

# Social media e personal branding

Docente: Gianluca Salviotti

## 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
- Ricercare informazioni nel web 2.0, riconoscendo le fonti attendibili e di conseguenza condividere solo contenuti di qualità
- Valutare la qualità dei propri contenuti e del proprio network relazionale
- Utilizzare gli strumenti social in una logica integrata
- Migliorare la propria esposizione online
- 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.
- Accesso a un account Google.
- Accesso a un account Twitter.
- Accesso a un account LinkedIn.

## Durata

8 ore

## Calendario

Lezione	Data	Ora	Aula
1	ven 14/06/2019	14.30 - 16.00	Aula N36
2	ven 14/06/2019	16.15 - 17.45	Aula N36
3	gio 20/06/2019	18.00 - 19.30	Aula N36
4	gio 27/06/2019	18.00 - 19.30	Aula N36

## Programma delle lezioni

Lezione	Argomenti	Riferimenti bibliografici
1	<b>Scegliere il mix di strumenti in funzione dei propri obiettivi</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Differenze fra Web 2.0, Social Media, Social Network ecc.</li><li>- La scelta degli obiettivi di Personal Branding</li><li>- Valutare gli strumenti in funzione degli obiettivi (esercizio)</li></ul>	<b>Capp. 1 e 5</b>

*Esercizi*

Lezione	Argomenti	Riferimenti bibliografici
2	<p><b>Search 2.0: condividere contenuti di qualità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I rischi della ricerca online: analisi di casi</li> <li>- Contenuto vs processo di ricerca</li> <li>- La check-list per la ricerca nel Web 2.0</li> <li>- Web Listening: cosa si dice sul Web? (Socialmention)</li> </ul> <p><i>Esercizi</i></p>	Cap. 4
3	<p><b>Personal Branding integrato</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gli strumenti di condivisione: Twitter vs Blogger</li> <li>- Generare una presentazione online: Slideshare, Google Drive, e Prezi</li> <li>- Le opzioni di pubblicazione</li> <li>- Le opzioni di condivisione</li> <li>- Integrazione fra strumenti: come sfruttarla</li> </ul>	Cap. 2 (2.1, 2.3 e 2.4) e Cap. 3 (3.3 e 3.6)
4	<p><b>Sviluppare l'action plan individuale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lavorare alla costruzione del proprio action plan individuale</li> <li>- Utilizzare Canva per costruire e condividere design output</li> </ul> <p><i>Riepilogo e test di verifica finale</i></p>	

## Software di riferimento

Il corso si basa sull'utilizzo di applicazioni e strumenti Web disponibili in modalità gratuita: Twitter, YouTube, Blogger, Google Drive, Socialmention, Wordle, Prezi, LinkedIn, Canva, Scoop.it

## Bibliografia consigliata

Clerici A., De Pra M., Salviotti G., *Comunicare 2.0. Lavorare con gli strumenti del nuovo web*, Apogeo Education, 2013

## 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.