



## RELATORI

**Pier Luca Santoro**, consulente di marketing, comunicazione & sales intelligence, project manager di DataMediaHub ([datamediahub.it](http://datamediahub.it)).

**Lorenzo Cantoni**, direttore dell'Istituto di Tecnologie per la Comunicazione e dei laboratori NewMinE: New Media in Education, all'Università della Svizzera Italiana (USI). Responsabile della UNESCO chair in ICT per lo sviluppo del Turismo sostenibile nei World Heritage Sites.

**Alessandro Gisotti**, coordinatore Social Media nella Segreteria per la Comunicazione della Santa Sede. Già vicecaporedattore di Radio Vaticana. Docente di Comunicazione alla Pontificia Università Lateranense. Autore de "Il decalogo del buon comunicatore secondo Papa Francesco".

**Vincenzo Grienti**, caposervizio e responsabile web Tv2000. Esperto in comunicazioni sociali e politiche, web editor e autore di "Web 3.0. Il futuro dei mass media è ibrido".

**Bruno Mastroianni**, filosofo, social media manager de "La grande Storia" Rai3, collabora con la Multiplatforma di Rai1. Autore de "La disputa felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico" (Cesati, 2017).

**Juan Narbona**, professore di "Digital Communication" alla Pontificia Università della Santa Croce. Consulente di diverse non profit e autore di articoli su Strategia Digitale e Comunicazione.

**Mauricio Artieda**, direttore e cofondatore di [www.catholic-link.com](http://www.catholic-link.com), master in Comunicazione Digitale ed esperto in Content Marketing.

**Roberto Vera**, filologo e consulente di comunicazione. Coordinatore di diversi progetti multimediali virali (Just Start, Faith at 20).

**Raffaele Buscemi**, direttore dell'Ufficio Comunicazioni dell'Opus Dei in Italia. Istruttore di Media Training presso la Facoltà di Comunicazione della Pontificia Università della Santa Croce. Coautore di "La missione digitale".

**Francesco Villacampa**, webeditor della agenzia di comunicazione [www.rome-reports.com](http://www.rome-reports.com), e responsabile digitale della campagna #standtogether ([www.allstandtogether.com](http://www.allstandtogether.com)).

# SOCIAL NETWORK e TOOL DIGITALI, COME COMUNICARE LE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT



Gennaio-febbraio 2018

**Costo:** 70 € per ogni sessione; 300 € per il ciclo completo di 5 sessioni.

**Luogo:** Pontificia Università della Santa Croce  
Piazza di Sant'Apollinare, 49  
00186 Roma

**Per iscrizioni:** [www.iscom.info](http://www.iscom.info) - [info@iscom.info](mailto:info@iscom.info) - Tel. 06.6867522



## PRESENTAZIONE

Quante volte abbiamo sentito dire “i social sono il futuro della comunicazione”? Forse così spesso che la frase ormai andrebbe così modificata: “i social network sono già il presente della comunicazione”.

Il Corso nasce per dare un aiuto alla comunicazione di organizzazioni piccole e medie, offrendo loro i mezzi i per essere presenti nelle reti sociali e conoscerne a fondo le dinamiche o gli strumenti di analisi.

Qual è la motivazione alla base del Corso? Nel confronto con i responsabili della comunicazione di molti istituti è venuto fuori un commento comune: il loro sito web oppure la loro attività nelle reti sociali non rende i frutti desiderati; oppure l'attività su Facebook o Instagram non è ancora ben strutturata e consolidata, sviluppandosi senza la formazione e il linguaggio adeguati, magari perché affidata più alla buona volontà che alla professionalità.

Con l'esperienza di professionisti che lavorano tutti i giorni in questo campo e di accademici e studiosi delle varie filosofie di comunicazione, e prestando particolare attenzione a casi reali che hanno impegnato aziende di natura commerciale e non profit, il Corso si propone di fornire le necessarie conoscenze – teoriche, tecniche e strategiche – al fine di sfruttare al meglio non solo la comunicazione online ma anche la propria identità digitale.



## METODOLOGIA

Sono previsti 5 moduli, ciascuno formato da 3 parti:

- a) Introduzione all'uso avanzato di un determinato canale Social;
- b) Incontro con un esperto, che offrirà una visione manageriale e delle tendenze attuali;
- c) Case study o sviluppo di un progetto concreto con il supporto dei Relatori.

Il Corso è promosso e organizzato da Iscom – Promozione della comunicazione istituzionale, in collaborazione con la Facoltà di Comunicazione Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce.



## DESTINATARI

Figure professionali che operano o intendono operare nelle agenzie o nelle direzioni di comunicazione di istituzioni ed enti non profit.



## CALENDARIO

### 26 gennaio 2018

- 10.45 - 12.00 **Content Strategy: il piano di comunicazione**  
Juan Narbona
- 12.15 - 13.30 **Il brand aziendale nella rivoluzione digitale**  
Pier Luca Santoro
- 15.00 - 16.30 **Workshop o Study case**

### 2 febbraio 2018

- 10.45 - 12.00 **Facebook e la strategia basata sui contenuti**  
Mauricio Artieda
- 12.15 - 13.30 **La conversazione con i pubblici: provocarla, gestirla**  
Bruno Mastroianni
- 15.00 - 16.30 **Workshop o Study case**

### 9 febbraio 2018

- 10.45 - 12.00 **Youtube: l'identità in immagini virali**  
Roberto Vera
- 12.15 - 13.30 **L'engagement dei contenuti e nuove narrative**  
Vincenzo Grienti
- 15.00 - 16.30 **Workshop o Study case**

### 16 febbraio 2018

- 10.45 - 12.00 **Twitter e Instagram, l'istituzione in piazza**  
Raffaele Buscemi
- 12.15 - 13.30 **La trasformazione digitale di una organizzazione**  
Alessandro Gisotti
- 15.00 - 16.30 **Workshop o Study case**

### 23 febbraio 2018

- 10.45 - 12.00 **L'analitica dei risultati (Analytics): misurare, valutare**  
Francesco Villacampa
- 12.15 - 13.30 **Posizionamento (SEO): essere per comunicare**  
Lorenzo Cantoni
- 15.00 - 16.30 **Workshop o Study case**