

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE
STRUMENTI PER CONDURRE UNA CAMPAGNA ELETTORALE
A CURA DI DINO AMENDUNI
(PRIMO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato all'acquisizione di conoscenze e competenze sulla gestione delle campagne elettorali.

CONTENUTI

L'applicazione dello storytelling alla comunicazione politica a partire dai principali cambiamenti della comunicazione contemporanea:

- Peso di Internet e dei social media nelle dinamiche di formazione del consenso - importanza dell'utilizzo delle tecniche di framing;
- Controllo delle dinamiche di psicologia cognitiva per far arrivare i messaggi ai destinatari corretti e nel modo corretto

Raccolta di buone e cattive pratiche di comunicazione politica:

- Analisi di contesti professionali
- Analisi di esperienze pratiche

PROGETTO APPLICATIVO

Nel corso del laboratorio verrà organizzato un project work che simulerà la conduzione di una reale campagna elettorale.

- Nella prima parte gli studenti devono mettersi nei panni dello staff di un politico che sta per iniziare una campagna e che deve preparare un documento da condividere con l'agenzia di comunicazione che dovrà sviluppare la creatività, e devono dunque analizzare punti di forza e debolezza della proposta politica del proprio candidato, il posizionamento degli avversari, lo scenario competitivo.
- Nella seconda parte i gruppi cambieranno ruolo e si trasformeranno nei comunicatori che riceveranno il documento strategico da parte del cliente e lo devono trasformare in una vera e propria campagna elettorale con tanto di slogan, di strategia sui social media, di soggetto per un video virale, di testo per l'appello finale al voto.

II DOCENTE

Dino Amenduni, classe 1984, di Bari, è socio, consulente politico e *strategic planner* dell'agenzia di comunicazione Proforma (www.proformaweb.it). Laureato in psicologia della comunicazione e dell'organizzazione (con una tesi di laurea sul comportamento di voto degli under 20), ha anche conseguito un master in marketing, comunicazione pubblica e d'impresa, ha lavorato in questi anni a numerose campagne elettorali (Beppe Sala, Antonio Di Pietro, Nichi Vendola tra gli altri). In questi anni ha curato numerosi laboratori universitari in comunicazione politica ed elettorale (Perugia, Torino, Bari). Collabora con il settimanale L'Espresso e fa parte dello staff del Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE
PREPARAZIONE AI CONCORSI PUBBLICI
A CURA DI ENRICO CARLONI
(PRIMO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato ad acquisire competenze utili alla preparazione con successo ai concorsi pubblici, nell'ambito delle varie branche della Pubblica Amministrazione e si avvarrà, sotto il coordinamento del Prof. Enrico Carloni, della partecipazione di diversi esperti, capaci di guidare gli studenti all'acquisizione di skills utili.

CONTENUTI

Il laboratorio sarà articolato attraverso una serie di incontri con protagonisti ed esperti finalizzati a:

- Approfondire le “carriere” nell'amministrazione (quali funzionariato e dirigenza locale, segretario comunale, carriera prefettizia, scuola superiore della p.a., corpi di pubblica sicurezza, carriera diplomatica, ecc.)
- Analisi dei percorsi di accesso nell'amministrazione: contratti a tempo determinato e altri percorsi per l'accesso “non concorsuale”. In particolare: le assunzioni nelle società in controllo pubblico
- Individuazione ed esame di bandi, indicazioni per la predisposizione della domanda
- Analisi dei contenuti richiesti nei diversi contesti, delle materie, dei temi più ricorrenti
- Analisi di tipologie di prove di esame ed indicazioni pratiche

PROGETTO APPLICATIVO

Il progetto applicativo prevede la simulazione di una serie di prove di esame per l'accesso alla Pubblica Amministrazione e in particolare:

- Prove di tipo psico-attitudinale
- Prove a quiz
- Tracce di esame scritto

II DOCENTE

Enrico Carloni - Professore di diritto amministrativo, coordinatore dei corsi di laurea in Scienze politiche, è stato Esperto del Consiglio dell'Autorità nazionale anticorruzione (2017-2020), ha

coordinato e coordina progetti europei sui temi della buona amministrazione e dell'anticorruzione (Hercules II), è autore di oltre 140 pubblicazioni scientifiche tra cui quattro

monografie. Ha fatto parte di numerose commissioni di selezione, concorso ed abilitazione specie in ambito universitario ed ha coordinato il gruppo di lavoro incaricato della predisposizione di "Linee guida per la trasparenza nei concorsi" della Regione Umbria (2019).

