteranno una tesi finale di sintesi sugli studi e sull'attività di tirocinio/project work effettuata.

Il titolo sarà rilasciato dalla Pontificia Università Salesiana di Roma.





LA CREATIVITÀ
NASCE QUANDO LA DUPLICE PASSIONE
PER IL MONDO UMANISTICO
E IL MONDO SCIENTIFICO
SI COMBINANO IN UNA FORTE PERSONALITÀ.
STEVE JOBS

PLUS ACCADEMICI 3.

USAC 3.1
p. 26

CUBE RADIO 3.2
p. 26

#IUSVESocialTEAM 3.3
p. 27

FOCUS 3.4
p. 27

3. Plus accademici

Attività integrative

3.1 USAC - University Studies Abroad Consortium

USAC (University Studies Abroad Consortium) è un'associazione no-profit, fondata nel 1982 e costituita da 33 Università americane con sede a Reno in Nevada (USA). USAC organizza programmi di studio all'estero per ragazzi universitari statunitensi e ogni anno permette a più di 4000 studenti di trascorrere un periodo di studio in una delle 50 sedi disponibili nel mondo. Il programma USAC di Verona è attivo da settembre 2016 e ha la sua sede presso il Campus IUSVE di Verona.

IUSVE collabora con USAC permettendo l'interazione tra studenti universitari italiani e americani.

In particolare, la collaborazione si concretizza in 3 occasioni per gli studenti IUSVE: tandem linguistico, borse di studio all'esterno, summer school.

Il Tandem linguistico è stato pensato per avere un partner americano, per praticare l'inglese e per instaurare nuove amicizie internazionali. I contatti degli studenti italiani verranno condivisi con gli studenti americani, le attività linguistiche saranno organizzate dagli stessi studenti.

USAC e IUSVE mettono in palio alcune borse di studio, totali o parziali, all'anno per studenti meritevoli che vogliono fare un'esperienza di studio all'estero presso università partner USAC, selezionate in diverse parti del mondo. Oltre alle borse di studio, che verranno attribuite agli studenti vincitori del bando dedicato, tutti gli studenti IUSVE di Verona e Mestre hanno la possibilità di studiare all'estero presso una delle sedi USAC nel mondo pagando la quota di partecipazione standard e tutti i costi previsti. I corsi sostenuti all'estero verranno riconosciuti da IUSVE come corsi opzionali o project work.

Gli studenti IUSVE hanno la possibilità di partecipare alla Summer School presso il Campus di Verona, per una durata di 5 settimane tra maggio e giugno o di 3 settimane a luglio. Durante questo periodo, gli studenti possono frequentare i corsi in lingua inglese organizzati da USAC. Questi corsi saranno riconosciuti da IUSVE come corsi opzionali.

3.2 CUBE RADIO

Nata come spin-off per gli studenti IUSVE, il progetto intende dare la possibilità di fare un'esperienza nel mondo radiofonico. La CUBE Radio di IUSVE, testata giornalistica riconosciuta, si occupa di affrontare in modo nuovo tutte le tematiche inerenti alla vita studentesca, dall'attualità alla cultura, rileggendole con i linguaggi più adatti al mondo giovanile.

La web radio è stata occasione per istituire un Laboratorio di radiofonia e produzione multimediale promosso da IUSVE, e per aprire le porte della web radio ("Cube Radio") e dar voce ai giovani, ma anche per imparare a gestire i livelli di energia, lo spazio scenico, la modulazione vocale e la redazione delle notizie.

Si tratta di un percorso formativo e partecipativo fatto di incontri teorici, prove pratiche e giochi teatrali, per approcciarsi al mondo della radiofonia e a tutte le tematiche ad essa collegate (giornalismo, dizione, speakeraggio, regia, web communication).

3.3 #IUSVESocialTEAM

Lo #IUSVESocialTEAM si caratterizza come occasione per gli studenti di partecipare ad eventi nazionali di grande rilevanza, mettendosi in gioco e imparando a confrontarsi con le tematiche legate all'innovazione, al mondo del digital e del social.

