

**PROPOSTA DI ATTIVAZIONE  
CORSO DI PERFEZIONAMENTO - A.A 2019-20**

(coerentemente alle linee guida del regolamento dei corsi di alta formazione dell'Università degli Studi di Messina)

<b>A. TITOLO DEL CORSO</b>
- Corso di Perfezionamento in “Social Media manager”

<b>B. STRUTTURA DI RIFERIMENTO</b>	
Dipartimento -Centro interdipartimentale-	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne
Data delibera di Dipartimento Approvazione Corso (da allegare al format)	21 novembre 2018
Sede del Corso	Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne
Strutture, attrezzature e spazi utilizzati per lo svolgimento dei corsi	Aule e Laboratorio informatico del Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne

<b>C. ENTE DI GESTIONE</b>	
Interno (dipartimento/centro con autonomia di spesa)	Esterno (solo se co-proponente)
Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne	

<b>D. TIPOLOGIA E DURATA DEL CORSO</b>			
RIEDIZIONE		NUOVA PROPOSTA	<b>X</b>
DURATA MESI	6 mesi		
NUMERO ORE DI FREQUENZA PREVISTO	150 ore		
TOLLERANZA DELLE ASSENZE PREVISTA (non superiore al 25%)	30 ore (20%)		
NUMERO CREDITI UNIVERSITARI RICONOSCIUTI	25 CFU		
DATA PRESENTAZIONE RELAZIONE FINALE EDIZIONE PRECEDENTE (da allegare al format)			
LINGUA	italiano		
SITO WEB DEL MASTER	Non presente		

<b>E. PARTECIPANTI</b>			
Numero minimo per l'attivazione	15		25
Titoli di accesso	Diploma di scuola media superiore		
Altri requisiti di accesso			
Modalità di selezione	<p>La selezione avverrà sulla base del possesso dei requisiti esplicitati nel bando e sopra riassunti, con facoltà di colloquio motivazionale. I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito dall'apposito bando per la presentazione delle domande.</p> <p>- Qualora il numero delle domande risultasse superiore al numero di posti previsti per il Corso di Perfezionamento, verrà organizzata una prova di selezione basata su test a risposta multipla. I quesiti riguarderanno competenze di base negli ambiti: tecniche della comunicazione; media digitali.</p>		

<b>F. STRUTTURA ORGANIZZATIVA</b>			
Numero dei Componenti del Comitato tecnico scientifico		5	
Componenti interni		5	
Cognome e Nome	qualifica	SSD	Dipartimento
D'Amico Augusto	PO	SECS-P/08	Economia
De Meo Pasquale	PA	ING-INF/05	Civiltà Antiche e Moderne
Centorrino Marco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Pira Francesco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
Parito Maria Eugenia	RTD	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne

**Direttore proposto:**

Giordano Giuseppe	PO	M-FIL/06	Civiltà Antiche e Moderne
-------------------	----	----------	---------------------------

**Coordinatore didattico proposto:**

Pira Francesco	RU	SPS/08	Civiltà Antiche e Moderne
----------------	----	--------	---------------------------

**Tutori n. 1**

**Ufficio di segreteria amministrativa**

Struttura: Segreteria amministrativa del Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne  
Referente: dott.ssa Giuseppa La Spada (Segretario amministrativo del Dipartimento)

## G. DESCRIZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO

### **Destinatari:**

Il Corso di Perfezionamento è indirizzato a persone in possesso del diploma di scuola superiore, che intendono acquisire conoscenze e competenze di base riguardo alla gestione dei social media.

### **Finalità del corso e adeguatezza al mercato del lavoro del processo formativo proposto:**

Il Master e il Corso di Perfezionamento rispondono alle esigenze di formazione che si pongono in un contesto sociale e in un mercato del lavoro riconfigurati dalla pervasiva diffusione dei media digitali. Di fronte alla velocità dei cambiamenti di una società e di un'economia digitali, rispondere tempestivamente agli emergenti bisogni professionali significa fornire opportunità di inserimento nel mondo del lavoro ai giovani in cerca di prima occupazione e di crescita, attraverso l'aggiornamento delle competenze, a chi è già professionalmente attivo. Ciò è particolarmente importante in un territorio, come quello siciliano e calabrese, caratterizzato da persistente debolezza economica che, negli ultimi anni, ha visto crescere il numero sia di giovani laureati, soprattutto triennali, sia di adulti che decidono di trasferirsi in aree geografiche percepite come più attraenti dal punto di vista delle opportunità occupazionali. In pratica, la qualificazione professionale di quell'insieme di attività legate alla gestione strategica dei media digitali, in particolare dei social media – che è sempre più diffuso, ma spesso gestito in maniera improvvisata – può costituire un'innovativa opportunità di crescita lavorativa per le persone e, allo stesso tempo, può essere occasione di sviluppo del territorio.

