



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

(Si torna) Tutti a iscola 2021-22

Linea Laboratori

Scheda progettuale

TITOLO PROGETTO

CREATIVE KIDS: La comunicazione del futuro

SOGGETTO PROPONENTE

Fainas Associazione Culturale

e-mail

lara.melis81@gmail.com



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

Titolo	CREATIVE KIDS: La comunicazione del futuro
Ambito territoriale di riferimento	Laboratorio 4 – Ambito: Area Management
Grado di scuola a cui è rivolto	secondaria primo grado; primaria
Distretti territoriali	CA; OR
Giorni della settimana di disponibilità	Mercoledì; Giovedì; Sabato; Martedì; Venerdì
Numero studenti a cui è rivolto (minimo 15)	20
Ore per laboratorio	30

Descrizione sintetica Operatore economico

Fainas è un'associazione culturale che si occupa di progettazione culturale e sociale, di formazione e svolge attività di consulenza nei settori del marketing, comunicazione, progettazione e gestione eventi.

Promuove un approccio moderno alla diffusione della cultura, orientato all'inclusione, basato sul coinvolgimento dei pubblici e sulle nuove tecnologie. Progetta e pianifica attività nell'ambito dell'audiovisivo, dal cinema ai videogiochi alle strategie di gamification in ambito turistico.

Descrizione ambito

Laboratorio 4 – Ambito: Area Management. I laboratori effettueranno delle simulazioni di situazioni riferite a fenomeni dell'economia reale attraverso giochi di ruolo o altro, al fine di attivare percorsi di business model che stimolino la conoscenza dei processi produttivi e di management anche legati al territorio.

Descrizione sintetica del progetto

Il Laboratorio di Comunicazione è un viaggio attraverso il mondo della creatività, un percorso tra scrittura e disegno grafico orientato alla veicolazione di un messaggio specifico.

Le attività sono rivolte agli alunni della Scuola Primaria e Secondaria di I grado con l'obiettivo di far comprendere ai ragazzi/bambini come funziona lo studio e la realizzazione di una campagna pubblicitaria.

Che cos'è una campagna pubblicitaria?

Le aziende, i liberi professionisti, le associazioni, la pubblica amministrazione e tanti altri hanno



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

la necessità di comunicare con le persone e di veicolare messaggi in maniera efficace. Le ragioni sono molteplici ma ciascuno di essi avrà in comune un iter preciso di lavoro che consentirà al messaggio di essere fruito, capito e interiorizzato. Servono una strategia, le parole giuste, le immagini giuste, magari un video, ma soprattutto serve comunicare al mondo in maniera efficace.

Come si realizza una campagna pubblicitaria?

Il Piano di Comunicazione è il documento principale che definisce, descrive e pianifica pubblico, strategie, obiettivi, attività, scadenze della comunicazione. Una volta studiato il soggetto, il messaggio, il pubblico, gli strumenti e i canali migliori per raggiungerlo, si passa alla fase operativa. La creazione di un'immagine coordinata, la produzione di testi e slogan che identifichino l'azienda, il prodotto o il servizio. A seguire si individuano i canali e gli strumenti migliori per raggiungere il pubblico desiderato e si procede alla veicolazione della campagna.

Cosa faranno i ragazzi/bambini durante il Laboratorio?

Gli alunni saranno condotti in un percorso di comprensione sull'importanza della Comunicazione e scopriranno come si crea campagna pubblicitaria con l'elaborazione di un logo e un payoff della Scuola e la relativa strategia di marketing da attuarsi su canali online e offline: dalla campagna sui social all'elaborazione di materiale per affissioni, fino alla creazione di un piccolo comunicato stampa.

Obiettivi, risultati attesi, numero e tipo di prodotti da realizzare, strumenti utilizzati

Obiettivi

L'obiettivo del laboratorio è quello di stimolare gli studenti a osservare la società e il mondo che li circonda con occhi più consapevoli e la comprensione della Comunicazione di massa in questo periodo storico è particolarmente importante per comprendere come funziona il mercato ma anche gli eventi importanti che accadono nella società, riconoscerne i pericoli e intercettarne le potenzialità.

Attraverso un percorso didattico personalizzato per ciascun ordine scolastico si intende incoraggiare l'uso della fantasia e creatività nella scrittura e nella creazione grafica nonché la capacità di problem solving e lo sviluppo delle intelligenze multiple, fondamentali nella società odierna e sempre più ricercate anche nel mercato del lavoro.

Risultati Attesi

Gli alunni saranno in grado di riconoscere gli elementi primari di una campagna pubblicitaria e di comprenderne il messaggio (individuazione logo in una campagna, payoff e claim) la cui complessità sarà modulata in funzione dell'ordinamento scolastico.

Nella scuola primaria i bambini saranno in grado di individuare il logo e il payoff in una



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

campagna pubblicitaria, costruire una piccola nota stampa di poche frasi che racconti la campagna e declinare la grafica e il testo in un formato da affissione o piccolo video animazione.

I

ragazzi della scuola secondaria comprenderanno l'importanza della comunicazione nella società passata e odierna e quanto questa sia utile per l'interpretazione della realtà e per riconoscere le strategie di manipolazione nel mondo del mercato e del marketing.

Gli studenti saranno in grado di costruire una campagna di comunicazione per la scuola dividendosi in gruppi di lavoro dedicati come in un'agenzia di comunicazione (divisione creativa, divisione copywriting, etc): creazione logo, payoff, claim con metamessaggio, individuazione target, redazione comunicato stampa, calendario editoriale per un canale social e immagine coordinata.

Prodotti da realizzare:

- Logo, payoff, claim della Scuola;
- Locandina o altro formato da affissione/spot o jingle;
- Piano editoriale per 1 canale social della Scuola;
- Nota stampa di lancio logo e immagine.

Strumenti utilizzati:

- uno o più pc/tavolette grafiche;
- uno o più smartphone/tablet;
- LIM o proiettore che si possa attaccare al pc;
- materiale di cancelleria;
- software di editing foto, immagini e video.

Articolazione in fasi/attività

- 1 - Introduzione al laboratorio e case history - 3 ore
- 2 - Logo, payoff, claim - 8 ore
- 3 - Locandina o altro formato da affissione/spot o jingle - 6 ore
- 4 - Piano editoriale per 1 canale social della Scuola - 8 ore
- 5 - Nota stampa di lancio logo e immagine - 5 ore