

DATA	TITOLO ATTIVITA'
20/12/19	Gestione dei conflitti e delle discussioni online
10/01/20	Gestione dei conflitti e delle discussioni online
17/01/20	Strumenti di ascolto della rete
24/01/20	Strumenti di ascolto della rete

Tutte le attività si svolgeranno al pomeriggio dalle 15 alle 18.

REQUISITI PER L'AMMISSIONE

Titoli di studio richiesti: Diploma di scuola secondaria di secondo grado

Numero studenti: minimo 15 studenti, massimo 30

Quota di iscrizione: €250

Modalità di ammissione: Iscrizione in ordine cronologico d'arrivo del bonifico

Le iscrizioni si chiudono il **1 novembre 2019 alle ore 12**



CORSO DI FORMAZIONE IN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

"Il marketing non è più questione di ciò che sai produrre ma della storia che sai raccontare"
(Seth Godin)

CONTATTI E INFORMAZIONI

Laboratorio di Glottodidattica

Dipartimento di Discipline Umanistiche,
Sociali e delle Imprese Culturali

Sede: Via D'Azeglio 85, Parma

Per maggiori informazioni sul corso scrivere a

glottodidattica@unipr.it



PERCHÉ UN CORSO DI SOCIAL MEDIA MANAGER?

Ogni giorno di più i media digitali influenzano le nostre relazioni, la comunicazione giornalistica e il marketing aziendale. In questo scenario è di fondamentale importanza acquisire un profilo professionale qualificato all'utilizzo degli strumenti digitali, alla valutazione dei rischi connessi e all'esplorazione delle innumerevoli potenzialità.

QUALI VANTAGGI PER LE AZIENDE?

- ✓ Perfezionare e/o migliorare l'utilizzo degli strumenti digitali
- ✓ Evitare errori di comunicazione e/o marketing
- ✓ Ampliare la rete dei contatti, con traiettorie mirate
- ✓ Affinare strategie di comunicazione e/o marketing proficue e innovative
- ✓ Concepire strategie di "ascolto" della rete

IL PROGETTO DI RICERCA

I percorsi di formazione nascono da un progetto di ricerca sviluppato all'interno del Laboratorio di Glottodidattica dell'Università di Parma, che da anni svolge ricerca e formazione nel settore della didattica delle lingue e della comunicazione.

IL GRUPPO DI RICERCA

Il gruppo di ricerca è composto da diversi professionisti della comunicazione qualificati sotto il profilo della ricerca e della didattica.

GLI OBIETTIVI

- ✓ Padroneggiare gli strumenti linguistici e della semiotica delle immagini per produrre contenuti efficaci e comprensibili in uno scenario plurale;
- ✓ Utilizzo dei social nelle strategie di potenziamento del brand aziendale e del marketing;
- ✓ Tecniche di brand journalism e nuovo storytelling per l'era digitale;
- ✓ Conoscere le strategie dell'argomentazione, del dibattito, della comunicazione di crisi per moderare le discussioni degli utenti;
- ✓ Saper servirsi degli strumenti tecnologici fondamentali per il social listening e l'analisi delle conversazioni online.

A CHI SI RIVOLGE?

A futuri esperti di produzione e gestione di contenuti in rete. Destinatari sono tutti coloro che desiderino acquisire competenze nella comunicazione online per account (siti web, blog, ecc.) aziendali e istituzionali. In particolare il corso è diretto a persone impiegate o in cerca di impiego in qualità di:

- ✓ Addetti alla comunicazione di aziende e organizzazioni (profit e no-profit)
- ✓ Responsabili e addetti al marketing online
- ✓ Addetti al back office e al servizio cliente
- ✓ Giornalisti, editor e altre figure impiegate nel mondo dell'editoria digitale
- ✓ Blogger

LE MODALITÀ DIDATTICHE

Il corso si basa su un apprendimento attivo, coinvolgente ed esperienziale.

Brevi momenti di lezione frontale si alternano a:

- ✓ analisi di materiale multimediale;
- ✓ simulazioni e role-playing;
- ✓ analisi e discussione di casi pratici reali;
- ✓ esercitazioni individuali e di gruppo.

ORGANIZZAZIONE

Il corso prevede: 30 ore di didattica frontale e 45 di studio individuale, per un totale di 75 ore pari a 3 cfu. La data prevista per l'avvio delle attività è l'8 novembre 2019 e il termine è previsto per il 24 gennaio 2020, secondo il seguente calendario:

DATA	TITOLO ATTIVITA'
08/11/19	Lineamenti di social-linguistica
15/11/19	Lineamenti di social-linguistica
22/11/19	Immagini e video
29/11/19	Immagini e video
06/12/19	Utilizzo dei social nelle strategie di potenziamento del brand aziendale e del marketing
13/12/19	Utilizzo dei social nelle strategie di potenziamento del brand aziendale e del marketing