Giuseppe Rossi - Vanta un'ampia esperienza amministrativa come dirigente, vice segretario generale del Comune di Città di Castello, direttore della Comunità Montana Alta Umbria, attualmente direttore dell'Autorità unica di ambito regionale (AURI) per i rifiuti ed il servizio idrico con sede a Perugia. Il Dott. Rossi ha maturato in particolare una ricca esperienza come dirigente del personale ed ha fatto parte di numerose commissioni di concorso per funzionari e dirigenti pubblici, specie in ambito locale.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE ANALISI DEL LINGUAGGIO POLITICO

A CURA DI ROMINA PERNI

(PRIMO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Primo obiettivo del Laboratorio è mostrare come l'analisi del linguaggio - componente essenziale di comportamenti, norme e strutture del mondo politico - sia un punto di partenza decisivo per chiunque voglia agire in maniera consapevole ed efficace all'interno della sfera pubblica, nazionale ed internazionale.

A tale scopo si promuoverà, partendo dalla messa in luce del carattere polisemico del linguaggio politico, l'acquisizione di conoscenze sulle sue diverse tipologie e sugli strumenti di analisi che, di volta in volta, possono essere introdotti. Inoltre, il Laboratorio punterà a consolidare le conoscenze degli studenti riguardo ad alcuni concetti chiave del lessico politico moderno e contemporaneo.

Gli studenti potranno così acquisire abilità e competenze che riguardano:

- L'interpretazione dei discorsi e dei dibattiti pubblici
- Il riconoscimento dei segni, dei simboli e dei riti che caratterizzano il linguaggio politico in ambiti diversi
- L'uso di un lessico politico appropriato ai differenti contesti di azione
- La gestione dei processi decisionali pubblici, soprattutto sul versante della comunicazione.

CONTENUTI

Il laboratorio sarà strutturato in due parti.

Prima parte:

- Gli stili del linguaggio politico (ad esempio quello esortativo o quello giuridico)
- Le funzioni del linguaggio politico (come quella rituale o quella argomentativa)
- Le caratteristiche del discorso politico (inteso, in particolare, come forma di cooperazione e negoziazione politica)
- Il rapporto tra linguaggio politico e propaganda.

Seconda parte:

Analisi del lessico politico moderno e contemporaneo, attraverso l'analisi di alcuni concetti chiave: Stato-nazione, diritti umani, globalizzazione, libertà, uguaglianza, cosmopolitismo, ecc.

Tale analisi si concentrerà sullo studio delle loro origini, contestualizzandone la genesi, ma mettendo in relazione il portato storico e teorico di tali concetti con l'uso messo in atto nel discorso pubblico in seno alle democrazie contemporanee.

PROGETTO APPLICATIVO

I metodi didattici che si utilizzeranno saranno volti ad intrecciare approccio teorico e momento applicativo. Le lezioni frontali saranno accompagnate dalla proiezione di immagini e documenti video, nonché dalla lettura di brani dei classici del pensiero politico e di documenti storici.

Sotto la guida del coordinatore del laboratorio, verrà richiesto agli studenti di predisporre del materiale che verrà analizzato e commentato con modalità partecipative alla luce degli strumenti concettuali di volta in volta acquisiti. Ad esempio, individuando le tecniche di propaganda utilizzate in regimi politici diversi; esaminando la simbologia, le metafore e gli stereotipi sui quali ha fatto leva la comunicazione politica in contesti democratici e non; leggendo e commentando, anche con metodo comparativo, brani di classici su un determinato concetto; analizzando i codici linguistici sottesi ai discorsi politici.

