

SELF BRANDING

Modulo Interateneo per studenti di dottorato – III edizione

a cura di Università Cattolica del Sacro Cuore, Università degli Studi di Milano-Bicocca, Università di Pavia

Un'occasione per incontrare dottorandi di altri atenei e ambiti di ricerca differenti, mettendosi in gioco per imparare a comunicare la propria identità personale e professionale, identificare e proporre una immagine di sé coerente, trasparente e riconoscibile e sviluppare una comunicazione efficace di sé nei confronti dei datori di lavoro, del network dei pari, della società.

Mercoledì 7 aprile 10:00-12:30

Il senso dell'iniziativa e l'impegno di Assolombarda per la valorizzazione della figura del dottore di ricerca
Chiara Manfredda, Direttore Area Sistema Formativo e Capitale Umano di Assolombarda

Presentazione del percorso: obiettivi formativi, struttura e articolazione
Sofia Scatena, Curatrice scientifica del modulo

Conferenza introduttiva
Alberto Meomartini, già Presidente di Assolombarda

Mercoledì 14 aprile 9:00-12:30

Che cos'è il personal branding e perché è necessario: strumenti e metodi

- Comunicazione di marketing/pubblicitaria/branding
- I perché del personal branding
- Il personal branding come transformative experience
- Il concetto di brand awareness/image building
- Individuiamo i nostri talenti (mini-workshop)
- Ricerchiamo i nostri valori
- Presentiamoci (workshop/costruisci la linea della tua vita professionale secondo i valori)
- La percezione del valore
- Come fanno gli altri a farsi un'idea di noi (con mini-work-shop)
- Chi sono i nostri interlocutori?
- L'importanza e i luoghi del network (identificarlo, costruirlo, definirlo, mantenerlo, aumentarlo offline e online)



ASSOLOMBARDA

- Best practices
- Esercitazione: stilare l'elenco dei propri valori, stilare un elenco di persone che incarnano i propri valori

Relatrice **Sofia Scatena** | Ospite aziendale **Chiara Veneziani**, FindYourDoc

Martedì 20 aprile 10:00-12:30

La personalità online

- Personalità e mondo accademico
- Impegno, onestà e successo nel mondo accademico
- La condivisione nella ricerca
- Workshop pratico
- Personalità accademica e prime impressioni
- Principi di integrazione
- Ergonomia della presenza digitale
- Workshop pratico
- Esercitazione: analizzare la propria presenza digitale cercando di evidenziare i propri punti di forza e debolezza, da condividere nell'incontro successivo

Relatrice **Daniela Villani** | Ospite aziendale **Silvia Celani**, H.-T. Technologies

Lunedì 26 aprile 9:00-12:30

Usare i social media per comunicare la ricerca

- LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram & co.: su quali piattaforme essere attivi? Come scegliere quella giusta per l'Accademia
- Le piattaforme accademiche: come si accede e come si usano in modo efficace (Researchgate, Academia, Trellis etc.)
- Da dove si comincia (workshop pratico)
- Costruzione di un profilo LinkedIn efficace e autorevole e di un video-CV
- Best practice utili per costruire e gestire il proprio profilo professionale
- Costruire un blog accademico/professionale a fini di branding/autopromozione
- Esercitazione: costruire il proprio video-cv / il proprio blog

Relatore **Andrea Gaggioli** | Ospite **Luca Perri**, divulgatore scientifico

Martedì 4 maggio 10:00-12:30

Storytelling

- Storytelling: perché adesso? La competizione narrativa
- Che cos'è e che cosa non è lo Storytelling
- Storia, racconto e narrazione d'impresa: differenze significative
- Come si costruisce un racconto d'impresa: temi, emozioni e caratteristiche ricorrenti
- I canali e gli strumenti dello Storytelling: dalla carta al web, dal video ai social media
- Le diverse applicazioni dello Storytelling in azienda (dai principi strategici al branding, dalle risorse umane alla comunicazione integrata)
- Come si racconta la propria identità professionale
- La progettazione narrativa della propria identità professionale
- Strumenti più efficaci di Storytelling d'impresa

Relatore **Daniele Orzati**, Storytelling Lab, Università di Pavia

Martedì 18 maggio 9:00-12:30

La ricerca finanziata

- Quali aziende/partner possono costituire potenziali interlocutori
- Approcci e canali per inviare proposte di progetto e candidature (bandi, grant, progetti, borse. Quali canali per conoscerli, quali imprese o settori industriali li offrono)
- Esempi di best practice
- La figura professionale dell'Innovation Manager
- Come si scrive una proposta a un'azienda/ente (mini-workshop)
- Come sono fatti i bandi di concorso (UE, MIUR, istituzionali etc.) e come vi si accede
- Esercitazione a casa: scrivere un progetto di presentazione a un'azienda

Relatrice **Federica Pallavicini** | Ospite aziendale **Luca Nizzardo**, Protocol Labs

Docenti responsabili del Modulo:

Sofia Scatena, Facoltà di Psicologia del Marketing, Organizzazioni, Comunicazione e Lavoro, Università Cattolica del Sacro Cuore

Daniele Orzati, Storytelling Lab - Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Pavia

Andrea Gaggioli, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università Cattolica di Milano

Daniela Villani, Facoltà di Scienze della Formazione, Università Cattolica di Milano

Federica Pallavicini, Facoltà di Psicologia, Università Statale di Milano Bicocca

*Si precisa che, per il riconoscimento dei crediti, ogni Ateneo segue le proprie linee guida. Ogni studente può rivolgersi alla propria Scuola di Dottorato per avere delucidazioni in merito.