



LABORATORIO IN DIGITALE E SOCIAL MEDIA MARKETING
PRESENTAZIONE N° #1

ABOUT ME

PRESENTAZIONE LABORATORIO IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

2 maggio 2023



ABOUT ME

IL LABORATORIO

- Introduzione
- Testi
- Calendario e date di esame
- Programma
- Note sulle lezioni
- Project work
- Gruppo su Facebook



Mi chiamo **Francesca Arienzo**.

Ho maturato dieci anni di esperienza professionale nel settore della comunicazione lavorando come Account sia nell'ambito dell'**advertising**, all'interno di diverse agenzie pubblicitarie di stampo internazionale, che in realtà dinamiche nel **below the line**, sul **web** e in generale nel mondo degli **eventi**.

BRAND CON I QUALI HO LAVORATO

Posteitaliane

BancoPosta

MoneyGram 

AIR FRANCE


ELDO

Maggiore

 **CONTI EDITORE** SPA

Corriere dello Sport

**MOTO
SPRINT**

INMOTO

**AUTO
SPRI
NT**

romacè

BRAND CON I QUALI HO LAVORATO



BREIL



BRAND PER I QUALI HO SEGUITO DEI PROGETTI



Comune di Roma





Nel contesto accademico ho iniziato a collaborare con l'Università di Macerata nel 2011 come **Cultrice della materia** di **Teoria e Tecnica della Comunicazione Pubblicitaria** e nei laboratori di Comunicazione di Ateneo.

Dal 2014 sono **Docente a contratto**: laboratori di **Strategie di comunicazione nei Social Media, Digital e Social Media Marketing**, corso di **Pubblicità e Strategie di Comunicazione Digitale**.



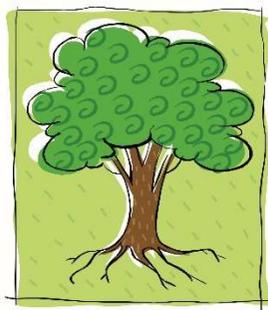
Sono **Consulente di Comunicazione** per piccole e medie aziende, principalmente su loghi, immagine coordinata, eventi, siti, web 2.0, apertura e gestione profili e campagne di comunicazione sui Social Media.

Lavoro anche nell'ambito della formazione sia nel contesto pubblico che privato.

