



ASSOLOMBARDA

# SELF BRANDING

## Modulo Interateneo per studenti di dottorato – IV edizione

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

Il modulo offre a dottorandi provenienti da atenei diversi e con un background di ricerca differente la possibilità di confrontarsi con esperti di settore e apprendere come affrontare le seguenti sfide: comunicare la propria identità personale e professionale; promuovere la propria attività di ricerca presso i datori di lavoro, i pari e la società; veicolare un'immagine coerente, autentica, trasparente e responsabile; costruire una propria reputazione professionale attraverso un uso integrato di strategie, tecniche e strumenti di comunicazione.

---

### Giovedì 21 aprile 10:00-12:30

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

*Presentazione del percorso: obiettivi formativi, struttura e articolazione*  
Stefania Romenti, Curatrice scientifica del modulo

*Conferenza introduttiva*  
Roberta Fretta, Research Center Director, Bracco

---

### Giovedì 28 aprile 10.00-12.30

#### **Crescere oltre i confini del proprio ateneo: come costruire una reputazione di ricerca**

- La rilevanza dell'associazionismo (anche internazionale)
- Terza Missione e ricerca applicata: allinearsi agli standard internazionali
- Publish or perish: la sfida per i nuovi ricercatori
- La funzione dei convegni
- Evitare pratiche opportunistiche
- Short term and long term: cosa significano questi termini nell'ambito della ricerca
- Idee che danno lavoro agli altri
- Mondi diversi: le potenzialità della commistione
- Fuori dal proprio terreno: il pensare "out of the box"
- Mettersi in gioco: il valore di andare oltre la propria zona di comfort

Relatrice Stefania Romenti | Ospite Riccardo Manzotti, Università IULM

---



ASSOLOMBARDA

**Giovedì 5 maggio 10:00-12:30**

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

- Comunicazione di marketing/pubblicitaria/branding
- La persona al centro
- Come individuare i talenti (con mini task da svolgere a casa)
- I nostri valori ci caratterizzano. Quali sono?
- La percezione del valore
- Come fanno gli altri a farsi un'idea di noi
- Chi sono i nostri interlocutori?
- L'importanza e i luoghi del network (identificarlo, costruirlo, definirlo, mantenerlo, aumentarlo offline e online)
- Best practices (almeno un paio di esempi)

Relatrice Sofia Scatena | Ospite aziendale

---

**Giovedì 12 Maggio 10:00-12:30**

**Reputazione e social media in Accademia: promuovere la ricerca online e migliorare la propria reputazione digitale**

- La reputazione digitale: principi base, strategie e strumenti per l'Accademia
- Le piattaforme online per promuovere la ricerca: LinkedIn, Twitter, Researchgate, Accademia, Trellis
- Costruire un piano editoriale per promuovere la ricerca accademica
- Best practice utili per costruire e gestire i propri profili professionali sui diversi strumenti

Relatrici Elanor Colleoni e Grazia Murtarelli. Ospite aziendale

---

**Giovedì 19 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 Andrea Fontana, Storytelling Lab, Università di Pavia

---

**Mercoledì 25 maggio 10:00-12:30**

**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

.....

**Docenti responsabili del Modulo:**

- Fabio Castiglioni, R&D Scientist, Mapei
- Elanor Colleoni, Facoltà di Comunicazione, Università IULM di Milano
- Andrea Fontana, Storytelling Lab - Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Pavia
- Riccardo Manzotti, Facoltà di Comunicazione, Università IULM di Milano
- Grazia Murtarelli, Facoltà di Comunicazione, Università IULM di Milano
- Luca Nizzardo, Cryptography Research Scientist
- Federica Pallavicini, Facoltà di Psicologia, Università Statale di Milano Bicocca
- Stefania Romenti, Università IULM di Milano
- Sofia Scatena, Facoltà di Psicologia del Marketing, Organizzazioni, Comunicazione e Lavoro, Università Cattolica del Sacro Cuore
- Chiara Veneziani, Human Resource Manager, FindYourDoctor

\*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.