writingplus

Scrittura Creativa.

Scheda tecnica

WritingPlus è un percorso formativo attraverso il mondo delle parole e della comunicazione. Con una equilibrata alternanza di teoria e pratica, il corso fornisce le chiavi per capire come dietro un lavoro pubblicitario ci sia sempre un processo articolato in cui i testi si fondono con le immagini e con la grafica per raggiungere gli obiettivi strategici della comunicazione.

Durata del corso
30 ore suddivise in lezioni frontali di 2 ore cadauna (2 mesi circa).

Docenti
Daniele Mocci.

Organizzazione dell'aula e didattica
Max 6/8 persone per classe con 1 docente. L'aula è dotata di videoproiettore e postazione PC per ciascun allievo. In omaggio, a ciascun partecipante, sarà consegnato il necessario materiale didattico.

Orari
Da definire in base alle esigenze degli iscritti.

Requisiti di base
Conoscenza della lingua e della grammatica italiana, conoscenza di base dell'uso del PC (in particolare dei programmi di videoscrittura come, p. es. Word), predisposizione al lavoro creativo.

Attestazione
Certificato di frequenza Informaticaplus.

Sbocchi professionali
Copywriter, account, ufficio stampa, marketing.

Corsi correlati
CreativePlus, VisualPlus, OfficePlus.

Costo
€ 500,00 Rateizzabili senza interessi o finanziabili, con possibilità di agevolazioni in caso di frequenza di più corsi Informaticaplus.

Via Garibaldi 3, 09025 Sanluri (CA)
Telefono (+39) 0707322919 **Mobile** 345 3280946 **Web** www.informaticaplus.it **eMail** info@informaticaplus.it

Argomenti trattati:

1. Imparare la creatività
2. La creatività come strumento di problem solving
3. La scrittura creativa: cenni generali su alcune diverse forme di scrittura in cui parole e immagini comunicano insieme (cinema, fumetto, pubblicità...)
4. Che cos'è la pubblicità
5. Che cos'è il target
6. Che cos'è un briefing
7. Il concept creativo
8. Che cos'è un brainstorming
9. Cenni sulla strategia di comunicazione
10. Lo stile. Esercizi di stile
11. Alcune figure retoriche
12. Gli elementi di un annuncio pubblicitario (headline - visual - bodycopy - brand - ecc.)
13. Scrivere una headline
14. Scrivere una body copy
15. Scrivere per il web
16. Cenni di scrittura pubblicitaria per la TV

L'elenco degli argomenti e il monte ore è puramente indicativo. Le lezioni possono subire variazioni o accorgimenti definiti in base alle effettive esigenze degli iscritti. È prevista una soluzione per il recupero delle ore eventualmente perse. In alcuni casi saranno proposte visite presso aziende del settore.
Durante il corso sarà possibile approfondire i concetti teorici acquisiti, misurandosi concretamente con progetti in essere presso la nostra agenzia o con altri professionisti del settore.