



Corso per Addetto alla comunicazione social

Promuovere le attività territoriali e gestire le relazioni tramite i social media.

Il corso si propone di fornire conoscenze e competenze relativamente alla promozione e valorizzazione delle attività motoristiche tramite social media. La recente emergenza sanitaria e l'attuale situazione internazionale hanno avuto effetti considerevoli sulla nostra vita. Spesso le realtà territoriali e i loro dirigenti hanno visto le loro attività abituali drasticamente ridotte o completamente sospese. Di pari passo si è potuta notare una forte accelerazione nell'utilizzo e diffusione dei social media, un mezzo di comunicazione che era già altamente compenetrato nella vita quotidiana. Il ruolo del dirigente è di fondamentale importanza sia per promuovere le attività sportive e sociali a livello territoriale in questo momento di emergenza che per pianificare la fase di successiva ripresa. I social network possono diventare veri e propri ambienti in cui svolgere attività e promuovere i valori di FMI, mantenendo un rapporto con i diversi stakeholder durante tutto l'anno e ideando progetti rivolti ai diversi target, come i giovani atleti nativi digitali. L'approccio è incentrato sulle dinamiche che sottendono l'uso della tecnologia, per essere fortemente trasversale e applicabile ai vari contesti. Il corso è dunque pensato per permettere ai dirigenti sportivi territoriali di CORE e Motoclub di diventare maggiormente consapevoli delle possibilità insite nella comunicazione mediata dalla tecnologia, al fine di promuovere in modo flessibile attività di promozione delle discipline motoristiche e del benessere psico-fisico e sociale dei tesserati e di tutte le persone appartenenti alla comunità in cui è inserita la FMI a livello territoriale.

Obiettivi

L'obiettivo principale è quello di fornire ai dirigenti sportivi territoriali elementi di base per l'utilizzo efficace ed efficiente dei social media in ottica di promozione e gestione delle attività.

Gli obiettivi del corso sono:

- Fornire conoscenze circa le diverse tipologie di social media e le loro caratteristiche
- Aumentare il livello di consapevolezza circa le dinamiche della comunicazione interpersonale mediata dai social media
- Fornire elementi di copywriting e storytelling per la redazione di contenuti efficaci e coerenti con i valori di FMI sulle pagine social media utilizzate
- Acquisire strumenti per gestire in modo efficace il proprio profilo personale e quello ufficiale dell'organizzazione sui social media
- Fornire elementi per promuovere il benessere digitale e un utilizzo etico della tecnologia
- Sensibilizzare su alcune specifiche dinamiche relazionali degli atleti nativi digitali
- Fornire metodi per pensare strategie di comunicazione tramite social media per promuovere le attività e attirare sportivi, volontari, sponsor, semplici interessati e stakeholder chiave

Contenuti

I macro-argomenti trattati nel corso sono:

- Tipologie di social media e caratteristiche
- Tecniche di engagement dei fruitori delle pagine social media istituzionali
- Gestire e alimentare la reputazione social media in ottica promozionale
- Elementi di base di strategie di social media marketing
- Comunicare efficacemente con i nativi digitali
- Il benessere digitale e la comunicazione tecnologica etica
- Strumenti web per gestire efficacemente della comunicazione interpersonale su social network con collaboratori, volontari e stakeholder esterni

Metodologia

Il corso utilizza una formazione in modalità flipped learning con parti incentrate sui contenuti realizzate con il supporto di slide, filmati ed esempi e altri momenti maggiormente partecipati per fissare concetti, effettuare approfondimenti e rispondere a domande. Sono previste lezioni frontali a distanza e una giornata di laboratorio pratico in presenza. All'interno del corso sono previste esercitazioni volte a rendere evidenti da subito le possibilità di applicazione delle conoscenze acquisite.

Destinatari

Il target di riferimento è composto da personale o dirigenti sportivi operanti nel CORE e nei Moto Club. Il numero massimo di partecipanti è di 25 persone.

Durata

16 ore di corso di cui 8 in presenza e 8 online.

Periodo di svolgimento

Dal 26.10.2022 al 16.11.2022

Programma

26/10/2022 17:30 – 20:30

Unità Didattica 1 – Tipologie di Social Media e promozione delle attività territoriali

- Introduzione e presentazione del corso
- Tipologie e caratteristiche dei social media utilizzati nella promozione delle attività
- Strumenti digitali per la promozione e analisi della performance
- Esercitazione pratica

Durata: 3 ore

Modalità: a distanza

09/11/2022 17:30 – 20:30

Unità Didattica 2 – Il benessere digitale e interazioni mediate dalla tecnologia

- Reputazione personale e dell'associazione online
- Dinamiche della fiducia online in ottica promozionale
- Il benessere digitale di motociclisti e collaboratori
- Comunicare con motociclisti e stakeholder nativi digitali
- Esercitazione pratica

Durata: 3 ore

Modalità: a distanza

12/11/2022 09:00 – 18:00

Unità didattica 3 – Strategia di comunicazione e promozione efficace

Prima parte (4 ore) – Analisi della comunicazione online

- Principi di strategia di comunicazione efficace in presenza e online
- Promozione digitale, elementi di teoria e analisi di casi
- Rilevare e interpretare indicatori: tasso di Engagement e altre KPIs chiave
- Elementi di copywriting e storytelling, raccontarsi online

Lavoro di gruppo: Social Media Analysis, analizzare la comunicazione digitale

Seconda parte (4 ore) – Strategie di comunicazione digitale

- Principi di comunicazione personale e interpersonale efficace mediata dalla tecnologia
- Tecniche di gestione efficace della comunicazione digitale e in presenza con motociclisti e stakeholder interni ed esterni
- Strumenti per la pianificazione della comunicazione su social media

Lavoro di gruppo: Creazione di un piano editoriale efficace per social media

Durata: 8 ore

Modalità: in presenza

16/11/2022 18:00- 20:00

Unità didattica 4 – Presentazione e discussione di progetti di comunicazione e casi specifici

- Riepilogo dei contenuti del corso
- Presentazione di progetti realizzati
- Analisi e discussione di casi specifici
- Domande di approfondimento
- Proposta di uno strumento di analisi e gestione della comunicazione
- Conclusioni

Durata: 2 ore

Modalità: a distanza

Docente

Nicola Setti

Trainer e consulente per organizzazioni sportive e aziende. Laurea Magistrale di Psicologia in Processi Cognitivi e Tecnologie. Specializzato in comunicazione efficace, comunicazione digitale, tecniche di didattica, dinamiche emotive e tecnologie, teamworking e teambuilding, analisi e sviluppo di soft skills. Tra le ultime pubblicazioni: “Atleta, Allenatore, Genitori. Come la relazione efficace aiuta lo sviluppo dell’atleta” (Franco Angeli, 2020) di V. Borellini e N. Setti.

Modalità di iscrizione

Per iscriversi è necessario compilare il formulario su **myfmi.federmoto.it - corsi di formazione - elenco corsi** entro il 21 ottobre 2022.

L’ammissione al corso sarà valutata dalla Commissione Formazione previa analisi del profilo dei candidati.

Per informazioni scrivere a formazione@federmoto.it.