



Laurea Magistrale
Web marketing e
digital communication

OPZIONALI
2019/2020
CAMPUS DI VERONA

INSEGNAMENTO	DOCENTE	ECTS	ORE
Intelligenza linguistica	Talamonti Luca Andrea	3	24

Obiettivi

Fornire potenti strumenti, finalizzati a utilizzare la comunicazione verbale in modo autorevole, efficace e persuasivo in ogni tipo di contesto e con interlocutori diversi.

Veicolare importanti tecniche linguistiche, orientate a generare campi di assenso nel cervello di chi ascolta, migliorare i rapporti e creare empatia.

Adottare una nuova "pulizia linguistica", in grado di produrre benefici per lo stato emotivo e le convinzioni proprie e delle persone con cui ci si relaziona.

Prerequisiti richiesti

Nessuno.

Contenuti del corso

- La differenza tra informare e comunicare.
- L'importanza della comunicazione verbale.
- Il legame tra le parole, gli stati emotivi e le azioni che ne conseguono.
- Parole energetiche: cosa dire per generare suggestioni positive nel cervello di chi ascolta.
- Parole energivore: cosa evitare di dire, per non rovinare la relazione.
- Verbi energetici ed energivori: l'insegnamento dei Neuroni Specchio applicato alla comunicazione verbale.
- Parole piccole, ma potenti: congiunzioni, avversative, uso del "non".
- Lo strumento linguistico più efficace: la cornice perché.
- Il reincorniciamento (reframing) verbale: trasformare parole e frasi energivore in parole e frasi energetiche, mantenendo il significato.
- Il linguaggio dell'autorevolezza, della persuasione e della leadership.
- La percezione delle parole.
- L'ordine delle parole.
- I Truismi: generare campi di assenso nella mente dell'interlocutore.
- I Gruppi di 3: una tecnica efficace, vantaggiosa, sorprendente.
- I principali Metaprogrammi: come andare ad agire sulle leve decisionali delle persone.
- Le più efficaci Sleight of Mouth: potentissime frasi in grado di sgretolare le convinzioni limitanti degli interlocutori.
- Parlare alle categorie di persone codificate dalla Programmazione Neuro Linguistica (PNL), Codice Classico: quelle prevalentemente Visive, Auditive o Cinestesiche.
- Parlare ai 3 cervelli, con le giuste sequenze linguistiche e nel giusto ordine.

Metodologia

Lezioni teoriche frontali e interattive, con slide di supporto.

Utilizzo di elementi multimediali, quali musica e filmati, per audio e video training.

Esercitazioni pratiche individuali, a coppie e a gruppi, seguite da *feedback* da parte del docente.

Esercizi scritti da fare a casa tra una lezione e l'altra, con feedback individuale del docente via mail.

Modalità d'esame

L'esame si terrà nella forma di interrogazione orale.

Apporto specifico al profilo professionale

L'Intelligenza Linguistica permette di potenziare enormemente l'uso della comunicazione verbale, regalando autorevolezza, efficacia e flessibilità dialettica in contesti eterogenei e con interlocutori diversi. La maggior parte degli strumenti trasmessi è di grande utilità anche nella comunicazione scritta.

Attività applicative

Nel corso saranno presenti diverse esercitazioni, finalizzate a mettere subito in pratica gli strumenti e le tecniche trasmesse dal docente.

Le esercitazioni saranno orali e scritte e si svolgeranno a coppie e a gruppi.

Si prevede anche un'esercitazione individuale, da svolgersi per iscritto.

Contatti

l.talamont i@iusve.it

Orario ricevimento

Il docente è a disposizione un'ora prima dell'inizio della propria lezione a calendario previo accordo via mail.

Bibliografia**Testi obbligatori di riferimento**

OZACCHIELLO P., *Parole per vendere*, Milano, Unicomunicazione.it, 2018

DILTS R., *Il potere delle parole e della PNL*, Milano, Unicomunicazione.it, 2004

Testi di approfondimento necessari

MOINE D., Lloyd K., *Vendita ipnotica*, Milano, Sangiovanini's Strategies Edizioni, 2010

RICHARDSON J., *Introduzione alla PNL*, Milano, Unicomunicazione.it, 2009

SINATTI M., *Parole che guariscono, parole che fanno ammalare*, Milano, Aska, 2016.