Ogni studente IUSVE, a seguito di una formazione sulle logiche della comunicazione digitale e sulle piattaforme social, può infatti entrare a far parte del team e scegliere i diversi eventi annuali ai quali partecipare. L'obiettivo e l'intento principale sono quelli di permettere agli studenti di mettere in pratica, sul campo, le nozioni apprese sul mondo social&digital, permettendogli allo stesso tempo di restare informati sulle novità e sui trend futuri del mondo comunicativo. Per gli organizzatori è un'opportunità per confrontarsi con il mondo giovanile, fautore e promotore del digitale, e allo stesso tempo ampliare la portata mediatica dell'evento.

Nei diversi anni, lo #IUSVESocialTEAM è stato presente a eventi quali: Digitalmeet, Web Marketing Festival, Web Marketing Training, SEO&Love, Social Media Marketing + Digital Communications Day, Social Media Strategies, StartUp Italia, Meeting di Rimini e tanti altri.

3.4 FOCUS

I Focus sono delle occasioni preziose, incontri realizzati dai docenti IUSVE che affrontano un particolare argomento nuovo, innovativo, di loro competenza specifica, e spesso frutto di collaborazioni tra più docenti che creano un incontro multidisciplinare. Altre volte sono appuntamenti con professionisti che portano una esperienza lavorativa interessante per un gruppo ristretto di studenti, incontri personali con dei professionisti qualificati, con la possibilità di porre domande e di interfacciarsi direttamente con loro. Per la preparazione globale del laureando, i focus sono opportunità importanti e stimolanti. Sono inoltre parte integrante del corso da frequentare e modalità per approfondire tematiche d'interesse o per conoscere nuove realtà del territorio.





QUANDO QUALCUNO DICE:
"QUESTO LO SO FARE ANCH'IO"
VUOL DIRE CHE LO SA RIFARE ALTRIMENTI
LO AVREBBE GIÀ FATTO PRIMA.

BRUNO MUNARI

CONGRADUATION 4.

CONgraduation

CONgraduation Awards

4. CONgraduation

La festa di **CONgraduation** è un momento particolare della tradizione accademica IUSVE che si tiene ogni anno nel mese di giugno e viene ospitata in una location di prestigio. Un'occasione per far **incontrare il mondo dell'università e quello del lavoro, studenti e imprese che collaborano con noi.**

La festa dei laureati della Laurea Triennale in Scienze e tecniche della comunicazione grafica e multimediale e dei corsi di Laurea Magistrale in *Creatività e Design della comunicazione* e in *Web Marketing & Digital Communication* si svolge per **presentare i neolaureati alle aziende, creare momenti di networking e occasioni di crescita reciproca.** Durante l'evento, non manca infatti l'aspetto umano e conviviale nel ritrovarsi fra vecchi compagni di corso e docenti del più vicino passato, per scambiarsi esperienze e opinioni.

Il **Book CONgraduation**, che contiene i profili di tutti i laureati e i loro lavori più significativi, viene consegnato in questa serata a tutti gli studenti laureati, ai docenti dei corsi di Comunicazione e alle realtà lavorative presenti. **Uno strumento che permette ai laureati di presentarsi al mondo professionale per far conoscere il loro profilo e le loro capacità.**

I "**CONgraduation Awards**" sono un'iniziativa del Dipartimento di Comunicazione IUSVE con l'obiettivo di valorizzare e dare visibilità alle aziende partner che in questi anni hanno creduto nel progetto formativo IUSVE e si sono distinte per operato, innovazione e ricerca.

L'iniziativa mira a riconoscere e dare visibilità ai progetti innovativi, alle più efficaci forme di collaborazione e a tutte quelle esperienze davvero significative per gli studenti, per il territorio e per il mondo impresa.

- Awards Partnership Storica&Collaborazioni
- Awards alla Ricerca
- Awards Innovazione Aziendale
- Awards Progettazione

CON
GRADUATION

CON
GRADUATION
AWARDS





IL COMPITO DEL MARKETING È
TRASFORMARE LE ESIGENZE MUTEVOLI DELLE PERSONE
IN OPPORTUNITÀ VANTAGGIOSE.

