

## **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](mailto: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: Uffici 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.