



Unione europea
Fondo sociale europeo



**Approvazione della Provincia di Bologna con Determinazione dirigenziale n. 780_6761_452/1 del 30/12/2010
Ob. 2 FSE Asse 1 Adattabilità Rif. P.A. 2010-1451/BO**

Corso di formazione

CULTURA, WEB E SOCIALNETWORK

Bologna, maggio – ottobre 2011

PROGRAMMA



Presentazione

Nelle imprese del settore dello spettacolo e della cultura la comunicazione e il marketing ricoprono un ruolo chiave per il successo delle attività proposte.

Date le caratteristiche strutturali della gran parte delle imprese del settore (piccole dimensioni e forte dipendenza da finanziamenti pubblici rinnovati di anno in anno) l'organico spesso prevede la copertura di ruoli chiave da parte di professionisti inseriti con contratti atipici, a tempo parziale, stagionali che per il fatto di lavorare in forma precaria spesso svolgono più mansioni e più ruoli anche in imprese e in settori diversi rendendo frammentate e parziali le competenze acquisite.

Al fine di favorire la stabilità occupazionale di tali figure, il corso fornisce competenze approfondite e integrate sui temi del marketing culturale ed elevate capacità di utilizzo degli strumenti di comunicazione più innovativi quali il web e i social network.

Attraverso il corso, della durata di 150 ore, i partecipanti acquisiscono la capacità di sviluppare servizi di comunicazione integrati in grado di promuovere azioni di networking tra vari operatori, realizzare indagini di mercato sul pubblico e di ottimizzare la vendita dei biglietti on line.

La conoscenza del web 2.0, della interattività tra il sito e gli utenti e la creazione delle web community consentono pertanto, lo sviluppo di modalità innovative di promozione degli eventi, il raggiungimento di nuovi pubblici e la messa in moto di economie di scala per le imprese.

Il passaggio nell'ambito della comunicazione, verso i social network rappresenta l'ultimo e più recente sviluppo, i social network si stanno progressivamente imponendo come mezzi di diffusione e di discussione, ma anche di produzione culturale e di lancio di nuovi artisti.

Il corso prevede l'utilizzo di una didattica fortemente interattiva, i docenti sono esperti di comunicazione per il settore della cultura in grado di trasmettere competenze innovative alternando nozioni teoriche con la presentazione di casi concreti. E' previsto anche un periodo di formazione finalizzato allo sviluppo di un project work di 30 ore. I corsisti, suddivisi in sottogruppi e affiancati da professionisti della comunicazione tramite web, collaborano alla progettazione e realizzazione di programmi di comunicazione per il settore di riferimento. Tale modalità didattica consente di sperimentare sul campo nuove metodiche, nuove strategie e di confrontarsi in tempo reale con avanzate esperienze nazionale e internazionali.

I principali docenti:

Alessandro Bollo, esperto di marketing culturale

Claudia Daffara, esperta in nuove tecnologie per il settore culturale

Lanfanco Licauli, Piccolo Teatro di Milano

Andrea Maulini, esperto di marketing culturale

Al termine del corso, a chi avrà superato positivamente le prove di esame, verranno rilasciate le certificazioni di acquisizione di due unità di competenza ("Sviluppo di un piano di comunicazione" e "Composizione contenuti comunicativi") riconosciute dal Sistema delle Qualifiche della Regione Emilia Romagna e inerenti la qualifica di "Il Tecnico della comunicazione-informazione ".

Piano didattico

Il corso è articolato in quattro moduli:

Modulo I: Elementi di comunicazione e marketing

Contenuti:

Definizione di marketing
Gli strumenti di marketing
Il marketing per la cultura e lo spettacolo dal vivo
Implementazione di un piano di comunicazione
Il mix di comunicazione
Le attività web all'interno del mix di comunicazione
Viral marketing
Il budget della comunicazione

(30 ore)

Modulo II: Il web per gli enti culturali

Contenuti:

L'uso dei siti nelle attività culturali: a cosa servono e come utilizzarli
Progettazione e gestione di siti culturali
Analisi di case history italiane e internazionali

(36 ore)

Modulo III: La Community web

Contenuti:

L'importanza di una community web per un ente culturale
Come costruire una community e come farla crescere
La pianificazione dei contenuti informativi e promozionali
Normativa in materia di Privacy e dei codici di comunicazione
Strumenti di controllo dei risultati
Analisi di case history

(22 ore)

Modulo IV: I social network

Contenuti:

Social Network come strumento di promozione delle attività culturali
Sito web e social network: come lavorare insieme
Facebook: come fare un profilo, gruppo o pagina fan?
Obiettivi e tipi di contenuti (testo, audio, video...)
Come incrementare gli iscritti, come mantenerli?
Gli altri social media più importanti: YouTube, Twitter, Flickr, My Space.
Analisi di case history italiane e internazionali.

(32 ore)

Project work (30 ore)

Al termine del corso è prevista l'elaborazione di progetti di comunicazione culturale tramite web. Per lo sviluppo di tali progetti i partecipanti collaborano con teatri, organismi culturali, e con gli enti partner del corso.



Informazioni generali

Periodo di realizzazione: **maggio – ottobre 2011**

19 incontri di 8 ore a cadenza settimanale

Durata: **150 ore**

Destinatari: **16**

Sede:

AGIS – Delegazione Regionale Emilia Romagna, Viale Amendola,11 Bologna

Le lezioni che prevedono l'utilizzo di un laboratorio di informatica (48 ore) si terranno sempre a Bologna, in Via Bigari, 3.

Per ulteriori informazioni:
Fondazione Ater Formazione
Via Giardini 466/g
41100 Modena

Tel. 059 345310
e-mail formazione@ater.emr.it
sito: www.oltrequinte.it