IL SUO SCOPO È CREARE VALORE PROPONENDO
SOLUZIONI MIGLIORI, FACENDO RISPARMIARE
ALL'ACQUIRENTE FATICA E TEMPO PER LA RICERCA
E LA TRANSAZIONE
E OFFRENDO ALLA COMUNITÀ
IL PIÙ ELEVATO BENESSERE.

PHILIP KOTLER

MONDO IMPRESA & COLLABORAZIONI ACCADEMICHE

5.

Tirocinio e Project Work 5.1
p. 34 - 35

Workshop Triennale 5.2
p. 36 - 37

Lab Magistrale 5.3
p. 38 - 41

Eventi e Patrocini 5.4
p. 42 - 43

Job Placement IUSVE 5.5
p. 44 - 45

IUSVE LAB 5.6
p. 46 - 47

5.1 Tirocinio e Project Work

Un filo diretto con il mondo del lavoro

TIROCINIO

Il nostro Istituto Universitario richiede che lo studente, prima di laurearsi, svolga **250 ore di tirocinio curriculare** in un ambiente esterno all'università.

Si richiede l'eventuale disponibilità ad accogliere uno o due studenti laureandi da affidare ad un tutor aziendale che, in accordo con il responsabile dell'Università per il tirocinio, metta il tirocinante nella condizione di conoscere l'ambiente di lavoro, portare un contributo secondo le conoscenze e abilità acquisite, ma soprattutto **confrontarsi con la realtà lavorativa e verificare la propria preparazione sul campo.**

CONTATTI

Dott.ssa Chiara Bertato - c.bertato@iusve.it
Coordinatrice Tirocini triennale - sede di Venezia
Dott.ssa Emilia Brovero - e.brovero@iusve.it
Coordinatrice Tirocini triennale - sede di Verona

PROJECT WORK

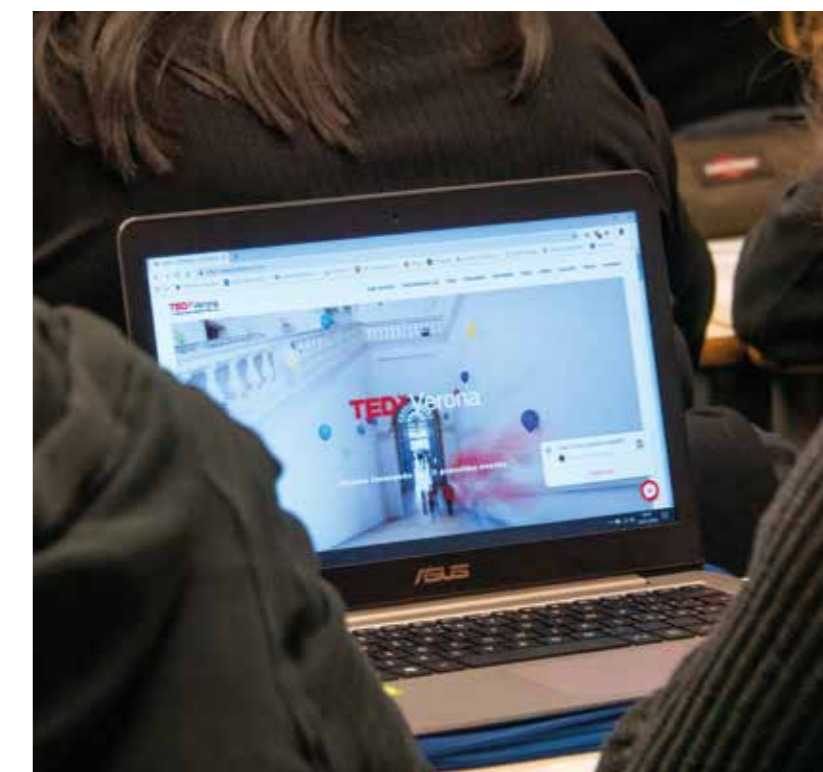
Lo studente, prima di laurearsi, deve svolgere un **progetto di ricerca e sviluppo**, in un ambiente esterno all'università, in un **tempo non maggiore di tre mesi.**

Un singolo o un gruppo di studenti si impegnano nello studio di un progetto che risulti utile ed interessante per l'implementazione della strategia di marketing e della comunicazione d'impresa.

