



AICUN
Associazione Italiana
Comunicatori d'Università

UniCOM

2° Incontro Formativo 2024

«Il Marketing per creare valore nelle università.
Promozione e comunicazione nel contesto della
trasformazione digitale»

1° Ottobre 2024 - in modalità telematica
10/11 Ottobre 2024 - in presenza presso la LUMSA

CODICE ATTIVITA' E CODICE MEPA: 61CP24

DIGITAL
MARKETING ¹



UniCOM

La Comunità professionale UniCOM nasce nel dicembre 2019 dalla collaborazione tra AICUN, l'Associazione Italiana Comunicatori d'Università, che dal 1992 per statuto si occupa di comunicazione universitaria e della professionalizzazione dei suoi soci, e CO.IN.FO., consorzio specializzato nella formazione per la Pubblica Amministrazione e in modo particolare per il personale delle Università.

L'obiettivo è costruire percorsi formativi per la continua professionalizzazione di chi nei nostri Atenei si occupa di comunicazione, informazione e marketing come principale attività, ma anche per coloro che – pur lavorando in altri settori e nei diversi ambiti istituzionali – utilizzano strumenti e tecniche di comunicazione per relazionarsi con i loro pubblici di riferimento. Pensiamo per esempio a chi lavora nei Dipartimenti, nelle Scuole, nelle Biblioteche, nelle Segreterie o nei Centri di Ricerca.

Parlare di comunicazione universitaria significa parlare di un insieme di attività molto ampio che va dalla comunicazione istituzionale, alla comunicazione gestionale/organizzativa, alla comunicazione di marketing, alla comunicazione internazionale, al Customer Relationship Management (CRM), alle relazioni con gli Alumni, alle relazioni con i Media, al Social Media Management, alla gestione del web e della comunicazione digitale, all'organizzazione e alla promozione degli eventi, alla comunicazione della ricerca, al Public Engagement e alla Terza Missione, alla comunicazione della didattica, alla comunicazione dei servizi, alla comunicazione dei dati, alla Brand Image, alle ricerche di marketing, al Media planning, alla ideazione e realizzazione di materiali informativi e di pubblicazioni, all'orientamento e al tutorato, alle relazioni con il territorio e le imprese, a stage e placement, al fundraising. Tutti questi temi ben si prestano per essere trattati in corsi di formazione destinati a professionisti del mestiere, ma anche, in forme diverse, a target trasversali, che per le loro attività intendono sviluppare e arricchire il proprio percorso professionale con alcune tra queste competenze, anche a un livello non particolarmente specialistico.



Obiettivi e Destinatari

Questo corso è pensato per gli addetti ai lavori negli Atenei che si occupano di marketing, comunicazione, gestione delle community, merchandising, alumni e fundraising. L'obiettivo è fornire conoscenze teoriche, strumenti pratici e strategie efficaci per supportare e valorizzare i programmi di promozione attraverso una comunicazione mirata e innovativa, contestualizzandoli nell'ambito della trasformazione digitale.

Nella formazione verranno affrontati argomenti chiave legati alla comunicazione e al marketing, con un focus specifico su come veicolare in modo efficace i progetti e i servizi agli stakeholder interni ed esterni creando valore per l'Università. Saranno condivise esperienze e best practice per permettere di avere una panoramica sulle esperienze in corso negli altri Atenei.

Il corso è progettato per essere estremamente pratico e orientato all'azione, con momenti dedicati alla realizzazione di project work di gruppo che permetteranno di confrontarsi e di applicare immediatamente le tecniche di comunicazione e marketing apprese. I partecipanti avranno l'opportunità di analizzare e discutere approcci di successo, migliorando così le loro competenze in un breve lasso di tempo.

Questo corso è ideale per coloro che desiderano rafforzare rapidamente le proprie abilità per realizzare i programmi di promozione multicanale del proprio Ateneo e declinarli nel contesto della trasformazione digitale, un ambito in costante evoluzione.

