



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI NAPOLI FEDERICO II



**PROGRAMMA E CALENDARIO LEZIONI
CORSO SOCIAL MEDIA MARKETING & DIGITAL ENGAGEMENT**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II

7^ EDIZIONE MARZO 2026

* * *

www.unina.it - www.lupt.it
www.socialmediamarketing-digitalengagement.com

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "FEDERICO II"
Centro Interdipartimentale di Ricerca L.U.P.T. - Via Toledo 402, 80100 Napoli

COSA SERVE PER IL CORSO:

Ogni corsista dovrà disporre, prima dell'avvio delle attività pratiche, degli account necessari per svolgere correttamente le esercitazioni con i docenti Professional e per sviluppare il Project Work finale e Contest.

- **Account Meta (Facebook / Business Suite / Business Manager)**

Ogni corsista dovrà avere un proprio **account Facebook personale**, necessario come profilo di accesso. Dal profilo personale dovrà poter accedere a un ambiente **Meta aziendale attivo** per la gestione di una pagina, ovvero **Business Suite / Business Manager** e relativo **account “Gestione Inserzioni” (Ads Manager)**. È sufficiente che l'accesso sia funzionante, anche se l'account non è ancora completamente configurato.

- **Account Google (Google Ads / YouTube Ads / Google Analytics)**

Ogni corsista dovrà inoltre disporre di un proprio **account Google Ads**, dell'accesso a **YouTube Ads** e di **Google Analytics (preferibilmente GA4)**. Questi strumenti saranno utilizzati durante le lezioni per esercitazioni operative e simulazioni guidate.

- **Metodo di pagamento (consigliato)**

All'interno degli account indicati si consiglia di inserire e attivare un **metodo di pagamento** (carta di credito, PayPal, ecc.), in modo da evitare limitazioni e rendere le esercitazioni più efficaci e complete.

- **Supporto per creazione / attivazione account**

Qualora un corsista non abbia ancora attivi o disponibili uno o più account (Meta/Google), verrà **guidato dallo staff nella creazione e nell'attivazione** durante il percorso. In aggiunta, saranno inviate **linee guida via email** per permettere l'attivazione autonoma e la configurazione minima richiesta.

- **Project Work, Contest, verifica e registrazioni**

Gli account **Meta, TikTok e Google** saranno utilizzati anche per lo sviluppo del **Project Work finale e Contest aziendali**.

- **Le Lezioni sono registrate**

Le **lezioni real time 2026** con saranno registrate e pertanto disponibili in qualunque momento nella piattaforma Microsoft. Tutto il **materiale didattico** sarà caricato nella piattaforma Teams.

CALENDARIO DELLE LEZIONI

Giovedì 26 marzo 2026 ore 14:00-19:00

- ore 14:00-15:00 PRESENTAZIONE DEL CORSO

TIZIANA RUSSO SPENA, CRISTINA MELE, MARCO TREGUA, MARCO PALMIERI,

Saluti generali docenti, istituzioni e aziende. Indicazioni sul programma del corso, sulle scadenze di pagamento, indicazioni sul project work, contest, esercitazioni, scadenze di consegna, test ecc. Invio linee guida con verifica allineamento creazione account per la gestione social e digital marketing necessari per le esercitazioni previste nelle lezioni successive e per la redazione del project work. Questions & Answers.

- ore 15:00-19:00

CRISTINA MELE - DIGITAL TRANSFORMATION

Prof.ssa - Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli.

Fondamenti della digital transformation. La quarta rivoluzione industriale: industria 4.0. Sharing economy. Open innovation e nuove tecnologie. Smart services. Esempi pratici. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 26 marzo 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

MARCO TREGUA - MARKETING DIGITALE

Prof. - Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli.