Lo studente non dovrà presenziare fisicamente in azienda. La collaborazione con il singolo o con il team di studenti è da concordare rispetto al progetto e alle tempistiche di realizzazione. In azienda, si concorderanno degli **incontri di allineamento e di revisione sullo stato di avanzamento del progetto con il tutor aziendale di riferimento.**

CONTATTI

Dott.ssa Chiara Bertato - c.bertato@iusve.it
Coordinatrice Project work - sede di Venezia
Dott. Nicolò Cappelletti - n.cappelletti@iusve.it
Coordinatore Project work - sede di Verona



5.2 Workshop Triennale

Un filo diretto con il mondo del lavoro

WORKSHOP - LE IDEE NON DORMONO MAI

“Le Idee Non Dormono Mai” è il workshop organizzato dal corso di Laurea in “Scienze e Tecniche della Comunicazione grafica e multimediale” nel mese di settembre.

Quest’esperienza vede coinvolte una serie di **aziende del territorio e tutti gli studenti del terzo anno**. Per la durata di una settimana, gli studenti, suddivisi in gruppi, lavorano su un progetto di comunicazione generale, simulando una situazione lavorativa quanto più reale possibile. L’utilizzo del progetto, al termine del contest è a discrezione dell’azienda.

Nel 2019 si è tenuta la 1° edizione del **Gran Galà de “Le Idee Non Dormono Mai”** che si configura come la fase finale del workshop. In questa occasione vengono presentati i progetti che hanno superato la prima fase di selezione da parte delle aziende. Al termine della serata, **un unico progetto vincitore verrà selezionato dalla Giuria tecnico-valutativa**.

CONTATTI

Dott. Nicolò Cappelletti – n.cappelletti@iusve.it
Responsabile Corporate Relations & Partnerships
IUSVE Dipartimento di Comunicazione

1

BRIEF IN AZIENDA E
LAVORO PROGETTUALE

2

REVISIONE CON
L’AZIENDA E
PRESENTAZIONI FINALI

3

GRAN GALÀ



5.3 Lab Magistrale

Un filo diretto con il mondo del lavoro

LAB

I corsi di laurea Magistrale del Dipartimento di Comunicazione dello IUSVE prevedono un **inter-scambio serrato tra la parte accademica e quella laboratoriale**. I LAB in particolare vogliono far sperimentare agli studenti le competenze apprese nei corsi frequentati durante il semestre e così permettere una prima valutazione della propria preparazione e delle rispettive inclinazioni.

Gli studenti, in team, agiscono come **vere e proprie agenzie di digital strategy; in competizione tra loro**, si confrontano con una sfida reale di marketing e comunicazione presentata in un brief completo da un'organizzazione partner di IUSVE.

LAB WEB

(Laboratory of Art and Web Communication)

- **1° anno**
Social media marketing LAB. Il Laboratorio vuole sviluppare le conoscenze e le competenze necessarie a gestire le opportunità offerte dai social media in modo strategico, attraverso il corretto utilizzo dei vari canali all'interno di un piano di comunicazione integrato e la declinazione di uno stile comunicativo appropriato all'ambiente digitale.
Obiettivo finale è rendere ogni studente capace di generare e presentare un progetto completo di Social Media Marketing nel rispetto di modelli e metodologie solide, ma con attenzione innovazione e creatività (dall'analisi al ROI).

L'esperienza insegna anche a lavorare in team e gestire tempi e priorità, a praticare il public speaking e la comunicazione persuasiva, a riconoscere e implementare le migliori tecniche social e digital.

Web marketing LAB. L'obiettivo del Laboratorio in Web marketing è quello di esplorare tattiche e strategie pratiche finalizzate all'acquisizione di nuovi lead o di nuovi fan, attraverso l'analisi degli strumenti più avanzati di monitoraggio e pianificazione di campagne di social media marketing alla comprensione degli aspetti di pianificazione dei contenuti (content strategy).

