

BUSINESS WRITING

Comunicazione scritta dai testi "classici" ai social

Comunicare efficacemente in forma scritta, applicare la nobile arte della sintesi ed esprimersi con chiarezza, calibrando opportunamente tono e stile di scrittura, non sono soltanto punti di forza della vita quotidiana di ciascuno, ma capacità oggi sempre più richieste anche in ambito organizzativo.

Se comunicare, anche in forma scritta, è prassi costante della nostra esistenza, l'organizzazione della stesura di un testo, la capacità di catturare l'attenzione del lettore o di scrivere in modo breve scegliendo la giusta modalità espressiva non sono niente altro che tecniche, che, in quanto tali, possono essere apprese ed affinate. Allo stesso modo, la capacità di scrivere comunicati stampa efficaci, tenere i rapporti con i media, utilizzare i social network e costruire piccole campagne promozionali è in questi anni diventata indispensabile per riuscire a gestire al meglio marketing e comunicazione aziendale.

Dai testi classici (relazioni, verbali, lettere...) fino alle e-mail, ai testi promozionali, ai comunicati stampa: opportunità, tecniche, esercitazioni e modalità per affinare il business writing, cimentandosi anche nella gestione della comunicazione "social".

OBIETTIVI

- Conoscere gli elementi fondamentali della comunicazione scritta
- Imparare ed affinare le capacità di scrittura
- Scrivere comunicati stampa e testi promozionali
- Imparare a comunicare con e sui social network

CONTENUTI

Gli elementi fondamentali della comunicazione

- Caratteristiche e ambiguità della comunicazione
- Il differenziale semantico
- Il canale della comunicazione
- Le due grandi famiglie della comunicazione

La comunicazione scritta

- Le tre fasi di ogni processo di scrittura
- Pre-writing e tecnica del clustering
- Free-writing ed emisferi cerebrali
- Re-writing e ortografia
- L'incipit, prima di tutto
- La correzione di testi altrui

Organizzare la stesura di un testo

- Tecniche per migliorare la prosa
- Stile e tono
- Come scrivere chiaro (forme ed espressioni da privilegiare, la punteggiatura)
- La potenza della sintesi
- Come riuscire a catturare l'attenzione

Scrivere comunicati stampa e testi promozionali

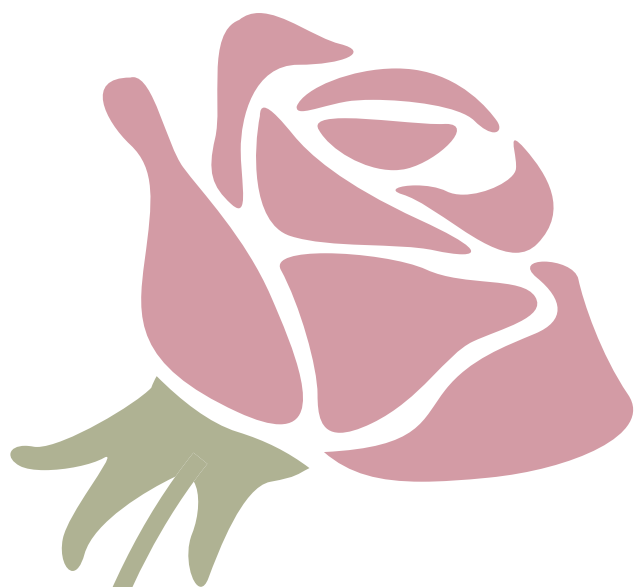
- Lo slogan, tra moda e pericoli
- Come scrivere un comunicato stampa: dal titolo alla gestione dei rapporti con i media
- L'ABC dell'addetto stampa

La comunicazione sui social network

- Social: cosa sono, a cosa servono e come utilizzarli al meglio nel business
- Facebook, Twitter e LinkedIn: uso, specificità, linguaggi
- Le opportunità della "comunicazione social"
- Tecniche di web e social writing

Metodologia

Didattica attiva che muove dal vissuto e dalla sperimentazione personale di ciascuno dei partecipanti attraverso esercitazioni, giochi d'aula, simulazioni, autodiagnosi, supporti cinematografici, per giungere all'apprendimento e all'illustrazione di concetti e modelli interpretativi.



Durata 2 giornate