



Laboratorio **Linguaggi della progettazione digitale** (Corso CDL Magistrale COMPSI, II anno, II semestre, 3 CFU: 38 ore complessive; 20 svolte da A. Catolfi, 18 a contratto)

Tipo di incarico: **n. 18 ore didattica integrativa a titolo oneroso**

Docente coordinatore: Prof. Antonio Catolfi

Obiettivi formativi

Il laboratorio è un corso pratico che affronta lo studio e la progettazione di elementi fondamentali del panorama mediale contemporaneo come i prodotti audiovisivi seriali (spot, promo, trailer, corti, etc.) sviluppati su piattaforme online e i giochi digitali indirizzati ad un uso non esclusivamente ludico in relazione alle nuove forme pubblicitarie e ai contenuti pensati per il marketing digitale. Le tre sezioni in cui è suddiviso il laboratorio rappresentano soprattutto le forme dell'industria dell'intrattenimento contemporaneo legate ai diversi tipi di pubblicità innovativa caratterizzata dalla produzione online e dagli user generated content. Spot, promo, trailer, corti, web series e gli advergames costituiscono parti importanti delle nuove professioni mediali, alle quali sono legate nuove figure emergenti in pubblicità come videomaker, architetto dell'informazione, UX designer, digital strategist, crossmedia producer, urban game design specialist. Il laboratorio intende far acquisire agli studenti le conoscenze e le pratiche utili per realizzare vari prodotti pubblicitari e informativi in forma breve (e non) come video, web series, spot, trailer, videoclip, lipdub, documentari, promo, cortometraggi, videogiochi, advergame, servizi televisivi.

Il laboratorio è suddiviso in tre parti:

1. Introduzione al linguaggio audiovisivo multimediale. Le forme della regia e del videomaking; la gestione della costruzione di un prodotto video a scopo pubblicitario, ludico, informativo. Il processo ideativo: storytelling, sceneggiatura e storyboard. La narrazione seriale. Docente: Prof. Antonio Catolfi (10 ore).
2. Progettare, produrre e distribuire video e web series. Video, spot, trailer e web series come forme narrative, ludiche, pubblicitarie, informative e promozionali. Docente: Prof. Antonio Catolfi con ospiti professionisti (10 ore).
3. Il campo pubblicitario e videoludico. Progettare, produrre, girare e montare un video, spot, trailer o un advergame. La risoluzione pratica di problemi di ripresa, montaggio e postproduzione. Docente: un professionista a contratto (18 ore).

Oggetto dell'incarico

Svolgere n. 18 ore di didattica integrativa frontale per il laboratorio di linguaggi della progettazione digitale (Corso di laurea magistrale Compsi, 3 CFU, II anno) e i relativi esami nell'A. A. 2022/2023 secondo le indicazioni del programma dell'insegnamento laboratoriale. L'attività consisterà in una serie di lezioni frontali su tecniche di regia, riprese, editing (uso di software di montaggio) e postproduzione per realizzare uno spot, un video o un advergame. Ci dovranno essere esercitazioni pratiche all'interno del laboratorio di linguaggi della progettazione digitale che prevedano l'analisi di alcuni spot, video, trailer, videogiochi, ed in seguito la progettazione, produzione e postproduzione di uno spot, un trailer, un advergame o di un video includendo la risoluzione pratica di problemi di ripresa, montaggio e postproduzione attraverso tecniche fotografiche e uso di software ad es. del pacchetto Adobe Creative Cloud.



Laboratorio di **Pubblicità radiofonica, social network e gamification** (Corso CDL Magistrale COMPSI, 3 CFU, I anno, II semestre, 38 ore complessive)

Tipo di incarico: **n. 18 ore didattica integrativa a titolo oneroso**

Docenti coordinatori: Proff. Antonio Catolfi e Federico Giordano (i docenti coordinatori svolgeranno 10 ore di didattica ciascuno)

Obiettivi formativi

Il laboratorio ha come obiettivi formativi:

- 1) la comprensione dei concetti generali della pubblicità radiofonica, dei social network e della gamification.
- 2) L'acquisizione delle metodologie e pratiche di costruzione dello spot pubblicitario radiofonico.
- 3) Il saper utilizzare gli strumenti base del social networking e della gamification.
- 4) L'acquisizione delle tecniche di base della recitazione e del doppiaggio radiofonico.
- 5) la realizzazione di una serie di spot radiofonici.

Per questi motivi il laboratorio è suddiviso in tre parti (A, B, C):

1. La prima parte del laboratorio (A: 10 ore) analizzerà il rapporto tra pubblicità radiofonica e social network. Verrà condotta un'analisi su come la radio sia evoluta e completamente modificata con il digitale e con l'affermarsi dei social network come modalità comunicativa. La condivisione dei contenuti in questo campo è diventato uno degli elementi fondamentali per l'evoluzione del nuovo sistema radiofonico legato alla pubblicità. La prima parte (A: 10 ore) sarà condotta da uno dei coordinatori del laboratorio il Prof. Antonio Catolfi.
2. La seconda parte del laboratorio (B: 10 ore) sarà focalizzata tra mondo radiofonico e gamification, verrà condotta da uno dei due coordinatori il prof. Federico Giordano. Sarà svolta un'analisi tra advergaming, forme brevi, pubblicità radiofonica con esempi produttivi pratici e analisi di case studies.
3. La terza parte (C: 18 ore) sarà dedicata alla creazione in modo pratico sul campo di un annuncio radiofonico pubblicitario legato ai social network e alla gamification. La sezione del laboratorio verrà condotta da un professionista del settore, uno speaker/conduuttore e/o regista-produttore/doppiatore che farà realizzare agli studenti un messaggio pubblicitario radiofonico tenendo conto delle implicazioni con i social network e la gamification.

Oggetto dell'incarico

Svolgere n. 18 ore di didattica integrativa frontale per il laboratorio di Pubblicità radiofonica, social network e gamification (Corso di laurea magistrale Compsi, 3 CFU, I anno) e i relativi esami nell'A. A. 2022/2023 secondo le indicazioni del programma dell'insegnamento laboratoriale. L'attività consisterà in una serie di lezioni frontali sulla produzione radiofonica digitale e sulla creazione in modo pratico sul campo di uno o più annunci radiofonici pubblicitari legati ai social network e alla gamification e soprattutto sull'acquisizione delle tecniche di base della recitazione e del doppiaggio radiofonico anche attraverso l'uso di software dedicati. Il titolare della sezione del laboratorio farà



Università
per Stranieri
di Perugia

ALLEGATO A.2

quindi realizzare agli studenti uno o più messaggi pubblicitari radiofonici tenendo conto delle implicazioni svolte con i social network e la gamification nelle altre due parti dell'insegnamento.