

NOME DEL CORSO	COPYWRITING
TIPOLOGIA (indicare se il corso è obbligatorio oppure se si tratta di un'attività a libera scelta dello studente)	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Biennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2025/2026
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Semestrale
CREDITI	8
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Andrea Mentasti
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	Il corso forma professionalità in grado di padroneggiare la scrittura creativa in ambito promo-pubblicitario, con particolare riguardo al web.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	Ottima conoscenza della lingua italiana
PROGRAMMA DEL CORSO	° Copywriting e copywriter – introduzione ° Thinking on paper – Pre-writing, free-writing, re-writing. ° L'organizzazione del discorso scritto: utilità dell'oratoria. ° La creatività pubblicitaria: ATL, BTL, new media. ° Creare una campagna pubblicitaria: i soggetti coinvolti il processo di lavoro: dal brief all'esecutivo terminologia e parti dell'annuncio pubblicitario la strategia di comunicazione il TOV ° Gli elaborati del copy: naming sceneggiatura advertising (spot TV e radio, affissione, stampa) BTL web writing ° Web: introduzione al web writing tecniche di scrittura applicate ai social

	tecniche per la scrittura efficace nel web ° AI e copywriting
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	Discussione su elaborato assegnato dal docente
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano

NAME OF THE COURSE	COPYWRITING
TYPE	Mandatory
CYCLE	Master
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2025/2026
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Semestrale
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	8
NAME OF LECTURER(S)	Andrea Mentasti
LEARNING OUTCOMES	
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	Perfect knowledge of the italian language
COURSE CONTENT	° Copywriting and copywriter – Introduction ° Thinking on paper – Pre-writing, free-writing, re-writing. ° How organize a speech: useful oratory ° Creativity in advertising: ATL, BTL, new media. ° Creating an advertising campaign: the people involved the working path: from the brief to the output terminology and the parts of the ad copy strategy TOV ° What a copy makes: naming script advertising (TV e radio commercials, poster, press)

	BTL web writing ° Web: orientation to the web writing tips for social web Effective writing for the web ° AI and copywriting
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Report on a written test given by the teacher
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian