

Master a Distanza "SOCIAL MEDIA MARKETING"

PIANO DIDATTICO - Il Percorso Didattico della SQcuola di Blog

il percorso "naturale" che ogni Blogger o Professionista Social Media segue spontaneamente si divide in quattro fasi fondamentali: 1)Evangelizzazione, 2)Strategia Digitale Teorica, 3) Umanesimo Filantropico, 4)Strategia Digitale Pratica. Per questo il Piano didattico del corso seguirà questo stesso percorso, partendo da una accrescente consapevolezza per poi misurarsi concretamente con le dinamiche e gli strumenti.

EVANGELIZZAZIONE 2.0

1. Il Percorso della SQcuola di Blog

Docente: Andrea Alfieri

Crediti: 2

I Social Media stanno prepotentemente modificando l'approccio promozionale e comunicativo, sia in ambito personale che professionale. In questo modulo racconteremo il Master: obiettivi, regole, opportunità. Daremo uno sguardo al piano didattico, al percorso ed apriremo le danze ufficialmente allineando le aspettative ai contenuti

2. Internet: dal '69 ad oggi.

Docente: Paola Poggioli

Crediti: 4

Per capire dove andremo è fondamentale conoscere la storia. Gli approcci nel tempo: web 1.0, web 2.0, web 3.0. L'evoluzione della rete, la nascita del Web 2.0 e il suo utilizzo. Gli esempi e casi studio aiuteranno concretamente a conoscere gli ambiti in cui ci muoveremo.

3. Il potenziale di Internet

Docente: Andrea Maurizzi

Crediti:4

Dopo l'introduzione sull'evoluzione di Internet è fondamentale definire oggi il potenziale per le imprese e i consumatori. In particolare si parlerà delle nuove logiche di Internet *interruption Vs permission*, il potenziale di Internet a livello quantitativo e il flusso strategico.

4. Le Reti Sociali online

Docente: Andrea Maurizzi

Crediti: 4

Prima di inoltrarci nello studio di strumenti come LinkedIn, Twitter, Facebook occorre capire le dinamiche delle reti sociali; come funzionano, quali rischi, quali opportunità. Affronteremo il modulo dal punto di vista sociologico. Quali cambiamenti le reti sociali stanno generando per aziende e nuovi professionisti ed utenti?

5. SEO e gli strumenti di Google

Docente: Marco Maltraversi

Crediti: 4

In questo modulo verranno introdotte ed illustrate le peculiarità del SEO (*Search Engine Optimization*) ed i principi di funzionamento dei motori di ricerca. Verranno inoltre analizzati i principali componenti di Google (Alerts, Docs, Buzz...) e come utilizzare le query per ricerche più approfondite. Il modulo si concluderà con una breve carrellata delle ultime novità introdotte da Google come per esempio il Social Search e Google Panda ed altro.

6. Principi di Social Media Marketing

Docente: Andrea Alfieri

Crediti: 4

Primo approccio teorico al Social Media Marketing. Le differenze dal Marketing tradizionale, le nuove variabili, le regole d'oro del Web 2.0. Le differenze tra Social Network, Social Content e Social Tools e le 4 C del Social Media Marketing.

STRATEGIA DIGITALE - La Teoria

7. Facebook Strategy

Docente: Marco Artusi

Crediti: 2

Facebook è un bacino di utenza profilata formato da oltre mezzo miliardo di individui. Lo analizzeremo dal punto di vista economico-strategico, focalizzandoci sulle reali strategie digitali che aziende e professionisti possono intraprendere. Sapreste convincere una azienda dei reali benefici di Facebook? Diamo uno sguardo dal loro punto di vista, con pro e contro.

8. Twitter Strategy

Docente: Marco Artusi

Crediti: 2

Analizziamo Twitter focalizzandoci sulle reali strategie digitali che aziende e professionisti possono intraprendere. Microblogging è un'arte in 140 caratteri. Daremo uno sguardo a Twitter dal punto di vista di un'azienda, con pro e contro.

