

Laboratorio di Social media e strategie di comunicazione

DOCENTE

Elena Cosenza, *Digital Analyst e Consultant*, lavora presso frog. part of Capgemini Invent, un'azienda di consulenza creativa *data-driven*. Si occupa di analisi di dati qualitativi e quantitativi per supportare strategie e progetti creativi e, successivamente, dell'analisi delle loro performance. Lavora nell'ambito di *Web & Social Monitoring, Generative AI e Data Visualization*.

OBIETTIVO DEL CORSO

La conoscenza del funzionamento e della progettazione della comunicazione sui *social media* è ormai una competenza essenziale, così come l'approccio critico ai contenuti ai quali siamo quotidianamente esposti.

L'obiettivo che il corso si propone è di fornire gli strumenti e le conoscenze necessari all'impostazione di un piano di comunicazione sui *social media* e alla valutazione dei risultati. Verranno illustrati i ruoli professionali attivi nella costruzione di una campagna di comunicazione di brand o prodotto, approfondite le potenzialità e peculiarità di ciascun *social media*, e le fasi di strutturazione di una iniziativa di comunicazione. Verranno discussi gli strumenti di analisi dei risultati. È inoltre previsto un approfondimento relativo all'intelligenza artificiale e al suo uso nel processo di progettazione.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- Conoscere le peculiarità di ciascuno dei principali *social media* (caratteristiche, target potenziali, contenuti da pubblicare...) e le dinamiche che li regolano;
- Saper ideare e pianificare una campagna di comunicazione sui *social media*;
- Saper valutare i risultati della campagna di comunicazione attraverso l'analisi delle *performance*;
- Saper organizzare il lavoro in team *online* e *offline*;
- Saper strutturare un report di presentazione del lavoro svolto;
- Saper presentare il proprio lavoro a un pubblico.

CONTENUTI

Il corso prevede la presentazione di *best practice* e casi studio che illustrano esempi di strategie aziendali di successo o di insuccesso (con relativi approfondimenti collegati alla gestione di situazioni di crisi derivate dall'iniziativa). Le informazioni condivise supporteranno gli studenti nella realizzazione di un *project work* di gruppo focalizzato sulla creazione, strutturazione e presentazione di una campagna di comunicazione sui *social media* basandosi sul *brief* (richiesta/caso) assegnato dalla docente.

DIDATTICA

La didattica prevede momenti di lezione frontale atti a presentare tematiche sulle quali si possa dar vita a un confronto durante la lezione. Gli studenti sono tenuti a partecipare attivamente esprimendo i propri pensieri e ragionamenti. Tale modalità mira a coinvolgere i partecipanti, in modo che apprendano praticamente le competenze previste per il corso e a supportarli nello sviluppo di un pensiero critico rispetto ai casi presentati. Sono previsti inoltre momenti dedicati all'impostazione e allo sviluppo del *project work* assegnato.

METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE

La valutazione del laboratorio consisterà nella valutazione del *project work* di gruppo.

I criteri di valutazione sono i seguenti:

- Qualità della proposta di comunicazione ideata (50%), consistente in creatività della proposta, capacità di essere in linea con il posizionamento e il tono di voce del caso assegnato, capacità di rispondere agli obiettivi comunicativi richiesti, sviluppo e articolazione della proposta;
- Qualità della presentazione del lavoro (50%), sia dell'*output* - Power Point, Keynote - (chiarezza, cura grafica, completezza dei dettagli) sia della presentazione orale in aula (chiarezza della presentazione, capacità di argomentare e di rispondere alle richieste di approfondimento).

PERIODO DI EFFETTUAZIONE

Secondo semestre.