

# **LABORATORIO PROFESSIONALIZZANTE**

## **“SOCIAL MEDIA MANAGEMENT”**

**A CURA DI MATTEO COLLESI**

**(PRIMO SEMESTRE)**

*N.B. Scheda in corso di aggiornamento*

### **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

Laureatosi in materie umanistiche e conseguito un master in management dell'Innovazione alla Scuola Sant'Anna di Pisa, le prime esperienze lavorative sono nell'ambito del Marketing in Italia e poi all'estero, a Londra. Al definitivo rientro in Italia, dopo una lunga esperienza in ambito Vendite, dal 2014 è co-founder e CEO di Green Click Media Italia, un'azienda specializzata in Performance Marketing che occupa ad oggi 40 persone.

# **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 irigenza 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  
(SECONDO 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**

## **STRUMENTI PER CONDURRE UNA CAMPAGNA ELETTORALE**

**A CURA DI DINO AMENDUNI**

**(SECONDO 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](http://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 Caro, 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 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 PODCAST PRODUCTION**

**A CURA DI *RADIOPHONICA*  
(SECONDO SEMESTRE)**

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

Laboratorio Didattico, gestito da esperti nel settore, per acquisire competenze pratiche per la produzione di podcast.

## **CONTENUTI**

- Scrittura e realizzazione di contenuti podcast;
- Conoscenze della parte tecnica di registrazione;
- Abilità di conduzione e utilizzo della voce;
- Tecniche di postproduzione e pubblicazione;
- Promozione dei prodotti sui media digitali in formato audio, video, grafico.

## **PROGETTO APPLICATIVO**

Agli studenti viene proposto un contenuto applicativo diretto, prevedendo l'applicazione delle competenze acquisite ad una esperienza concreta di produzione di un podcast.

## **IL DOCENTE**

A cura di esperti di Radiophonica, il web-media universitario dell'Umbria, attivato nel 2007 dall'ADiSU (Agenzia per il Diritto allo Studio Universitario dell'Umbria) con l'obiettivo di fornire uno strumento pratico e teorico, per imparare a gestire al meglio i social media e i loro contenuti, realizzare audio-editing, video-editing, foto-editing, mettere alla prova e migliorare le capacità di scrittura e l'uso della voce.

Dal luglio 2024 Radiophonica si è evoluta puntando sulla produzione di podcast, realizzati dagli studenti per gli studenti, per raccontare gli appuntamenti culturali, le iniziative universitarie e le opportunità di pubblico interesse. Grazie alla collaborazione con UNIPG, altri atenei regionali, soggetti pubblici e privati di comunicazione e di formazione, Radiophonica offre l'opportunità di approcciarsi al settore della comunicazione, apprendendo competenze utili anche per l'ingresso nel mondo del lavoro.