- **2° anno**
Unconventional marketing LAB. Il laboratorio di Unconventional marketing abilita lo studente ad applicare tutte le teorie e i casi studio affrontati nel corso caratterizzante. Gli studenti sono guidati nella realizzazione vera e propria di: installazioni e allestimenti di Guerrilla marketing; produzione multimediale di video virali; realizzazione di campagne pubblicitarie di emotional marketing e gaming; pubblicità per settorializzazioni di pubblico tribale; presentazione aziendale della tecnica non convenzionale scelta; street marketing; ambient media; flashmob e social mob. Gli studenti selezionano quelli più idonei alla tematica proposta, individuano possibili integrazioni crossmediali e conducono il progetto fino alla sua realizzazione finale.

LAB COM

(Laboratory of Art and Basic Communication)

- **1° anno**
Brand management e corporate identity LAB. Questo laboratorio punta ad affrontare la creazione, la pianificazione e la realizzazione di tutte le attività di comunicazione necessarie a supportare una politica di marca in un contesto aziendale. Si impara a mettere in pratica gli strumenti del marketing per segmentare il mercato di riferimento e offrire risposte su misura, a gestire tutta la comunicazione integrata d'impresa, usando con competenza i vecchi e i nuovi media in modo coerente e in modo da rafforzare l'identità di marca, e a svolgere le analisi necessarie per valutare l'efficacia della comunicazione.
I contenuti saranno: le nuove sfide per il brand management; i vettori di sviluppo; la brand equity: un modello evolutivo; brand building: la costruzione della marca; la scelta dei brand elements, brand value management; brand extension: come rendere operativo il potenziale di crescita della marca; branding on line: come sfruttare le opportunità delle reti digitali; retail branding: come gestire la marca nei nuovi scenari distributivi; international branding: come gestire la globalizzazione della marca tra diversità culturali e brand migration; la misurazione della brand equity: come monitorare e comunicare lo sviluppo del valore della marca

Creativity and graphic design LAB. Il laboratorio serve a realizzare progetti di graphic design rispondendo agli stimoli messi in campo dal corso teorico. Potranno essere proposti dei progetti di ambito sociale, commerciale, culturale per lavorare su due piani: il piano approfondito dell'analisi, della ricerca contenutistica e stilistica, la pianificazione di un progetto di total design integrato utilizzando tutti gli strumenti che oggi si ritengono essenziali e il piano esecutivo della correttezza della realizzazione.

