

PROGRAMMA GENERALE

CORSO DIGITAL CONTENT
PRODUCER

Il digital content producer è un professionista che si occupa della produzione, gestione e distribuzione dei contenuti per l'editoria digitale. Le sue principali responsabilità sono:

- creare e curare contenuti per siti web, social media e piattaforme digitali;
- gestire i progetti di produzione dei contenuti, dalla ideazione alla distribuzione;
- collaborare con il team di redazione e altri professionisti per sviluppare contenuti di qualità;
- monitorare e analizzare le performance dei contenuti, per migliorare continuamente la strategia editoriale;

Per svolgere questo ruolo è necessario possedere alcune skill professionali come:

- conoscenza dei principali strumenti e tecnologie per la produzione e distribuzione di contenuti digitali;
- capacità di scrivere e curare contenuti di qualità;
- competenze di editing e produzione video;
- competenze nell'utilizzo dei principali social media e piattaforme digitali;
- capacità di analizzare i dati e utilizzare le metriche per migliorare la performance dei contenuti;

Il ruolo del digital content producer è fondamentale nell'ambito della produzione di contenuti per l'editoria digitale, poiché si occupa della creazione e gestione dei contenuti che vengono diffusi sui canali digitali, e quindi contribuisce a determinare l'immagine e la reputazione delle aziende o delle testate giornalistiche per cui lavora.

16 – 17 marzo

1. Produzione di contenuti: conoscenze sulle tecniche di scrittura e produzione di contenuti per i canali digitali, come ad esempio articoli, post, video e infografiche.
2. Gestione dei progetti: pianificare e gestire i progetti di produzione dei contenuti, coordinando il lavoro del team di redazione e di altri professionisti coinvolti.
3. Strumenti e tecnologie: utilizzare gli strumenti e le tecnologie per la produzione, la distribuzione e la promozione dei contenuti digitali, come ad esempio i CMS, i social media e le piattaforme di analisi dei dati.
4. Analisi dei dati: analizzare i dati e le metriche per valutare la performance dei contenuti e per migliorare la strategia editoriale.
5. Social media e SEO: le best practice per la promozione dei contenuti sui social media e sapere come ottimizzare i contenuti per i motori di ricerca.
6. Marketing digitale: nozioni di base di marketing digitale per sapere come utilizzare i contenuti per raggiungere gli obiettivi di business
7. Sviluppo di contenuti multimedia: le tecniche di produzione di contenuti multimediali come video, podcast, infografiche

21 – 22 – 23 – 24 marzo

1. Software di progettazione grafica: i principali software di progettazione grafica come Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, etc. per creare e modificare immagini, loghi, infografiche, etc.
2. Tecniche di progettazione grafica: le tecniche di progettazione grafica come la composizione, la scelta dei colori, la tipografia, etc. per creare progetti visivamente accattivanti e coerenti con la brand identity.
3. Web Design: le best practice per la creazione di layout per siti web, e come utilizzare le tecnologie web come HTML, CSS e JavaScript per creare interfacce utente efficaci.
4. Animazioni e motion graphic: le tecniche per creare animazioni e motion graphic per video, spot pubblicitari, presentazioni e altri contenuti digitali.
5. Branding: come creare un'identità visiva coerente con la brand identity e come utilizzare i contenuti grafici per supportare le attività di marketing e comunicazione.
6. Prototipazione e wireframe: come utilizzare strumenti di prototipazione e wireframe per progettare e testare interfacce utente prima di implementarle.
7. Fotografia e post-produzione: le tecniche di fotografia e post-produzione per creare immagini e video di qualità per i contenuti digitali.

28 – 29 – 30 – 31 marzo

1. Software di animazione: i principali software di animazione come Adobe After Effects, Maya, Cinema 4D, etc. per creare animazioni in 2D e 3D.
2. Tecniche di animazione: le tecniche di animazione come la motion graphics, la computer grafica, la stop-motion per creare animazioni di qualità.
3. Sviluppo di personaggi e storyboard: come sviluppare personaggi e creare storyboard per animazioni.
4. Montaggio e post-produzione: le tecniche di montaggio e post-produzione per creare animazioni professionali.
5. Produzione di sigle e jingle: le tecniche per creare sigle e jingle per spot pubblicitari, programmi televisivi,
6. Sound Design: le tecniche per creare effetti sonori e musica per animazioni, sigle e jingle.
7. Effetti visivi: le tecniche per creare effetti visivi per animazioni, sigle e jingle, utilizzando software come Adobe After Effects, Nuke