Fondamenti di marketing e digital marketing. L'offerta come proposizione di valore. Mercato e attori del mercato. Analisi della concorrenza. Le tecnologie digitali e le evoluzioni del marketing. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 2 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-16:00

ANGELO RANIERI - CUSTOMER EXPERIENCE & CUSTOMER ENGAGEMENT

PhD - Fellowship Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Comportamento di acquisto del consumatore e creazione di valore. Soddisfazione del cliente, fiducia e fedeltà. Customer experience management. Customer engagement. Tecniche di customer engagement. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

- Ore 16:00-19:00

ANGELO RANIERI - CUSTOMER JOURNEY

PhD - Fellowship Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Customer journey. Microtargeting e micromoments. Customer journey mapping. Definire la Personas. Customer journey metrics. Questions & Answers.

Lunedì 7 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-17:00

ESERCITAZIONE : CUSTOMER JOURNEY MAPPING

Esercitazione della buyer persona. Esercitazione dell'empathy map. Rappresentazione del customer journey mapping.

- Ore 17:00-19:00

PAOLO CANONICO - TEAM BUILDING

Prof. - Organizzazione aziendale presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Il gruppo di lavoro. I ruoli nel gruppo. Esercitazione sul team building. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 9 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO - PROJECT WORK (opzione in presenza a scelta del corsista)

PIANO DI MARKETING: Lancio del Project Work e dei contest aziendali. I gruppi svolgeranno il laboratorio pratico per lo sviluppo del Project Work. Business idea, Swot Analysis, Value proposition canvas, Brand positioning, Buyer personas, Empathy map. Individuazione degli obiettivi aziendali del Brand. Rilascio dei Contest aziendali con i quali i gruppi dovranno produrre un elaborato finale che verrà sottoposto ai responsabili del brand per la valutazione finale.

Lunedì 13 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

MICHAEL VITTORI - FACEBOOK TARGETING & CUSTOMER AUDIENCE

Dott. - Formatore ed esperto in Digital Advertising | Speaker nei migliori eventi di digital marketing

Come funziona l'asta di Facebook Ads. Introduzione al Business Manager. Come strutturare una campagna. Scelta degli obiettivi in base alla strategia aziendale e al piano di marketing. L'importanza della scelta del target di pubblico. Diversificazione dei pubblici in base agli obiettivi. Creazioni di pubblico personalizzati e simili in target. Diversificazione dei budget nelle campagne. Strategia d'offerta automatica o manuale in funzione della campagna. Test A/B delle campagne, creazione e monitoraggio. Lettura dei Kpi statistici e individuazione delle performance migliori. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE: Come creare un pubblico / target e una campagna pubblicitaria

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 16 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

ALESSANDRO GARGIULO - ECOMMERCE

Consulente Facebook Ads e Instagram Ads per e-commerce | Esperto di advertising strategico

AI e Machine Learning di Facebook: come funziona l'algoritmo a livello di advertising. Analisi del processo di acquisto all'interno di un ecommerce. Domanda latente e consapevole nelle fasi del processo di acquisto del consumatore in base ai diversi livelli di esigenze. Misurazione delle KPI delle micro-conversioni durante le fasi di acquisto. La "strategia invisibile" per il riacquisto, esperienza post acquisto. Introduzione a marketing automation e la Time Value dell'Ecommerce. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE: strutturare un funnel Ads.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Lunedì 20 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

FRANCESCO AGOSTINIS - FACEBOOK FUNNEL

Dott. - Co-Founder @ LOOP srl | Facebook ads Expert | Keynote Speaker | Top 5 Semrush Web Marketing Influencers in Italy

Come creare creatività. Creatività dinamiche. Come utilizzare gli strumenti interni a Facebook (Audience Insights e analisi dei dati). CBO e ottimizzazioni (accenni). Pubblici e saturazione. Come creare una campagna da zero per un'azienda locale. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE Esercitazione impostazione strategia di adv.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 23 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO ESERCITAZIONE - ALLINEAMENTO PROJECT WORK & ESERCITAZIONE PRATICA FACEBOOK ADS; ALLINEAMENTO CONTEST AZIENDALI (opzione in presenza a scelta del corsista):

