



CONI  **REGIONE**
per lo **Sport**



CORSO DI FORMAZIONE PROMOSSO DALLA SCUOLA DELLO SPORT REGIONALE
CONI LAZIO E DALLA REGIONE LAZIO
**“LA GESTIONE DEI SOCIAL MEDIA PER GLI EVENTI SPORTIVI
TERRITORIALI”**

1[^] EDIZIONE

PREMESSA	<p>I social media fanno ormai parte della nostra vita quotidiana da oltre un decennio e sono sempre più utilizzati per promuovere eventi e iniziative. I canali social sono molti e differenziati: scegliere quelli giusti e saperli utilizzare in modo efficace non è così facile e intuitivo quanto l'utilizzo del nostro profilo personale.</p> <p>Il corso offre una panoramica tecnico-gestionale per il corretto utilizzo dei canali social utile per promuovere gli eventi sportivi territoriali.</p> <p>Il corso completamente gratuito e rivolto a dirigenti regionali e provinciali di FSN, DSA, EPS, CIP, AB e dirigenti della Regione Lazio, vuole essere un'iniziativa utile a stimolare la promozione dello sport sul territorio della regione. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione (obbligo frequenza 100%).</p> <p>Il corso è a numero chiuso: massimo 100 partecipanti.</p>
ARGOMENTI DEL CORSO	<ol style="list-style-type: none">1 CODICI E CANALI2 DEFINIRE GLI OBIETTIVI3 IL RAPPORTO CON LA COMUNICAZIONE TRADIZIONALE4 LE TRE FASI DELLA COMUNICAZIONE5 GLI UGC6 CRISIS MANAGEMENT E LISTENING7 IL POST-EVENTO
MODULI	<p>INTRODUZIONE E PRIMA LEZIONE (mercoledì 8 maggio 2024, ore 18-20)</p> <p>Presentazione del Presidente del CONI Regionale Riccardo Viola Premesse del Vicepresidente della Scuola dello Sport Vittorio Rosati e Direttore Scientifico della SDS regionale Carlo Tranquilli Introduzione del Coordinatore del Corso Federico Pasquali</p> <ul style="list-style-type: none">- PRIMO MODULO- Codici e canali: la scelta di piattaforme e linguaggi come perno della social media strategy;

	<ul style="list-style-type: none"> - Definire gli obiettivi: awareness dell’evento, engagement dei partecipanti, digital reputation e brand loyalty della fanbase; - Il rapporto con la comunicazione tradizionale, dalla visual identity alle landing page ai comunicati stampa. <p>Durata modulo: 2 ore</p> <p>SECONDO MODULO (mercoledì 15 maggio 2024, ore 18-20)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le tre fasi della comunicazione: teasing, live coverage e follow up; - Gli UGC (user generated content) come strategia per consolidare la fanbase; - Crisis Management e Listening: strategie ed errori nella gestione delle crisi sui social media; - Il post-evento: data analisi e profilazione degli utenti. <p>Durata modulo: 2 ore</p>
DESTINATARI	Dirigenti e collaboratori FSN, DSA, EPS, CIP, AB Regionali e Provinciali, Dirigenti della Regione Lazio e dei Comuni della regione
MODALITÀ	Online – Piattaforma TEAMS
DURATA	4 ore
GIORNATE	Giornate di corso 2
SPECIFICHE	Rilascio attestato finale
DOCENTI	Tutti i moduli saranno seguiti da docenti esperti del settore specifico

ELENCO DOCENTI

Claudio Di Renzo – Giornalista, social media manager di eventi sportivi

Federico Pasquali – Giornalista e docente Università di Roma La Sapienza