

NABA

NUOVA ACCADEMIA
DI BELLE ARTI

CORSI BREVI

**Social Media
Management
e
Web
Communication**

SESSIONE:
10 Marzo 2022 –
23 Giugno 2022

Social Media Management e Web Communication

SECONDA SESSIONE: Giovedì 10 marzo 2022 – giovedì 23 giugno 2022

ORARIO: Giovedì dalle 19:45 alle 22:15

DURATA: 35 ore, frequenza settimanale

LINGUA: Italiano

CREDITI: 2 ECTS*

COSTO: 700 Euro ** Condizioni speciali

**I crediti CFA verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione. Transcript CFA: € 150.*

DOCENTE: Andrea Macri

Andrea è social media manager, consulente di comunicazione e copywriter. Lavora da anni con grandi agenzie di comunicazione e si occupa di seguire, analizzare e gestire la comunicazione social di grandi clienti (automotive, energia, TLC, fashion) e collabora con Naba dal 2019.

Fin dai banchi di scuola si è innamorato del potere della comunicazione, da quella letterale fino a quella digitale.

Dopo la laurea in Scienze della Comunicazione a Roma "La Sapienza" a tema scrittura creativa con una tesi su David Foster Wallace, e la laurea magistrale a tema comunicazione politica con un'analisi delle elezioni regionali del Lazio nel 2010, ha conseguito un master in giornalismo.

La sua vita si è svolta a metà tra Roma e Milano.

Ha lavorato come giornalista presso redazioni di informazione economica e cronaca locale, per poi passare al mondo delle agenzie di comunicazione, come social media manager e web editor. Le sue passioni più grandi sono la politica, la letteratura e la musica. Scrive anche di quest'ultima presso una delle webzine di settore più importanti d'Italia, Sentireascoltare. Attualmente è Senior Social Media Manager presso Havas Milan.

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI:

Il corso vuole fornire ai partecipanti strumenti di teoria e pratica per essere al passo con la comunicazione e metodi di promozione oggi, essere consapevoli professionalmente di cosa sta succedendo, con i social media al centro ma sempre connessi e interconnessi con altri mezzi di comunicazione.

DESCRIZIONE DEL CORSO:

La fine dell'intermediazione: i social sono lo strumento che permette principalmente questo. Fin dal loro ingresso nel mondo della comunicazione, questo strumento in costante evoluzione, è entrato nella vite delle persone come non capitava da tempo a un medium. Immagini, testi, commenti, video: tutto ciò che prima era un'esclusiva dei professionisti dell'informazione e della comunicazione, con i social diventa un'attività diffusa, con conseguente positive e negative. Ma i social si inseriscono in un contesto già piuttosto modificato dall'arrivo di Internet prima, dei siti e dei blog poi, in un continuo riposizionamento che oggi vede, ad esempio, ulteriore novità nelle piattaforme di streaming. La narrazione non è sparita, ma esplosa, cambiando a seconda del mezzo e del canale.

Comunicare oggi significa riconoscere e padroneggiare una molteplicità di strumenti e linguaggi mai così varia prima. In questo si modifica il rapporto con la realtà, con il tempo, e con i valori, tra cui quelli dei brand e delle persone. I primi cercano di essere più vicini ai clienti, e per farlo provano a essere più "umani". Le seconde, mai come oggi, possono diventare degli organismi in grado di generare fatturati simili ai primi (come avviene per i famosi influencer).

Il corso prevede lezioni teoriche, con introduzione, analisi delle teorie della comunicazione e riflessioni sui mezzi di ieri e di oggi, con al centro i social media, Instagram in primis. Analisi di case study dai settori automotive, TLC, fashion e altri. I focus sono sulle capacità editoriali dei brand sui social e in rete, sulla capacità di sfruttare al meglio le singole piattaforme e le loro peculiarità (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, LinkedIn), sulla capacità delle comunicazione di influenzare le scelte dei consumatori e dei cittadini.

Il corso prevede inoltre esercitazioni pratiche di ideazione di contenuti e pianificazione di piani editoriali social in linea con la brand identity del soggetto di studio selezionato.

PROGRAMMA:

Il programma nel dettaglio:

- Introduzione al mondo della comunicazione: teorie ed evoluzioni della comunicazione
- Facebook e Instagram: come funzionano e quando/quanto sono efficaci
- Twitter: l'informazione che passa da qui
- LinkedIn: business as social & personal branding
- Tell me a (video) story: YouTube – Dalla creazione di un canale al video script
- Le metriche social e il paid
- Come funziona e si struttura un report social
- Storytelling e strategia di comunicazione online

METODOLOGIA FORMATIVA:

Le lezioni sono tutte frontali, con cellulare e Instagram alla mano, con materiali audiovisivi ed esempi.

Durante il corso sono previsti esercizi strategici, creativi ed editoriali.

L'obiettivo è di fornire gli strumenti per riconoscere la comunicazione online di oggi, i suoi pregi e difetti, e fornire un bagaglio di capacità di base per coloro che volessero cimentarsi nel mondo della comunicazione digitale.

REQUISITI NECESSARI:

Nessun requisito particolare.

MATERIALI PER IL CORSO:

Smartphone, pc e voglia di imparare e di farsi delle domande.

MODALITÀ DI VALUTAZIONE:

Partecipazione attiva in classe. Curare un proprio progetto editoriale, con la creazione di un blog e di un ecosistema social di supporto.

A tutti coloro che non desiderano sostenere la prova di verifica finale per il conseguimento dei crediti ECTS, potrà essere rilasciato, su richiesta, un attestato di frequenza. La Segreteria si riserva di verificare l'effettiva frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione prima di rilasciare l'attestato.

**Crediti ECTS*

I crediti ECTS verranno erogati dietro superamento della prova di verifica finale attestante il raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi a coloro che avranno frequentato almeno l'80% del monte ore di lezione.

Transcript ECTS: € 150.