

M14

Executive Program Social Media Management per la PA

Corso di formazione utile per la qualificazione delle stazioni appaltanti

DURATA

16 giorni

(articolato in 10 moduli, frequentabili anche singolarmente)

DATE

Il calendario del corso sarà disponibile a breve, per informazioni scrivere a:
segreteria@ceida.com.

ORARIO

9,00 - 13,30*

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

euro 2250,00 + IVA (la quota è esente da IVA se corrisposta da Enti pubblici)

RELATORI

Dott. Gianlorenzo COMANDINI

CEO Orma Strategie Digitali

Dott. Eduardo MAGNOTTA

Senior Executive in Marketing e Corporate Development con responsabilità P&L e profonda conoscenza di Marketing Innovation, Digital Transformation e Corporate e-Business Development. Provata capacità di guidare imprese attraverso rapidi processi di ristrutturazione e rilancio, come pure di progettare ed eseguire con successo strategie di corporate development con crescita sostenibile in ambienti internazionali, multietnici e competitivi. Già Marketing & Communication Director in LUISS Business School, ha pubblicato per Routledge TaylorFrancis “Digital disruption in Marketing and Communication” basato su 4 case history.

DESCRIZIONE DEL CORSO

La recente **Legge 69/2025**, che converte il Decreto PA, definisce in modo chiaro il nuovo perimetro di competenze richieste al personale della Pubblica Amministrazione: **comunicazione efficace, gestione digitale e ascolto attivo dei cittadini**. Di fatto, il provvedimento inserisce la figura del Social Media Manager per la PA

OBIETTIVI

Formare figure professionali sia interne alla Pubblica Amministrazione sia esterne che ambiscano a cogliere questa opportunità della L. 69/2025 e che intendano acquisire un solido background su social media management e growth hacking per comunicazione utilizzando tecnologie innovative e strategie data-driven per massimizzare l'impatto sui social network.

PROGRAMMA

MODULO 1: La comunicazione ed i canali digitali

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Fondamenti della comunicazione

- Modelli classici e moderni di comunicazione

- Emittente, ricevente, codice, canale, feedback
- 2. Finalità della comunicazione**
 - Informare, coinvolgere, fidelizzare
 - Comunicazione verticale vs orizzontale nella PA
- 3. Branding e identità**
 - Differenze tra corporate, personal e professional branding
 - Costruire fiducia nel contesto istituzionale
- 4. I 4 pilastri del branding**
 - Value Proposition
 - Unique Selling Proposition
 - Reason Why
 - Big Idea
 - Applicazione allo storytelling istituzionale
- 5. Esercitazione pratica**
 - Creazione del profilo di brand di un ente pubblico
 - Mappa del valore e tono di voce
- 6. Il Piano Editoriale e il Calendario Editoriale**
 - Differenze, strumenti, struttura a breve/medio/lungo termine
 - Introduzione a strumenti di supporto: Trello, Notion, Fogli Google

MODULO 2: La comunicazione digitale: social network e non solo

Data: Le date saranno disponibili a breve

- 1. Ecosistema digitale**
 - Panoramica: chat, forum, blog, social, newsletter
- 2. Focus piattaforme principali**
 - Facebook e Instagram: struttura, target, contenuti performanti
 - X (Twitter): linguaggio istituzionale e tempestività
 - LinkedIn: ottimizzazione del profilo, pagine aziendali e relazioni istituzionali
- 3. Focus piattaforme emergenti/di nicchia**
 - TikTok: storytelling e creatività per PA
 - YouTube: long-form, vlog istituzionali, reportage
 - Pinterest & Reddit: utilizzi laterali (es. consultazioni pubbliche)
 - Discord & Twitch: per interazioni live, Q&A, giovani
- 4. Laboratori pratici**
 - Ottimizzazione profilo LinkedIn
 - Creazione campagne su Meta, LinkedIn, TikTok

MODULO 3: Fare advertising sui social network

Data: Le date saranno disponibili a breve

- 1. Obiettivi pubblicitari**
 - Awareness, Engagement, Conversion (con esempi concreti per la PA)
- 2. Set-up campagne (Meta, LinkedIn, TikTok)**
 - Scelta target, budget, formato, timing
 - KPI principali e come interpretarli
- 3. Il ruolo di SEO/SEM**
 - Differenze, sinergie con le campagne social
 - L'importanza della visibilità organica
- 4. Il sito web come hub strategico**
 - Call to action coerenti
 - Tracciamento utenti con UTM, Google Analytics
- 5. Introduzione a Google Ads & Programmatic**
 - Principi base, esempi di utilizzo nel pubblico
- 6. Esercitazione**

- Brief, target, budget: progettazione e lancio simulato di una campagna completa

MODULO 4: Piano Editoriale, canali e comunicazione istituzionale (8 ore)

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Differenziazione per audience, canale, contenuto