Business Manager e aspetti di maggior rilievo, settaggi pubblici e come utilizzarli, individuazione e consigli su scelta del budget per le campagne, creazione delle principali campagne (a/b test, notorietà, interazioni, visualizzazione, traffico, conversione, leads, messaggi. Impostazione di un funnel per shop online. Maggiori eventi pixel facebook. Importanza delle campagne di retargeting e remarketing. Focus sulle opzioni utilizzabili a livello di campagna, gruppo inserzione, inserzione (cbo, abo, Lowest and cost bid strategy, etc), Scelta dei posizionamenti e layout. Principi su tecnica di scaling campagne. Metriche kpi rilevanti per le campagne. Questions & Answers.

Lunedì 27 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

VALERIO CELLETTI - GOOGLE ADS

Dott. - Consulente e Formatore Google Ads | Google Premier Partner Top 3%

Google ads e adsense. Funzioni e vantaggi, Funzioni e vantaggi .Campagne ADS, tipologie e obiettivi in linea con il piano di MKTG. Policy redazionali. Account Google ADS, gestori. Ramificazione Account: Campagne, gruppi di annunci, annunci, Adset campagna. Pianificazione budget e keyword. Strategia di offerta. KPI e metriche. Quality score e funzionamento dell'asta. Pagine destinazione. Tipi di corrispondenza parole chiave. Estensioni Annuncio: Estensioni di Chiamata, Callout, Località, Sitelink, Snippet Strutturati. Creazione campagna search. Landing. Page per Google Ads. Reportistiche. Casi Studio. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE: Keyword Research in pratica: dal progetto alla campagna.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 30 aprile 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

MARCO SEPERTINO - YOUTUBE ADS

Dott. - Consulente | Formatore e imprenditore | Esperto Google Ads e YouTube Ads

Introduzione/Presentazioni. Perché Youtube Ads. Tipologie e Obiettivi Campagne. Tipologie di Ads possibili. Impostazioni campagna Lead Gen | In Stream. Gruppi di annunci (Target). Creazione Ads (annunci video). Struttura di una video Ads. KPI fondamentali. Specifiche sul target Cold, Warm e Hot. Questions & Answers. ESERCITAZIONE: GUIDA PRATICA PER LA TUA PRIMA CAMPAGNA SU YT. Crea la tua campagna e seleziona l'obiettivo più funzionale per i tuoi obiettivi. Impostazioni specifiche per la tua campagna. Crea il tuo gruppo di annunci (Intenzione di ricerca). Crea velocemente un duplicato di un gruppo di annunci (Segmenti di Pubblico) . Crea il tuo annuncio video. Inserisci le tue colonne personalizzate. Scrivi una strategia per il retargeting.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

FEDERICO DAL POZZO - YOUTUBE ADS

Dott. - Startups & VCs Business Growth | Google | Startup founder. Esperto Google Ads e YouTube Ads

LUCA ROMANO - YOUTUBE ADS

Dott. - Key Account Manager presso Google

Lunedì 4 maggio 2026 ore 14:00 -19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO ESERCITAZIONE - ALLINEAMENTO PROJECT WORK ESERCITAZIONE PRATICA
TIKTOK ADS, YOUTUBE ADS, GOOGLE ADS; ALLINEAMENTO CONTEST AZIENDALI (opzione in presenza a scelta del corsista):

Profilo TikTok aziendale, creazione del Business Center, Creazione del TikTok Ads Manager, Campagne ads, Obiettivi. Esercitazione per creazione delle campagne di Titok ads, Youtube ads e Google ads, scelta degli obiettivi e settaggi, individuazione e consigli su scelta del budget per le campagne. Maggiori eventi pixel. Importanza delle campagne di retargeting e remarketing. Focus sulle opzioni utilizzabili a livello di campagna, gruppo inserzione, inserzione. Scelta dei posizionamenti e layout. Principi su tecnica di scaling campagne. Metriche (KPI) rilevanti. Questions & Answers.

