



*Aggiornamento e formazione professionale, conforme alla L. 150/2000 - DPR 422/2001
valida per la qualificazione professionale di comunicatore pubblico (L. 4/2013)*

P.A.: Social network e comunicazione pubblica 2.0

Roma, 20-21 giugno 2017

Premessa

La formazione mirata tesa all'innovazione riveste un'importanza primaria poiché è fra le componenti costanti dei processi di cambiamento di ogni organizzazione. È fondamentale per aggiornarsi, rafforzare le conoscenze e operare in modo adeguato. È il principale veicolo di sviluppo e crescita delle competenze, delle capacità e delle abilità.

Il successo delle azioni di comunicazione e il raggiungimento degli obiettivi strategici di un Ente pubblico dipendono non solo dalla padronanza di tecniche, norme e tecnologie, ma anche dall'aggiornamento continuo dei professionisti di un settore strategico come la comunicazione, la cui evoluzione non può prescindere da un uso competente delle tecnologie digitali.

Obiettivi

Fornire le conoscenze e gli approfondimenti sui media digitali e introdurre all'uso del social network (Facebook, Twitter, YouTube, e altri) nelle attività di comunicazione delle Amministrazioni Pubbliche. Illustrare i cambiamenti dei modelli di comunicazione pubblica con l'utilizzo dei social media, con focus specifici. Approfondire la relazione che si crea con il cittadino tramite i social per relazionarsi con la P.A.. Identificare le nuove competenze e gli skill richiesti al comunicatore pubblico e ai redattori che gestiscono la presenza dell'Amministrazione sui social media, per una reale Amministrazione digitale.

Destinatari

Chi opera nelle strutture di comunicazione e di informazione pubblica o è in relazione con le Istituzioni.

Chi vuole aggiornare o ampliare le conoscenze e le competenze sulla comunicazione pubblica 2.0.

Chi lavora o è in relazione con le Istituzioni pubbliche.

Chi vuole approfondire la conoscenza del mondo dei social network nelle P.A.

Metodologia didattica

Alla spiegazione generale sui passaggi necessari per l'apertura di un profilo, seguirà l'analisi della specificità dei social network più utilizzati, senza trascurare le notizie false e la gestione dei commenti:

- Facebook – l'uso del social network più utilizzato: dalla creazione del post alla gestione della community, quale linguaggio usare, cosa è opportuno condividere
- Twitter e LinkedIn – la piattaforma di microblogging spiegata attraverso tweet, hashtag e trend topic; come utilizzare LinkedIn per monitorare gli stakeholder economici
- YouTube, Google+, Instagram e Pinterest – come aprire un canale YouTube e caricare e gestire i video; l'importanza di essere su G+; come si usa hangout; cenni sulla scrittura SEO (search engine optimization) per comparire nella SERP (search engine results page); la comunicazione attraverso le immagini: quali foto si possono utilizzare, come collegare le notizie alle piattaforme visual; differenze tra Instagram e Pinterest.

La proposta di formazione base sui social media si articola in due giornate da quattro sessioni, dalle ore 9:00 alle ore 17:00): alla prima sessione di inquadramento strategico e pratico, seguono tre di approfondimento sui canali più utilizzati: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Instagram e Pinterest.

Programma scientifico

Prima giornata: 7 ore

20 giugno 2017, martedì – prima sessione

I social per ampliare la relazione con il cittadino

- ✓ il web in chiave social
- ✓ i principali social network in Italia e la loro storia
- ✓ la P.A. e la community
- ✓ elementi giuridici: diritto d'autore, privacy, codice di comportamento dei dipendenti pubblici
- ✓ il linguaggio
- ✓ la creazione di contenuti efficaci
- ✓ il monitoraggio delle pagine: brand reputation e brand management
- ✓ la policy e la gestione dei commenti
- ✓ notizie false – fake news

Facebook

- ✓ che cos'è
- ✓ profilo privato o pagina?
- ✓ pagina: come si crea e quali sono le sue principali funzioni
- ✓ che cosa pubblico? testi, foto, video e link
- ✓ come si crea un contenuto originale
- ✓ la gestione dei commenti (moderazione, spam e ban)
- ✓ il monitoraggio della pagina
- ✓ le policies della pagina

Seconda giornata: 7 ore

21 giugno 2017, mercoledì

Twitter e LinkedIn

- ✓ che cos'è Twitter
 - come si crea il profilo
 - scegliere il nickname
 - il tweet: scrivere in 140 caratteri
 - l'hashtag: cos'è e come si usa
 - trend topic
 - la gestione delle interazioni: reply, retweet, mention
 - un social "quotidiano"
 - followe e following: la differenza
 - il monitoraggio della pagina
 - interazione con gli altri social
- ✓ LinkedIn: la relazione con le aziende e il mondo delle professioni del territorio
- ✓ le policies

YouTube, Google+, Instagram e Pinterest

- ✓ che cos'è YouTube
 - come si apre un canale
 - come caricare un video sul canale e gestirlo (titolo, descrizione, tag)
 - la gestione dei commenti al video
- ✓ che cos'è Google+
 - perché è importante avere un profilo Google+
 - come si crea il profilo
 - SEO e SERP: scrivere per essere trovati
 - hangout: la chat che fa concorrenza a Skype
 - il monitoraggio della pagina
- ✓ che cos'è Instagram
 - come si apre il profilo
 - quali foto si possono pubblicare
 - come si creano i contenuti
 - l'hashtag e i tag
 - la condivisione sugli altri social
- ✓ che cos'è Pinterest
 - come si apre il profilo
 - come si "pinna"
 - il pulsante "pin it" sul browser



Costi *

- **una giornata (7 ore):** **150,00 Euro**
- **due giornate (14 ore):** **280,00 Euro**

Importi Iva esente – art.4, comma 4. DPR 633/1972 e successive modificazioni

*** Ai soci dell'Associazione e agli studenti è praticato uno sconto del 15%.**

Per informazioni scrivere o telefonare all'Associazione: formazione@compubblica.it – tel. 02 67100712

Modalità di iscrizione

Compilare in tutte le sue parti la "scheda di iscrizione" (allegata) e inviarla all'Associazione.

Variatione di programma:

Il corso verrà attivato al raggiungimento di un numero minimo di iscritti.

Docenti

Le lezioni sono tenute da docenti e professionisti esperti e con specifiche competenze nei singoli argomenti trattati.

Documentazione

Per ogni argomento proposto ad ogni partecipante verrà inviato il materiale documentario.

Attestazione

Al termine della formazione viene rilasciato regolare attestato di frequenza.

Ai soci attivi dell'Associazione vengono riconosciuti 4 crediti ogni singola giornata e 10 crediti per entrambe le giornate, utili per la richiesta di qualificazione professionale di comunicatore pubblico (L. 4/2013).

Sede e orario

Roma

dalle ore 9:00 alle ore 13:00 - dalle ore 14:00 alle ore 17:00

Per informazioni e iscrizioni

Associazione "Comunicazione Pubblica"

Tel: 02 67100712 - e-mail: compubblica@compubblica.it - formazione@compubblica.it

www.compubblica.it