Secondo l'edizione 2018 del rapporto Digital Economy & Social Index (DESI), infatti, l'Italia, continua a posizionarsi ai livelli più bassi rispetto ai Paesi dell'Ue (25 su 28), ed è critica, in particolare, la dimensione "Capitale umano", che include le competenze digitali di base e avanzate. È quindi necessario recuperare il gap di competenze rispetto ad altri Paesi, in settori che vanno dalla pubblica amministrazione (l'Ue ha anche finanziato un progetto di riqualificazione delle competenze digitale per i dipendenti delle PA) alle piccole e medie imprese. Le competenze relative alla comunicazione digitale trovano campo di applicazione in moltissimi settori: dalla Pubblica amministrazione alla promozione turistica, dalla comunicazione politica alla comunicazione d'impresa.

Le competenze digitali sono trasversali agli ambiti disciplinari. La gestione strategica della comunicazione digitale richiede conoscenze e competenze che spaziano dalla configurazione del sistema mediale (media *mainstream* e social media) al modo di operare dei media giornalistici, dalle modalità di scrittura efficace al marketing, dall'etica della comunicazione al diritto dell'informazione. Si tratta, in definitiva, di comporre le coordinate concettuali per definire un approccio adeguato a comunicare efficacemente in un ambiente complesso.

Il Master e il Corso di Perfezionamento rispondono a questo contesto con due differenti livelli di approfondimento, in modo da venire incontro alle aspettative di persone con esigenze diverse.

Il Corso di Perfezionamento fornirà conoscenze e competenze di base, il Master sarà funzionale allo sviluppo di un approfondito approccio strategico ai social media.

### **Obiettivi specifici:**

Il Corso di Perfezionamento ha l'obiettivo di formare persone in grado di progettare e gestire i contenuti dei social media in modo efficace.

**Obiettivi formativi e di apprendimento:**

Il Corso di Perfezionamento ha l'obiettivo di fornire strumenti concettuali e operativi di base.

**Profilo professionale e sbocchi professionali e occupazionali :**

Il Social Media manager rappresenta una figura professionale le cui competenze, oggi, sono richieste tanto nel settore pubblico, quanto in quello privato.

La gestione dei profili social di un ente o di un'azienda è attività sempre più necessaria sia nei processi di comunicazione pubblica sia nella gestione dei rapporti con gli utenti/clienti e nelle strategie di promozione.

Grazie alle competenze acquisite, coloro i quali completeranno il Master e – seppur a un livello più basso – il Corso di Perfezionamento, saranno di pianificare strategie di comunicazione e governare processi informativi.

Potranno operare, altresì, all'interno del settore giornalistico, con specifico riferimento alla diffusione e pubblicizzazione di notizie.

Saranno in grado, poi, di proporsi nel mercato pubblicitario e di partecipare alla pianificazione e realizzazione delle campagne.

**H. ARTICOLAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL CORSO****Descrizione del piano didattico:**

Il piano di studi del Corso di perfezionamento prevede 625 ore di attività formativa, che consentono l'acquisizione di 25 CFU, articolate in:

- 126 ore di attività didattica frontali (21 CFU)
- 24 ore di seminari (4 CFU)
- 475 ore per studio individuale; attività di project work su un argomento specifico, assistito da uno dei docenti; redazione e discussione dell'elaborato finale

Oltre alle ore d'aula, lo studio individuale verterà su esercitazioni, predisposizione progetti, ecc..

**Tipologia e modalità di svolgimento di verifiche intermedie e della prova finale:**

Il Corso di Perfezionamento prevede verifiche intermedie sotto forma di esercitazioni. La prova finale consisterà nella redazione e discussione di un breve elaborato, con il supporto di uno dei docenti del corso, che costituisca un approfondimento di uno dei temi trattati in aula.

Carico di docenza interna

Corso di Perfezionamento: 84

Schema dell'articolazione didattica del corso (sequenzialità degli argomenti, attinenza ai vari settori scientifico-disciplinari, tempo dedicato a ciascun modulo, eventuali CFU):