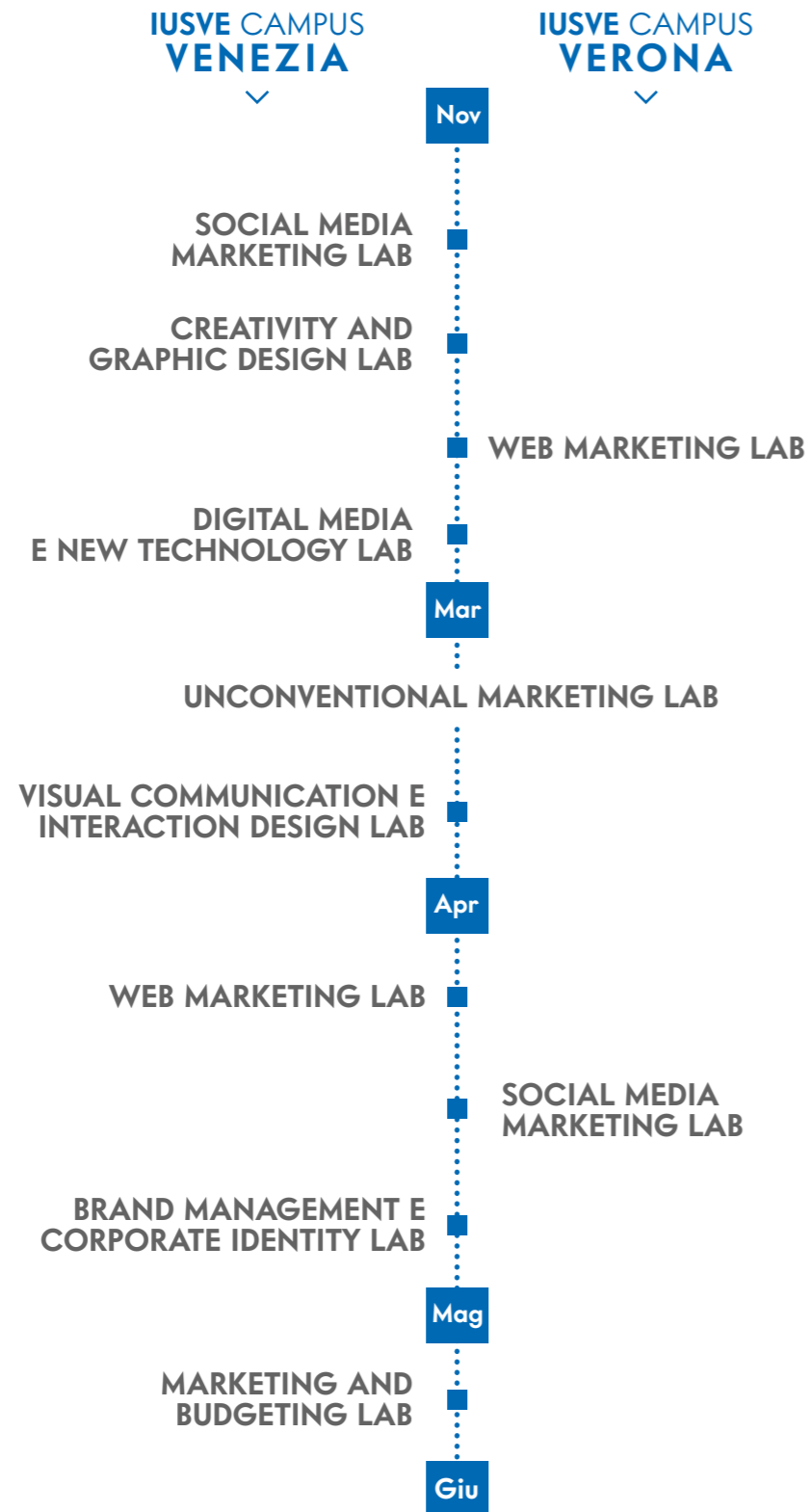
Marketing and budgeting LAB. Si tratta di realizzare un marketing planning completo di tutti i dati di contabilizzazione del budget preventivo di spesa relativo ad un progetto di comunicazione definito: l'analisi del piano di marketing generale legato alle strategie aziendali, la pianificazione del budget in relazione al piano strategico e la parte finale della strategia attuativa, operativa.

- **2° anno**
Digital media e new technology LAB. Il laboratorio cerca di far analizzare complesse articolazioni di piani di comunicazione digitale e progettare strategie e forme di ottimizzazione con le tecniche e i linguaggi più adatti e opportuni rispetto ai contesti e settori di riferimento.
Visual communication e interaction design LAB. In questo laboratorio si cerca di percorrere tutte le fasi del prodotto video dall'ideazione alla realizzazione. Facendo uso dei software di riferimento, gli studenti possono mettersi in gioco rispetto ai diversi obiettivi, stili, modalità e mezzi a disposizione, oltreché rispetto ai target a cui si rivolgono.

CONTATTI

Dott. Nicolò Cappelletti – n.cappelletti@iusve.it
Responsabile Corporate Relations & Partnerships
IUSVE Dipartimento di Comunicazione

5.3.1 Calendario Laboratori



5.4 Eventi e Patrocini

Lo IUSVE promuove e partecipa ai principali eventi sul territorio nazionale con tematiche affini ai propri operati di ricerca, formazione e insegnamento. Forte di una presenza capillare sui maggiori eventi di stampo comunicativo, lo IUSVE collabora attivamente **prevedendo di volta in volta un supporto ad hoc e strutturato sulle esigenze degli organizzatori e sulle opportunità dell'evento.**

La presenza accademica offre la possibilità agli organizzatori di avere un **supporto sia di stampo contenutistico**, con la possibilità di coinvolgere il corpo docenti, **sia di stampo comunicativo**, sviluppando dei progetti legati al mondo social & digital assieme agli studenti.

