

SOCIAL MEDIA STRATEGY & DIGITAL P.R.

3° edizione

*corso valido per l'aggiornamento e la qualificazione professionale di
comunicatore e operatore multimediale (ai sensi della legge n°4/2013)*

Roma, 8 e 9 giugno 2019

Premessa e obiettivi del corso

I social network hanno moltiplicato le opportunità di comunicazione tra liberi professionisti, imprese e consumatori e sono oggi il primo strumento di marketing e informazione utilizzato a livello globale. Conoscere i linguaggi, le strategie, gli strumenti e le tecniche di coinvolgimento che stanno alla base della comunicazione digitale, è il primo passo per utilizzare i social media in modo efficiente e riuscire ad ottenere, anche con un investimento minimo in termini di advertising il massimo risultato. Dai profili alle pagine, dalle immagini ai video, dai like alle condivisioni, con gli strumenti messi a disposizione a costo zero dalle piattaforme social si raggiungono nuovi obiettivi di business e di consolidamento e crescita del proprio mercato di riferimento.

Il social media manager non è il professionista del futuro ma quello del presente, progettare piani di comunicazione sulle piattaforme digitali, gestire campagne pubblicitarie, analizzare le statistiche di una campagna social, ideare contest ed attività creative per il coinvolgimento attivo dei propri follower, sono le competenze richieste oggi da aziende ed Enti pubblici e privati che non possono esimersi dall'essere presenti sul web.

La diffusione delle piattaforme di content management system e il loro uso globale nella costruzione della maggior parte dei siti web, oltre alla loro facile integrazione con i social network, completano le competenze del comunicatore e dell'operatore multimediale che la nostra Federazione si prefigge di formare.

Il corso, organizzato e coordinato da Feicom Servizi s.r.l.s., è caratterizzato da una preponderante attività pratica, la didattica frontale sarà sempre supportata da laboratori e project work, i corsisti, suddivisi in gruppi di lavoro sperimenteranno sul campo, guidati dai docenti le competenze apprese, affronteranno le criticità del mestiere mirando alla prevenzione e alla risoluzione dei problemi.

Programma del corso

- progettare la strategia di social media management del cliente privato, di un'azienda o di un ente pubblico: quali differenze;
- individuare i piani di content marketing più appropriati per ogni piattaforma social;

- progettare campagne pubblicitarie ed inserzioni sui principali social network: dalla creazione del testo, alla scelta del target, delle immagini e del budget;
- analisi delle funzionalità e delle opportunità di marketing che le singole piattaforme social offrono;
- strategie avanzate per l'ottimizzazione delle tecniche di search engine marketing (sem) e search engine optimization (seo);
- Google AdWords e Google Analytics due preziosi strumenti per una gestione efficace del web advertising;
- Facebook Insights e Twitter Analytics: a cosa servono e come leggere dati e statistiche per analizzare il successo dei post e delle campagne pubblicate;
- LinkedIn: come fare marketing e promuovere il proprio business a costo zero;
- Instagram: brand awareness e brand reputation con le immagini;
- YouTube: conoscere l'algoritmo di questo social, individuare le parole chiave efficaci e la descrizione da inserire nei video per migliorare la seo per fare viral video marketing;
- e-mail marketing: campagne DEM e newsletter: come comunicare verso target specifici;
- digital PR: le strategie per diventare influencer di settore;
- conoscere le gerarchie istituzionali: interagire con le parti;
- linee guida da seguire: responsabilità e rischi;
- storytelling: come, quando e perché;
- il mobile marketing nella strategia di web presence;
- come creare report accattivanti per il cliente al termine delle attività di social marketing e web communication;
- criticità: casistica, prevenzione e risoluzione dei problemi.

LABORATORIO PRATICO

Progettazione e simulazione di una campagna di comunicazione sui social media, individuazione e selezione del target, stesura del claim pubblicitario e impostazione dei parametri per una configurazione efficace, scelta delle immagini.