II DOCENTE

Romina Perni è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Perugia. Si occupa del tema della pubblicità e della trasparenza del potere, soprattutto in relazione alla filosofia politica di Kant, del quale ha approfondito anche la prospettiva cosmopolitica. Altri suoi ambiti di interesse riguardano l'utopia e la distopia contemporanee. È autore di numerose monografie e pubblicazioni e fa parte del Comitato di direzione della rivista di filosofia e teoria politica "Cosmopolis" (<http://www.cosmopolisonline.it/>), della quale coordina anche la redazione.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE
“RICERCA SOCIALE EMPIRICA SU BASE TERRITORIALE”
A CURA DEL DOTT. MARIANO SARTORE
(PRIMO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Nel corso degli ultimi decenni profondi e repentini mutamenti hanno investito le società e le economie, inducendo profondi cambiamenti nelle città e nei territori. Si tratta di mutamenti radicali che, pur se evidenti, poco sono stati esplorati e indagati analiticamente nella loro articolazione a scala urbana e regionale.

Il laboratorio si propone di fornire alcuni strumenti utili per affrontare empiricamente l'analisi (e la rappresentazione) dell'articolazione di tali cambiamenti su base spaziale, indagando la strutturazione delle nuove morfologie e dei crescenti divari sociali, con particolare riguardo alle forme emergenti di segregazione sociale, nonché i differenziali di dotazione infrastrutturale e, più in generale, di capitale fisso sociale, alla scala urbana e territoriale.

CONTENUTI

Il laboratorio fornisce strumenti di ricerca empirica, sia quantitativa che qualitativa, con un approccio dialogico e utilizzando le metodologie “learning-by-doing”.

Explicitato il rapporto tra domanda di conoscenza e apparato analitico, il Laboratorio si propone di affrontare il tema delle fonti informative e di introdurre alle metodologie di analisi empirica, in particolare a quelle riferibili alle tipologie dell'analisi esplorativa; infine affronta la questione della rappresentazione dei fenomeni sociali su base spaziale.

Se l'obiettivo è quello di avvicinare all'analisi empirica spazializzata dei fenomeni e delle dinamiche sociali fornendo alcune indispensabili basi metodologiche, il Laboratorio si propone al contempo di fornire le basi e consentire la familiarizzane operativo dei software per l'analisi statistica e dei sistemi informativi geografici (GIS) (open source), mettendo lo studente in condizione di elaborare, in forma individuale o collettiva – comunque assistita –, un proprio percorso/prodotto di ricerca su temi di interesse e rilievo.

PROGETTO APPLICATIVO

L'individuazione sia tematica che spaziale dell'ambito di indagine comune, o degli ambiti comparativi, verrà definita collegialmente in base agli interessi dei partecipanti e al deficit conoscitivo relativo ai temi considerati.

I temi individuati verranno affrontati perseguendo un approccio sistemico in relazione all'ambito

spaziale di interesse e all'universo spaziale più ampio assunto come ambito di riferimento ai fini del riconoscimento delle caratterizzazioni locali.

Particolare attenzione sarà prestata, infine, alla rappresentazione (in forma tabellare, grafica, cartografica e testuale) delle emergenze più rilevanti e significative, assumendo come orizzonte conclusivo un seminario di presentazione dei risultati e/o una pubblicazione editoriale.

Schematicamente il laboratorio si articolerà nelle seguenti fasi:

Introduzione

- seminario iniziale di presentazione di casi/indagini analoghe, riferite a modificazioni sociali significative nelle città e nei territori dell'Umbria;
- individuazione dei temi di ricerca relativi al disagio sociale, incluso quello abitativo;
- definizione del contesto/contesti di indagine e dell'universo di riferimento;
- introduzione alle fonti informative; acquisizione e sistematizzazione dei database;
- introduzione alle fonti cartografiche; acquisizione e sistematizzazione delle basi territoriali;
- introduzione alle metodologie esplorative, alle tecniche e ai software di analisi statistica.