LE AZIENDE CHE HO SEGUITO COME FREELANCE



LE AZIENDE CHE HO SEGUITO COME FREELANCE



L'ALBERO di PINA
Dalla parte dei ragazzi



ATTIVITÀ DI FORMAZIONE



Comune
di Macerata



LICEO
STATALE
GIACOMO
LEOPARDI



ABOUT ME

Da ottobre 2021 sono Responsabile della comunicazione dei brand

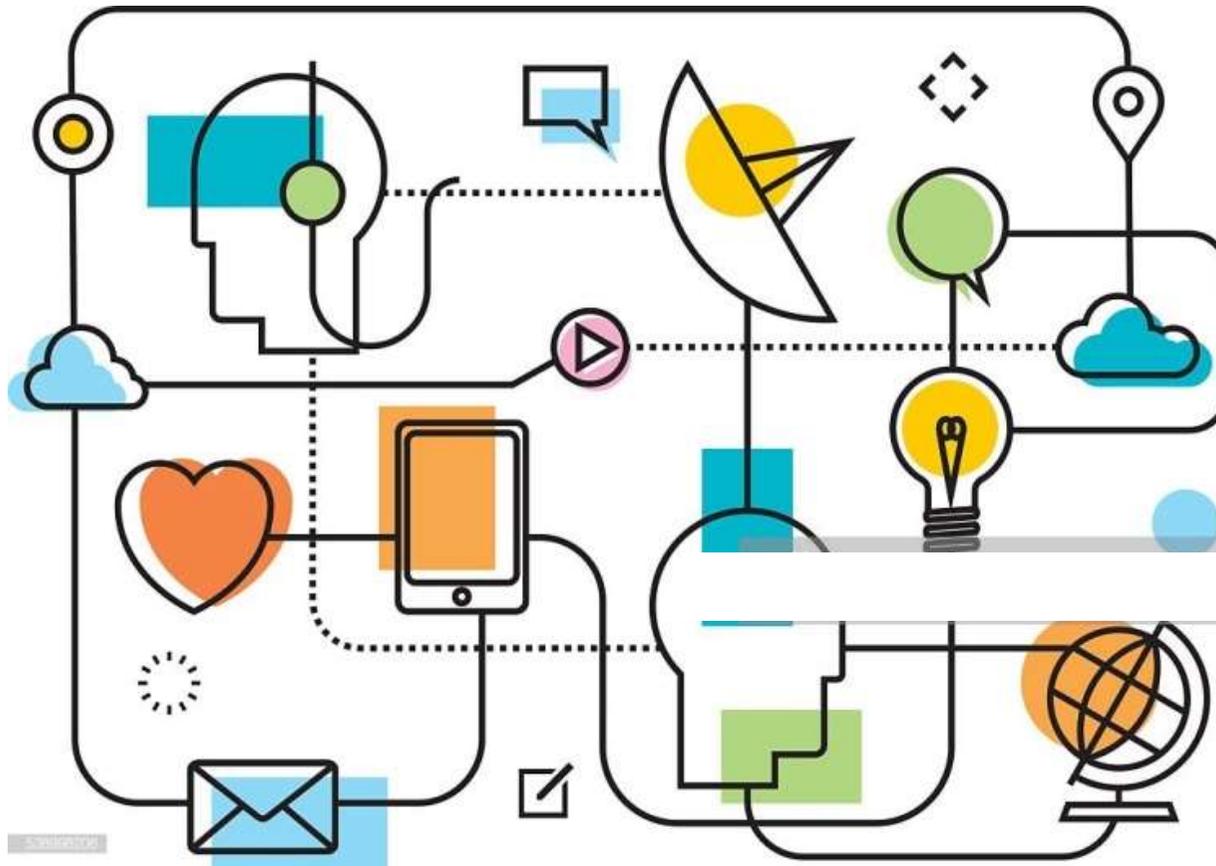


Principalmente mi occupo di:

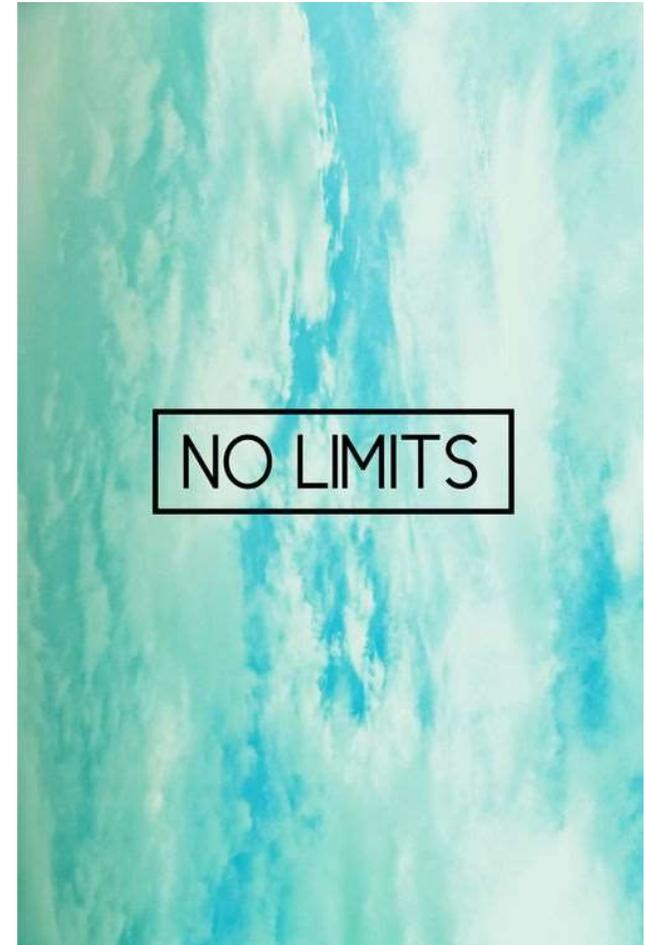
- Gestione della attività di comunicazione: shooting, gestione eventi, pianificazione campagne e piano editoriale
- Social media marketing e community manager
- Supervisione social advertising e google advertising

