



CHIEF WRITING OFFICER: LA VOCE STRATEGICA DELL'IMPRESA

Corso di Formazione

UnitelmaSapienza.it



Indice

- 1 Finalità
- 2 Destinatari
- 3 Requisiti d'accesso
- 4 Didattica
- 5 Assistenza e Tutoraggio
- 6 Durata ed organizzazione del Corso
- 7 Direzione, Comitato scientifico, Faculty
- 8 Prova finale
- 9 Domande di iscrizione e quote
- 10 Programma



1. Finalità

Il Corso di Formazione in “Chief Writing Officer: la voce strategica dell’impresa” intende fornire agli studenti e ai professionisti interessati le competenze strategiche e operative per progettare, coordinare e presidiare l’identità verbale di un’organizzazione, assicurando coerenza, efficacia e rappresentatività a tutti i livelli della comunicazione aziendale.

Il percorso formativo è finalizzato a:

- Formare figure professionali capaci di tradurre gli obiettivi aziendali in contenuti chiari, coordinati e allineati alla strategia d’impresa.
- Sviluppare competenze di scrittura strategica e ghostwriting aziendale, per supportare figure apicali nella costruzione e diffusione della propria comunicazione pubblica.
- Fornire strumenti e metodi per gestire la produzione editoriale aziendale, coordinare team di scrittura e strutturare processi di governance dei contenuti.
- Integrare le potenzialità dell’intelligenza artificiale generativa nella scrittura d’impresa, mantenendo coerenza semantica e riconoscibilità della brand voice.
- Qualificare il ruolo del Chief Writing Officer come connettore tra strategia, contenuti e processi aziendali, promuovendo una visione sistemica e culturale della comunicazione.
- Offrire un approccio pratico e operativo, attraverso esercitazioni, project work e simulazioni reali, per trasformare la scrittura in uno strumento di posizionamento e valorizzazione dell’identità aziendale.

2. Destinatari

Il Corso di Formazione è rivolto a tutti coloro che desiderano acquisire competenze specialistiche nella gestione e supervisione della comunicazione scritta d’impresa, con particolare riferimento alla progettazione di contenuti strategici e alla costruzione dell’identità verbale aziendale.

In particolare, il corso si rivolge a:

- professionisti della comunicazione aziendale, del marketing e del branding;
- manager e C-Level (CEO, CMO, CCO, HR Manager) interessati a presidiare la coerenza della comunicazione interna ed esterna.
- content strategist, copywriter, redattori e ghostwriter che intendono sviluppare competenze di coordinamento e governance dei contenuti;
- consulenti aziendali e freelance specializzati in comunicazione, marketing e trasformazione digitale;
- responsabili HR e professionisti della formazione interna che desiderano migliorare i processi di comunicazione organizzativa.

Il corso è aperto sia a professionisti già inseriti nel mondo del lavoro che a laureati di primo e secondo livello, interessati a specializzarsi in ambito di scrittura strategica e corporate writing.

3. Requisiti di accesso

Possono accedere al corso coloro in possesso del Diploma di istruzione secondaria superiore o titoli superiori.

Nello specifico, possono accedere al Corso di Formazione:

- candidati in possesso di Laurea triennale o superiore (qualsiasi classe), oppure, in



alternativa, diploma di scuola secondaria di secondo grado con almeno 3 anni di esperienza documentata in ambiti affini (comunicazione e content, marketing, HR, management, brand strategy, corporate writing).

Competenze richieste: capacità di scrittura professionale in lingua italiana, familiarità con gli strumenti digitali per la produzione e gestione di contenuti; disponibilità a utilizzare strumenti di Intelligenza Artificiale generativa a supporto dei processi editoriali, in coerenza con gli obiettivi formativi del corso.

Requisiti linguistici: lingua di erogazione italiano; per candidati con titolo estero o non italofoni è richiesto livello minimo B2 di italiano.

Requisiti tecnici: disponibilità di PC, webcam/microfono e connessione internet stabile, per la fruizione delle attività asincrone, sincrone e interattive/laboratoriali.

4. Didattica

La metodologia didattica utilizzata per lo svolgimento del corso è in e-learning e prevede le lezioni dei docenti con i relativi materiali didattici scaricabili in rete. Lo studente segue le lezioni quando vuole – h 24 – come vuole – PC, tablet, smartphone – nella modalità prescelta – video/audio video, audio-streaming.