Giovedì 7 maggio 2026 ore 14:00-18:00

- Ore 14:00-18:00

YARI BRUGNONI - INSTAGRAM

Dott. Ing. - Co Founder Not Just Analytics; Content Marketing Strategist

Instagram, profilo privato e aziendale. Uso dei diversi formati. Gli hashtag e il loro uso. Tecniche per migliorare e aumentare l'engagement. Le problematiche più comuni. Analisi delle metriche insight, l'algoritmo e i suoi cambiamenti. Tool di analisi, monitoraggio delle kpi. Cenni su l'Influencer marketing, individuazione di potenziali partner, analisi dei profili. Attività di crescita anomale, come riconoscerle, vantaggi e svantaggi. Reportistica. Differenze tra gli altri social network e Instagram. Questions & Answers. ESERCITAZIONE (account demo *Not Just Analytics*) Come migliorare il proprio profilo Instagram + analisi concorrenti.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Lunedì 11 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- ore 14:00 – 17:00

ANGELO RANIERI - CONVERSATIONAL AGENTS

PhD - Fellowshio Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Sistemi di comunicazione e marketing automation. Introduzione all'Intelligenza Artificiale e relativi utilizzi (es. NLP, ASR, ecc.). Vantaggi e svantaggi delle tecnologie AI. Introduzione ai Chatbot. Possibilità di utilizzo (es. Pre-vendita, Post-vendita, help desk) e applicazioni pratiche (es. E-commerce, Turismo, Finance, Food, ecc.). Marketing automation attraverso i chatbot. Le maggiori piattaforme di Chatbot. Modalità di costruzione di un chatbot. Questions & Answers

ESERCITAZIONE Realizzazione di un chatbot in aula

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

- Ore 17:00 - 19:00

ANGELO RANIERI - LINKEDIN ADS

Linkedin, creazione pagina aziendale, creazione campagne ads, scelta degli obiettivi, parametri e analisi metriche. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 14 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO ESERCITAZIONE - TOOL AI GENERATIVA; ALLINEAMENTO PROJECT WORK; ALLINEAMENTO CONTEST AZIENDALI (opzione in presenza a scelta del corsista):

Laboratorio ed esercitazione sui principali strumenti AI per la creazione di testi e immagini ed altro. L'esercitazione con gli strumenti di intelligenza artificiale comporta l'acquisizione di competenze pratiche attraverso l'interazione con software specifici, al fine di sviluppare soluzioni e comprendere i concetti fondamentali dell'AI. Esercitazione sui prompt per una corretta elaborazione del comando. Interazione con

l'intelligenza artificiale tramite input testuali per ottenere risposte automatizzate in linea con gli obiettivi di marketing dell'azienda. Questions & Answers.

Lunedì 18 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-17:00

SERGIO MENICHINI - TRACKING E STRUMENTI DI ANALISI DEI TRACCIAMENTI

Performance Marketing & Data Analytics Expert | Data Visualization Architect

Monitoraggio tracciamento ottimizzazione come paradigma di lavoro. Come si costruisce un piano di monitoraggio. Cosa significa Tracciare? Tracciamento su un sito web: da Google Analytics al pixel di facebook. Perché è fondamentale tracciare correttamente per ottimizzare? Cosa significa ottimizzare un'attività di web marketing? Qual è il giusto modo di rappresentare i dati? Datastudio Looker come percorso finale del tuo piano

- Ore 17:00-19:00

ALESSANDRO GRECO - BRAND POSITIONING

Dott. - Head of Marketing & Growth | TEDx Speaker | Brand Positioning Expert | Senior Copywriter & Scrittore

Le origini del Brand Positioning. Le tre ere del marketing. La leggenda della qualità. Il Brand Name. Il logo. Il Timing. L'importanza del Focus. Come non fare positioning. Come fare Positioning. Il linguaggio macchina del positioning: Il Copywriting. Il Copy "a risposta diretta". Lo storytelling. I social media. Il ruolo delle immagini. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE: Come costruire un brand.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 21 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-17:00

FABRIZIO PERRONE - INFLUENCER MARKETING - NUOVI TREND SOCIAL MEDIA

Dott. - Founder Buzzoole. Co-Founder 2WATCH. Angel Investor. 20Forbes Italia Innovator. Fortune 40 under 40.

