

COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM (LM78R)

(Università degli Studi)

Teaching COPYWRITING LAB

GenCod A008648

Owner professor MATTEO SERRA

Teaching in italian LABORATORIO DI COPYWRITING

Teaching COPYWRITING LAB

SSD code NN

Reference course COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM

Course type Laurea Magistrale

Credits 3.0

Teaching hours Front activity hours: 30.0

For enrolled in 2025/2026

Taught in 2025/2026

Course year 1

Language ITALIAN

Curriculum GENERALE

Location

Semester First Semester

Exam type Oral

Assessment Final grade

Course timetable

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BRIEF COURSE DESCRIPTION

Il laboratorio di Copywriting ha l'obiettivo di introdurre gli studenti alle principali tecniche e strategie della scrittura pubblicitaria contemporanea. Attraverso un approccio laboratoriale, gli studenti e le studentesse saranno coinvolt* in attività di analisi, ideazione e produzione di testi per diversi media e canali di comunicazione, sviluppando competenze pratiche e una sensibilità creativa orientata alla comunicazione efficace in ambito commerciale, istituzionale e politico.

REQUIREMENTS

Buona base di scrittura per la comunicazione

COURSE AIMS

Al termine del laboratorio, gli studenti e le studentesse saranno in grado di:

- comprendere i principi fondamentali del copywriting e del processo creativo;
- analizzare brief e individuare insight e target di riferimento;
- ideare e sviluppare concept comunicativi coerenti con obiettivi strategici;
- collaborare in team creativi e presentare un progetto di comunicazione

TEACHING METHODOLOGY

Le lezioni si svolgeranno in aula e saranno arricchite da esercitazioni pratiche e momenti di confronto diretto. Durante il percorso, potranno essere proposti lavori individuali o di gruppo per mettere subito in pratica le competenze acquisite.

Il corso ospiterà anche interventi di professionisti del settore, che condivideranno esperienze e approfondimenti sul **copywriting** e sui linguaggi della comunicazione.

Partecipare in presenza è un valore aggiunto: permette di costruire competenze più solide, confrontarsi con il docente e vivere pienamente le attività laboratoriali e i progetti collettivi.

ASSESSMENT TYPE

I lavori e le attività svolte dagli studenti e dalle studentesse durante le lezioni saranno presi in considerazione per determinare il voto finale. Per i non frequentanti verranno fornite dispense e verrà chiesto di sviluppare, a partire dai contenuti delle dispense e sulla base di un Brief che verrà consegnato, un progetto di comunicazione le cui caratteristiche verranno rese note all'interno dello stesso materiale fornito. Per ricevere il materiale gli studenti e le studentesse non frequentanti dovranno richiederlo via mail scrivendo al docente (matteo.serra@unisalento.it)

FULL SYLLABUS

Introduzione al Copywriting Creativo ed esempi pratici
Introduzione al Copywriting Creativo ed esempi pratici
Definizione del ruolo Copy in agenzia ed esempi pratici
Esercitazione pratica Comunicazione Sociale
Esercitazione pratica Comunicazione Sociale
Esercitazione pratica Comunicazione Commerciale
Esercitazione pratica Comunicazione Politica
Esercitazione pratica Comunicazione Politica
Brief e struttura di una campagna
Brief e struttura di una campagna
Lavoro individuale o di gruppo su Project work
Lavoro individuale o di gruppo su Project work

REFERENCE TEXT BOOKS

- **Dispense docente:** fornite durante il corso

-

Testi consigliati

- Confessioni di un pubblicitario - di David Ogilvy - Fausto Lupetti Editore
- Le armi della persuasione. Come e perché si finisce col dire di sì - di Robert B. Cialdini - Giunti Editore (Ediz. ampliata)
- La parola immaginata - di Annamaria Testa - Il Saggiatore
- Manuale di copywriting e scrittura per i social - di Alfonso Cannavacciuolo - Hoepli