elaborazione

- analisi critica delle evidenze empiriche in progress;
- definizione degli approfondimenti tematici di maggiore rilievo;
- analisi interpretativa delle relazioni (nessi) tra fenomeni emergenti;
- analisi dell'articolazione spaziale delle caratterizzazioni sociali.

rappresentazione

- introduzione agli strumenti e alle tecniche di rappresentazione dei fenomeni sociali su base spaziale;
- elaborazione di tabelle, grafici e mappe tematiche relative ai fenomeni individuati.

restituzione

- redazione di brevi testi relativi ai temi indagati e ai problemi emersi;
- editing degli elaborati / approntamento di una presentazione pubblica e/o di una pubblicazione.

II DOCENTE

Mariano Sartore, urbanista, Ph.D., è ricercatore presso il dipartimento di Scienze politiche. Si occupa da tempo di analisi empirica su base spaziale, tanto in ambito didattico (ha a lungo insegnato, tra l'altro: Analisi dei sistemi urbani, Sistemi informativi territoriali-GIS, Urbanistica e Progettazione urbanistica) che in ambito di ricerca, dove ha privilegiato la dimensione spaziale dei fenomeni sociali, occupandosi di analisi delle morfologie sociali, abitative, economiche in numerose ricerche nazionali e internazionali. È stato docente presso l'ISTAT e ha contribuito significativamente alla definizione dei criteri di redazione dei piani topografici CENSUS.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE

VIDEO PER IL WEB: CONTENUTI

A CURA DI MATTEO GRANDI

(SECONDO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato all'acquisizione di conoscenze e competenze sulla produzione video per il web.

Il laboratorio professionalizzante ha l'obiettivo di formare con approccio multidisciplinare, declinato nelle diverse modalità teoriche, metodologiche e pragmatiche, che partendo dalle chiavi di comunicazione dei social network più diffusi, porterà gli allievi a intervenire nella progettazione e nella gestione di contenuti multimediali e testi.

CONTENUTI

Inquadramento teorico

Dall'uso del linguaggio Smart alla scrittura di un video per YouTube: impostazione del corso

L'importanza dei contenuti

- Come comunicare online, ai tempi del web 3.0: una comunicazione penetrante ed efficace. Regole e segreti per dare un peso alla propria voce
- Il dizionario delle parole chiave: da mainstream a social media manager, tutti i termini da conoscere

Linguaggio e social network

- Perché social network diversi richiedono linguaggi diversi.
- Gestione di un profilo FB privato
- Gestione di una pagina FB aziendale
- Gestione e linguaggio di un profilo Twitter
- Gestione di un profilo Instagram

Conoscere il medium

- Analisi della piattaforma Youtube
- Osservazione critica della sua evoluzione in medium mainstream: dal videomaking agli youtuber
- Costruzione di una pagina YouTube, gestita dagli studenti del corso
- Realizzazione e messa on line dei contenuti

- I video musicali su Youtube: analisi di quelli che hanno avuto maggior successo

La nascita delle “webstar”

- Dalla cameretta al camerino: analisi di 3 case history di successo.
- Da persona a personaggio: esiste una formula del successo?
- Incontro con uno youtuber di successo

Applicazioni pratiche: Come realizzare un video su Youtube

- Il target
- Il soggetto
- La sceneggiatura
- Le cosiddette “references”
- Il budget
- Il piano di produzione

PROGETTO APPLICATIVO

Nel corso del laboratorio gli studenti sono coinvolti nella progettazione vera e propria di un video attraverso tutti gli step da affrontare in fase di preparazione:

- Concept
- Brain storming
- Scrittura
- Le references
- Il budget
- La realizzazione