A supporto dell'attività didattica rappresentata dalle video lezioni (didattica asincrona) potranno essere svolti dei web seminar (in modalità sincrona), che potranno essere realizzati attraverso varie tipologie:

- *webinar tematico*, in cui saranno proposti approfondimenti dedicati ad alcuni temi di particolare interesse ed attualità, al fine di rendere più dinamica la didattica, promuovendo anche spazi di confronto interattivi tra docenti e studenti;
- *webinar di discussione*, che avranno per oggetto argomenti teorici tratti dal programma, su cui i partecipanti al corso saranno invitati a proporre il proprio punto di vista sulla base delle esperienze maturate nell'ambito delle rispettive organizzazioni di appartenenza, al fine di promuovere dinamiche di apprendimento proattive, in grado di rivelare le principali implicazioni e potenzialità applicative delle teorie studiate.

Per valorizzare in pieno le opportunità connesse alla didattica interattiva online, saranno utilizzati anche i seguenti strumenti:

- wiki, per costruire insieme agli studenti "alberi" ipertestuali di conoscenze condivise, dove i contributi teorici potranno essere integrati con apporti di natura empirica proposti da tutti i partecipanti al corso, i quali potranno, così, reciprocamente arricchire i propri percorsi di apprendimento;
- forum, nei quali potranno essere lanciati dal docente (ma anche dagli stessi studenti) provocazioni al dibattito su temi specifici o più generali trattati nell'ambito del corso, ma anche su iniziative tese a favorire un apprendimento critico e interattivo, come nel caso della discussione di case study o di una rilettura problematica di eventi di attualità connessi agli argomenti teorici del corso;
- chat, potranno essere aperte in qualsiasi momento a giudizio del docente, del tutor o su richiesta degli studenti.

In aggiunta, il corso prevede:

- **Laboratorio pratico guidato**, durante il quale gli studenti saranno coinvolti in esercitazioni applicative su materiali aziendali reali o simulati, finalizzate a sviluppare competenze



operative nella gestione di progetti editoriali complessi, nella scrittura per la leadership e nella governance dei processi di contenuto;

- **Custom Project finale** (6 CFU), un elaborato progettuale personalizzato che traduce le competenze acquisite in un progetto concreto (campagna narrativa, funnel testuale, manifesto di brand, ecc.), discusso davanti a una commissione di esperti, con valutazione finale;
- **Didattica interattiva (DI) strutturata** come parte integrante del percorso, attraverso workshop, esercitazioni collaborative e project work progressivi, in modo da garantire un apprendimento operativo e mirato alla risoluzione di casi concreti di comunicazione aziendale.

5. Assistenza e Tutoraggio

L'Ateneo garantisce in via continuativa un'assistenza ed un sostegno al processo di apprendimento degli allievi, mediante la presenza di un tutor esperto e qualificato.

Il tutor, oltre a prestare assistenza agli studenti dell'Università, gestisce in modo proattivo il rapporto con la classe virtuale degli studenti, predisponendo ogni strumento didattico ed informativo ritenuto utile per supportare gli studenti, utilizzando anche modalità sincrone e asincrone, quali chat, forum etc.

6. Durata ed organizzazione del Corso

La durata del Corso di Formazione è pari a 6 mesi.

Il Corso verrà strutturato in classi composte da un massimo di 25 studenti, al fine di garantire un'efficace realizzazione delle attività sincrone e un'adeguata organizzazione delle esercitazioni laboratoriali.

7. Direzione, Comitato Scientifico e Faculty

La direzione del Corso di Formazione è affidata alla Prof.ssa Rosella Castellano, Direttrice della Finance and Business School di Unitelma Sapienza, e alla Dott.ssa Sara Infante, Chief Writing Officer, ghostwriter aziendale e *project manager* editoriale.

Il Comitato Scientifico del Corso è composto da:

- **Prof.ssa Rosella Castellano**, Direttrice della Finance and Business School dell'Università Unitelma Sapienza, Co-Direttrice del Corso.
- **Dott.ssa Sara Infante**, Chief Writing Officer e project manager editoriale, Direttrice scientifica del Corso
- **Dott. Luca Vanin**, Docente a contratto presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, esperto di Digital Strategy e funnel comunicativi.
- **Dott. Alessio Beltrami**, Docente a contratto presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, specialista in Content Strategy e architetture testuali.

Sono docenti del Corso di Formazione:

- **Dott.ssa Sara Infante** - Esperta in scrittura strategica, verbal identity e comunicazione aziendale, con focus su ghostwriting corporate e AI generativa.