Nei diversi anni, sono state molte le occasioni che hanno permesso un reciproco scambio di valore, per l'università che può restare aggiornata sui trend in atto del settore, e per gli organizzatori che possono contare su un supporto professionale e su un coinvolgimento attivo degli studenti.

Le aree nelle quali è possibile sviluppare un progetto legato al mondo degli eventi riguardano: **sviluppo strategie social e digital, corporate identity, creazione contenuti di valore per la promozione dell'evento, attività di digital copywriting, video communication, live twitting, web radio e coinvolgimento docenti per interventi.**

Lo IUSVE, previa richiesta ufficiale, è disponibile a rilasciare il **Patrocinio all'evento**. Un riconoscimento e un valore aggiunto all'evento, che potrà pertanto usufruire del logo ufficiale e garantirsi visibilità tramite i canali ufficiali IUSVE.

CONTATTI

Dott. Nicolò Cappelletti – n.cappelletti@iusve.it
Responsabile Corporate Relations & Partnerships
IUSVE Dipartimento di Comunicazione

I maggiori eventi con i quali abbiamo collaborato:



1
INCONTRO
CONOSCITIVO

2
RILASCIO
PATROCINIO

3
COINVOLGIMENTO
E LIVE EXPERIENCE
CON STUDENTI



5.5 Job Placement IUSVE

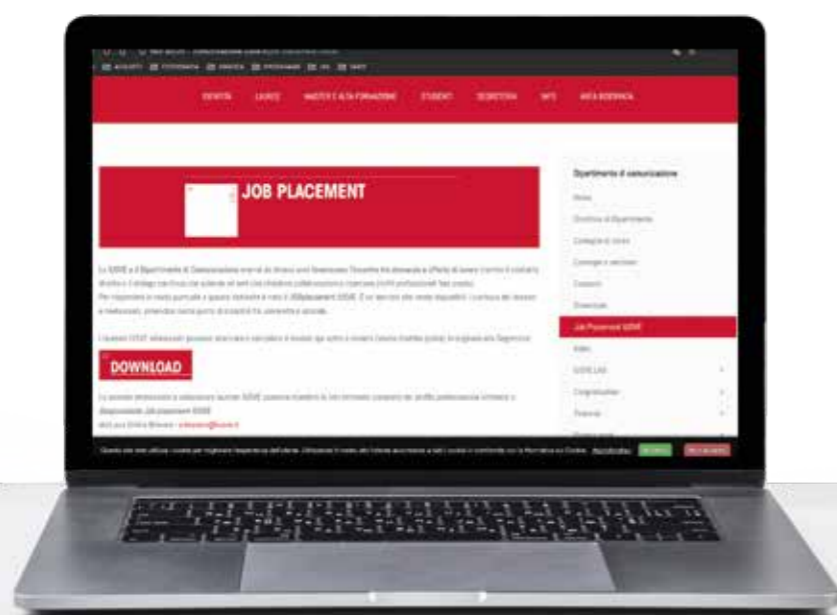
PER UN FUTURO PROFESSIONALE

Lo IUSVE e il Dipartimento di Comunicazione ormai da diversi anni **favoriscono l'incontro tra domanda e offerta di lavoro** tramite il **contatto diretto e il dialogo continuo con aziende ed enti che chiedono collaborazioni e ricercano profili professionali ben precisi**. Per rispondere in modo puntuale a queste richieste è nato il Job Placement IUSVE, un servizio che rende disponibili i curricula dei laureati e neolaureati, ponendosi come punto di incontro fra università e aziende.

I laureati IUSVE potranno compilare il modulo con i loro dati, mentre le aziende interessate potranno mandare comunicazione del profilo professionale che stanno cercando.

CONTATTI

Dott.ssa Emilia Brovero - e.brovero@iusve.it
Coordinatrice Laurea Triennale
Dipartimento di Comunicazione



5.6 IUSVE LAB

Centro di ricerca, innovazione e creatività per la comunicazione

IUSVE LAB è il nuovo **centro di eccellenza per la comunicazione dell'Istituto Universitario IUSVE che si rivolge a istituzioni, organizzazioni e imprese del territorio.**

L'obiettivo primario è favorire la condivisione di conoscenza e la partnership con soggetti del mondo esterno per costruire progetti comunicativi innovativi e capaci di rispondere alle nuove grammatiche del linguaggio e delle tecnologie digitali.

