

**Progetto di Laboratorio per gli studenti del CdL Comunicazione e Società (triennale) e  
del CdLM Comunicazione Pubblica e d'impresa (magistrale)**

**Anno accademico 2025-2026**

**COMPETENZE PER IL SETTORE EDITORIA E COMUNICAZIONE**

**Docente titolare:** Dr. Davide Ballabio, Direttore Area Sistema Formativo e Capitale Umano di Assolombarda

**Obiettivi del laboratorio:** la funzione è principalmente orientativa. L'idea è di introdurre gli studenti a una gamma di aree professionali (coperte anche da ruoli *junior*) legate alla produzione di contenuti editoriali con l'obiettivo di suscitare curiosità e desiderio di approfondimento, anche in vista della focalizzazione del progetto professionale individuale.

**Destinatari:** Studenti Unimi della Laurea in Comunicazione e Società / Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'impresa – Nr. di studenti ammessi: 25 (max 30).

**Collocazione temporale del laboratorio:** Febbraio-Marzo 2026

**Monte ore e scansione dell'attività didattica:**

16 ore di lezione secondo il seguente schema di ripartizione del monte ore: 2+3+3+3+3+2

Sono incluse le esercitazioni pratiche per gli studenti.

Alla frequenza del Laboratorio vengono corrisposti **3 CFU**.

**Valutazione degli apprendimenti:**

Le prove finali dei singoli moduli monografici considereranno in esercizi, di gruppo o individuali, di riflessione e sintesi dei contenuti appresi durante la lezione, attraverso l'elaborazione di testi.

Un Test finale. Questionario sulle nozioni e le conoscenze acquisite durante il Laboratorio. Con una modalità “Instant Poll/Direct Poll”, verrà testata l'apprendimento degli studenti attraverso la risposta a 31 domande. I risultati che emergeranno in tempo reale verranno commentati dai docenti insieme al gruppo classe.

**Sede di svolgimento:** Dip. di Scienze sociali e politiche, via Conservatorio 7, Sala Lauree.

**Le aziende che collaborano nel Laboratorio:**

- Gruppo Mondadori
- Mediaset
- Editrice Industriale
- Gruppo 24 Ore

## Programma del laboratorio

### Lezione 1 – Concetti-chiave introduttivi e di note di contesto

Martedì 3/2/2026 – 16.30 (2h)

- Presentazione del laboratorio: obiettivi e struttura del corso
- Il lavoro che cambia: prospettive ed evoluzione delle competenze
- Struttura del Settore Editoria:
  - I soggetti e gli attori della filiera editoriale
  - I mercati dell'editoria
  - Le professioni chiave nel mondo editoriale

**Relatori:**

**Davide Ballabio, Direttore Area Sistema Formativo e Capitale Umano, Assolombarda**

**Centro Studi Assolombarda**

**Federico Angrisano, Presidente Sezione Editoria e Comunicazione, Assolombarda**

### Lezione 2 – Comunicazione corporate: ufficio stampa e digital communication

a cura di **Gruppo Mondadori**

Lunedì 9/2/2026 – 16.30 (3h)

- Com'è strutturata l'azienda: una overview del Gruppo Mondadori
- Lavorare nella Direzione comunicazione: l'ecosistema di attività e canali
- Media Relations: produrre contenuti specifici per molteplici target di comunicazione (con esercitazione)
- Digital Communication: creare contenuti per i canali web e social per raccontare l'azienda, le persone e i Prodotti (con esercitazione)

**Relatori:**

**Federico Angrisano, Direttore Comunicazione e Media relations**

**Carmen Mugione, Responsabile Media relations**

### Lezione 3 – L'editoria specializzata: la figura del redattore tecnico-scientifico

a cura di **Editrice Industriale srl**

Lunedì 16/2/2026 – 16.30 (3h)

- Cos'è l'editoria specializzata: mercato, operatori, categorie merceologiche, canali distributivi, media mix
- Il mercato del lavoro per i copywriter: ruoli e contratto nazionale
- Cosa fa il redattore tecnico-scientifico: competenze hard e soft richieste
- Esempi di integrazione tra canali e comunicazione cross-mediale
- Esercitazione degli studenti

**Relatori:**

**Andrea Boni – General manager | Past president ANES Ass. Naz. Editoria Specializzata**

**Giulia Guerra – Direttore Editoriale rivista Matrix4Design**

#### **Lezione 4 – Il linguaggio audiovisivo**

**a cura di Mediaset spa**

**Lunedì 23/2/2026 – 16.30 (3h)**

- Nozioni in merito alle metodologie del linguaggio audiovisivo e alle logiche di produzione industriale dei contenuti televisivi
- I differenti generi della produzione televisiva
- Il processo produttivo di creazione del contenuto
- Le logiche di distribuzione dei contenuti audiovisivi
- Padronanza del linguaggio audiovisivo come ‘strumento di lavoro’ nelle funzioni Digital, Sales e Marketing
- Analisi diretta di prodotti televisivi, sotto il profilo del posizionamento prodotto, dello storytelling, della gestione dei contenuti in relazione ai differenti stili e generi comunicativi

**Relatori:**

**Carlo Gorla, Direttore Promozione e Sviluppo Programmi Informazione**

**Paolo Colombo, Coordinamento HR**

#### **Lezione 5 – Comunicazione e pubblicità**

**a cura di Gruppo 24 Ore**

**Lunedì 2/3/2026 – 16.30 (3h)**

- Presentazione Radio 24
- Focus sui podcast
- Il lavoro delle Concessionarie di pubblicità
- Esercitazione degli studenti

**Relatori:**

**Roberta Casa, Marketing Manager**

#### **Lezione 6 – Verifica degli apprendimenti degli studenti**

**Lunedì 9/3/2026 – 16.30 (2h)**

Test finale in classe per tutti gli studenti.

Le aziende partecipanti saranno presenti per commentare i risultati del Test e dare una valutazione complessiva agli apprendimenti del gruppo classe.