

# Corso di laurea in Comunicazione e società

## Corso di laurea in Comunicazione pubblica e d'impresa

### LABORATORIO di MARKETING SOCIALE

Responsabile: dott. Mauro Del Corpo

Obiettivo del laboratorio è analizzare e sperimentare le conoscenze di base relative alla comunicazione sociale e condividere i principali temi e strumenti.

Contenuti principali:

- La comunicazione pubblica
- Il marketing del cittadino
- Tecniche e strumenti della comunicazione sociale
- Identità e i referenti aggregativi
- Tecniche di costruzione di una campagna di comunicazione sociale

#### 1. La comunicazione pubblica

- Definizione di comunicazione pubblica e di pubblico servizio
- Inquadramento normativo e tappe della riforma (superamento legge n. 150/ 2000)
- La qualità, il decentramento e l'e-government

#### 2. Il marketing del cittadino

- Il marketing nella P.A. e il cittadino-cliente
- Elementi di marketing pubblico/sociale
- Il piano di marketing one to one
- Strategie di Customer satisfaction

#### 3. Tecniche e strumenti della comunicazione sociale

- Il piano di comunicazione:
  1. analisi del contesto
  2. definizione degli obiettivi
  3. formulazione della strategia
  4. individuazione e segmentazione dei target
  5. progettazione delle attività di comunicazione
  6. timing e tempi della comunicazione
  7. budget della comunicazione
  8. controllo dei risultati e valutazione del ritorno degli investimenti
- Gli strumenti della comunicazione esterna: campagne, pubblicazioni, advertising, newsletter, house-organ, allestimenti, e-mail, social media ecc.
- I messaggi da comunicare all'opinione pubblica
- Gli strumenti della comunicazione interna: newsletter, house-organ, intranet, email, social media ecc.

#### 4. Identità e referenti aggregativi

- I principi di identità
- La visibilità e la riconoscibilità

- Gli strumenti di immagine coordinata
- Individuazione e mappatura dei referenti aggregativi

## 5. Tecniche di costruzione di una campagna di comunicazione sociale

- Parole e comunicazione
- Quando il servizio è un prodotto
- Che cosa comunico? A chi mi rivolgo? Con quale strumento? Con quale linguaggio?
- La creazione di headline, bodycopy, claim, pay-off
- Il valore dell'iconografia
- Il valore dei colori
- Le campagne multi-soggetto
- Le campagne multi-canale

## 6. Nota operativa

Il laboratorio si conclude con la presentazione – individuale o di gruppo – di una campagna sociale attraverso un elaborato sintetico (power point). Si richiede pertanto ai partecipanti, per quanto possibile, di approfondire un argomento prima di partecipare al laboratorio.

### Calendario degli incontri

Mercoledì 12 maggio 2021	9.30 -12.30
Lunedì 17 maggio	15.30 - 18.30
Mercoledì 19 maggio	9.30 - 12.30
Mercoledì 26 maggio	9.30 -12.30

Tutti gli incontri saranno on line e si terranno sulla piattaforma Teams.  
Agli iscritti verrà inviato per mail il codice per partecipare.

### Modalità di iscrizione e criteri di ammissione

**Posti disponibili 20 + 10 riservati ai laureandi.**

Le iscrizioni sono aperte da **martedì 27 aprile 2021 dalle ore 8.30** e fino a esaurimento posti.  
Come sempre il criterio per l'ammissione è l'ordine di iscrizione, quindi verranno ammessi i primi studenti che si iscrivono.

La frequenza e la partecipazione attiva al laboratorio permettono di ottenere 3 cfu

Per iscriversi compilare e inviare il modulo che trovate a questo link

<https://forms.gle/KeAMDDWaWfkg91C8>

Riceverete subito una conferma automatica della compilazione del modulo, questa non corrisponde all'iscrizione. Vi manderò io (entro un giorno) una conferma dell'iscrizione o meno e il codice per partecipare.