La sfida è quella di scommettere sui giovani talenti del nostro Istituto Universitario per affidare loro il compito di comunicare valore attraverso la **ricerca di nuove forme espressive.**

Per ogni singolo progetto viene costituito un **"best team"** formato da un gruppo multidisciplinare di **studenti e docenti.** A tale gruppo prendono parte anche imprenditori o manager d'azienda per condividere le varie sessioni di lavoro.

Gli studenti sono selezionati dopo aver presentato la loro candidatura al bando lanciato sul sito IUSVE relativo a ogni singolo progetto. **La selezione avviene su base meritocratica e sulle competenze maturate nei diversi percorsi di studio.** Gli studenti selezionati sono remunerati secondo i parametri di legge in base al carico orario.

Il lavoro degli studenti gode, in questo modo, di un riconoscimento anche dal punto di vista economico. I docenti inseriti nel team, tutti professionisti dei vari ambiti della comunicazione, hanno il compito di supervisionare il lavoro fino alla presentazione finale.

La partnership strategica con IUSVE LAB **permette ai soggetti partner di beneficiare** del campus universitario IUSVE in termini di **capitale umano, incontri di formazione, eventi dedicati, occasioni di confronto.**

CONTATTI

Dott.ssa Maria Pia Favaretto – m.favaretto@iusve.it
Direttrice di IUSVE LAB





DIPARTIMENTO DI COMUNICAZIONE



lauree triennali:

- Advertising & Marketing
- Digital & Graphic Design



lauree magistrali:

- Creatività e Design della comunicazione
- Web Marketing & Digital Communication

DIPARTIMENTO DI PEDAGOGIA



lauree triennali:

- Scienze dell'educazione:
- Educatore professionale sociale
- Educatore dei servizi educativi per l'infanzia



lauree magistrali:

- Governance del welfare sociale
- Progettazione e gestione degli interventi socio-educativi
- Scienze pedagogiche

DIPARTIMENTO DI PSICOLOGIA



laurea triennale:

- Psicologia dell'educazione



laurea magistrale:

- Psicologia clinica e di comunità

MASTER UNIVERSITARI



- Communication & Digital Journalism 4.0
- Counselling educativo
- Criminologia, Psicologia investigativa e Psicopedagogia forense
- Food & Wine 4.0: Web Marketing & Digital Communication
- Sessuologia - Consulenza ed Educazione sessuale
- Psicologia dello sport

OPEN DAY 2020

CAMPUS DI MESTRE

- sabato 8 febbraio 2020
- sabato 7 marzo 2020
- sabato 4 aprile 2020
- sabato 4 luglio 2020
- sabato 18 luglio 2020
- sabato 25 agosto 2020

CAMPUS DI VERONA

(Dipartimento di Comunicazione)

- venerdì 7 febbraio 2020
- venerdì 6 marzo 2020
- venerdì 3 aprile 2020
- venerdì 3 luglio 2020
- venerdì 17 luglio 2020
- lunedì 24 agosto 2020

Open Day e presentazione dell'offerta formativa

Inizio in plenaria alle 17.30 fino alle 18.30. Per partecipare all'Open Day è necessario iscriversi nel sito www.iusve.it/open-day

comunicazione.iusve.it



REALIZZAZIONE

Ufficio Corporate Relations & Partnerships - IUSVE
Graphic designer Rachele Nicolis e Francesca Fantoni
Fotografie Andrea Piovesan e Luca Chiavegato

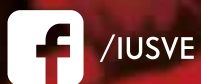
Tutti i soggetti fotografati sono studenti appartenenti ai corsi di laurea dello IUSVE
© IUSVE 2020
Istituto Universitario Salesiano Venezia

CAMPUS DI MESTRE

Via dei Salesiani, 15
30174 Venezia (VE)
frontofficemestre@iusve.it

CAMPUS DI VERONA

Regaste San Zeno, 17
37123 Verona (VR)
frontofficeverona@iusve.it



www.iusve.it