INTRODUZIONE AL LABORATORIO

Cosa dovrebbe insegnare un Laboratorio in Digital e Social Media Marketing?



INTRODUZIONE AL LABORATORIO



LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

Dall'*outbound* all'*inbound marketing*: dall'*interruption* all'*engagement*



LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

Dalla *brand identity* alla *web reputation*: dai valori tangibili a quelli intangibili. Non è più il prodotto al centro della comunicazione ma i valori sui quali un brand si identifica



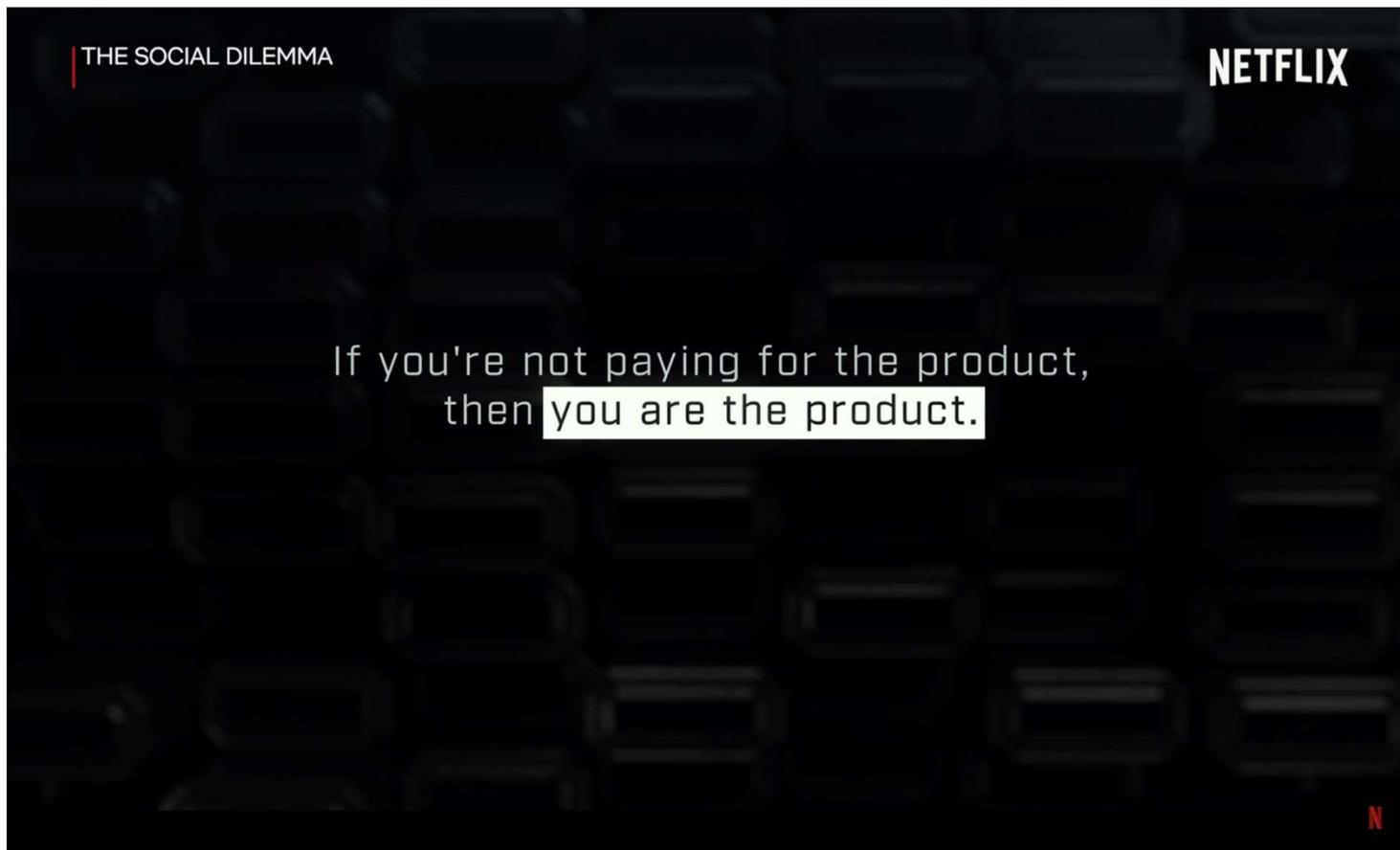
LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

