

CORSO IN SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA CULTURA

Torino, 16 - 17 - 18 giugno 2014

In un contesto sempre più dinamico e complesso, all'interno del quale evolvono rapidamente gli stili di vita e le modalità di fruizione culturale di ciascuno di noi, i social media hanno indubbiamente rivoluzionato la **modalità di comunicazione e i rapporti tra il pubblico e le organizzazioni** culturali.

Il digitale e il web 2.0 hanno lanciato sfide a tutti i professionisti della comunicazione e del marketing: quali competenze sono oggi necessarie per **tradurre in opportunità** le logiche della comunicazione e delle relazioni in rete?

Il corso propone un percorso formativo, in modalità di workshop, finalizzato a **raccogliere queste sfide e ad acquisire le competenze necessarie** per pianificare e gestire la comunicazione online, imparando a sfruttare le potenzialità dei social media e a creare **nuovi canali e nuove regole** che superino gli schemi del marketing tradizionale.

OBIETTIVI DIDATTICI E PROGRAMMA

Gli obiettivi che si possono perseguire grazie a un piano di social media marketing costruito con attenzione possono avere declinazioni differenti in base alla dimensione della propria organizzazione, alle finalità che questa si pone e al posizionamento che si vuole raggiungere.

Partendo da questa consapevolezza il corso presenta **le principali azioni** che si possono realizzare **per ottimizzare la propria comunicazione e per favorire un posizionamento strategico per la propria organizzazione.**

GIORNO I – LA COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ DIGITALE DELLE ORGANIZZAZIONI CULTURALI: VERSO UN MODELLO OLISTICO

Obiettivo: costruzione della Digital Identity

- Definizione del contesto di riferimento: perché le nuove tecnologie non possono essere ignorate!
- L'utilizzo dei social media in Italia: impossibile evitarlo
- **Comunicazione social: ruolo e significato** in contrapposizione alla comunicazione tradizionale e in relazione alla comunicazione on-line nel suo complesso
- Inquadramento teorico su alcuni **principi base di social media marketing**
- Le nuove tecnologie applicate al mondo culturale: opportunità o rischio?

- Le potenzialità delle nuove tecnologie per comunicare in modo innovativo
- Definizione e progettazione del **piano di comunicazione**: *quali **obiettivi** si vogliono raggiungere?*
- Comunicazione social e brand identity: **affermazione e rafforzamento del brand** verso l'esterno e consolidamento della **coesione interna**.

GIORNO 2 – POTENZIALITÀ E AMBITI D'USO DEI SOCIAL MEDIA PER LA CULTURA: LE NUOVE TECNOLOGIE COME STRUMENTI DI AUDIENCE DEVELOPMENT

Obiettivo: capire come i social media possono attrarre e coinvolgere più profondamente il pubblico (dal reach all'engage)

- Come i social media possono **migliorare la qualità della comunicazione** verso il pubblico
- **Nuove modalità, nuovi strumenti e nuovi linguaggi di comunicazione**: *come veicolare in modo differente, più diretto e immediato la propria comunicazione per intercettare e avvicinare i pubblici attuali e quelli potenziali?*
- Le logiche e i luoghi di community management: come intercettare e coinvolgere le web tribes orientate all'arte e la cultura; come ingaggiare blogger, influencer e ambassador in ambito artistico e culturale
- Digital PR sui social media: da Facebook a Instagram, da Twitter a Pinterest e Foursquare e YouTube
- Come i social media possono **migliorare l'esperienza di fruizione**: *come sfruttare le potenzialità esperienziali che le nuove tecnologie offrono per creare un livello di coinvolgimento maggiore del pubblico?*

GIORNO 3 – CANALI SOCIAL SOTTO LALENTE

Obiettivo: acquisire conoscenze e competenze per padroneggiare l'uso dei social media

- La scrittura sul web: il plain language. semplicità e concretezza per farsi comprendere
- Il blog e il digital storytelling
- **Caratteristiche e specificità dei singoli canali social**
- Social media principali (facebook, flickr, youtube...)
- Social media di nicchia e "neo-nati", potenzialità e capacità innovativa
- Specificità, utilities e semantica dei singoli canali
- **Uso integrato dei diversi canali**: come ampliare gli effetti che questi possono generare.

Al termine del corso sarà consegnato **l'attestato di partecipazione**.

DOCENTI E MODALITÀ DIDATTICA

Il corso unirà momenti di docenza frontale a esercitazioni pratiche di gruppo e individuali, momenti di brainstorming, riflessioni condivise e analisi di casi studio.

Il corso sarà tenuto da **Luisella Carnelli** e **Andrea Maulini**.

Luisella Carnelli è dottore di ricerca in Teoria e storia della rappresentazione drammatica, ha conseguito un Master in Imprenditoria dello spettacolo, attualmente è ricercatrice presso Fondazione Fitzcarraldo e si occupa di studi e ricerche volte a soddisfare bisogni conoscitivi legati agli aspetti salienti della creatività, della produzione, dell'organizzazione, della valutazione e del consumo di cultura. Dal 2010 si occupa di attività di ricerca e consulenza in ambito web 2.0, con particolare attenzione alle strategie di social media marketing per le organizzazioni culturali.

Andrea Maulini è Amministratore Delegato di Simulation Intelligence, una società di ricerche di mercato e consulenza che opera anche nel settore della cultura. Lavora con alcune delle principali strutture culturali italiane e internazionali, come Festival dei 2Mondi di Spoleto, di cui è Coordinatore Comunicazione e Promozione, Piccolo Teatro di Milano, Teatro Quirino di Roma, e ha collaborato, tra gli altri, con Teatro di San Carlo di Napoli, Festival Puccini di Torre del Lago, Filarmonica del Teatro Comunale di Bologna

ATTREZZATURE NECESSARIE: COSA PORTARE

Ogni partecipante dovrà presentarsi in aula munito di un proprio PC / MAC / Tablet per poter seguire le esercitazioni individuali. L'aula didattica è dotata di connessione wifi.

DOVE E QUANDO

Il corso si svolgerà presso [Fitzlab](#), in Via Aosta 8 a Torino, e durerà 3 giorni:

- 16 giugno 2014 (11.00 – 13.30; 14.30 – 18.30)
- 17 giugno 2014 (09.30 – 13.30; 14.30 – 18.00)
- 18 giugno 2014 (09.30 – 14.00)

COSTO E AGEVOLAZIONI

Corso in Social Media Marketing per la cultura: 390 € + iva 22%.

Scopri tutte le [agevolazioni e le offerte](#) per partecipare a uno o più corsi.

COME ISCRIVERSI

Per iscriversi è necessario compilare il [modulo di iscrizione on line](#).

È possibile iscriversi fino ad esaurimento posti.

Numero posti disponibili: 20

Per maggiori informazioni

Lucia Zanetta

Fondazione Fitzcarraldo

tel. + 39 011 5099317

e-mail: training@fitzcarraldo.it

<http://www.fitzcarraldo.it>