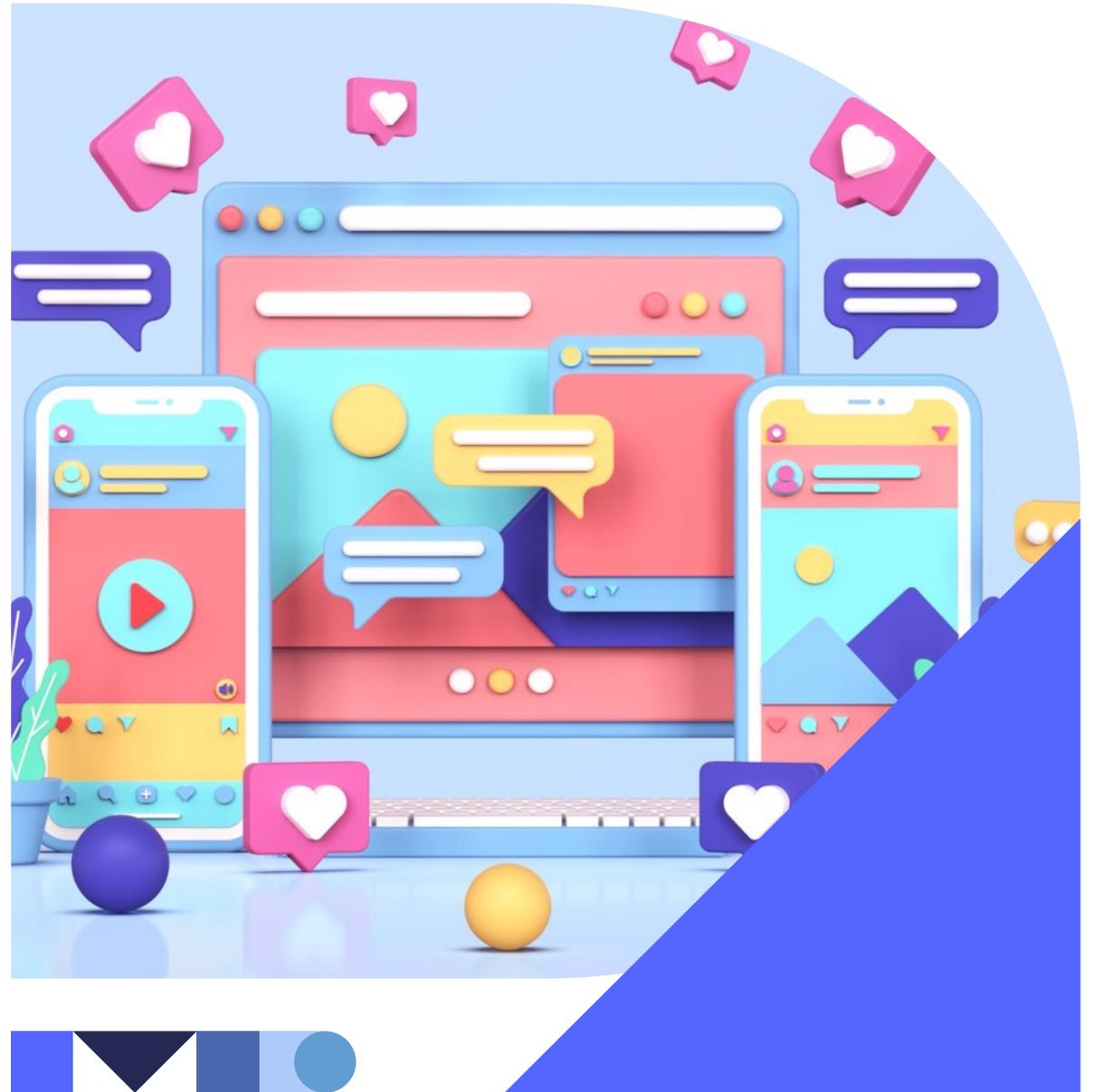


# “La comunicazione sociale ai tempi dei social network.”

## PROGRAMMA DI FORMAZIONE PER CONSORZIO COMMUNITAS

A cura  
Dott.ssa Valentina Foschi  
Prof. ssa Rossella Gambetti





## Modulo A

PARTE 1 - 1h

La comunicazione nell'era della tecnocultura: auto-espressione, autenticità e purpose  
A cura della Prof.ssa Gambetti

