

New politics, New media. Creare consenso per la politica, le istituzioni, le imprese. II Edizione

Roma, 7 maggio – 19 giugno

OBIETTIVI E PRESENTAZIONE DEL CORSO

Il corso si propone di formare la nuova figura dell'esperto in New Politics e New Media: il professionista dei social network e dell'user generated content, l'esperto che sa comunicare e creare consenso per la politica, le istituzioni e le imprese attraverso il web 2.0 .

L'esperto in New Politics e New Media:

- sa fare leadership & community building,
- sa creare comunità e consenso attraverso gli strumenti del web 2.0
- conosce i social media, sa usarli per costruire comunità tematiche e generazionali
- conosce i social network e l'user generated content sa usarli per creare e rafforzare la propria leadership
- conosce la storia dei new media, sa prevederne gli sviluppi e immaginarne il futuro
- conosce il linguaggio e gli immaginari della rete, sa condividere e promuovere idee adatte al mezzo
- conosce l'organizzazione e le dinamiche dei contenuti, sa cercarli, condividerli, crearli
- conosce le forme ed i trend dei nuovi mercati, sa gestirli ed esserne protagonista
- conosce la politica e le istituzioni, sa innovarle e renderle coraggiose, creative, semplici attraverso il web.

L'obiettivo del corso è offrire una conoscenza approfondita dei nuovi media e del web 2.0. e di fornire una vera e propria scatola degli attrezzi, composta dagli strumenti utili a progettare, gestire e verificare le attività di comunicazione politica ed istituzionale e di marketing profit e no profit.

Le principali caratteristiche di questo percorso didattico sono:

→ **l'approccio multidisciplinare**, grazie al quale saranno analizzati i meccanismi di utilizzo delle tecnologie web di nuova generazione in campo sociale, economico e di comunicazione politica

→ l' **attività di laboratorio** utile per fornire padronanza e dimestichezza nell'utilizzo di piattaforme, tools e applicazioni web.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a professionisti della comunicazione e delle relazioni istituzionali, della politica e del marketing e a laureati che vogliono specializzarsi ampliando ed approfondendo le proprie competenze professionali.

STRUTTURA E DURATA DEL CORSO

Il corso è a numero chiuso per garantire la qualità delle attività didattiche. Il programma è di complessive 42 ore di formazione, tra lezioni frontali e laboratori. Al fine di ottenere il massimo profitto dalla frequenza del corso è fortemente consigliato l'utilizzo del proprio laptop. Le lezioni si svolgeranno presso la sede di Running sita in Via del Plebiscito 102, Roma.

BORSE DI STUDIO

Ai partecipanti ritenuti meritevoli Running offre borse di studio fino ad un raggiungimento massimo del 50% della quota di partecipazione. Un'apposita commissione effettuerà a proprio insindacabile giudizio le assegnazioni delle riduzioni sulla base della valutazione dei curricula e dei risultati della prova di selezione.

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Al termine del percorso formativo i partecipanti che avranno frequentato almeno l'80% delle lezioni riceveranno l'attestato di frequenza al corso.

PROGRAMMA

AREA SOCIALE

La società delle reti: la morte della comunicazione tradizionale (3 ore)

La fine delle grandi narrazioni, l'epoca dei mille mercati

La società delle reti ed il networking

Le nuove persone, il nuovo pubblico, i nuovi utenti

La blogosfera

La società informazionale

Laboratorio (3 ore)

Perché si parla di web 2.0 e cosa significa?

Blogger.com (per costruire insieme il blog del Corso)

Google account – Yahoo account – Linked-in account – Google Reader account

Flickr account – Slide share account

Micro blogging : creazione Twitter account

Amazon, Ebay

RSS (Feed Burner, Yahoo Pipes)

Widgets (Google Map, Slide)

Wiki (Wikipedia, PBWiki)

Web 2.0 un'ondata di collaborazione sociale (3 ore)

Il potere delle reti tecnologiche
Un'onda inarrestabile e virale: il caso digg.com
Nascita ed affermazione dell'user generated content (UGC)
La rivoluzione in atto cambiamenti e prospettive

Social media e media mainstream (3 ore)

Andamento dell'industria dei media, le tendenze della pubblicità
L'influenza dei media tradizionali
Social media e social network

Laboratorio (3 ore)

I social network: Facebook, My Space, Small World
Audio/Video Sharing, creazione canale Youtube (Blip.tv, Tuovideo, Viadeo)
Streaming (Ustream.tv, Mogulus)
Podcast (iTunes)

Il Social Media Press Release (3 ore)

TV, press, le novità delle attività di Media relations: il Social Media Press Release
Laboratorio
Esercitazione sul Social Media Press Release

AREA ECONOMICA

Il nuovo ordine del Web (3 ore)

