

CORSO ONLINE: DIGITAL STORYTELLING - 100 ORE

Descrizione del corso

Lo **storytelling** è un'ottima **strategia di comunicazione**, l'unione di due capacità di uno scrittore: saper raccontare, arricchendo la narrazione chiarendo i concetti e dando personalità al testo, e saper trasmettere emozioni al testo e di conseguenza al lettore.

L'efficacia del racconto, risiede nel parlare alle emozioni, criteri decisionali fondamentali per clienti, utenti e consumatori.

Il racconto che ci accompagna fin da bambini è oggi uno strumento indispensabile di comunicazione strategica per imprese e professionisti.

L'*"impresa narrativa"* è uno strumento per arrivare ai propri interlocutori non solo attraverso il marketing e la pubblicità, ma anche tramite il management. La capacità di raccontare - verso l'esterno o all'interno dell'organizzazione- **una storia che caratterizza la propria azienda, il proprio team o se stessi**, tende ad essere un aspetto sempre più rilevante nella comunicazione.

E' indispensabile comprendere le logiche e l'utilità dello Storytelling, che cos'è e perché è importante per le aziende, i brand e il personal brand.

Cos'è e come funziona lo storytelling: in particolare come si capirà come sfruttarlo per creare dei brand.

Gli strumenti per costruire uno storytelling: si andrà ad analizzare uno per uno gli strumenti essenziali per creare uno storytelling.

Come trovare la giusta narrazione: in quanto esseri viventi che si relazionano e comunicano ogni istante della nostra vita andremo a vedere come si crea una giusta narrazione per vendere.

Storytelling e persuasione: andremo ad indagare le basi del neuromarketing e come funziona e quali sono i trigger che attivano il nostro cervello.

Obiettivi:

L'obiettivo del corso è fornire ai partecipanti consapevolezza sullo strumento "racconto".

- Saper utilizzare lo storytelling nelle proprie differenti comunicazioni per valorizzare i messaggi da trasferire, utilizzando gli schemi universali della narrazione
- Saper catturare l'adesione emotiva degli interlocutori attraverso la propria comunicazione.
- Saper trasferire conoscenze ed esperienze rinforzando la parte coinvolgente del proprio modo di raccontare l'impresa e di raccontarsi, correlando lo storytelling con il pitching.

PROGRAMMA

Artomenti di studio | Digital Storytelling

MODULO 1 | Storytelling

- Cos'è lo storytelling;
- Chi l'ha inventato;
- Chi lo può utilizzare;
- Storytelling aziendale;
- Consigli pratici per la narrazione;
- Gli strumenti per costruire uno storytelling;
- Storytelling design;
- Le componenti essenziali dello storytelling;
- Tips veloci per una narrazione coerente e coinvolgente;
- Lo storyboard e lo schema del conflitto;
- Come utilizzare parole e immagini;
- Come trovare la giusta narrazione;
- Marketing e creatività;
- Come sfruttare la creatività;
- Clustering emotivo;
- Esempi pratici;
- Storytelling e persuasione;
- La comunicazione;
- I 3 cervelli umani;
- Comunicare al cervello rettile;

MODULO 2 | Luxury Storytelling Marketing

- L'evoluzione dello Storytelling nell'era digitale e dei Social Media;
- Case History.
- L'importanza dello Storytelling;
- The abundant rarity concept;
- Enterprice;
- E-Future;
- Brand Overview;
- The Campaign Aims;
- The Digital Promotion;
- How Brands talk to Consumers.

MODULO 3 | Case Study| Stella McCartney

- Brand Overview
- The Campaign Aims
- The Digital Promotion

MODULO 4 | Comunicazione

- How Brands talk to Consumers

MODALITA' DI SVOLGIMENTO

Il corso si svolge in modalità **online** con video **lezioni on demand** disponibili h 24.

Le lezioni registrate possono essere riviste in qualsiasi momento, collegandosi alla piattaforma MOODLE : <https://www.unidcampus.com> ed accedendo con le credenziali ricevute attraverso il nostri siti <https://www.eurosofia.it/>; <https://www.unidformazione.com> e <https://www.unidprofessional.com>

METODOLOGIE

Coinvolgimento dei partecipanti attraverso discussioni, confronti, proposte, esercitazioni pratiche.

Al termine del corso i partecipanti potranno realizzare un project work, sperimentare ciò che hanno appreso durante il corso di formazione.

Lo scopo è quello di migliorare le competenze professionali, trovare soluzioni adeguate al percorso scelto; gli strumenti opportuni e gli obiettivi da raggiungere.

Risorse di approfondimento e dispense scaricabili, slides power point.

MAPPATURA DELLE COMPETENZE

- Saper applicare le conoscenze che sostengono i temi e le dinamiche inerenti al Digital Storytelling
- Accrescere la conoscenza dei partecipanti per renderli più consapevoli e preparati relativamente alla comprensione delle svariate e nuove applicazioni delle tecniche e le strategiche del Digital Storytelling
- Saper gestire l'universo complesso e articolato degli obiettivi da raggiungere.
- Sviluppo delle competenze connesse alle nuove sfide del leader circa le strategie di marketing basate sulla comunicazione.

VERIFICA DELLE CONOSCENZE

Sono previste due tipologie di verifiche, mediante test a risposta multipla:

- **Verifica dell'auto-apprendimento dei corsisti**

Sono previste esercitazioni intermedie ed una verifica finale, al termine della quale sarà possibile scaricare l'attestato di partecipazione

- **Verifica della CustomerSatisfaction**

E' prevista una valutazione del livello di gradimento del corso

DESTINATARI

Docenti scuola infanzia, Docenti scuola primaria, Docenti scuola secondaria I grado, Docenti scuola secondaria II grado, Dirigenti scolastici, referenti di istituto, funzioni strumentali, figure di coordinamento.

Il corso si rivolge anche a tutti i professionisti che lavorano nell'ambito scolastico, educativo e sociale che sono interessati ad aggiornare le proprie competenze.

- Non ci sono limiti di età.

ATTESTATO

L'attestato di partecipazione, **ricosciuto dal MIUR ai sensi della Direttiva 170/2016**, è scaricabile direttamente dalla piattaforma elearning, solo dopo aver superato i test di verifica ed il tempo richiesto al completamento del corso

COSTO

Prezzo di listino € 159,00

Sono previste scontistiche periodiche.