

Corso di aggiornamento

# Social Media Strategies

Misurare, strutturare e pianificare  
la presenza nel Web 2.0

A cura del Communication Strategies Lab

Da maggio 2014 a ottobre 2014

In presenza e/o a distanza  
(anche per non laureati)

- **Direttore del corso:** prof. Luca Toschi
- **Durata:** 150 ore (da maggio a ottobre 2014)
- **Costo iscrizione:** 450,00 € (riduzione a 300,00 € per laureati entro il ventottesimo anno di età)
- **Titolo di accesso:** diploma di Scuola Secondaria di Secondo Grado
- **Il corso rilascia:** 20 cfu
- **Contatti:** formazione@csl.unifi.it, marco.sbardella@unifi.it
- **Scadenza delle iscrizioni:** 30 aprile 2014

Per maggiori informazioni:

[www.csl.unifi.it/formazione/corso-di-aggiornamento-2013-2014/](http://www.csl.unifi.it/formazione/corso-di-aggiornamento-2013-2014/)

Il Corso di aggiornamento professionale Social Media Strategies. Misurare, strutturare e pianificare la presenza nel Web 2.0 si rivolge a professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze, ad aziende che cercano soluzioni per valorizzare la propria comunicazione 'social' e a giovani che vogliono costruirsi un futuro professionale in questo settore.

Stare sui Social Media, per quanto necessario, non è sufficiente: bisogna conoscere e padroneggiare i linguaggi, i codici, le dinamiche relazionali, sociali ed economiche propri di questi ambienti per ideare e gestire strategie comunicative efficaci e di successo.

I moduli del corso saranno tenuti da docenti universitari e professionisti dei vari settori disciplinari: Luca Toschi (Università di Firenze), Gaetano Aiello (Università di Firenze), Cristian Contini (Augmented Advertising), Luca De Biase (Il Sole 24 Ore).

Il modulo *Interactional and human-centered design* sarà tenuto da Donald Norman, uno dei massimi esperti di design, ergonomia e scienze cognitive.

## Programma del corso

### Moduli specifici

- Digital marketing: strategie e tecniche
- Social media ROI: come valutare il ritorno sull'investimento
- Strumenti e tecniche del social media marketing: l'impresa comunica social
- Sociologia dei digital media: uno sguardo critico
- Ascoltare la rete: la sentiment analysis
- Social media e CRM: come gestire le relazioni con i clienti
- Comunicazione pubblica 2.0
- Comunicazione politica 'social'

### Moduli trasversali

- Strategie di comunicazione generativa
- Augmented Reality: scrivere nell'aria
- Interactional and human-centered design
- Digital storytelling: tecniche di narrazione digitale
- Copyright, Copyleft, Creative Commons: il diritto nella rete
- Tra giornalismo e innovazione