



Master in Giornalismo e Giornalismo Radiotelevisivo

Il **Master in Giornalismo e Giornalismo Radiotelevisivo** ha l'obiettivo di formare giornalisti capaci di valutare e ricercare fonti ufficiali e riservate e di pianificare e costruire inchieste; abili nello scrivere articoli per i diversi media, utilizzando il giusto codice linguistico per la TV, la carta stampata, la radio, il web; capaci di essere bravi videoreporter in grado di girare, montare un video e scriverne i testi, e che padroneggino le tecniche di conduzione ed intervista.

10 moduli formativi articolati così: **7 laboratori tematici** (progettazione del testo giornalistico, come scrivere un articolo di giornale, tecniche di ufficio stampa, linguaggio e stile del buon giornalista, web writing, radiogiornalismo, conduzione televisiva, uso della telecamera e tecniche di montaggio), e **3 Laboratori Operativi** di Cronaca Giornalistica, Project Work finale. Il tutto sotto la guida di docenti giornalisti provenienti da alcune delle più importanti testate italiane e da gruppi di primo piano.

Al termine del Master i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere, selezionare e costruire le notizie;
- Scrivere un lancio d'agenzia;
- Redigere un articolo e un redazionale;
- Individuare caratteristiche specifiche dei vari generi (cronaca, politica, spettacolo, etc.);
- Scrivere un comunicato stampa;
- Comporre un articolo per un giornale on line, corredandolo di foto, video e link;
- Scrivere i test delle notizie per un telegiornale;
- Organizzare e condurre un'intervista;
- Strutturare un servizio, un'inchiesta, un dossier, un reportage;
- Padroneggiare le tecniche della comunicazione radiofonica e televisiva;
- Dirigere, effettuare le riprese e montare un servizio televisivo;
- Allestire una sala stampa e seguire un ufficio stampa.

DESTINATARI:

Tutti coloro che aspirino ad intraprendere una carriera nell'ambito del giornalismo e della comunicazione.

STAGE:

Al termine del Master tutti gli allievi potranno vivere un'esperienza attraverso uno stage formativo presso un giornale on line partner di Unidemontaigne, secondo un preciso progetto di tirocinio.

DOCENTI:

I docenti della scuola sono dei professionisti, giornalisti tecnici della comunicazione, formatori scelti sia per l'alta preparazione che per la capacità di trasferire ai discenti i contenuti in modo interattivo, gradevole e non scolastico.

COSTI:

L'investimento economico per la partecipazione al **Master in Giornalismo e Giornalismo Radiotelevisivo** è di € **3800 + iva**.

Finanziamento e rateizzazione:

Sono previste modalità di finanziamento e rateizzazione personalizzate per la quota di partecipazione al **Master in Giornalismo e Giornalismo Radiotelevisivo**.

Per accedere a questo servizio si prega di chiamare esclusivamente dal **lunedì al venerdì dalle 18,30 alle 19,30 al 338.9140687**.

PROGRAMMA:

Introduzione al mondo del giornalismo e dell'informazione:

1) Il giornalista:

- Storia del giornalismo;
- L'informazione nello scenario italiano;
- La figura professionale di giornalista: Caratteristiche, competenze, attività;
- L'iter formativo per diventare giornalista: da pubblicisti a professionisti;
- Diritto dell'informazione e della comunicazione;
- La legislazione sulla stampa e la deontologia professionale: la privacy, il diritto d'informazione, la querela, la rettifica, la responsabilità giudiziaria e penale del giornalista;
- L'organizzazione della professione: Ordine, Inpgi (Istituto Nazionale Previdenza Giornalismo Italiano), Fnsi (Federazione Nazionale Stampa Italiana, Sindacato Unitario dei Giornalisti Italiani).

2) Le "Regole del gioco":

Il giornalismo e le sue istituzioni;

L'organizzazione gerarchica di una testata e la composizione della redazione;

La struttura di un giornale;

I diversi generi della stampa: periodici, settimanali, quotidiani, pubblicazioni generiche e settoriali.