- **Dott. Luca Vanin** – docente a contratto presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, esperto di web marketing e funnel comunicativi, consulente e formatore in strategie digitali per la comunicazione aziendale.
- **Dott. Alessio Beltrami** – Docente a contratto presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, specialista in architetture testuali e strategie di content marketing, autore e consulente editoriale per il posizionamento delle aziende attraverso i contenuti.
- **Dott.ssa Chiara Romano** – Esperta in Brand Voice e Verbal Identity, consulente aziendale e formatrice sui temi della comunicazione strategica e della gestione dei processi editoriali.
- **Dott.ssa Helga Ogliari** – Esperta di storytelling d'impresa e cultura aziendale, consulente per l'employer branding e la comunicazione interna.
- **Dott.ssa Veronica Gentili** – Specialista in social positioning e content strategy per LinkedIn e canali istituzionali, autrice e formatrice.
- **Dott. Salvatore Russo** – Copywriter e content strategist, esperto in event marketing e narrazione esperienziale d'impresa.
- **Dott. Valerio Fioretti** – Esperto in Prompt Design e applicazioni di Intelligenza Artificiale generativa nella scrittura d'impresa, consulente in AI communication.
- **Dott.ssa Giulia Bezzi** – Esperta in gestione di team editoriali e governance del contenuto, CEO di SEOspirito, formatrice e consulente strategica.

8. Prova finale

Il Corso in Chief Writing Officer prevede come unica prova finale la realizzazione di un Custom Project individuale, sotto forma di elaborato scritto, finalizzato a verificare l'acquisizione e l'applicazione delle competenze sviluppate durante il percorso formativo.

Il Custom Project è un'attività complessa e strutturata che comprende:

- la progettazione e la redazione di un progetto di comunicazione strategica (es. campagna narrativa, funnel testuale, manifesto di brand, white paper, storytelling fondativo);
- attività di studio, ricerca applicata e sperimentazione operativa;
- il confronto diretto con i docenti e i tutor del corso per la definizione e lo sviluppo del progetto.

La durata del project work corrisponde a 150 ore complessive (6 CFU) di attività, considerando il lavoro individuale di progettazione, la ricerca, l'interazione con il docente, la stesura e la discussione finale.

L'argomento del Custom Project sarà scelto in coordinamento con il docente di riferimento e approvato dalla Direzione del Corso, secondo le modalità stabilite.

La valutazione dell'elaborato finale avverrà tramite discussione davanti a una Commissione di docenti ed esperti, e sarà espressa in centodecimi.

A seguito della valutazione positiva, l'Università rilascerà l'attestato di Corso di Formazione Universitaria in "*Chief Writing Officer – La voce strategica dell'impresa*".

10. Domande di iscrizione e quote

La domanda deve essere presentata esclusivamente "on line", sul sito www.unitelmasapienza.it, attraverso la specifica sezione "isciversi".

La quota d'iscrizione è di **€ 1.000,00** da versare in tre rate:

- la prima, di € 600,00 all'atto di iscrizione;
- la seconda, di € 200,00 entro 30 gg. dalla data di iscrizione;



- la terza, di € 200,00 entro 60 gg. dalla data di iscrizione.

Si informa che il bollo per l'iscrizione (€ 16,00) e i due bolli per il conseguimento titolo (tot. € 32,00) sono previsti per normativa vigente dell'Agenzia dell'Entrate.

11. PROGRAMMA DEL CORSO

Il programma prevede il conseguimento di **12 CFU**, suddivisi in 6 CFU di didattica, secondo i 6 Moduli come di seguito indicati, e 6 CFU per il Project Work.

Modulo I (SECS-P/08; 1 CFU)

Voce, stile, identità: la scrittura che rappresenta

Chiara Romano – Esperta in Verbal Identity e Brand Voice

Sara Infante – Direttrice Scientifica del Corso

1. **Verbal Identity e Brand Voice**
(Docente: Chiara Romano)
Definizione e mantenimento della voce del brand nei documenti ufficiali, digitali e nei testi ad alto impatto istituzionale.
2. **Copywriting & Branded Content**
(Docente: Chiara Romano)
Tecniche di scrittura per contenuti promozionali e di marca: newsletter, landing page, campagne, materiali di onboarding e customer care.
3. **Retorica e Generi Argomentativi nella comunicazione aziendale**
(Docente: Sara Infante)
Tecniche di costruzione del discorso e stili persuasivi per pitch, lettere, articoli strategici e testi corporate.

Modulo II (SECS-P/08; 1 CFU)

Scrittura strategica & Ghostwriting aziendale

Helga Ogliari – Esperta in Storytelling d'Impresa e Cultura Aziendale

Sara Infante – Direttrice Scientifica del Corso

1. **Ghostwriting aziendale per la leadership**
(Docente: Sara Infante)
Progettare e redigere contenuti firmati da figure apicali: articoli per media e riviste, discorsi pubblici, lettere aziendali, interviste strategiche. Focus sulla capacità di interpretare voce, obiettivi e ruolo del committente.
2. **Narrazione identitaria e cultura d'impresa**
(Docente: Helga Ogliari)
Tecniche narrative per raccontare la cultura aziendale, i valori e la mission. Dall'employer branding allo storytelling fondativo, per posizionare l'identità aziendale in modo distintivo.



