

SEMINARIO SOCIAL MEDIA MARKETING E PERFORMING ARTS

TORINO – 23 novembre e 15 dicembre 2010

PROGRAMMA DIDATTICO

Il percorso si articola in una prima giornata di lezione d'aula che si svolgerà martedì 23 novembre prossimo, nella quale verranno illustrate le strategie e gli strumenti per sviluppare la propria attività attraverso l'e-business, i social e professional network, gli strumenti del mobile e del viral marketing.

Nella seconda giornata, che si svolgerà mercoledì 15 dicembre, i partecipanti al seminario avranno la possibilità, sulla base delle conoscenze acquisite nel corso della prima sessione e della propria esperienza professionale, di sperimentare azioni e strategie di social media marketing con l'assistenza e il confronto dei ricercatori di Fondazione Fitzcarraldo e degli esperti esterni presenti.

Programma della giornata - martedì 23 novembre

Perché parlare di social media marketing oggi?

Chi sono gli internauti?

Che cos'è il web 2.0: strumenti e piattaforme

Cosa significa fare social media marketing in ambito culturale: analisi delle principali funzioni:

1. Informazione
2. Promozione
3. Aggregazione e creazione della community

Cosa fare "concretamente" per sfruttare al meglio i social media:

1. Creazione e implementazione della fanpage
2. Creazione della fanzine
3. Community come strumento di Data Mining
4. Focus su alcune case history di particolare interesse

Analisi delle criticità nell'utilizzo dei social media

Case studies

DOCENTI

Il seminario è diretto da Alessandro Bollo - responsabile Area Ricerca e Consulenza Fondazione Fitzcarraldo - e Andrea Maulini - consulente per le strategie di Social Media Marketing del Teatro San Carlo di Napoli e consulente marketing Piccolo Teatro di Milano, Teatro d'Europa - e condotto da Andrea Maulini, Alessandro Bollo e Luisella Carnelli – project manager per le attività di Social Media Marketing per Ravenna Festival 2010.