9. Diritto d'autore

Docente: Jenny Tagliaferri

Crediti: 4

Una panoramica sul quadro normativo relativo alla tutela delle opere dell'ingegno di carattere creativo. Definizioni e normative vigenti utili da conoscere.

10. Conoscere Facebook e Twitter

Docente: Giovanna Coppini

Crediti: 4

Una volta definite le regole di relazione e comunicazione, ridaremo un'occhiata ai due Social Network per eccellenza. Dalle loro differenze, alle funzionalità meno conosciute e più interessanti per integrare le comunicazioni aziendali e personali risparmiando tempo. Uno sguardo inoltre ad altre applicazioni utili a capire le potenzialità dei social network e le metriche per la misurazione dell'influenza degli utenti". La socialità come leva comunicativa per il coinvolgimento e la partecipazione

11. LinkedIn e Business Community

Docente: Osvaldo Danzi

Crediti: 4

LinkedIn è lo strumento principe per creare una Business Community. Conosceremo le funzionalità di questo Professional Network ed impareremo come usarlo appieno. Vedremo le funzionalità per creare un Gruppo e come gestirlo. Analizzeremo anche come "presentarsi" (auto-referenzialismo vs. comunicazione aperta), come stimolare la partecipazione proattiva. Attraverso il contributo del suo fondatore, analizzeremo l'esempio di *FiordiRisorse*, uno dei network LinkedIn meglio posizionato in Italia

12. Aziendale - Tecniche di Listening

Docente: Andrea Alfieri

Crediti: 4

Approccio LISTENING per definire strategie Social Media: pianificare una strategia 2.0 ascoltando e monitorando le conversazioni online, posizionando la nostra concorrenza e identificando opinion leader. Comprendere le caratteristiche specifiche posizionamento di un brand e dei suoi concorrenti online, gli attori coinvolti, gli strumenti ed il metodo per la raccolta dati ed il monitoraggio.

UMANESIMO Filantropico 2.0

Il Rinascimento parte dalle persone

13. Le basi della comunicazioni

Docente: Anna Perna

Crediti:4

I Social Media richiedono un approccio comunicativo nuovo, dialogo informale, onesto, trasparente in cui i contenuti esulano dagli obiettivi aziendali ma spaziano in ambiti e dinamiche personali. Occorre quindi riallinearsi con i principi fondanti della comunicazione relazionale, capirne le regole, dinamiche e rischi.

14. Empatia

Docente: Anna Perna

Crediti:4

Creare relazioni continuative è la chiave del successo di ogni strategia Digitale. Marchi e opinioni viaggiano online sospinte dal passaparola e dalla fiducia che riusciamo ad instaurare con il nostro network. E' fondamentale in questo contesto ripassarci le regole fondanti ed esercitarsi per migliorare il nostro approccio quanto possibile.

15. "L'idea" del blog

Docente: Felice D'Alelio

Crediti: 4

Come sviluppare Blogging in pratica. Acquisite le conoscenze tecniche di Wordpress ed analizzati le dinamiche relazionali in gioco, focalizzeremo la nostra attenzione sull'organizzazione dei contenuti (che rappresentano il fulcro di ogni blog). Come scegliere l'argomento di un blog? Come strutturarne i contenuti? Sono alcune delle domande a cui cercheremo di dare una risposta in questo modulo. L'approccio teorico sarà affiancato dall'analisi pratica di un blog già maturo. Un'occasione per affiancare agli argomenti proposti vari approfondimenti concreti.

16. Scrittura creativa (teoria)

Docente: Anna Perna

Crediti: 4

La produzione dei contenuti è la "leva" da cui partire ed una delle chiavi di successo di qualsiasi strategia Social Media Marketing. In questo modulo si fondono insieme scrittura e creatività. Tecniche, appunti, esercizi, consigli e suggerimenti per migliorare la produzione di contenuti.