II DOCENTE

Matteo Grandi è giornalista professionista, autore televisivo (Il Labirinto, Carpool Karaoke) e autore di sceneggiature di videoclip musicali. Da sempre molto attivo sui social network, è un attento osservatore delle dinamiche della rete. Nel 2014 ha pubblicato per Arrivo - La lunga corsa di Matteo Renzi da Twitter a Palazzo Chigi (Fazi) e nel 2017 Far Web - Odio, bufale, bullismo. Il lato oscuro dei social (Rizzoli); nel 2015 ha firmato con il rapper Fedez lo spettacolo del tour Pop-Hoolista. Ha portato a Perugia la ‘Festa della Rete’, la manifestazione degli oscar del web in Italia. Vive fra Perugia, dove dirige un magazine bimestrale, Milano, dove svolge i suoi lavori per la tv, e Bari, la città di sua moglie. Da 5 anni collabora con il Dipartimento di Scienze Politiche in qualità di docente del Laboratorio di Video per il web.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE VIDEO PER IL WEB: VIDEO MAKING

A CURA DI PROMOVIDEO SRL
(SECONDO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato all'acquisizione di competenze nell'ambito della produzione e della post produzione (montaggio) di video. Al termine del laboratorio gli studenti saranno in grado di montare un video per il web in autonomia. Il progetto formativo è pensato per essere la continuazione ideale del laboratorio Video per il web: contenuti, con il quale è gestito in maniera sinergica.

CONTENUTI

Inquadramento teorico

- Sistemi e formati professionali di videoregistrazione digitale
- Ottimizzazione parametri menù nei formati HD (CineLike, Gamma Tonale)
- -Tipologie dei supporti di archiviazione Conoscenze tecniche
- -Attrezzatura tecnica audio-video (tipi di macchina, gli obiettivi, treppiedi e microfoni)
- Tecniche di ripresa a mano e in movimento
- -Conoscere la luce (l'esposizione, temperatura colore e il bilanciamento del bianco)
- -Comporre l'immagine (tipologie dell'inquadratura e movimenti di camera)
- -L'illuminazione artificiale
- -Scegliere il soggetto e lo stile

Conoscenze pre-produzione produzione

- Programmare i tempi e l'ordine delle riprese, definendo le location ed allestendo eventuali ambientazioni
- Valutare la necessità del cavalletto per la realizzazione delle riprese e sua collocazione nel set di ripresa
- Programmare le inquadrature e le scene, i campi e i piani di ripresa e loro accostamento necessario
- Predisporre un copione tecnico per condurre la riprese
- Realizzazione delle riprese in interni ed esterni

Post-produzione e montaggio

- Le transizioni: proprietà, caratteristiche, effetti/impatto sulla narrazione
- Acquisizione dei filmati in sistemi di montaggio digitale
- Scelta delle sequenze da impiegare per il montaggio
- Inserimento delle clip nella linea di montaggio
- Inserimento degli effetti e delle transizioni nel montaggio
- Sonorizzazione del montaggio
- Inserimento di titoli e grafica nel montaggio, elementi di video compositing
- Finalizzazione del montaggio
- Esportazione del montaggio per la creazione del filmato nei formati e nei supporti desiderati

PROGETTO APPLICATIVO

Nel corso del laboratorio gli studenti sono coinvolti nella produzione e post-produzione di un video attraverso tutti gli step da affrontare. L'attività potrà essere collegata alla produzione del video progettato nell'ambito del Laboratorio professionalizzante Video per il web: Contenuti.

II DOCENTE

Promovideo Srl - Agenzia di produzione video e comunicazione multimediale che opera a Perugia da oltre 30 anni. L'agenzia è specializzata nella produzione di filmati aziendali, corporate, documentari, spot pubblicitari, video in motion graphic, animazioni 2D e 3D, ma si occupa anche di pubbliche relazioni, realizzazione di eventi, produzioni video e social media marketing. Da 5 anni il personale dell'agenzia, in particolare Luca Lestini e Leonardo Marini, collabora con il Dipartimento di Scienze Politiche per la parte di produzione e post produzione dei video progettati nel Laboratorio di Video per il web.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE FUNDRAISING E CROWDFUNDING

A CURA DI VERONICA MANNA

(SECONDO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato all'acquisizione di competenze specialistiche nell'ambito del fundraising, del crowdfunding e della comunicazione sociale. Tali competenze sono utili per supportare le organizzazioni non profit nel processo di avvio e potenziamento dell'attività di raccolta fondi, coinvolgendo i donatori con i giusti strumenti di fundraising e comunicazione. Le competenze acquisite nell'ambito del laboratorio sono utili anche alle imprese, interessate a trasmettere una immagine di responsabilità sociale e sostenibilità, coltivando relazioni e coinvolgendo la comunità.