Testi di approfondimento facoltativi

BANDLER R. & FITZPATRICK O., *PNL è libertà*, Milano, Unicomunicazione.it, 2009

TALAMONTI L.A., *Come e perché odiare amare la gente*, Cervia, Eifis Editore, 2015/2019

INSEGNAMENTO	DOCENTE	ECTS	ORE
Organizzazione di eventi e ufficio stampa	Rossato Cristiana	3	24

Obiettivi

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti necessari e le conoscenze specifiche per operare all'interno del settore dell'*organizzazione eventi*. Agli studenti verranno trasmesse competenze metodologiche e pratiche necessarie per l'organizzazione, la programmazione, la gestione e la comunicazione di un evento. Particolare attenzione verrà posta nelle fasi di ideazione e progettazione, e successivamente a quelle di pianificazione, gestione economica e di comunicazione. Il corso inoltre intende fornire gli strumenti necessari per la creazione e la gestione di un *ufficio stampa*, in grado di occuparsi della stesura di un piano di comunicazione. Verranno altresì trasmesse le modalità organizzative del lavoro, le tecniche per il raggiungimento di risultati efficaci e la corretta gestione della comunicazione sia tradizionale che nell'era multimediale.

Prerequisiti richiesti

Nessuno.

Contenuti del corso

Le diverse tipologie degli eventi

Progettare un evento:

- analisi dello scenario;
- individuazione degli obiettivi;
- profilo dei partecipanti;
- fase preliminare, intermedia, esecutiva, conclusiva;
- aspetti organizzativi;
- programmi e contenuti;
- promozione;
- pubblicità e comunicazione dell'evento.

Comunicare l'evento:

- la struttura della comunicazione;
- definizione e ruolo dell'ufficio stampa;
- gli strumenti della comunicazione;
- i mezzi di informazione: tipologie e caratteristiche;
- la scelta dei media secondo la tipologia dell'evento;
- le potenzialità del web per l'ufficio stampa;
- comunicato stampa e *press kit*;
- organizzare una conferenza stampa;
- il post evento;
- la rassegna stampa e la valorizzazione del lavoro svolto.

Il *fund raising*.

Finanziamenti e sponsorizzazioni nell'organizzazione di eventi.

Parte pratica: progettazione di un evento sulla base di un *brief assegnato dal docente*.

Metodologia

Lezioni frontali e illustrazione di alcune case history. Esercitazioni in classe su casi reali.

Focus

Il corso prevede alcuni momenti di approfondimento durante i quali il docente, con l'intervento di professionisti del settore comunicazione, illustrerà alcuni dei progetti più significativi che riguardano la sua attività professionale: eventi, convegni e attività di ufficio stampa per aziende e attività culturali.

Modalità d'esame

L'esame consiste in un test scritto sui testi in programma e la presentazione di un progetto relativo ad un evento, sviluppato singolarmente o a piccoli gruppi, sulla base di un brief di ricerca, simulando quanto avviene nella prassi aziendale.

Apporto specifico al profilo professionale

Il corso intende fornire la capacità d'analisi, decodifica e utilizzo dei linguaggi propri della materia ed

inoltre, le conoscenze multidisciplinari che permettono di progettare e comunicare in modo adeguato un evento.

Attività applicative

Durante il corso, gli studenti stenderanno un brief specifico, relativo al progetto d'esame sulla base del brief generale assegnato dal docente. Per l'esame orale, gli studenti realizzeranno una presentazione del loro progetto tramite slide e un book di progetto stampato da consegnare al docente.

Contatti

c.rossato@iusve.it

Orario ricevimento

La docente riceve su richiesta degli studenti accordandosi preventivamente via mail.

Bibliografia

Testi obbligatori di riferimento

DE VINCENTIIS M., *Teoria e Pratica degli uffici stampa*, FrancoAngeli, Milano 2005

RE P., *Event Management*, Giappichelli Editore, Milano 2007

Testi di approfondimento

AA.VV., *Piccolo Manuale di Ufficio Stampa*, Modern Publishing House, 2010

CARLI M., *Organizzare un convegno. Manuale operativo*, Hoepli 2007

CHIEFFI D., *Online media relations. L'ufficio stampa su internet ovvero il web raccontato ai comunicatori*, Il Sole 24 Ore 2011

COCCO R., *La magia degli eventi*, Sperling & Kupfer 2007

PECCHENINO M., *Organizzare gli eventi*, Il Sole 24 Ore, 2002

TAVALAZZI P., REGINA P., *Organizzare eventi tra tecnica e cuore*, Castelvevchi 2012



CAMPUS DI VENEZIA-MESTRE

via dei Salesiani, 15
30174 Venezia - Mestre (VE)
didattica.comunicazione@iusve.it

CAMPUS DI VERONA

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

www.iusve.it
comunicazione@iusve.it