Dal target alle persone: i consumatori vogliono essere trattati come singoli individui non come segmenti di popolazione

PUBBLICO TARGET Dati demografici e socio economici		BUYER PERSONA	
<ul style="list-style-type: none">• Uomo• Tra i 36 e 50 anni• Abita nel nord Italia• Lavora in grandi imprese• Rendita tra i € 45.000 e € 55.000		<ul style="list-style-type: none">• Luca Ferretti, 33 anni.• Master in comunicazione di impresa• Coordinatore di marketing di una PMI• Soffre la pressione dei dirigenti.• I dirigenti hanno una visione limitata del marketing, usando appena pubblicità tradizionale• Abita a Bologna• Sposato, 2 figli.• Gli piace passare il tempo libero in famiglia• Hobby: suona la batteria in una band di jazz e fotografa panorami.	
			
Definizione ampia	Non si riportano le abitudini	Definizioni specifiche	Dettagli sul lavoro e abitudini
Nessun elemento specifico	Persone che possono desiderare il tuo prodotto	Personaggio realistico	Cliente ideale

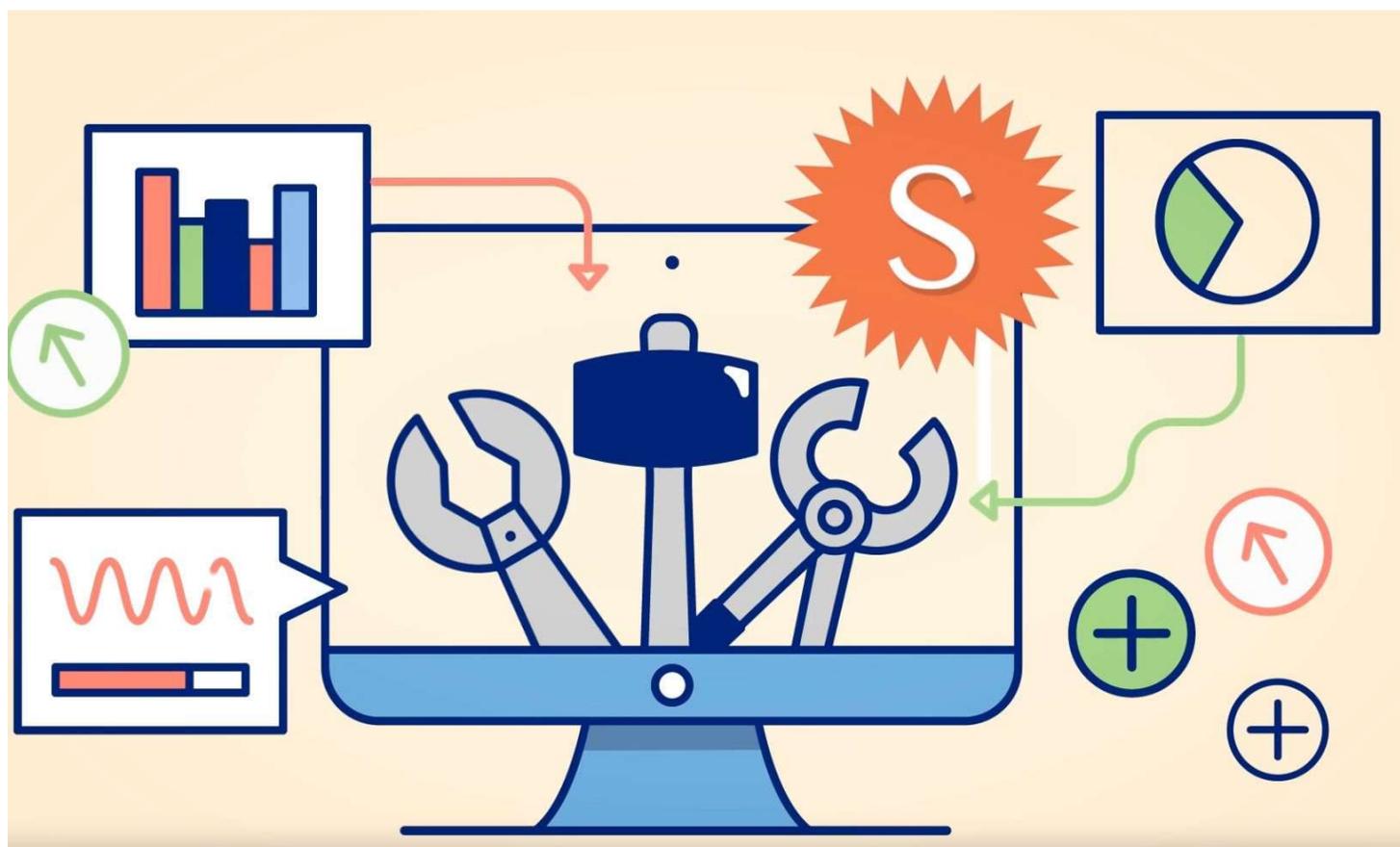
LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

I comportamenti in rete creano un profilo dettagliato su chi siamo



LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

I tool semplificano, velocizzano e rendono il lavoro professionale.



LA COMUNICAZIONE NELL'ERA DIGITALE

Un'attività di branding efficace consiste nel tentare di fare la differenza, non nei numeri (seguaci, interazioni).

**“I social media non sono solo
un'esperienza di business, sono