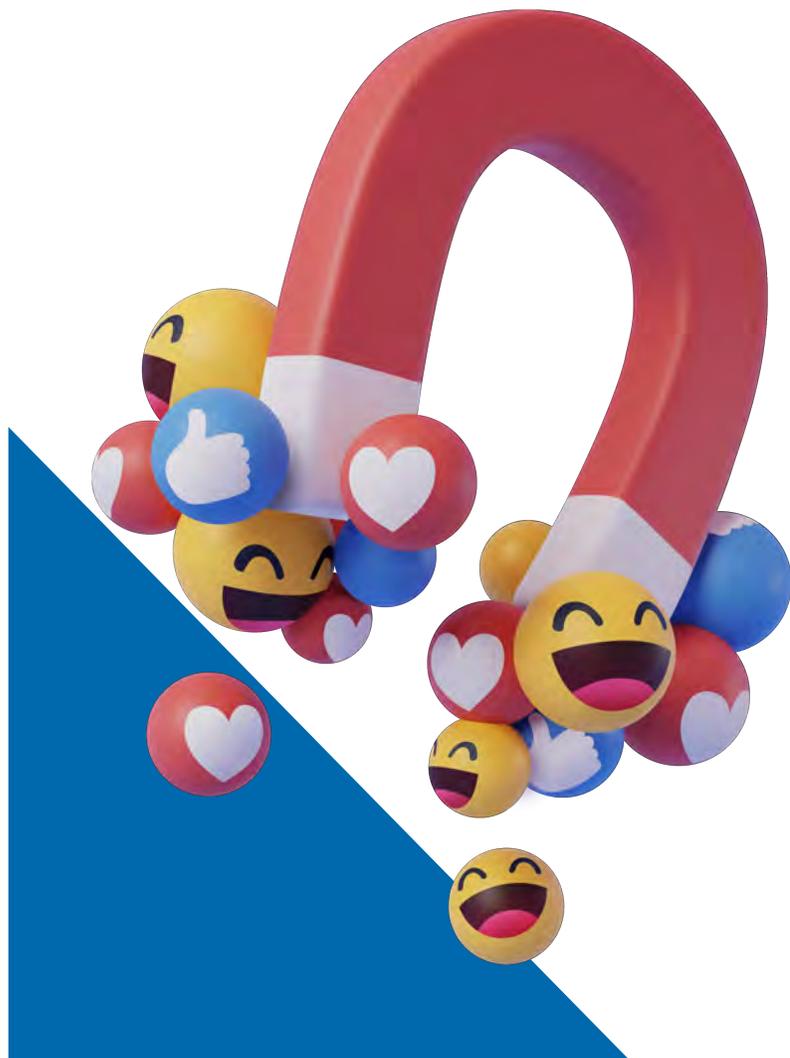
Fare comunicazione oggi per qualsiasi azienda, profit o non profit, vuol dire comprendere come le tecnologie e la cultura evolvano e si influenzino reciprocamente e come questo impatti sulle modalità, i significati, i valori e i linguaggi con cui le persone si aggregano e si relazionano tra di loro e con le aziende. I social media hanno creato territori conversazionali in cui le aziende e gli individui interagiscono su un piano di parità dialogica e di libertà espressiva, facendo emergere la rilevanza di una comunicazione identitaria autentica e purpose-driven. Gli influencer sono i nuovi protagonisti di questa comunicazione. Gli influencer possono svolgere un ruolo strategico nei processi di accoglienza e di acculturazione dei migranti nel paese di residenza, valorizzando i legami con il territorio di origine.

### Modalità

Erogazione del Modulo da remoto attraverso modalità e-Learning della durata complessiva di 1h.

