

COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM (LM78R)

(Università degli Studi)

Teaching SOCIAL MEDIA MANAGEMENT LAB

GenCod A008651

Owner professor Dario GOFFREDO

Teaching in italian LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Teaching SOCIAL MEDIA MANAGEMENT LAB **Language** ITALIAN

SSD code SPS/08

Course year 1

Curriculum GENERALE

Reference course COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM

Course type Laurea Magistrale

Location

Credits 3.0

Semester First Semester

Teaching hours Front activity hours: 30.0

Exam type Oral

For enrolled in 2025/2026

Assessment Final grade

Taught in 2025/2026

Course timetable

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BRIEF COURSE DESCRIPTION

Il Laboratorio di Social Media Management si propone di fornire agli studenti le conoscenze pratiche e operative per muoversi con piena consapevolezza nel mondo dei Social Media Network, inquadrando il fenomeno in un più ampio discorso sulla comunicazione. Ampio spazio durante le lezioni sarà dato alla comunicazione di brand e alla comunicazione nelle Pubbliche Amministrazioni, con particolare attenzione alle tecniche di scrittura.

REQUIREMENTS

Avere una conoscenza di base sulla comunicazione e sulle tecniche pubblicitarie

COURSE AIMS

Il laboratorio si propone di fornire le conoscenze utili alla redazione di un piano di comunicazione per i Social Media, integrandolo in una più ampia strategia di comunicazione. Gli studenti dovranno dimostrare di essere in grado di padroneggiare i principi e le tecniche chiave della comunicazione e di saperli declinare in diversi ambiti e ambienti comunicativi.

Il laboratorio si propone, inoltre, di fornire agli studenti gli strumenti per lo sviluppo e l'utilizzo delle proprie capacità creative, in modo tale da poter progettare campagne di comunicazione crossmediali e transmediali.

TEACHING METHODOLOGY

Le lezioni si svolgeranno in modalità frontale e prevederanno esercitazioni pratiche in aula. Potrebbero essere previsti (a discrezione del docente) lavori di gruppo e/o individuali degli studenti che potrebbero entrare a far parte della valutazione finale.

Il docente si riserva la possibilità di invitare in aula esperti su temi specifici per eventuali approfondimenti.

La frequenza delle lezioni è consigliata, perché potrebbe permettere non solo di acquisire maggiori nozioni e strumenti, ma anche di partecipare alle esercitazioni e ai lavori di gruppo.

ASSESSMENT TYPE

L'esame si svolgerà in forma orale. Eventuali lavori svolti dai frequentanti durante le lezioni possono essere tenuti in considerazione per la valutazione finale.

Frequentanti e non frequentanti porteranno all'esame **tutti i testi** della sezione A (pagine indicate).

ASSESSMENT SESSIONS

Giovedì 22 gennaio ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Giovedì 5 febbraio ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Giovedì 26 febbraio ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Mercoledì 1 aprile ore 14:00 Aula da definire (appello straordinario)
Giovedì 11 giugno ore 8:00 Ex Monastero degli Olivetani Aula Chirico C
Giovedì 2 luglio ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Venerdì 17 luglio ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Venerdì 4 settembre ore 8:00 Edificio Sperimentale Aula Sp8
Giovedì 11 novembre ore Aula da definire (appello straordinario)

FULL SYLLABUS

Durante il laboratorio saranno presi in considerazione i seguenti macro temi:

- I media digitali
- Le professioni digitali
- Il piano editoriale
- La buyer persona
- Il tone of voice
- I social nelle PA
- Strategie di marketing e comunicazione
- Il content marketing
- Lo storytelling
- La creatività
- Il copywriting
- Altri media digitali
- La gestione delle crisi

REFERENCE TEXT BOOKS

Sezione A

1. Gentili Veronica, "Professione Social Media Manager", Hoepli 2020, **pagg. 1-17; 65 -115; 127 - 134.**
2. Baù Alessio, Bonini Paola, "Social Media per la Pubblica Amministrazione", Apogeo 2018, **pagg. 27 - 85; 124 - 152.**