



*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**

### **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.

### **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 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 ognuna di 3,5 ore (dalle 9.00 alle 13 e dalle 14 alle 17): alla prima sessione di introduzione ne seguono tre di approfondimento sui canali più utilizzati: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Instagram e Pinterest.

## Programma scientifico

Prima giornata: 7 ore

**19 aprile 2017, mercoledì**

### 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

### 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

**20 aprile 2017, giovedì**

### 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
- ✓ le policies

**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](mailto:formazione@compubblica.it) – tel. 02 67100712**

**Modalità di iscrizione**

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

**Variazione 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**

Ogni partecipante disporrà di materiale documentario per ogni argomento trattato.

**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).

**Per informazioni e iscrizioni**

**Associazione "Comunicazione Pubblica"**

**Tel: 02 67100712 - e-mail: [compubblica@compubblica.it](mailto:compubblica@compubblica.it) - [formazione@compubblica.it](mailto:formazione@compubblica.it)**

**[www.compubblica.it](http://www.compubblica.it)**

Milano, febbraio 2017