

# Social media e personal branding

**Docenti: Cristiano Toni, Gianluca Pedrazzini**

## Lingua

Italiano

## Descrizione del corso e obiettivi

Nel web sei ciò che condividi. Non ci sono compromessi. È opportuno capire come costruire una propria identità sui nuovi canali digitali coerente ed integrata rispetto alla propria identità fisica, secondo una logica omnichannel. A livello individuale valgono le stesse regole che valgono oggi per le aziende: dobbiamo offrire a chi ci conosce la stessa esperienza di relazione, a prescindere dal canale con cui ci contatta. Tanto più ci muoviamo nella costruzione di un'immagine professionale. Tuttavia, per la maggior parte delle persone, esiste un grande disallineamento fra immagine "fisica" e immagine "online". Inoltre, non tutti conoscono le potenzialità dei canali social, che vengono utilizzati in modo indistinto, senza chiarezza di obiettivi di personal branding e senza conoscerne regole, opportunità e rischi.

Il corso mira a far conoscere e utilizzare in maniera corretta ed efficace tutti i nuovi strumenti offerti dalla comunicazione digitale, con l'obiettivo di supportare la costruzione di un personal brand coerente e omnicanale.

Al termine degli incontri i partecipanti saranno in grado di:

- Conoscere e scegliere gli strumenti social più rispondenti rispetto alla propria strategia di personal branding online
- Valutare la qualità dei propri contenuti e del proprio network relazionale
- Utilizzare gli strumenti social in una logica integrata
- Migliorare la propria esposizione online (in particolare in LinkedIn)
- Creare e condividere contenuti coerenti con i propri obiettivi di personale branding

L'elemento distintivo del corso consiste nello sviluppo di un Action Plan individuale per il miglioramento della propria immagine online. Accanto allo sviluppo dell'action plan, i partecipanti avranno modo di acquisire nuove funzionalità di strumenti già conosciuti, ma anche nuovi strumenti.

## Destinatari

Il corso è aperto a tutti gli studenti Bocconi. In particolare si rivolge a tutti coloro che sono interessati a migliorare la propria esposizione sui canali online, in una logica di gestione del brand individuale.

## Prerequisiti

- Conoscenza basilare di Windows e della navigazione web \ social.
- Accesso a un account Google.
- Accesso a un account LinkedIn.

## Durata

12 ore

## Modalità didattica

Sarà possibile partecipare al corso esclusivamente in maniera presenziale.

## Calendario

Lezione	Data	Ora	Aula
1	mer 14/02/2024	18.15 - 19.45	N17
2	gio 15/02/2024	18.15 - 19.45	N17
3	mer 21/02/2024	18.15 - 19.45	N17
4	gio 22/02/2024	18.15 - 19.45	N17
5	mer 28/02/2024	18.15 - 19.45	N17
6	gio 29/02/2024	18.15 - 19.45	N17

**Nota:** le lezioni saranno tenute in aula tradizionale ed **è previsto che ciascuno studente disponga del proprio computer portatile.**

## Programma delle lezioni

Lezione	Argomenti	Riferimenti bibliografici
1	<b>Il mix di strumenti disponibili per il Personal Branding</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Panorama dei principali social network con relative audience e logiche di utilizzo</li> <li>- Trend 2024</li> <li>- La scelta degli obiettivi di Personal Branding</li> <li>- Valutazione delle piattaforme in funzione degli obiettivi di Personal Branding</li> </ul>	<b>Slide e riferimenti forniti dal docente</b>

Lezione	Argomenti	Riferimenti bibliografici
2	<b>Il Personal Branding</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione</li> <li>- La costruzione di una identità</li> <li>- I contenuti</li> <li>- Esempi</li> </ul>	Slide e riferimenti forniti dal docente
3	<b>La Content Strategy</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Come costruire un contenuto</li> <li>- Coerenza del contenuto con la piattaforma</li> <li>- Testimonianze</li> </ul>	Slide e riferimenti forniti dal docente
4	<b>LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ottimizzare il proprio profilo</li> <li>- Ottimizzare le interazioni e i contenuti pubblicati</li> <li>- Costruzione di un network</li> </ul>	Slide e riferimenti forniti dal docente
5	<b>Sviluppare l'Action Plan individuale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contenuti organici e paid</li> <li>- Lavorare alla costruzione del proprio action plan individuale</li> </ul>	Slide e riferimenti forniti dal docente
<b>Riepilogo e test di verifica finale</b>		
	<b>Profili legali del digital marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quali norme si applicano all'attività online?</li> <li>- Privacy, Consumatori, Diritti di proprietà intellettuale</li> <li>- Avvocati e commercialisti online</li> </ul>	Slide e riferimenti forniti dal docente

## Software di riferimento

Il corso si basa sull'utilizzo di applicazioni e strumenti Web disponibili in modalità gratuita

## Bibliografia e Sitografia consigliata

- Scandolari R., *Fai di te stesso un Brand (II Edizione)*, Dario Flaccovio Editore, 2017
- [www.personalbranding.it](http://www.personalbranding.it)

- Arruda W., Centenaro L., *Digital You*, Hoepli, 2021
- Ostilio M. C., *Personal Branding*, Egea, 2020
- Maniscalco L., *Afferma il tuo Brand con LinkedIn*, Dario Flaccovio Editore, 2019

Specifica linkografia sarà fornita dal docente durante gli incontri

## Posti disponibili

**110 posti disponibili** - Questa attività è a numero chiuso quindi l'iscrizione non sarà possibile oltre **i posti disponibili** o dopo la chiusura del periodo di iscrizione. E' possibile annullare l'iscrizione esclusivamente tramite agenda yoU@B entro e NON oltre il termine delle iscrizioni al corso stesso.