

**Abstract per il Workshop Storytelling per il Marketing e la Pubblicità**  
**Università degli Studi di Padova**  
**CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN COMUNICAZIONE**

**Titolo del corso:** *Storytelling per il Marketing e la Pubblicità*

**Anno Accademico:** 2025/2026

**Durata:** 12 ore

**Numero massimo di studenti:** 20 (divisi in 4 gruppi)

### **Descrizione del corso**

Il corso si propone di fornire agli studenti una conoscenza approfondita dei principi dello storytelling e della loro applicazione nei contesti di marketing e pubblicità. Dopo un'introduzione ai fondamenti della narrazione, gli studenti esploreranno le strategie di storytelling utilizzate nei diversi ambiti della comunicazione pubblicitaria, dalla televisione ai social media, fino all'advertising digitale.

Il percorso formativo sarà strutturato in due fasi:

1. **Introduzione teorica:** Una prima parte del corso sarà dedicata allo studio delle basi dello storytelling, con particolare attenzione ai principi narrativi e alle tecniche di costruzione di un messaggio efficace per il marketing e la pubblicità. Verranno analizzati casi di studio e campagne di successo, approfondendo i linguaggi e le strategie della selezionata agenzia creativa di riferimento. Due ore di lezione saranno anche dedicati al come creare un pitch, dedicato al presentare i propri lavori in maniera chiara, diretta e professionale.
2. **Fase pratica e progettuale:** Gli studenti, suddivisi in quattro gruppi, metteranno in pratica le conoscenze acquisite attraverso la realizzazione di un progetto concreto per gruppo, attraverso lo sviluppo di un pitch e di uno script.

### **Struttura del corso**

Gli studenti lavoreranno su un progetto, mirato a catturare l'attenzione seguente realtà:

- **Studio Creta** (Fiume Veneto, PN) - <https://studiocreta.net> (l'agenzia ha dato l'ok informale di partecipare al corso come ospite)

Ogni gruppo avrà l'opportunità di studiare e comprendere le specificità della azienda, analizzando il loro stile, il portfolio clienti e le strategie narrative adottate. Successivamente, elaboreranno uno script e un pitch deck per una pubblicità per un cliente potenziale dell'agenzia, adattando il loro approccio creativo alle esigenze specifiche della realtà lavorativa e professionale.

Alla fine del corso, gli studenti presenteranno i propri progetti di fronte ai rappresentanti dell'azienda coinvolte, simulando un vero pitch professionale. Questo permetterà loro di confrontarsi con professionisti del settore, ricevere feedback pratici e affinare le loro capacità di comunicazione e storytelling.

## **Obiettivi formativi**

- Fornire una comprensione approfondita dell'importanza dello storytelling per l'advertising, la comunicazione e il marketing.
- Consentire agli studenti di sviluppare progetti originali da inserire nel proprio portfolio professionale.
- Introdurre gli studenti alle metodologie di lavoro del settore, con particolare attenzione alla gestione del tempo e delle scadenze.
- Offrire un'opportunità concreta di networking e contatto diretto con aziende del settore, favorendo potenziali stage, tirocini o collaborazioni post-laurea.

## **Output del corso**

Alla conclusione del percorso, ogni studente avrà:

- Acquisito competenze fondamentali nello storytelling applicato al marketing e alla pubblicità.
- Sviluppato esperienza pratica nella creazione di contenuti pubblicitari e nell'adattamento della narrazione a contesti differenti.
- Lavorato su un progetto concreto, da poter anche inserire nel proprio portfolio professionale.
- Maturato esperienza diretta nel pitching di idee creative, con la possibilità di ricevere feedback da professionisti del settore.

Il corso offrirà quindi un'esperienza formativa completa e immersiva, ponendo gli studenti in una condizione il più vicina possibile alla realtà del mondo del lavoro.