



Modalità d'iscrizione

Scadenza iscrizioni: mercoledì 11 febbraio 2026

Info e form d'iscrizione su: www.fondazioneaccademia.com

Per info: chiamare al 342 547 2556 (dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 13.00)



CON IL CONTRIBUTO DI:



Corso di formazione promosso dalla Fondazione Accademia
Casa di Popoli, Culture e Religioni

COMUNICAZIONE DIGITALE: STRATEGIE E STRUMENTI

CON IL CONTRIBUTO DI:



ORE TOTALI
40

Sede Formativa: Online su piattaforma Meet
Durata: febbraio - aprile 2026

Finalità

Nell'attuale contesto sociale e professionale, saper comunicare efficacemente online è diventato indispensabile. Questo corso fornisce un quadro chiaro e pratico delle strategie di comunicazione digitale, offrendo strumenti concreti per chi desidera migliorare la propria presenza sul web. La sua finalità principale è quella di accompagnare i partecipanti nello sviluppo di competenze pratiche per utilizzare strumenti digitali in modo consapevole, efficace, etico e creativo.

Destinatari

Il corso è rivolto a insegnanti, piccoli imprenditori, professionisti autonomi e a chiunque desideri potenziare le proprie competenze digitali.

Numero partecipanti: illimitato; il numero degli uditori non potrà essere superiore al 20% degli iscritti.

Metodologia

- lezioni secondo una modalità dialogico partecipativa;
- workshop per favorire l'acquisizione di competenze (*Learning by doing, Case studies, Role playing*);
- ogni modulo prevede esercitazioni applicative con strumenti digitali.

Modalità di erogazione della didattica: le lezioni si terranno in modalità on line su piattaforma Meet. Il corso si articolerà in 5 Moduli, 10 incontri della durata di 4 ore ciascuno per un totale di 40 ore (le ore sono da 45 minuti).

NB: Per conseguire la certificazione bisogna partecipare almeno al 80% degli incontri.

Quota contributiva

Il corso di Comunicazione digitale: strategie e strumenti è GRATUITO.

CALENDARIO LEZIONI E PIANO DI STUDI

Docente: dott. Matteo Silanus

> VENERDÌ 13 (16:30-19:30) E SABATO 14 (09:00-12:00) FEBBRAIO 2026

Modulo 1 - Fondamenti della Comunicazione Digitale e Canali

- **Parte teorica:**
 - Il processo comunicativo e i modelli.
 - Differenze tra comunicazione tradizionale e digitale.
 - Panoramica dei canali digitali (siti web, social media, email marketing).
 - Differenze tra piattaforme social e come scegliere il canale adatto in base al target.
 - KPI: panoramica generale.
- **Workshop:**
 - Esercizio su come scegliere i canali digitali giusti per il pubblico di destinazione.
 - Case studies di campagne di successo.

> VENERDÌ 27 (16:30-19:30) E SABATO 28 (09:00-12:00) FEBBRAIO 2026

Modulo 2 - La Brand Identity

- **Parte teorica:**
 - La brand identity
 - Fondamenti di posizionamento strategico: i valori aziendali, il target e i competitor
 - Definizione del "tone of voice": gli ingredienti dell'identità visiva (immagini, tipografia, colore)
 - Canva: come far nascere un'idea e creare contenuti - introduzione
- **Workshop:**
 - Costruzione di una brand identity

> VENERDÌ 13 (16:30-19:30) E SABATO 14 (09:00-12:00) MARZO 2026

Modulo 3 - Content Marketing e Social Media Marketing

- **Parte teorica:**
 - Introduzione al content marketing e social media marketing.
 - Strategie di engagement e creazione community
 - L'importanza dell'IA nella comunicazione moderna.
 - Integrazioni tra ChatGPT e Canva

- Tecniche per identificare il pubblico di destinazione (demografica, psicografica, comportamentale).
- Focus sulle campagne pubblicitarie: aspetti chiave e Meta ADV
- KPI legati ai social e advertising: ROI, Conversion Rate, Copertura.

- **Workshop:**

- Esercitazione con il Plugin di Canva per creare creative efficaci.
- Utilizzo di ChatGPT per generare copy e struttura specifici per i vari target.

> VENERDÌ 27 (16:30-19:30) E SABATO 28 (09:00-12:00) MARZO 2026

Modulo 4 - Strategia Digitale e Pianificazione

- **Parte teorica:**
 - Come sviluppare una strategia digitale integrata.
 - Pianificazione e creazione di un piano di comunicazione digitale.
 - Differenza tra Freebie, Giveaway e Contest
 - Personalizzazione della comunicazione in base ai diversi target di età e interessi.
 - Introduzione a strumenti di email marketing
 - KPI legati all'email marketing: Engagement, Conversioni, Reach.
- **Workshop:**
 - Creazione di un piano di comunicazione digitale completo.
 - Sviluppo di un calendario editoriale e analisi delle metriche di successo.

> VENERDÌ 17 (16:30-19:30) E SABATO 18 (09:00-12:00) APRILE 2026

Modulo 5 - Strategia Digitale e Pianificazione

- **Parte teorica:**
 - Multicanalità vs Omnicanalità: differenze e applicazioni.
 - KPI: engagement vs conversione.
 - Viralità vs nicchia: come scegliere la giusta strategia
 - Indicazioni su come sviluppare una strategia digitale completa.
- **Workshop:**
 - Gruppi di lavoro iniziano a lavorare sulla loro strategia.
 - Presentazione delle strategie e feedback collettivo.
 - Discussione finale e riflessioni sull'uso di Canva, ChatGPT.