- Matrice pubblico/contenuto
- Linguaggi per Instagram, X, LinkedIn

2. Dalla strategia al contenuto

- Tipi di contenuto (valoriale, di servizio, di storytelling)
- Content creation e curation

3. Calendario editoriale avanzato

- Timing, frequenza, stagionalità, campagne evergreen

4. Politica & PA nel digitale

- Deontologia, neutralità, trasparenza

5. Case history: Uffizi su TikTok

- Analisi contenuto, tono, engagement

6. Strumenti per la pubblicazione

- Hootsuite, Postpickr, Meta Suite

7. Decisioni data-driven

- Interpretare i dati, correggere il tiro
- Focus su: Engagement Rate, Reach, CTR, Sentiment Analysis

8. Esercitazione

- Creazione piano editoriale mensile per ente immaginario

MODULO 5: Tool creativi per la comunicazione

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. AI per copywriting

- ChatGPT: prompt engineering per PA
- Claude, Grok: stili e limiti

2. AI per visual

- Midjourney, Sora: generare immagini coerenti
- Uso etico e copyright

3. AI per video e audio

- Synthesia, Pictory per video istituzionali
- Suno per ambientazioni sonore

4. Canva & Capcut

- Template, grafica social coerente
- Editing mobile, sottotitoli, transizioni

5. Teoria e tecnica fotografica

- Teoria Fotografica
- Come fare foto e video con telefono
- Usare macchine professionali

6. Esercitazione pratica

- Creazione di un piano mini-editoriale visivo con post testuali e video

MODULO 6: Social Listening

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Cos'è il social listening

- Monitoraggio attivo e analisi reputazionale

2. Set-up operativo

- Tools: Talkwalker, Mention, Brandwatch, TweetDeck
- Scelta keyword, alert, segmentazione

3. Mappatura e analisi dei contenuti

- Identificare conversazioni chiave, crisi, sentiment

4. Esercitazione

- Analisi reputazionale di un caso studio istituzionale

MODULO 7: Comunicazione di Crisi

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Cos'è una crisi per un ente pubblico

- Tipologie: reputazionale, operativa, relazionale

2. Il ruolo del social media manager

- Presidio, rapidità, tono e canali

3. Ascolto durante la crisi

- Social listening e flussi decisionali

4. Esempi reali + simulazione

- Gestione crisi metropolitana, blackout, errore umano
- Simulazione di risposta pubblica

MODULO 8: Giornalismo, Enti Pubblici e Social

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. L'agenda digitale

- Trasparenza, servizio pubblico, prossimità

2. Linea editoriale dell'ente

- Coerenza visiva e testuale, gerarchia della comunicazione

3. Sportello digitale

- Automatismi e strumenti (es. chatbot, moduli online)

4. Al al servizio del cittadino

- Generazione FAQ, documenti, servizi accessibili

5. Notizie e fake news

- Verifica fonti, debunking, gestione virale

MODULO 9: Growth Hacking Istituzionale

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Cos'è il growth hacking

- Concetto adattato al contesto pubblico

2. Tecniche operative

- Micro-test, analisi dati, cicli brevi

3. Engagement e call to action

- Format coinvolgenti: quiz, sticker, countdown

4. Trend analysis

- Monitoraggio trend politici (es. elezioni, leggi)
- Trend di cultura pubblica (green, giovani, salute)

MODULO 10: Workshop Finale e Project Work

Data: Le date saranno disponibili a breve

1. Brief operativo

- Assegnazione di un ente e scenario (es. campagna trasparenza, campagna eventi culturali)

2. Lavoro in gruppo

- Sviluppo strategia, contenuti, calendario

3. Pitching e feedback

- Presentazione al docente + revisione con criteri professionali

4. Valutazione finale

- Autovalutazione, rubriche di valutazione, confronto aperto

*L'orario effettivo del corso è fino alle 13: i 30 minuti in più sono legati a eventuali break

VALUTAZIONE FINALE EXECUTIVE PROGRAM

A conclusione dell'intero percorso formativo sarà rilasciato l'attestato di frequenza e profitto di Executive program con valutazione finale espressa in centesimi a chi:

- abbia frequentato l'intero Executive program
- superi almeno il 60% dei quiz a risposta multipla finali

Coloro i quali seguiranno solo alcuni moduli, potranno ottenere singoli attestati di frequenza e profitto dei seminari, ma non l'attestato di Executive program.

RACCOMANDAZIONE IMPORTANTE

Si informa che l'attivazione del corso avverrà esclusivamente a seguito di comunicazione scritta da parte del CEIDA.

Pertanto, si sconsiglia vivamente di effettuare prenotazioni o acquisti di titoli di viaggio, pernottamenti o altri servizi connessi, prima di aver ricevuto tale conferma ufficiale, comprensiva della modalità di erogazione del corso (in presenza o a distanza).

CEIDA declina ogni responsabilità per eventuali spese sostenute anticipatamente e non potrà essere ritenuto in alcun modo tenuto a rimborsi o compensazioni di natura economica o altra.