Cosa è l'Influencer marketing. Vantaggi e svantaggi. Come misurare le performance di un Influencer. Diversi livelli di Strumenti di analisi digital. Tool usati per la valutazione delle metriche. Guida alla scelta del tool idoneo. Influencer marketing. Nuovi trend social media: Piattaforme Streaming. Twitch. Esports. Questions & Answers.

ESERCITAZIONE: gestione campagna con account demo Buzzoole.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

- Ore 17:00-19:00

SERGIO SPACCAVENTO - TESTIMONIANZE & CASE HISTORY

Chief Creative Officer di Digitouch mktg, autore radiofonico, televisivo, cinematografico, teatrale, docente universitario e conferenziere internazionale. Autore di "CHE CAZZO RIDI? Dialoghi sulla libertà di ridere" e di "CLOUD MARKETING CREATORS" edito da Forbes Italia.

Percorso e testimonianza su case history di successo nel panorama della comunicazione social quali Ceres, Absolut vodka, Jameson whisky, Heintz, Poste Italiane.

Lunedì 25 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO ESERCITAZIONE - ALLINEAMENTO PROJECT WORK; ALLINEAMENTO CONTEST; TECNICHE DI PRICING (opzione in presenza a scelta del corsista):

Allineamento Project work ed esercitazione sul pricing, casi reali e analisi delle tecniche per la creazione del prezzo e gestione delle promozioni all'interno della comunicazione digital marketing. Questions & Answers.

Giovedì 28 maggio 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-16:00

LUCA PERSICHETTI - TESTIMONIANZE & CASE HISTORY

Dott. New business strategy manager at Show Reel media Group. Marketing Manager CasaSurace

Marketing Manager Casa Surace (3,4 mln di follower) Briefing con il cliente, creazione dell'idea, storyboard, pubblicazione dei content, diffusione dei content. Presentazione di alcuni casi studio.

- Ore 16:00-19:00

ANNA MANZO - TESTIMONIANZE & CASE HISTORY

Dott.ssa Marketing Manager The JackaL. Distribuzione e misurazione di contenuti editoriali per The JackaL e Fanpage.it

Briefing con il cliente, creazione dell'idea, storyboard, pubblicazione dei content, diffusione. Presentazione di alcuni casi studio. Questions & Answers.

Mercoledì 3 giugno 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

ANNA VITIELLO - BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

Dr.ssa - Direttore Scientifico OBE | OBE Academy Director

Branded content & Entertainment. Comunicare la marca oggi. Dal ruolo, alla tassonomia, all'efficacia: l'importanza del BC&E come leva di comunicazione strategica. Tool di analisi a integrazione degli insight. Questions & Answers

ESERCITAZIONE - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 4 giugno 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO ESERCITAZIONE - ALLINEAMENTO PROJECT WORK; ALLINEAMENTO CONTEST AZIENDALI; TECNICHE DI VENDITA (opzione in presenza a scelta del corsista):

Allineamento Project work. Esercitazione sulle principali tecniche e modalità di vendita e negoziazione. Simulazione di vendita. Allenamento alla vendita e all'appuntamento con il cliente. Obiezioni e gestione

delle obiezioni. Preventivo. Comunicare il prezzo al cliente. Simulazione di come si comunica il prezzo all'interno di una trattativa di vendita. Questions & Answers.