4 – 5 – 6 – 7 aprile

1. Tecniche di ripresa video: inquadrature, composizione, illuminazione, audio, etc. per creare contenuti video di qualità.
2. Regia: il professionista le tecniche di regia per dirigere le riprese video, scegliere le inquadrature, gestire gli attori e il cast.
3. Produzione: pianificare, organizzare e gestire le riprese video, inclusi budget, schedulazione, logistica, etc.
4. Post-produzione: modificare, ritagliare, montare e migliorare i video utilizzando software come Adobe Premiere, Final Cut, DaVinci Resolve, etc.
5. Streaming video in tempo reale: le tecniche e gli strumenti per trasmettere video in diretta su piattaforme come YouTube Live, Facebook Live, Twitch, etc.
6. Produzione di contenuti VR e 360: le tecniche per la produzione di contenuti VR e 360 per la realtà virtuale e la realtà aumentata
7. Color Grading: le tecniche per gestire la color correction e il color grading per migliorare l'aspetto visivo del video e adattarlo al progetto
8. Post-produzione Audio: le tecniche di audio post-production per migliorare la qualità audio del video e adattarlo al progetto.

11 – 12 – 13 – 14 aprile

1. Pianificazione e organizzazione: le tecniche per pianificare e organizzare un evento in live streaming, inclusi budget, scheduling, logistica, etc.
2. Tecniche di regia: dirigere le riprese video, scegliere le inquadrature, gestire il cast, durante un evento in live streaming.
3. Streaming video in tempo reale: le tecniche e gli strumenti per trasmettere video in diretta su piattaforme come YouTube Live, Facebook Live, Twitch, etc.
4. Produzione audio e luci: le tecniche per la produzione audio e luci per eventi in live streaming, incluso l'utilizzo di microfoni, impianti audio, illuminazione, etc.
5. Interazione con il pubblico: le tecniche per interagire con il pubblico durante un evento in live streaming, ad esempio tramite chat, sondaggi, Q&A, etc.
6. Monetizzazione e sponsorizzazione: le tecniche per monetizzare e ottenere sponsorizzazioni per eventi in live streaming.
7. Marketing e promozione: le tecniche per promuovere e diffondere eventi in live streaming sui social media e altri canali.
8. Analisi dei dati: le tecniche per analizzare i dati dell'evento in live streaming per valutare la performance e migliorare future trasmissioni.

18 – 19 – 20 – 21 aprile

1. Sceneggiatura e storyboard: le tecniche per scrivere una sceneggiatura e creare un storyboard per un videoclip.
2. Tecniche di regia: dirigere le riprese video, scegliere le inquadrature, gestire il cast, etc. durante la produzione di un videoclip.
3. Produzione: le tecniche di produzione per pianificare, organizzare e gestire le riprese video, inclusi budget, scheduling, logistica, etc.
4. Post-produzione: le tecniche di post-produzione per modificare, ritagliare, montare e migliorare i video utilizzando software come Adobe Premiere, Final Cut, etc.
5. Effetti visivi: le tecniche per creare effetti visivi per videoclip, utilizzando software come Adobe After Effects, Nuke, etc.
6. Marketing e promozione: le tecniche per promuovere e diffondere un videoclip sui social media e altri canali.

2 – 3 maggio

1. Piattaforme di distribuzione: le principali piattaforme per la distribuzione di contenuti digitali come CMS Web, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, YouTube, Vimeo, Twitch, etc.
2. Monetizzazione dei contenuti: le tecniche per monetizzare i contenuti digitali attraverso pubblicità, abbonamenti, vendita di contenuti, etc.
3. SEO: le tecniche di ottimizzazione dei contenuti per i motori di ricerca per migliorare la visibilità e il posizionamento dei contenuti digitali.
4. Marketing e promozione: le tecniche per promuovere e diffondere i contenuti digitali sui social media e altri canali per raggiungere il pubblico desiderato
5. Analisi dei dati: le tecniche per analizzare i dati e le metriche per valutare la performance dei contenuti e per migliorare la strategia di distribuzione.
6. Protezione dei diritti d'autore: le leggi e le pratiche per proteggere i diritti d'autore dei contenuti digitali e prevenire la violazione dei diritti d'autore.

 **SPORT**
E SALUTE
SCUOLA
DELLO SPORT