un'esperienza emotiva”**

Mari Smith

skande

www.skande.com

COME IDEARE STRATEGIE EFFICACI



COME CREARE CONTENUTI D'INTERESSE



LE PIATTAFORME SOCIAL



TESTO OBBLIGATORIO

(per chi decide di non fare il project work)

+ slide lezioni

VINCENZO COSENZA

Marketing Aumentato



**Guida ai nuovi scenari
del martech**

Aggiornamenti su vincos.it

APGEO

TESTI CONSIGLIATI



PROGRAMMA DEL CORSO

1. Evoluzione del digital marketing. Introduzione sullo scenario mediale.
2. Ideare strategie efficaci di digital marketing: Social Media Plan
3. Come creare contenuti d'interesse: le strategie di comunicazione digitale
4. I social media per fare community: peculiarità delle principali piattaforme social e i digital tool da conoscere
5. Approfondimenti su Facebook e Instagram: la gestione delle pagine aziendali e il monitoraggio dei risultati
6. Strumenti per la creazione di contenuti. Esercitazioni con il programma di design Canva
7. Come creare campagne di social advertising e pianificarle in modo efficace
8. Le tecniche di posizionamento nei motori di ricerca: la SEO (Search Engine Optimization) e la SEM (Search Engine Marketing)

NOTE SULLE LEZIONI



Le metodologie didattiche del Laboratorio saranno:

- lezioni frontali dialogate
- esercitazioni pratiche in aula
- analisi di case history di interesse
- Intervento di un esperto
- Realizzazione project work
- Lavoro di gruppo
- Esperienze didattiche sul campo