3. **Strategie e stili per la comunicazione social aziendale**

(Docente: Veronica Gentili)

Progettazione e redazione di contenuti per LinkedIn e canali istituzionali, con attenzione a tono, rubriche e coinvolgimento della leadership aziendale.

(Lezione asincrona + attività interattiva)

Modulo III (SECS-P/08; 1 CFU)

Web marketing e architetture testuali

Luca Vanin – Docente a contratto Università Bicocca, esperto in Digital Strategy

Alessio Beltrami – Docente a contratto Università Bicocca, Content Marketing Strategist

Salvatore Russo – Copywriter e Content Strategist

1. **Strategia di Content Marketing e visione editoriale**

(Docente: Alessio Beltrami)

Sviluppare un piano di contenuti testuali duraturi e riconoscibili, trattando l'azienda come un ecosistema editoriale. Dalla logica promozionale alla costruzione di autorevolezza attraverso la continuità narrativa.

2. **Web marketing e funnel comunicativi**

(Docente: Luca Vanin)

Costruzione di percorsi di conversione attraverso contenuti testuali: lead magnet, webinar, pagine di atterraggio e self publishing aziendale.

3. **Event Marketing e Narrazione Esperienziale**

(Docente: Salvatore Russo)

Progettazione del racconto testuale di eventi aziendali interni ed esterni: inviti, live coverage e materiali post-evento.

Modulo IV (SECS-P/08; 1 CFU)

Scrittura aumentata e Intelligenza Artificiale

Valerio Fioretti – Esperto in Prompt Design e AI Generativa

Sara Infante – Direttrice Scientifica del Corso

1. **Prompt Design e IA Generativa per la scrittura d'impresa**

(Docente: Valerio Fioretti)

Utilizzo strategico dell'intelligenza artificiale per generare, riscrivere e adattare testi aziendali. Dalle istruzioni conversazionali (prompting) alla personalizzazione della comunicazione su tono e obiettivi.

2. **Progettazione di Chatbot con Verbal Identity**

(Docente: Sara Infante)

Progettazione, training e supervisione della voce aziendale nei chatbot e nei sistemi automatici di interazione con clienti e stakeholder, garantendo coerenza semantica e riconoscibilità del brand.

Modulo V (SECS-P/08; 1 CFU)



Team editoriale & Governance del contenuto

Giulia Bezzi – CEO SEOspirit, esperta in Governance del contenuto

Chiara Romano – Esperta in Verbal Identity e Scrittura professionale

1. Comunicazione scritta in contesto aziendale

(Docente: Chiara Romano)

Gestione formale e funzionale della scrittura professionale: e-mail, memo, documenti interni, policy, manuali e contenuti operativi, con attenzione alla coerenza narrativa nei flussi di comunicazione aziendale.

2. Gestione di team editoriali e processi content

(Docente: Giulia Bezzi)

Organizzazione del flusso di produzione dei contenuti aziendali: ruoli, strumenti, governance del processo editoriale, dalla pianificazione al rilascio operativo.

Modulo VI (SECS-P/08; 1 CFU)

Laboratorio pratico-metodologico: progettare la voce dell'impresa

Docenti del Corso & Tutor didattico

Attività laboratoriale interattiva in cui i partecipanti applicheranno le competenze acquisite alla progettazione di processi editoriali, alla supervisione della verbal identity aziendale e alla redazione di contenuti strategici su casi aziendali reali o simulati.

PROJECT WORK FINALE (6 CFU)

Docenti del Corso

Elaborazione di un **Custom Project individuale** che traduca le competenze acquisite in un progetto operativo di comunicazione strategica. L'elaborato potrà assumere la forma di:

- Project Work su brief aziendale (es. strategia narrativa, funnel testuale, content governance);
- Elaborato strategico (white paper, storytelling fondativo, manifesto di brand, profilo C-level).

Il Custom Project sarà discusso davanti a una Commissione di valutazione composta da alcuni docenti del Corso ed eventuali esperti esterni, con assegnazione del punteggio in centodecimi.

RIEPILOGO

- Totale Moduli: 6 Moduli (5 Moduli didattici + 1 Laboratorio pratico-metodologico) per un totale di 6 CFU
- Project Work (Custom Project): 6 CFU
- Totale CFU: 12 CFU (6 CFU Moduli + 6 CFU Prova Finale)

INFORMAZIONI

Università degli Studi di Roma
UnitelmaSapienza
www.unitelmasapienza.it
info@unitelmasapienza.it