Data per il modulo:  
lunedì 6 giugno - 18.00/19.00





## Modulo A

PARTE 2 – 2h

Introduzione, panoramica generale e potenzialità dei *social network*, con particolare focus su Facebook, Instagram

- perché i *social network* sono importanti,
- la storia dei *social network*,
- il contesto in Italia oggi,
- cosa dicono il web e la letteratura,
- Facebook e Instagram a confronto.

### Modalità

Erogazione del Modulo da remoto attraverso modalità e-Learning della durata complessiva di 2h.

Data per il modulo:  
venerdì 10 giugno – 9.00/11.00

Il Modulo A potrà essere diviso in due parti, in giornate e momenti distinti. Potrà inoltre variare sulla base del livello di knowledge dei partecipanti, a seguito dell'analisi delle risposte ottenute dal survey propedeutico alla formazione.





## Modulo B

### PARTE 1 – 1h

- La comunicazione sociale
  - cos'è la comunicazione sociale,
  - contesto italiano e internazionale,
  - perché un ente non profit deve comunicare,
  - cosa dovrebbe comunicare,
  - il legame tra comunicazione sociale e trasparenza.

### PARTE 2 – 1h

- Non profit e social storytelling.
- Non profit e social media – gli errori più comuni.
- I social network e le cause sociali: alcune case history\*

### Modalità

Erogazione del Modulo da remoto attraverso modalità e-Learning della durata complessiva di 2h.

Data per il modulo:  
martedì 21 giugno – 11.00/13.00

\* Facoltativo, sulla base del tempo a disposizione





## Modulo C

### PARTE 1 – 2h 15min

Panoramica strategica di promozione digital di un progetto o di una campagna.  
Individuazione e profilazione target attraverso la costruzione di personas

- viene prima il prodotto o il target?
- cos'è il target, perché è importante definirlo, introduzione alle personas
- il piano di marketing (digitale): dall'analisi della situazione, alla tabella di marcia, al Piano Editoriale
- come si definiscono target e personas
- personas e content marketing