3) Le fonti dell'informazione:

Le agenzie di stampa;

Le fonti della notizia: fonti primarie e intermedie;

Le fonti istituzionali;

Attendibilità, controllo e verifica della fonte.

4) Il lavoro al "Desk":

Il Lead;

La scrittura modulare;

La titolazione;

L'impaginazione;

I complementi del testo: l'informazione fotografica;

Nomenclatura del gergo giornalistico: fondo, spalla, taglio, pastone, etc

5) Gli strumenti del mestiere:

Il pezzo;

Il servizio;

L'inchiesta;

La corrispondenza;

L'intervista.

Progettazione di un testo giornalistico.

6) Tecnica di scrittura giornalistica:

Tecniche di presentazione e scrittura delle notizie;

Il linguaggio giornalistico:

Morfologia e sintassi;

Strutture del testo;

Il lessico;

Numeri e quantità (statistiche, sondaggi, inchieste di mercato);

Punteggiatura e abbreviazioni.

Redazione di un testo giornalistico:

Raccolta delle informazioni;

Verifica delle fonti;

Organizzazione degli argomenti;

Stesura.

Revisione.

Tecniche di sintesi e scrittura efficace.

Il rapporto testo/immagine.

Gli errori da evitare.

7) Strumenti di newsmaking:

Cos'è la notizia;
Come si costruisce la notizia per la stampa, per la radio e per la televisione;
La creatività;
Quando la notizia già esiste;
Linee editoriali;
Logiche dei media.

8) Scrivere per i media:

Caratteristiche specifiche dei diversi media: stampa, radio, televisione, internet;
Strumenti e tecniche di scrittura per generi di specializzazione: cronaca, politica, economia, costume, sport e spettacolo;
Selezione delle notizie: i criteri per capire "cosa fa notizia";
Laboratorio di scrittura dell'articolo.

9) Tecniche di scrittura e ufficio stampa:

Ufficio Stampa;
Attività e organizzazione dell'Ufficio Stampa;
Ruoli e profili professionali;
La strategia di comunicazione dietro l'Ufficio Stampa;
Contatti con i giornalisti: Media Relations;
Le agenzie di stampa e le redazioni.
Scrivere un comunicato stampa;
Il lancio di agenzia;
Il comunicato e le redazioni;
Newsmaking e la "fabbricazione" della notizia.
La mailing list, la cartella stampa, la rassegna stampa.
La conferenza stampa: organizzazione e gestione;
Il silenzio stampa.
Laboratorio di scrittura del comunicato stampa.

10) Giornalismo televisivo:

Il mondo del giornalismo televisivo;
Il lavoro di équipe di una redazione televisiva;
Le diverse figure: il conduttore, gli scrittori dei testi delle notizie, gli inviati speciali;
Strumenti e tecniche di scrittura per i diversi generi: i grandi fatti di cronaca (guerre, attentati, sequestri di persona, calamità naturali), la cronaca politica, la cronaca dello spettacolo, il giornalismo sportivo.

11) Tecniche di giornalismo televisivo:

Il linguaggio giornalistico per la TV;
Costruzione e presentazione delle notizie per la TV;
Come si costruisce un servizio per la televisione;
Tecniche di scrittura e di lettura televisiva;
Il lead nella scrittura televisiva;
Il montaggio;
Informazione VS infotainment;
Tg tradizionali VS all news.
I diversi generi di informazione televisiva:
Il telegiornale: organizzazione della scaletta e tecniche di conduzione;
Il servizio: Costruzione e montaggio in redazione e sul campo;
L'intervista;
Il reportage;
L'inchiesta;
Il dossier;
Laboratorio di conduzione televisiva.

12) Giornalismo d'inchiesta:

Le analisi delle fonti;
La falsificazione delle fonti;
La raccolta delle informazioni;
La selezione e la verifica delle informazioni;

La fattibilità dell'inchiesta;
I costi e il budget;
Il lavoro in team;
Lo stile e il linguaggio d'inchiesta;
Realizzare l'inchiesta;
Realizzare un'inchiesta scritta;
I modelli di inchiesta scritta;
Le tecniche di elaborazione dell'inchiesta;
Laboratorio di scrittura per l'inchiesta.
Laboratorio di scrittura sul linguaggio e lo stile.