Lunedì 8 giugno 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-16:00

ALESSANDRO VERCELLOTTI - CONTEST A NORMA DI LEGGE

Dott. Avv.to speaker in eventi del digital italiano. Docente per varie scuole di formazione italiane tra cui Studio Samo, Learnn, Confindustria e Ninja Academy, business coach certificato NLP Italy Relazionale

Cos'è un concorso. Le finalità. Tipologie di premi. Concorsi esclusi. Iter classico di organizzazione di un concorso. Regolamento. Contest sui social. Contest, giveaway e Freebie. Tipologie di manifestazioni a premi. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

- Ore 16:00-19:00

IVANO DI BIASI - PRINCIPI DI SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

Dott. - CEO & Project Manager presso SEO Zoom

Le basi della SEO per comunicare correttamente con i motori di ricerca. Quando SEO e Social si incontrano. Come pianificare una strategia SEO che aumenti il rendimento delle attività Social. Questions & Answers.

ELISA CONTESSOTTO - ESERCITAZIONE

Formatrice presso SEOZoom - SEO & Web Marketing Suite

Account Demo SEOZoom live come intervenire sulle pagine web e come utilizzare gli strumenti per aumentare il potenziale delle nostre pagine web. Questions & Answers.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE NOMINATIVO

Giovedì 11 giugno 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-16:00

GERMANO MILITE: FACT CHECKING

Giornalista. Imprenditore.

Introduzione sul percorso professionale. Evoluzione della comunicazione online: da prateria senza regole a mercato maturo. Fact checking su professionisti ed aziende: perché è cruciale. Identikit del "fake guru": chi sono e come riconoscerli. Esempi di comunicazione fuorviante. Le 10 red flag nel copy e non solo. Il sistema di "autoposizionamento". La strategia di "difesa". Le armi (improprie) della manipolazione mentale. Come comunicare e promuoversi. La "zona grigia": oltre i fake guru plateali. Riconoscere i giusti professionisti. Questions & Answers.

- Ore 16:00-19:00

MANUELA TORTESE: Curriculum vitae

Dott.ssa- Performance manager, Coordinatore didattico, formatore, orientatore Asnor

Scrivere un Curriculum: Definire cos'è un curriculum vitae e il suo scopo; Esaminare le sezioni tipiche di un CV, come informazioni personali, formazione, esperienze lavorative, competenze, premi/riconoscimenti, e altro ancora; Esplorare tecniche per scrivere in modo chiaro, conciso e professionale, utilizzando verbi

d'azione e punti elenco per evidenziare le realizzazioni e le responsabilità; Evidenziare le competenze; Spiegare l'importanza di utilizzare parole chiave pertinenti per il settore o la posizione desiderata, per aumentare le probabilità di essere notati dai selezionatori.

Lunedì 1 giugno 2026 ore 14:00-19:00

- Ore 14:00-19:00

LABORATORIO - LABORATORIO FINALE

Allineamento finale del Project work. Revisione finale del Project Work: controllo del piano di digital marketing. Allineamento agli obiettivi prefissati. Valutazione della strategia complessiva, comprendendo l'analisi del mercato, del target di riferimento e della concorrenza, per garantire la coerenza con il contesto e gli obiettivi aziendali. Verifica della strategia operativa. Efficacia delle tattiche previste. Gestione dei canali digitali. Contenuti pianificati. Campagne ads e attività di engagement. Infine, la sezione dedicata al follow-up, con particolare attenzione agli strumenti di monitoraggio e ai KPI definiti per valutare le performance e garantire l'ottimizzazione continua delle attività. Il piano sia solido, ben articolato e in grado di generare risultati concreti e misurabili.

Allineamento dei contest aziendali per la presentazione ai responsabili dei brand aziendali.

(Il programma e il calendario possono subire variazioni in base alle esigenze)

* * *

www.unina.it - www.lupt.it
www.socialmediamarketing-digitalengagement.com

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "FEDERICO II"
Centro Interdipartimentale di Ricerca L.U.P.T. - Via Toledo 402, 80100 Napoli