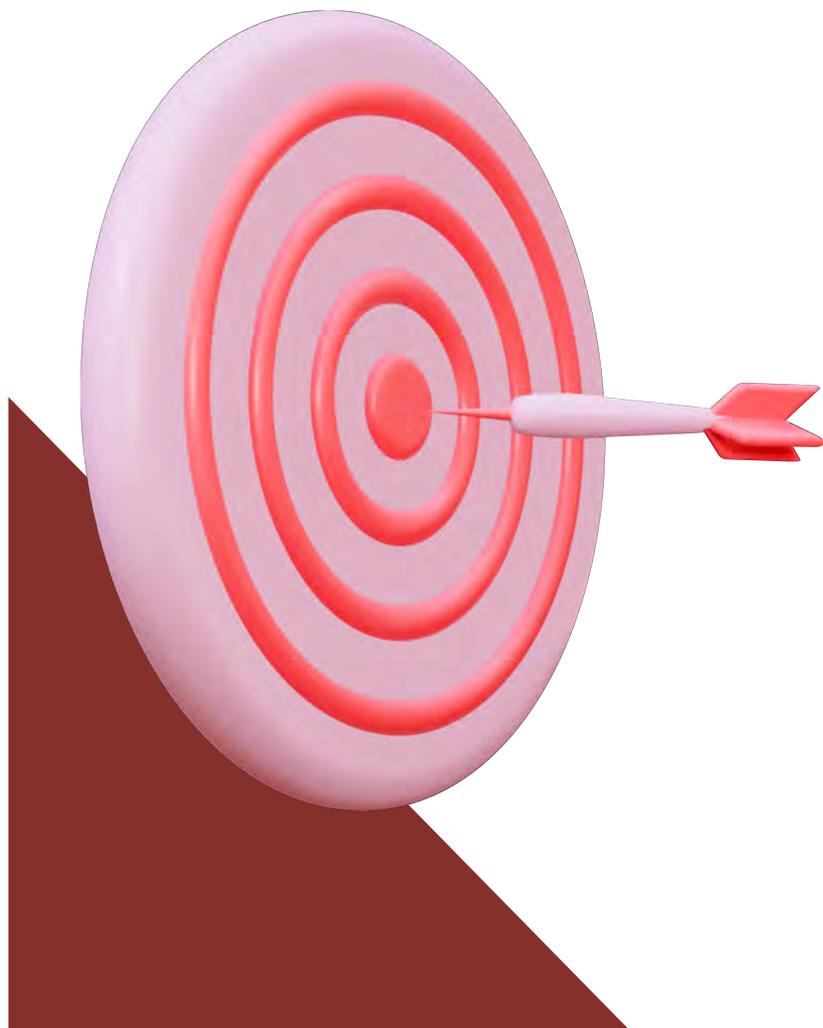
### PARTE 2 – 45min

Testimonianza della Dott.ssa Francesca Bonfanti, Digital Communication Manager di Diversity Lab, sui Diversity Media Awards (dall'idea, al piano di promozione, all'individuazione del target..) – 45min.

### Modalità

Erogazione del Modulo da remoto attraverso modalità e-Learning della durata complessiva di 3h.

Data per il modulo:  
venerdì 24 giugno – 10.00/13.00





## Modulo D

«Reframe the debate» Kit di strumenti per riformulare la narrazione sulla migrazione.

- Introduzione alle risorse rivolte alle associazioni che vogliono riequilibrare il dibattito pubblico riportando al centro i valori della diversità e dell'inclusione.

Il Kit di strumenti per riformulare la narrazione sulla migrazione è stato sviluppato dall'ICPA come componente chiave del progetto [Reframe the Debate: New Migration Narratives for Constructive Dialogue](#) (2017-2019). Il kit contiene una serie di strumenti pratici e linee guida per accompagnare l'apprendimento autonomo tra coloro che sono curiosi di sapere come può essere applicato un approccio di riformulazione al lavoro di cambiamento della narrazione, per bilanciare positivamente l'attuale dibattito divisivo sulle migrazioni.

### Modalità

Erogazione del Modulo da remoto attraverso modalità e-Learning della durata complessiva di 2h.

Possibile data per il modulo:  
venerdì 8 luglio – 16.00/18.00





## DOTT.SSA VALENTINA FOSCHI

Laurea in Comunicazione, Innovazione Multimedialità  
Master in Copywriting e Comunicazione Pubblicitaria  
Specializzazione in Digital Fundraising & Communication per il Terzo Settore

*"Millenials, M.I., non-profit and digital world addicted,  
words dependent, believe in ideas and creativity."*

Lavora nel, per, con il Terzo Settore da quasi 10 anni. Da sempre specializzata nella digital communication (social based) applicata al Terzo Settore, si è occupata prima di comunicazione sociale (soprattutto di sostenibilità, parità di genere e integrazione), poi di consulenza di digital communication & fundraising, per molte organizzazioni italiane e internazionali; ad oggi è Digital Communication Specialist in Italia non profit e Fondatrice di The Good Social.



## PROF. SSA ROSSELLA GAMBETTI

Rossella Gambetti è Professore ordinario di Branding e Cultura di consumo presso la Facoltà di Scienze linguistiche e letterature straniere dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano ed è Research fellow della Jayne and Hans Hufschmid Chair of Strategic Public Relations and Business Communication presso la Annenberg School for Communication and Journalism della University of Southern California (Los Angeles). In Università Cattolica, è inoltre direttore scientifico dell'International Postgraduate Master in Corporate Communication e membro del Comitato scientifico del Labcom (Laboratorio di Ricerche sulla Comunicazione Aziendale). Rossella Gambetti svolge attività di ricerca e di didattica sulle tendenze evolutive della cultura di consumo, della tecnologia e della socialità e sulla loro influenza sui processi comunicativi tra consumatori, marche, imprese e società. Su questi temi è autrice di oltre 70 pubblicazioni internazionali e nazionali.



# LET'S DO IT!



FONDO ASILO, MIGRAZIONE E INTEGRAZIONE (FAMI) 2014-2020



SECONDA EDIZIONE

Obiettivo Specifico 1. Asilo Obiettivo nazionale ON 1 - lett c) - Potenziamento del sistema di 1° e 2° accoglienza - Avviso Realizzazione di percorsi individuali per l'autonomia socio-economica  
Prog. 3367 - CUP: D49E20000400005