13) Il giornalismo on line:

Tecniche e strumenti del giornalismo multimediale;
Giornalismo on line: multimedialità, interattività e convergenza;
Compiti e caratteristiche del giornalista on line;
Deontologia professionale;
L'organizzazione della testata e la composizione della redazione web;
L'accesso alle fonti dirette su internet e valutazione della loro attendibilità;
Il video: analogie e differenze fra telegiornale e tg online;
Analisi comparata dei più importanti giornali online italiani;
Le esperienze estere più significative.
Analisi qualitativa e quantitativa degli utenti:
Competizione e integrazione fra media vecchi e nuovi (internet, telefonia mobile, etc.)
La trasmigrazione dei lettori e la rilevazione di contatti: I vari metodi e la loro attendibilità;
Analisi qualitativa e quantitativa dei navigatori di siti news: chi sono e cosa cercano.
Le nuove prospettive del giornalismo on line;
I limiti ed i vantaggi delle nuove tecnologie;
La web television;
L'informazione politica on line; La cyberpolitica, le prospettive di democrazia elettronica e l'e-governement;
Tecniche di scrittura per il web: del testo all'ipertesto;
Come si costruisce la notizia per il web;
Tecniche di sintesi e scrittura efficace;
Il rapporto fra testo e immagine;
Gli errori da evitare;
Revisione ed Editing.
Laboratorio di scrittura on line:
Tecniche di scrittura per il giornalismo on line.

14) Giornalismo Radiofonico:

Il mondo del giornalismo radiofonico;
L'evoluzione dei modelli di giornalismo radiotelevisivo. Dal monopolio Rai alle radio commerciali e del multimediale: Cenni storici.
Formati radiofonici;
Radio di programma e Radio di flusso;
Pubblico e consumo nella radio italiana;
La redazione radiofonica: ruoli, compiti e funzioni.
Radio Speaking:
Il linguaggio dei tempi radiofonici;
L'approfondimento;
I programmi;
I format radiofonici;
Il palinsesto;
Il clock radiofonico.
Tecniche di giornalismo radiofonico.
Come si costruisce un GR;
Telpress;
Agenzie di stampa;
Internet;
Scelta e selezione delle notizie;
La scaletta;
GR nazionali e locali;

La cronaca;
L'informazione sportiva;
Case Histories;
La Comunicazione Sociale in Radio.
Laboratorio di Radiogiornalismo.

15) I generi del giornalismo:

Il giornalismo sportivo;
Il giornalismo economico;
Il giornalismo estero;
Il giornalismo politico;
Il giornalismo culturale;
Il giornalismo sociale;
Il giornalismo spettacolo;
Il giornalismo scientifico.

“Nella storia di ogni uomo e donna di successo c'è una verità elementare: da qualche parte, in qualche modo, una persona si è preoccupata del loro sviluppo. Questa persona era un **mentore!**”

W. Churchill

I nostri docenti sono esperti ed insegnanti. L'obiettivo è trasferire le nostre particolari capacità, conoscenze e relazioni ai futuri talenti della comunicazione, del giornalismo, del marketing e guidare lo sviluppo dei nostri clienti attraverso la complessità del mondo del business.

ELABORAZIONE TESI FINALE

Ciascun allievo sceglierà un argomento teorico da approfondire nella stesura della tesi finale del master. La tesi sarà articolata in **tre capitoli: un capitolo teorico** (minimo 20, massimo 50 pagine); **il progetto giornalistico; il report del progetto** e la **relazione conclusiva**.

ESAME FINALE

L'esame finale consiste nella presentazione e discussione della tesina.
La valutazione terrà conto solo della qualità degli elaborati finali.

Costi

Il costo del master è di **€ 3.800 + Iva** suddiviso in **3 rate** di uguale importo.

Per qualsiasi altra informazione si prega di inviare una mail a: **unidemontaigne@gmail.com** oppure telefonare dalle **12,00** alle **15,30** al **373.7814238**