La classe verrà suddivisa in 4/6 gruppi speculari; 2/3 gruppi lavoreranno per un committente "istituzionale", interagendo con gli altri 2/3 gruppi che lavoreranno per un committente "privato"

Ogni gruppo dovrà produrre:

- Piano di comunicazione;
- Piano di programmazione attività social;
- Impostare una campagna sponsorizzata facebook;
- Report attività intermedio e finale, con illustrazione di tabelle insights e analytics;
- Rapporto tra social e media tradizionali.

Docenti

Luca Garosi - Giornalista, docente universitario e formatore professionale. Attualmente è caporedattore a Rainews nella redazione di Televideo. Precedentemente è stato il coordinatore didattico del Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo e della Scuola di giornalismo radiotelevisivo di Perugia, dove ha insegnato per 10 anni giornalismo multimediale. Dal 2016 è docente all'Università di Perugia, dove insegna "Strategie di comunicazione in rete" nel corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa. Dal 2008 all'ottobre 2013 è stato caposervizio a Televideo Rai dove ha seguito la nascita e poi ha coordinato l'aggiornamento del sito della testata. Si occupa dal 2000 di informazione online e ha lavorato per alcuni anni per la testata Rai Net News. Ha partecipato al lancio di Rai Click (giugno 2001), la prima tv on demand in Italia. E' autore di due libri: "Comunicare (bene) in rete" e "Green Branding".

Federica Nastasia - giornalista pubblicista, laureata in comunicazione politica, esperta di storytelling, social media manager, ufficio stampa. Dopo gli studi, inizia l'attività di redattrice per diverse testate locali, attivando altresì le prime collaborazioni in ambito di ufficio stampa e comunicazione. Nel 2015 ha ricevuto alla Camera dei Deputati il premio "Giuditta Nanci" organizzato dall'Associazione Stampa Parlamentare. A Roma si diploma al Master in Critica Giornalistica con una tesi in comunicazione televisiva con relatore Carlo Freccero. Dopo aver seguito la comunicazione istituzionale dell'evento "Estate Romana" si è occupata dell'ufficio stampa e della comunicazione social per Zètema - per cui è collaboratrice esterna - nell'ambito di "Contemporaneamente Roma" e per "La Festa di Roma". E' fondatrice dell'ufficio stampa "Anomalia" per cui cura la comunicazione e la gestione dei social della storica manifestazione "Lectures d'estate" e di diversi altri progetti di ambito teatrale e musicale.

Angelo Adriano Sgobba – collaboratore giornalistico e scrittore, è social media manager della testata online di cultura e spettacolo *Recensito* dove è inoltre capo redattore della sezione “Teatro”. Segretario generale della Federazione Italiana Comunicatori e Operatori Multimediali, dal 2015 al 2018 è stato tutor del master di primo livello in Critica Giornalistica dell’Accademia Nazionale d’Arte Drammatica “Silvio d’Amico” dove si è occupato inoltre del supporto tecnico ai progetti di comunicazione multimediale. Autore di articoli e saggi sul cinema delle origini e sulla canzone d’autore, è fondatore dell’ufficio stampa “Anomalia” per cui cura la comunicazione e la gestione dei social della storica manifestazione “Lectures d’estate” e di diversi altri progetti di ambito teatrale e musicale.

Daniele Sidonio – collaboratore giornalistico e scrittore, è social media manager della testata online di cultura e spettacolo *Recensito* dove è inoltre capo redattore della sezione “Musica”, collabora inoltre con la testata *Rockit* e *l’isola che non c’era*. Membro del Consiglio di Amministrazione della Federazione Italiana Comunicatori e Operatori Multimediali, è stato tutor del master di primo livello in Drammaturgia e Sceneggiatura dell’Accademia Nazionale d’Arte Drammatica “Silvio d’Amico” dove si occupa inoltre della gestione del sito web del corso.

Attestazione rilasciata

Feicom Servizi s.r.l.s., al termine del progetto formativo, rilascia agli iscritti al corso di **Social Media Strategy & Digital P.R. - 3° edizione**, un regolare attestato di frequenza.

