



POLITECNICO
DI TORINO

TRAINING

Comunicare la Ricerca con i Social Media

Un percorso per apprendere metodologie, strumenti e tecniche per la dissemination e il networking scientifico

 **DAL 25 SET 2019 AL 7 FEB 2020**

 **AULA FORMAZIONE, VIA BOGGIO**

Percorso di training organizzato dall'**Area Ricerca**, rivolto a docenti, ricercatori e assegnisti di ricerca del **Politecnico di Torino**.

Il training verrà tenuto da **Nicoletta Gay**, consulente e docente di Digital & Social Media Strategy.

OBIETTIVI

- Fornire una conoscenza di base sull'utilizzo dei canali social per sviluppare un profilo individuale e sfruttare al meglio i social network per informare ed essere costantemente informati sui temi di propria competenza professionale;
- Offrire una formazione per promuovere sui canali più adatti il lavoro del proprio team di ricerca, con particolare attenzione alle attività di dissemination previste dai progetti di ricerca europei.

ARGOMENTI

Il training prevede incontri periodici durante i quali saranno presentati gli ultimi aggiornamenti, i trend di settore, le metodologie, strumenti e tecniche per strutturare una propria strategia di comunicazione attraverso i social media rispondente alle esigenze del mondo della Ricerca. Gli incontri si focalizzeranno sull'utilizzo dei canali social in ambito accademico (con particolare riferimento a Facebook, LinkedIn e Twitter) per favorire la partecipazione, il confronto, il dialogo (interno ed esterno al network di Ateneo) e le attività di dissemination delle ricerche svolte.

PROGRAMMA

Incontri periodici di **4 ore** suddivisi sui seguenti moduli, a cui è possibile registrarsi separatamente:

Modulo 1/ Social media management

- **Incontri teorici (max 50 partecipanti)**

Le principali piattaforme di social networking

25 settembre / 2 ottobre / 18 ottobre / 25 ottobre

- **Esercitazioni pratiche (max 20 partecipanti con obbligo di frequenza degli incontri teorici)**

Come creare un piano editoriale e utilizzare i tool per la gestione di contenuti

12 novembre / 26 novembre / 4 dicembre / 13 dicembre

Modulo 2/ Digital and Social Media Strategy

- **Che cos'è e come si crea una strategia digitale (max 50 partecipanti)**

24 gennaio / 31 gennaio / 7 febbraio

Registrazione obbligatoria (entro il **10 settembre 2019**)

<https://forms.gle/DkBJEPTSFQS2QSdy6>

Info: europoli@polito.it



Comunicare la Ricerca con i Social Media

 DAL 25 SET 2019 AL 7 FEB 2020

 AULA FORMAZIONE, VIA BOGGIO

MODULO 1: Social Media Management

25 SET / 2 OTT / 18 OTT / 25 OTT / 12 NOV / 26 NOV / 4 DIC / 13 DIC

Le principali piattaforme di social networking

INCONTRO 1 Social Media Landscape
MERCOLEDÌ 25 SET, 14.30/18.30

- Social Media: il panorama di riferimento
- I cambiamenti nei consumi e nella comunicazione imposti dalle nuove tecnologie.

INCONTRO 2 Facebook
MERCOLEDÌ 2 OTT, 15.30/19.30

- Introduzione alla piattaforma
- L'algoritmo di Facebook
- Profilo, Pagina, Gruppi: grammatica e tecniche
- Ultimi aggiornamenti.

INCONTRO 3 Twitter
VENERDÌ 18 OTT, 09.00/13.00

- Introduzione alla piattaforma
- Il dizionario di Twitter: grammatica e tecniche
- L'algoritmo di Twitter
- Ultimi aggiornamenti.

INCONTRO 4 LinkedIn
VENERDÌ 25 OTT, 09.00/13.00

- Introduzione alla piattaforma
- Profilo personale, Gruppi, Company Pages: oltre il curriculum online
- L'algoritmo di LinkedIn
- Ultimi aggiornamenti.

Esercitazioni pratiche (20 POSTI DISPONIBILI)

INCONTRO 5 Strumenti di Gestione editoriale
MARTEDÌ 12 NOV, 14.30/18.30

- Piano editoriale
- Calendario editoriale
- Tools di gestione e creazione di contenuti digitali

INCONTRO 6 Facebook
MARTEDÌ 26 NOV, 14.30/18.30

- Verifica della corretta attivazione e/o revisione di profili/pagine/gruppi
- Indicazioni e/o suggerimenti relativi a: calendari editoriali, format, frequenza e timing di pubblicazione, content curation, attività di networking strategico
- Monitoraggio di analytics e insights relativi all'andamento di pagine/gruppi.

INCONTRO 7 Twitter
VENERDÌ 4 DIC, 09.00/13.00

- Verifica della corretta attivazione e/o revisione di profili personali
- Indicazioni e/o suggerimenti relativi a: calendari editoriali, format, frequenza e timing di pubblicazione, content curation, attività di networking strategico, utilizzo di hashtag e menzioni, gestione delle liste
- Monitoraggio di analytics e insights relativi all'andamento del profilo.

INCONTRO 8 LinkedIn
VENERDÌ 13 DIC, 09.00/13.00

- Verifica della corretta attivazione e/o revisione di profili personali/Company Pages
- Indicazioni e/o suggerimenti relativi a: calendari editoriali, format, frequenza e timing di pubblicazione, content curation, attività di networking strategico, partecipazione a gruppi, strumenti di pubblicazione
- Monitoraggio di analytics e insights relativi all'andamento del profilo, alle pubblicazioni e alla Company Page.

MODULO 2: Digital and Social Media Strategy

24 GEN / 31 GEN / 7 FEB

Che cos'è e come si crea una strategia digitale

INCONTRO 9
Introduzione alla strategia digitale
VENERDÌ 24 GEN, 9.00/13.00

- La strategia: che cos'è e perché serve
- Misurazione delle attività digitali: KPI e metriche.

INCONTRO 10
Creare una strategia in pratica:
un possibile template
VENERDÌ 31 GEN, 9.00/13.00

- A che punto siamo
- Dove vogliamo andare
- Gli obiettivi (modello SMART), Risorse e limiti
- Target; "Competitor" e Comparable
- Insights.

INCONTRO 11
Creare una strategia in pratica:
un possibile template
VENERDÌ 7 FEB, 9.00/13.00

- Key concept
- Touchpoint
- Social Strategy
- Stakeholder
- Contingency plan
- Cosa Facciamo
- Controllo e misurazione
- Governance.