17. Valorizzazione di sé

Docente: Paolo Vallicelli

Crediti: 4

Che tipo di professionista puoi essere? Seguendo l'approccio del "Coaching" questo modulo di crescita personale stimola ad ampliare i propri orizzonti per sviluppare le potenzialità personali, al di là delle comuni convenzioni sociali, ambientali e culturali. Scoprire il proprio talento nascosto mettendosi alla prova concretamente.

18. Punti forza punti deboli – Public Speaking

Docente: Paolo Vallicelli

Crediti: 4

Chiunque possiede, idealmente, le potenzialità per esprimere davanti ad un pubblico di persone le proprie idee ed il proprio pensiero. Queste abilità, possono essere innate o acquisite col tempo, ed è per questo motivo che la capacità di comunicare in pubblico migliora con la pratica. In questo modulo alcuni punti per rendere efficace le tue abilità comunicative.

19. Scrittura creativa (pratica)

Docente: Anna Perna

Crediti: 4

Tramite l'utilizzo dei personaggi della SQcuola di Blog ogni studente dovrà misurarsi nella produzione di contenuti online, utilizzando profili Facebook, Twitter ed email oltre che alla propria pagina Blog. Attraverso questi esercizi concreti si svilupperà un approccio comunicativo flessibile (approccio cambia a seconda del personaggio), oltre che a caratteristiche di linguaggio vitali come ironia, sarcasmo, ilarità e creatività. I risultati in termini di ingaggio e stimolo alla partecipazione saranno misurabili e concreti.

STRATEGIA DIGITALE – Pratica per Professionisti ed Aziende

20. Piano di Comunicazione Aziendale **Docente: Paolo Vallicelli** **Crediti: 4**

Comunicazione aziendale, piano integrato di comunicazione. Il segreto di una buona strategia Social Media Marketing è quella di integrare le proprie comunicazioni; sia online che offline, ma soprattutto integrare comunicazioni diversificate su strumenti diversi (e linguaggi diversi). Impareremo a sviluppare un piano integrato di comunicazione, sia per contenuti editoriali che programmazione e sviluppo strategico.

21. Ranking e visibilità **Docente: Andrea Maurizzi** **Crediti: 4**

Attività di social media offrono un grande vantaggio rispetto a strumenti di marketing tradizionale: la possibilità di monitorare ed analizzare dati in corsa. Vedremo quindi strumenti come Page-Rank, Alexa, Compete ed altri strumenti di monitoraggio. Questa attività permette quindi di modulare in tempo reale le attività da svolgere sulla base di informazioni di traffico, posizionamento e visibilità. Altrettanto importante è anche ottimizzare l'equazione contenuti vs parole chiave. Per questo analizzeremo anche strumenti utili. Un breve accenno a dinamiche S.E.M. (Search Engine Marketing) oltre che a come misurare e migliorare il posizionamento di qualsiasi sito o blog

22. Personal Branding **Docente: Paolo Vallicelli** **Crediti: 4**

Individui ed aziende condividono dinamiche ed approcci comunicativi comuni. Il Professionista 2,0 viaggia in rete al pari di un brand (marchio) dovendo misurarsi con un utenza partecipativa, ricca di voci ed opinioni, con rischi concreti di "mixed messages" e danni alla reputazione. Ci sono regole di buon senso da seguire, ma altre frutto della esperienza concreta di chi questo "branding personale" lo ha già affrontato.

23. Content Marketing, Blogging per Business **Docente: Andrea Alfieri** **Crediti: 4**

Content è la prima fase di qualsiasi strategia Social Media. Non solo una pietra fondante che richiede creatività e disciplina, ma è anche spinta dalla necessità di creare contenuti "senza vendere". Questo è un cambiamento colossale nel meccanismo consolidato del Marketing Aziendale. Stimolare la partecipazione, la divulgazione virale dei propri contenuti è una disciplina nuova in cui vale (quasi) tutto.