NOTE SULLE LEZIONI

È previsto l'intervento di un esperto a lezione



Gian Luca Naso · 1°

Responsabile supporto specialistico pianificazione e Infomobilità presso ATAC Spa

Roma, Lazio, Italia · [Informazioni di contatto](#)

[Più di 500 collegamenti](#)

 1 collegamento in comune: Franco Del Panta

 ATAC SpA

CALENDARIO DEL LABORATORIO

Giorni di lezione: martedì e venerdì

Numero ore: 20

Mar 2 mag 2023	14:00 - 17:00	Aula 1 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Ven 5 mag 2023	08:00 - 10:00	Aula 3 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Mar 9 mag 2023	14:00 - 17:00	Aula 1 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Ven 12 mag 2023	08:00 - 11:00	Aula 3 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Mar 16 mag 2023	14:00 - 17:00	Aula 1 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Ven 19 mag 2023	08:00 - 11:00	Aula 3 (Livello 1) - Ex Loggia del grano
Mar 23 mag 2023	14:00 - 17:00	Aula 1 (Livello 1) - Ex Loggia del grano

DATE ESAMI

Lista appelli d'esame

Appelli di: LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA
MARKETING [C259]

COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI [M27] (LM)...

Elenco Appelli d'esame

[Nuova prova parziale](#)

[Visualizza](#)

Descrizione Appello	Data ora aula
LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MA	 12/09/2023 14:00
LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MA	 11/07/2023 14:00
LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MA	 27/06/2023 14:00
LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MA	 06/06/2023 14:00

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Il superamento dell'esame del Laboratorio avviene mediante un **esame orale** dove i candidati presenteranno un loro **project work**, realizzato in power point o altro (Canva, ecc.), che racconta la strategia social messa in atto per gestire una pagina aziendale a scelta su **Facebook e/o Instagram**.

È apprezzata l'apertura di profili anche su altre piattaforme social motivandone la scelta ma, in generale, è preferibile un lavoro di **qualità più che di quantità**.

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Il project work potrà avere in oggetto:

- **L'apertura di una Fan page di Facebook e/o di un profilo professionale su Instagram di una piccola o media impresa o di un progetto personale o di gruppo.**
- **L'ottimizzazione di una Fan page e/o di un profilo professionale su Instagram esistente di una piccola o media impresa. Necessario mettere in evidenza il prima e il dopo.**

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Il project work dovrà contenere la **Social Media Strategy** messa in atto per la gestione di una o più piattaforme social, andando a toccare i seguenti aspetti:

- **ANALISI:** contesto, mercato, concorrenza, comunicazione, target;
- **STRATEGIE:** obiettivi di comunicazione, posizionamento, tone of voice, pianificazione dei mezzi;
- **AZIONI** effettuate per lanciare, o rilanciare, una piccola o media azienda o un profilo professionale (gestione piattaforma);
- **RISULTATI E NEXT STEP:** devono essere esplicitati i risultati ottenuti e i possibili sviluppi del progetto.

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

Alcune note sul project work:

- **Il lavoro potrà essere individuale o di gruppo** (massimo 3 persone). Qualora venga fatto un lavoro di gruppo i candidati si dovranno presentare all'esame insieme e dividere l'esposizione del lavoro in parti uguali.
- Dovrà mettere in evidenza l'apertura/restyling e la gestione di una piattaforma social, **minimo per la durata di un mese.**

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

- Sarebbe auspicabile che l'azienda coinvolta mettesse in conto di fare un **investimento pubblicitario** in maniera tale da poter fare esperienza anche con social adv.
- Si consiglia di prevedere uno sviluppo del power point **minimo di 20 pagine** ma di mostrare, in sede di esame, la presentazione delle slide più rappresentative del lavoro svolto. Il tempo destinato all'esposizione del project work sarà circa di 10/15'.
- Alla gestione della pagina e alla stesura del project work si lavorerà **fuori dalla lezione** ma sulla forma e sui contenuti della stessa dedicheremo gran parte del laboratorio.