Strategie d'azienda e leadership sulle reti
Da consumatori a prosumer
Non più solo scambio ma anche relazione: brand community, tribù, social network
Dal marketing al societing

Laboratorio (3 ore)

Marketing 2.0: case studies ispirative
Marketing Non Convenzionale
WOM Marketing
Buzz Marketing
Viral Marketing
Guerrilla
Web 2.0 e Social Networking strategie di new business

Aziende e Web 2.0 (3 ore)

La nuova relazione comunicativa di Impresa
Il Marketing digitale
The Long Tail

Laboratorio (3 ore)

FLUEVOG
BootB.com
Voi Comunicare
Turismo su Web: il caso LAGO

AREA POLITICA

Case History: Il caso Obama (3 ore)

Barack Obama, Wiki President ? Una storia americana: dai discorsi del caminetto alla webcam

Leadership & community building: comunità tematiche e generazionali

New Media Campaign: un'esperienza multimediale

Laboratorio (3 ore)

New Media Campaign

Il sito elettorale: progettargli e attivarlo con Wordpress

Analisi del sito change.gov

Ideare la New Media Campaign: Analisi, strategia, azione nel web

Fare la New Media Campaign: operatività, scrivere, aggiornare, promuovere

New Media Creativity: partecipazione ed esperienza per le comunità virtuali e generazionali

AREA ISTITUZIONALE

Istituzioni e Web 2.0 (3 ore)

Le istituzioni ed Internet: lo stato dell'arte

Il Parlamento digitale (esempi dai data base)

La lobby è 2.0

Come costruire un progetto di lobby utilizzando gli strumenti di comunicazione Web

Creare consenso per rappresentare un interesse

Il ruolo dei social media

Laboratorio (3 ore)

La lobby è 2.0

Come costruire un progetto di lobby utilizzando gli strumenti di comunicazione Web

Creare consenso per rappresentare un interesse

Il ruolo dei social media

DOCENTI

Hanno partecipato alla precedente edizione:

Laura Bononcini, Ufficio governance Reti S.p.a

Emanuele Calvario, Responsabile Ufficio governance Reti S.p.a

Federica Colonna, Project manager Running S.r.l

Juan Carlos De Martin, Co – Director Nexa Center for Internet & Society

Politecnico di Torino - Responsabile Italia Creative Commons

Stefania Ercolani, Direttore dell'ufficio multimedialità della SIAE

Monica Fabris, Presidente GPF® S.p.a

Alex Giordano, strategic planner Ninja Lab e docente di Marketing 2.0 presso la facoltà di Economia della Libera Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Manuela Indraccolo, Consulente Media Relation

Paolo Mancini, Amministratore Conn.NEXT, esperto di new media and web

technology

Patrizia Martello, Responsabile delle divisione di Trendwatching Internazionale GPF® S.p.a

Massimo Micucci, Presidente Reti S.p.a

Roberta Milano, Docente di Web Marketing presso l'Università degli Studi di Genova

Francesca Quaratino, Amministratore Delegato Manafactory S.r.l

MATERIALE DIDATTICO

Durante le lezioni verrà distribuito del materiale didattico necessario per una migliore comprensione degli argomenti.

SEDE DEL CORSO

Palazzo Grazioli, via del Plebiscito 102, 00186 Roma

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

2.000 Euro + IVA

MODALITA' DI PAGAMENTO

Le quote possono essere versate tramite:

1. Contanti
2. Assegno intestato a Running S.r.l. Socio unico
3. Bonifico Bancario – indicante gli estremi del partecipante e il titolo del Corso- a favore di:

Running S.r.l. Socio unico

c/o Monte dei Paschi di Siena, Agenzia Roma sede c/c n. 92286,82

(IBAN: IT88E0103003200000009228682)

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

Stefano Ragugini

Via del Plebiscito 102 - 00186 Roma

tel. +39 06-98232421 - fax +39 06-98232419

e mail: s.ragugini@runningonline.it

web: www.runningonline.it

skype: stefanoragugini

blog: www.galassiareti.com

Running su facebook

<http://www.facebook.com/profile.php?id=1610623331&ref=ts>

Gruppo facebook ex corsisti Running

<http://www.facebook.com/group.php?gid=41120357455&ref=ts>

La Galassia Reti su Facebook

<http://www.facebook.com/group.php?gid=16263262838&ref=ts>

CALENDARIO

venerdì 7 maggio 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 8 maggio 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 14 maggio 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 15 maggio 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 21 maggio 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 22 maggio 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 28 maggio 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 29 maggio 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 4 giugno 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 5 giugno 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 11 giugno 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 12 giugno 2010	ore 10:00 – 13:00
venerdì 18 giugno 2010	ore 17:00 – 20:00
sabato 19 giugno 2010	ore 10:00 – 13:00

RUN TO DO