24. Blogging in ottica SEO **Docente: Andrea Maurizzi** **Crediti: 4**

In questo modulo affronteremo tecniche di Blogging in funzione SEO (Search Engine Optimization). Ciò comprende apprendere l'utilizzo di tags (parole chiave), descrizioni, testi per rendere i nostri contenuti quanto più possibile visibili e ricercabili su motori di ricerca.

25. Tecniche e Strumenti SEO (pratica) **Docente: Marco Maltraversi** **Crediti: 4**

Modulo prettamente pratico attraverso il quale verranno mostrate tecniche e strumenti per ottimizzare un sito web per i motori di ricerca. Gli argomenti spazieranno dalla scelta dell'hosting fino all'analisi dei competitor e dei fattori off-page.

26. Intro Reputation Management **Docente: Andrea Alfieri** **Crediti: 4**

Con l'inarrestabile ascesa di Social Network e Member Community (blog, forum, wiki) stiamo assistendo ad alcuni cambiamenti radicali nel comportamento degli internauti, che vanno ad impattare direttamente le strategie di comunicazione delle aziende. Questi strumenti infatti forniscono piattaforme di condivisione, di dialogo e confronto tra utenti virtuali, come se fossero al Bar sotto casa. Trasformare un rischio in un'opportunità. Implementare una strategia di protezione efficace. Come e perché. Meglio conoscere e prepararsi a modo.

27. Geomarketing

Docente: Chiara Zantelli

Crediti: 2

Uno sguardo all'approccio manageriale che applica la geografia al marketing per rendere più efficaci ed efficienti le decisioni e le attività relative alla comunicazione, alla vendita, alla distribuzione e al servizio clienti.

28. Foursquare per il business

Docente: Andrea Alfieri

Crediti: 4

Uno sguardo al futuro. Quali sono i nuovi paradigmi che stanno emergendo? Local Network come Foursquare e Facebook Places innanzi tutto, ed alcuni accenni al mobile marketing. I Social Media si evolvono e moltiplicano velocemente. In questo modulo affronteremo i nuovi strumenti che stanno emergendo nei mercati anglosassoni nel 2011. Lo scopo è quello di prepararsi ad affrontare queste dinamiche nuove quando arriveranno anche in Italia.

29. Photo e Video editing - base

Docente: Luca Miccoli

Crediti: 4

La comunicazione Sociale utilizza leve emozionali ed esperienziali come l'utilizzo di immagini e video. Per i non esperti di grafica e Photoshop è oggi comunque possibile caricare ed elaborare file immagini e video, integrare questi contenuti in blog tramite semplici operazioni con strumenti Open Source (picasa, picnic, flickr). Condividere e divulgare al proprio network contenuti emozionali è una chiave importante per qualsiasi strategia Social Media Marketing.

30. Photo e Video editing avanzati

Docente: Luca Miccoli

Crediti: 4

In questo modulo amplieremo la gamma delle opzioni a disposizione di professionisti ed aziende con l'ausilio di Software professionali accessibili. Condividere e divulgare al proprio network contenuti emozionali è una chiave importante per qualsiasi strategia Social Media Marketing.

31. Wordpress base

Docente: Alberto Monteverdi

Crediti:4

Wordpress è da tempo la piattaforma standard de facto per la gestione dei contenuti di un blog, e, con le ultime *release*, anche di siti web istituzionali e community. In questo modulo vedremo le operazioni di base per la pubblicazione di articoli, pagine e contenuti multimediali.

32. Wordpress avanzato

Docente: Alberto Monteverdi

Crediti:4

In questa fase si approfondisce l'utilizzo di Wordpress come "hub" comunicativo, e l'integrazione con siti e servizi esterni in ottica SEO e social. Si approfondiscono le problematiche legate alla personalizzazione grafica e alla gestione di progetti complessi, comprendendo come funzionano i temi e quali sono i passaggi necessari per realizzare siti web non riconducibili al modello del blog.

Per un totale di 120 Crediti.

Il Project Work darà altri 20 Crediti

Seminari 36 crediti.

Workshop 24 crediti.