### Organizzazione didattica Corso di Perfezionamento

N.	Modulo	Obiettivi formativi specifici e contenuti	SSD	Ore frontali	CFU
1	<i>Fondamenti di teoria della comunicazione, e di sviluppo dei media</i>	- Principi della comunicazione (6 ore) - La rivoluzione digitale (6 ore) - Informazione e Comunicazione in Rete (6 ore) - Social Media Communication (12 ore) - Consumer e Prosumer (6 ore)	SPS/08	36	6
2	<i>Media digitali e social media</i>	- Teorie e Tecniche dei media digitali (6 ore) - Facebook (6 ore) - Twitter e Linkedim (6 ore) - Instagram e Youtube (6 ore) - Diritto dell'informazione in ambiente digitale (12 ore)	SPS/08 IUS/01	36	6
3	<i>Digital marketing</i>	- Fondamenti di social media marketing (18 ore) - Progettazione del piano di marketing digitale (18 ore) - Devices digitali e strumenti per il micro-targetting (6 ore)	SECS-P/08	42	7
4	<i>Analisi degli ambienti digitali</i>	- Analisi delle reti sociali (12 ore)	SECS-S/05 ING-INF/05	12	2
TOTALE				126	21

<b>SEMINARI</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>CFU</b>	<b>ORE</b>
La social comunicazione d'impresa	1	6
Online Advertising e Web presence	1	6
La comunicazione creativa sui social	1	6
Come scrivere un giornale on line	1	6
<b>TOTALE SEMINARI</b>	<b>4</b>	<b>24</b>
<b>TOTALE PRESENZE LEZIONI e SEMINARI</b>	<b>25</b>	<b>150</b>

**I. ATTIVITÀ DI STAGE**

	Struttura	Obiettivi formativi specifici e contenuti	Ore	CFU
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ:  
.

RUOLO SOGGETTO OSPITANTE IN FASE DI SELEZIONE TIROCINANTI:

**L. IN CASO DI PROPOSTA DI RIEDIZIONE**

**CAPACITÀ DI ATTRAZIONE DEL MASTER**

Numero min. e numero max. posti previsti	
Numero domande pervenute	
Elenco studenti iscritti (indicare Ateneo di provenienza)	
Eventuali studenti stranieri	
Numero studenti ritirati	
Numero uditori	

<b>RISULTATI PROCESSO FORMATIVI</b>	
Crediti acquisiti	
Elenco studenti che hanno conseguito il titolo e relativa valutazione	
Elenco studenti che non hanno conseguito il titolo	

<b>EFFICACIA ESTERNA PERCORSO FORMATIVO</b>	
Esiti occupazionali riscontrati nel medio periodo. (1 anno per i master attivi da più anni)	
Esiti occupazionali riscontrati nel lungo periodo. (2 anno per i master attivi da più anni)	
Valutazione della formazione da parte dei corsisti	
Eventuali opinioni aziende/impresе sul grado di preparazione degli allievi ospitati durante l'attività di stage	

<b>M. PIANO FINANZIARIO PREVENTIVO</b>
--

### **CORSO DI PERFEZIONAMENTO**

<b>USCITE DEL CORSO</b>	
Totale personale docente per attività formative	€ 9.000,00
Totale personale docente per attività organizzative e gestionali (tutors)	€ 1.200,00
Compenso organi del Corso	€ 0
Rimborsi spese	€ 400,00
Totale funzionamento e servizi	€ 1.580,00
<b>Totale dei costi del corso</b>	<b>€ 12.180,00 (A)</b>

<b>QUOTE DOVUTE ALL'UNIVERSITÀ</b>	
5% del costo di partecipazione al Corso: (€ 93,33 x N. 15 iscritti previsti)	€ 609,00
10% del costo di partecipazione al Corso: (€186,66 x N. 15 iscritti previsti)	€ 1.218,00

<b>Totale quote dovute all'Università</b>	€ 1.827,00	<b>(B)</b>
---	------------	------------

<b>TOTALE USCITE DEL CORSO</b>	€ 14.007,00	<b>(C=A+B)</b>
--------------------------------	-------------	----------------

### Quote dovute all'Università

ENTRATE PREVISTE	
Quote d'iscrizione	€ 12.180,00
Quote Dovute all'Università (se previste separate dalla quota di iscrizione)	€ 1.827,00
Enti Finanziatori/Sponsorships	€ 0
Altri contributi	€ 0
<b>Totale entrate del Corso</b>	<b>€ 14.007,00</b>

<b>TOTALE ENTRATE</b> € 14.007,00	<b>TOTALE USCITE</b> € 14.007,00
--------------------------------------	-------------------------------------

### N. Informazioni per eventuali comunicazioni dell'ufficio centrale

Tipologia	Cognome e Nome	Telefono	E-mail
<b>Docente di riferimento</b>	Prof. Francesco Pira	Tel: 090 6766464 cell:	fpira@unime.it
<b>Referente amministrativo</b>	Dott.ssa Giuseppa La Spada	Tel: 090 6766353 cell:	giuseppa.laspada@unime.it

Il Responsabile dell'Ente proponente

Messina, \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_