

Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Digital Communication Design A.A. 2023/2024

Comunicare la formazione: il caso della Fondazione Collegio Carlo Alberto

Autrice: Valeria Lumetta

Abstract

Questo lavoro analizza la comunicazione strategica dei centri di alta formazione e ricerca, concentrandosi sul caso della Fondazione Collegio Carlo Alberto. L'analisi di benchmarking ha preso in esame quattro istituzioni di riferimento: il Politecnico di Milano, l'Università Bocconi, l'ESCP e il CEMFI di Madrid.

Attraverso un'intensa collaborazione con lo staff del Collegio, è stata ricostruita la storia dell'istituzione per definire gli obiettivi e le aspettative in ambito di comunicazione digitale. La metodologia adottata si è basata sull'human-centered design, integrando ricerche quantitative e qualitative che hanno permesso di identificare criticità ed esigenze degli utenti. I risultati di queste analisi, insieme a valutazioni specifiche sull'accessibilità e l'ottimizzazione SEO, hanno guidato lo sviluppo di una nuova strategia comunicativa.

Quest'ultima si è concretizzata nella creazione di prototipi per la Home page e la pagina del Master in Finance, introducendo cambiamenti sostanziali sia nell'architettura dell'informazione che nell'aspetto visivo.

La strategia include inoltre una proposta di piano editoriale per i social media, già sperimentata con la pubblicazione di un post promozionale sul canale Instagram del Collegio.

In occasione del ventesimo anniversario della fondazione, questo lavoro offre non solo un bilancio delle attività di comunicazione, ma introduce anche una metodologia che permetterà al Collegio di evolvere preservando la propria identità distintiva, ponendo sempre le persone al centro della propria strategia.