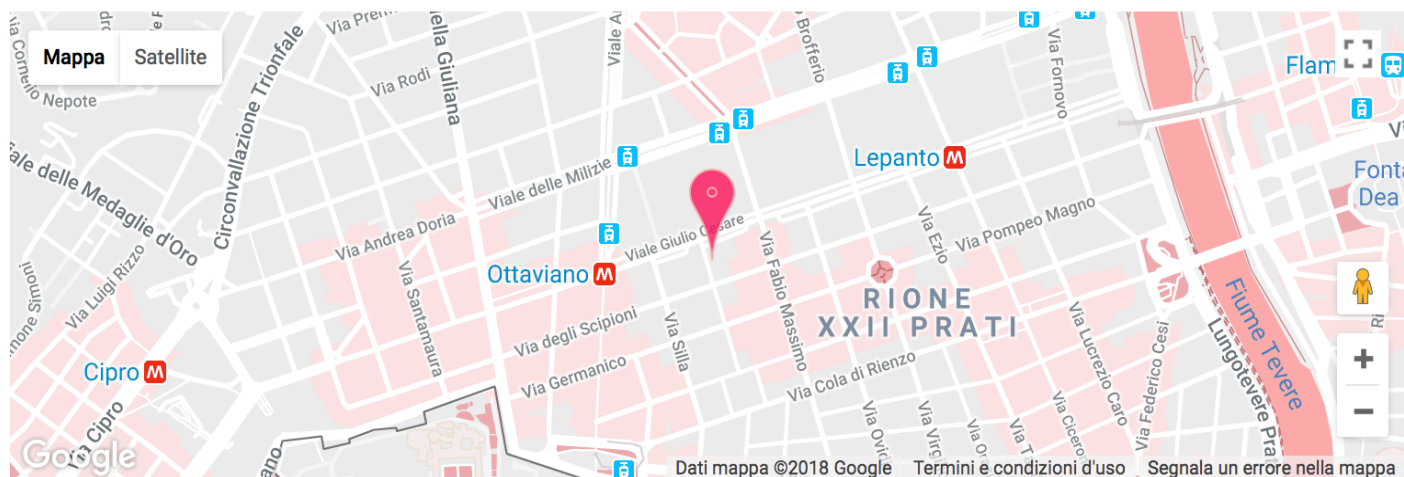
Il corso, contribuisce all’aggiornamento professionale dei comunicatori e degli operatori multimediali in ottemperanza a quanto prescritto dalla legge 4/2013, in materia di formazione professionale continua nelle professioni non organizzate.

Costo

250,00 € (costo base a cui applicare eventuali sconti o promozioni ove disponibili)

Sede del corso

Coaster via Caio Mario, 14/b Roma (Quartiere Prati), a circa 200 mt. dalla fermata “Ottaviano” della linea A della Metropolitana.



Come Iscrivarsi

E' possibile iscriversi al corso **entro e non oltre il 30 maggio** compilando in ogni sua parte la domanda di ammissione e inviandola all'indirizzo di posta elettronica formazione@feicomservizi.it insieme ai seguenti documenti:

- curriculum vitae;
- scansione documento di identità;
- scansione tessera sanitaria o codice fiscale;
- n° 1 foto, preferibilmente in formato tessera.

Una volta ottenuto l'esito dell'ammissione (di norma entro 24/48 ore dalla ricezione della domanda di iscrizione) il/la candidato/a potrà formalizzare l'iscrizione al corso con il pagamento della quota prevista mediante bonifico bancario ed inviare via e-mail copia della disposizione di bonifico per consentirci la formalizzazione dell'iscrizione. Il corso viene attivato con un numero non inferiore di 15 iscritti, in caso di mancata attivazione la quota di iscrizione sarà rimborsata.

Per maggiori informazioni in merito consulta la sezione "Policy Assenze e Rimborsi" nella sezione formazione del sito www.feicom.it