CONTENUTI

Nell'ambito del laboratorio verranno approfondite le seguenti tematiche:

- La cultura del dono tra condivisione e costruzione di identità
- Comunicazione fundraising oriented e coinvolgimento della community
- Il ciclo del fundraising: l'analisi strategica, il coinvolgimento della governance e la pianificazione
- Canali e Strumenti per il Fundraising
- Strumenti di Direct Marketing e Digital Fundraising
- Major Donors: Individui, Corporate, Fondazioni e Lasciti
- Peopleraising: il ruolo dei volontari nella raccolta fondi

PROGETTO APPLICATIVO

Nell'ambito del laboratorio gli studenti verranno coinvolti in un project work relativo alla progettazione e all'implementazione di una campagna di raccolti fondi. Il project work sarà organizzato in modo da consentire di sperimentare l'applicazione pratica di alcuni strumenti operativi per la progettazione nel fundraising tra cui:

- Costruzione di un progetto fundraising oriented
- Mappatura delle relazioni
- Tabella dei range
- Diagrammi di Gantt
- Definizione del budget

II DOCENTE

Veronica Manna - Con una decennale esperienza come consulente aziendale in marketing, comunicazione e progettazione di siti web, è fundraiser professionista da circa 13 anni. Come

fundraiser, ha maturato una variegata esperienza all'interno di ONG internazionali e organizzazioni operanti nel settore sociale, culturale e sanitario. Attualmente consulente in fundraising e comunicazione con Non Profit Factory; progettista e fundraiser interna per la Coop. Sociale Il Cerchio; docente di corporate e community fundraising nei Master di ASVI Social Change e della 24ore Business School. Socia ASSIF dal 2012 e referente del gruppo territoriale ASSIF Umbria. Profilo completo: <https://www.linkedin.com/in/veronicamanna/>

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE **NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE E TRUST BUILDING**

A CURA DI MATTHEW LEVINGER

(SECONDO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio si tiene in lingua inglese ed è finalizzato all'acquisizione di competenze specialistiche ed avanzate in relazione alle tecniche di negoziazione. Più in particolare, il laboratorio esamina i principi della negoziazione fondata sulla tutela degli interessi illustrando i materiali (teorici) e le esperienze (pratiche) elaborate dall'*Harvard Program on Negotiation*. Il laboratorio fornirà inoltre materiali relativi allo sviluppo della capacità di ascolto, fiducia e comunicazione ritenute essenziali al successo dei negoziati. Nell'ambito degli incontri è previsto l'alternarsi di lezioni, discussioni e simulazioni di dialogo bilaterale e *multiparty*.

CONTENUTI

Le ragioni del conflitto

- La dimensione strategica
- La dimensione politica
- La dimensione culturale
- La dimensione socioeconomica
- La dimensione psicologica

L'analisi delle narrative

- L'ascolto come tecnica del peacebuilding
- Chi: i leaders e I rappresentanti
- Storie e mitologie del passato
- Degrado ambientale e cambiamento climatico
- Strategie e tattiche del riavvicinamento

Pianificare la pace

- Stime e previsioni
- Predisporre gli strumenti
- L'inventario dei benefici comuni
- La scelta dei rappresentanti
- Gli atti simbolici

PROGETTO APPLICATIVO

Agli studenti viene proposto un contenuto applicativo diretto, prevedendo l'applicazione delle competenze acquisite ad una esperienza concreta della negoziazione in aree di conflitto e a fornire strumenti pratici per la riduzione dell'ostilità tra le parti. Tra i conflitti esaminati sono gli scontri in Darfur, la Libia, Gaza, la Georgia e le aree oggi di potenziale genocidio in Africa e Asia.