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

- Il project work dovrà essere inviato alla docente via mail all'indirizzo francescaariento@hotmail.com in formato pdf **24 ore prima dell'appello.**
- Si prega di nominare l'allegato con il/i cognome/i degli studenti.
- Si pregano gli studenti di **verificare l'arrivo del file:** mettere la conferma di lettura nella mail, avvisare tramite Facebook (gruppo o messaggio privato), ecc.

IN COSA CONSISTE IL PROJECT WORK

- Non è ammesso inviare il project work in lavorazione (né sul gruppo, né in messaggio privato) per dei consigli preventivi sul lavoro svolto. **Una volta inviato il lavoro alla docente è da considerarsi chiuso.**
- Tutti gli studenti sono invitati a condividere l'inizio della gestione di una Pagina social al fine di avere una **supervisione del lavoro** da parte mia, oltre a coinvolgere attivamente il gruppo.
- Valuterò positivamente il sostegno dato ai colleghi del laboratorio.

MODALITÀ DI VALUTAZIONE

In sede d'esame saranno valutati:

- la padronanza della materia applicata all'esperienza pratica mediante la presentazione del **project work**
- il grado di conoscenza degli argomenti affrontati nel corso del programma del Laboratorio (**slide lezioni**)
- le abilità comunicative apprese

GRUPPO SU FACEBOOK

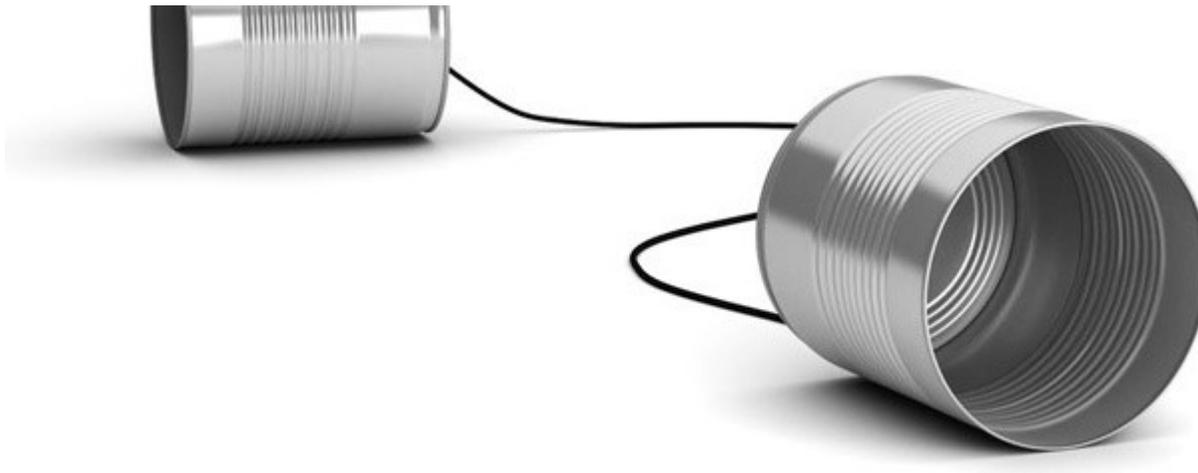
Gruppo chiuso su Facebook **Lab Digital e SMM @UniMC**



GRUPPO SU FACEBOOK

Il gruppo ha lo scopo:

- Di dare comunicazioni varie ed eventuali relative al Laboratorio
- Di condividere curiosità, aggiornamenti, domande, articoli sui social inerenti al programma
- Di fare squadra e rimanere in contatto
Di comunicare l'inizio della gestione di una Pagina social al fine di coinvolgere il gruppo



I MIEI CONTATTI

E-mail

francescaariento@hotmail.com

About me

about.me/francescaariento

Ricevimento: Su appuntamento. Per fissare giorno/ora avvisatemi a lezione o su francescaariento@hotmail.com

#grazie

