

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

Regolamento

Iscrizione:

Le iscrizioni ai corsi possono essere effettuate esclusivamente tramite l'agenda dello studente yoU@B, nel box "Adesione attività varie".

È possibile annullare la propria iscrizione esclusivamente tramite agenda **entro e NON oltre** il termine delle iscrizioni al corso stesso. Non sono consentite altre modalità di cancellazione.

L'iscrizione verrà confermata qualche giorno prima dell'inizio del corso attraverso un messaggio nell'agenda yoU@B.

Frequenza:

- Frequenza pari o superiore al 75% delle lezioni: ottenimento dell'Open Badge
- Frequenza inferiore al 25% delle ore di lezione: inserimento in blacklist

Durata

14 ore

Modalità didattica

Sarà possibile partecipare al corso esclusivamente in maniera presenziale.

Calendario

Lezione	Data	Ora	Aula
1	Lun 10/02/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)
2	Mer 12/02/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)
3	Lun 17/02/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)
4	Mer 19/02/2025	18.15 - 19.45	A (Sarfatti)
5	Lun 24/02/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)
6	Mer 26/02/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)
7	Lun 03/03/2025	18.15 - 19.45	B (Sarfatti)

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	Il mix di strumenti disponibili per il Personal Branding <ul style="list-style-type: none"> - Panorama dei principali social network con relative audience e logiche di utilizzo - Trend previsti per il 2025 - La scelta degli obiettivi di Personal Branding - Valutazione delle piattaforme in funzione degli obiettivi di Personal Branding 	Slide e riferimenti forniti dal docente
2	Il Personal Branding <ul style="list-style-type: none"> - Definizione - La costruzione di una identità - I contenuti - Esempi 	Slide e riferimenti forniti dal docente
3	La Content Strategy <ul style="list-style-type: none"> - Come costruire un contenuto - Coerenza del contenuto con la piattaforma - Testimonianze 	Slide e riferimenti forniti dal docente
4	LinkedIn <ul style="list-style-type: none"> - Ottimizzare il proprio profilo - Ottimizzare le interazioni e i contenuti pubblicati - Costruzione di un network 	Slide e riferimenti forniti dal docente
5	La professione del Social Media Manager <ul style="list-style-type: none"> - Compiti e responsabilità di un SMM - La vita professionale di un SMM: Agenzia vs Azienda - Gli Strumenti del SMM 	Slide e riferimenti forniti dal docente
6	Action Plan individuale ed Employer Branding <ul style="list-style-type: none"> - Contenuti personali - Lavorare alla costruzione del proprio action plan individuale - Contenuti al servizio dell'azienda 	Slide e riferimenti forniti dal docente
<i>Riepilogo e test di verifica</i>		
7	Profili legali del digital marketing <ul style="list-style-type: none"> - Quali norme si applicano all'attività online? - Privacy, Consumatori, Diritti di proprietà intellettuale - Avvocati e commercialisti online 	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
- Arruda W., Centenaro L., *Digital You*, Hoepli, 2021
- Ostillio 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.