II DOCENTE

Matthew Levinger insegna alla Elliott School of International affairs della George Washington University, dove è direttore del "National Security Studies Program", del Master in "International Policy and Practice Program" e per alcuni anni ha diretto l'Holocaust Memorial Museum di Washington. Autore di studi sull'analisi e risoluzione dei conflitti, Levinger ha collaborato come analista politico con il dipartimento of "Peacekeeping Operations" delle Nazioni Unite.

LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE
“LA GESTIONE DEI SOCIAL: IL LAVORO DEL SOCIAL MEDIA MANAGER”
A CURA DI ALESSIA GEMMA”
(SECONDO SEMESTRE)

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio è finalizzato all’acquisizione di conoscenze e competenze relative alla professione di social media manager e di content web editor. Al termine del laboratorio gli studenti saranno in grado di impostare le basi per una social strategy, e di gestire i social di un brand partendo da un’analisi dei canali del cliente, del target e degli obiettivi. Sapranno proporre un approccio strategico, creativo, un piano economico e una timeline di lavoro che preveda le collaborazioni con gli influencer e il tone of voice più adeguato al marchio usando gli strumenti di base per un’analisi netnografica dei social.

CONTENUTI

Dal cartaceo ai contenuti web:

- Gestione social e social strategy per potenziare online la brand e product awareness: commentare sotto i post di altri brand, qualora ci fosse l’opportunità per creare risonanza; rispondere agli utenti; creare azioni di seeding; valutare le collaborazioni che aumentino le visualizzazioni; riconoscere le aree di miglioramento; creare un’identità sociale e web.
- Come si imposta un piano editoriale e quali temi si scelgono. La ricerca giornaliera di trend/fatti che possano essere utilizzati per fare post in tempo reale e ad alta viralità potenziale. La scelta del tone of voice.
- Come funziona una stazione editoriale di una testata web.
- I social e l’e-commerce: le strategie di incentivo all’acquisto tramite i social con atterraggio nello store online e la gestione dell’e-commerce.
- Strategie per incrementare impression, engagement e crescita della fanbase
- Come avviene l’ingaggio degli influencer e come si stabilisce una collaborazione con loro: obiettivi, strategie e costi.
- Come si analizzano l’andamento, i risultati e gli insight di una campagna web: il report finale.
- Come si analizzano e interpretano i dati: la netnografia

PROGETTO APPLICATIVO

Nel corso del laboratorio verrà organizzato un project work che simulerà la conduzione di una reale campagna di prodotto e la gestione dei social di un brand.

- Nella prima parte gli studenti dovranno analizzare il prodotto, la storia, gli attuali canali web, il target presunto e potenziale e fare una nuova proposta creativa e di budget per la campagna web 2022;
- Nella seconda parte gli studenti verranno organizzati come una redazione web e/o un'agenzia pubblicitaria web e attiveranno (copy, grafica, piano editoriale, pubblicazione, analisi insight, report finale...) la campagna proposta.

II DOCENTE

Alessia Gemma da 16 anni è social media manager e content web editor per Smemoranda (www.smemoranda.it). Laureata nel 2003 in Scienze della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Perugia, con specializzazione in Comunicazione d'Impresa, è giornalista pubblicitaria dal 2017, e dal 2018 svolge seminari per il Corso di Laurea magistrale in Comunicazione pubblica, digitale e d'impresa, insegnamento di Teorie e Tecniche della Comunicazione Pubblicitaria, presso l'Università degli studi di Perugia. Attualmente collabora per i social con l'agenzia Lama e il Comune di Milano per il progetto sociale "We-Mi" e con l'associazione di psicologi per l'adolescenza e l'infanzia Jonas di Recalcatti per il progetto sociale "Milano noi ci siamo". Collaborazioni precedenti con Hachette Rusconi, Mondadori, Rizzoli editore, Levi's, Benetton.