

PIANO FORMATIVO NAZIONALE
DEL PERSONALE DELL'ISTITUTO NAZIONALE DI FISICA NUCLEARE

**CORSO NAZIONALE DI FORMAZIONE
"SOCIAL MEDIA 2"**

Obiettivi:

Conoscere i principali strumenti social e imparare l'utilizzo nell'ambito della comunicazione istituzionale INFN.

Target:

Ricercatori, Tecnologi, Tecnici e Amministrativi coinvolti in attività di comunicazione per l'INFN.
NON E' POSSIBILE ACCETTARE L'ISCRIZIONE DI CHI HA GIA' FREQUENTATO LA PRIMA EDIZIONE.

Metodologia didattica:

Il corso è una riedizione aggiornata del corso svolto nel 2018 integrato da esercitazioni puntali in aula.

Date:

27-28 gennaio 2020

Inizio: ore 14.00 del 27 gennaio

Termine: ore 17.00 del 28 gennaio

N° partecipanti:

20 unità

Responsabile:

Eleonora Cossi – Ufficio Comunicazione

Tel. 06 68400364

Eleonora.cossi@presid.infn.it

Segreteria organizzativa:

Alessia Capitani

Tel. 06 6840031

Alessia.capitani@presid.infn.it

Docenti:

B. Sgarzi – Giornalista professionista

Organizzazione logistica:

Sede corso

Presidenza INFN

Piazza dei Caprettari 70

Sala del Consiglio Direttivo

[Come raggiungere la sede](#)

NON E' PREVISTO LO STREAMING DEL CORSO

PROGRAMMA

27 gennaio 14.00 -18.00

- 14.00-15:00 Breve giro di tavolo e Panorama Social Media
1. I social media oggi: dati e tendenze, fra penetrazione reale e visibilità mediatica
2. Elementi della nuova comunicazione online: trasparenza, interazione, apertura
3. Non è tecnologia, è un nuovo modo di parlare a un'audience. Presenza, target, strategia
4. Scegliere la piattaforma social più adatta agli obiettivi
- 15:00-15.30 Presentazione account istituzionali INFN (F. Mazzotta)
1. Facebook: @IstitutoFisicaNucleare
2. Instagram: @inf_n_insights
3. Twitter: @INFN_
- 15:30 – 16:30 Costruire la comunicazione partendo dagli strumenti. Focus su Facebook, Twitter e Instagram
1. Twitter: le liste, la ricerca avanzata, Tweetdeck
2. Facebook: come impostare una presenza aziendale efficace. Profili, pagine, gruppi: differenze e opportunità. Il newsfeed: capire il filtro di Facebook e aumentare la visibilità dei post: gli smart content.
- 16:30 – 16:45 *pausa caffè*
- 16:45 – 18:00 1) Le immagini, le Storie: focus su Instagram
2) La costruzione e il restyling di un account: header, bio, foto profilo, network
- ESERCITAZIONE maquillage degli account; il ruolo di Brand Ambassador

28 gennaio 09.00 -17.00

- 9:00 – 11:00 Dallo strumento alla strategia
1) Il piano editoriale: raccolta dei contenuti, pianificazione e pubblicazione
2) Gli strumenti Google: Ricerca Avanzata, Scholar, Public Data Search, Alerts, Trends, Mappe. Immagini a 360° e loro utilizzo nella comunicazione digitale.
- ESERCITAZIONE sugli strumenti appena visti. Settaggio di Alert e ricerca Trends, con creazione di avvisi mirati. Utilizzo di Trends per costruire un contenuto (post su un blog, articolo o post sui social)
- 11:00 – 13:00 La scrittura
1) Comunicare la scienza: dalla complessità alla divulgazione. Esempi di scrittura chiara, comprensibile e accattivante
- ESERCITAZIONE con contenuti reali. Scrittura di un post su Facebook e di un tweet partendo da una notizia (comunicato stampa o notizia di cronaca). Dalla stessa notizia ricavare, se

possibile, un post su Instagram (o una Storia: motivare comunque la scelta) e motivare la scelta dell'immagine.

13:00- 14:30 *pranzo*

14:30-16:30 I social e la comunicazione istituzionale

1) Come parlo alla mia audience? Cosa tollero sulle mie pagine? Come modero i commenti?

2) Cenni di comunicazione di crisi. La preparazione, la contro-narrazione

→ ESERCITAZIONE

Creazione di un set di risposte per le domande e i commenti più ricorrenti, divisi per tipologia.

→ ESERCITAZIONE 2 L'attacco dei troll

16:30 – 17:00 Discussione e conclusioni