Il Corso di formazione organizzato per le Università consorziate è rivolto a Dirigenti, Funzionari, Responsabili di unità organizzative, specialisti della comunicazione e dell'orientamento e a tutto il personale interessato ad approfondire la conoscenza degli elementi che migliorano l'efficacia e la qualità nella comunicazione e nel marketing.

Dettaglio Incontro



Consorzio **Interuniversitario** sulla **Formazione**

La struttura dell'incontro formativo

L'incontro formativo, erogato in parte a distanza (tramite la piattaforma di Microsoft Teams) e in parte in presenza. La durata è di **16 ore di formazione**, distribuite in 3 sessioni, la prima online di 4 ore, la seconda e la terza di 6 ore ciascuna, in presenza.



1° Ottobre



9,00 – 13,00

Prima giornata formativa in modalità telematica

Saluti di apertura - Angelo Saccà, Presidente AICUN e Francesca Grassi, Direttrice - Co.In.Fo.

Prima parte

Il Marketing per promuovere le università: il punto di vista dei vertici degli atenei - Francesco Bonini, Rettore Università LUMSA e Pietro Di Benedetto, Direttore Generale Università degli Studi dell'Aquila

Seconda parte

Il Marketing per creare valore - Livio La Mattina, Responsabile Marketing Università LUMSA

I contenuti affrontati: il marketing per creare valore, Brand reputation, l'autorevolezza, le basi della persuasione; comunicazione e marketing: differenze e integrazioni

La normativa di riferimento per la PA - Michela Di Michele, Ufficio Comunicazione e Social network Università degli Studi dell'Aquila

Dibattito e conclusioni - Paola Claudia Scioli, Consulente comunicazione universitaria - Componente Consiglio Direttivo AICUN ed EUPRIO

Dettaglio Incontro



Consorzio Interuniversitario sulla **Formazione**

La struttura dell'incontro formativo

L'incontro formativo, erogato in parte a distanza (tramite la piattaforma di Microsoft Teams) e in parte in presenza. La durata è di **16 ore di formazione**, distribuite in 3 sessioni, la prima online di 4 ore, la seconda e la terza di 6 ore ciascuna, in presenza.



10 Ottobre



9,00 – 13,00
14,00 – 16,00

Seconda giornata formativa in presenza

Introduzione - Gioia Grigolin, Dirigente Comunicazione e Marketing Università degli studi di Padova – Vice presidente AICUN

Costruire il piano di marketing - Michela Di Michele, Ufficio Comunicazione e Social network Università degli Studi dell'Aquila e Livio La Mattina, Responsabile Marketing Università LUMSA

Argomenti trattati:

- a) Analisi di mercato: contesto, benchmark (ESG, Terza Missione...)
- b) Obiettivi
- c) Il target: buyer personas, profilazione
- d) Contenuti
- e) Canali
- f) Leve tattiche (merchandising, adv, eventi, social media, crm...)
- g) Il budget: pianificare e distribuire
- h) Misurare i risultati: metriche e kpi
- i) Approccio temporale

Casi pratici a confronto - Barbara Puccio, Responsabile del Settore Strategie di Comunicazione e Marketing - Università degli Studi di Palermo - Secondo caso in corso di definizione

Project work: realizzare un piano di marketing

Dibattito e conclusioni - Paola Claudia Scioli, Consulente comunicazione universitaria - Componente Consiglio Direttivo AICUN ed EUPRIO

Dettaglio Incontro



Consorzio Interuniversitario sulla **Formazione**

La struttura dell'incontro formativo

L'incontro formativo, erogato in parte a distanza (tramite la piattaforma di Microsoft Teams) e in parte in presenza. La durata è di **16 ore di formazione**, distribuite in 3 sessioni, la prima online di 4 ore, la seconda e la terza di 6 ore ciascuna, in presenza.



10 Ottobre



9,00 – 13,00

14,00 – 16,00 + 30 MINUTI PER
TEST DI VALUTAZIONE

Terza giornata formativa in presenza

Introduzione - Gioia Grigolin, Dirigente Comunicazione e Marketing Università degli studi di Padova – Vice presidente AICUN

Marketing per il fundraising e il crowdfunding - Giuditta Papini, Responsabile digital fundraising per ACS Italia e Docente Sponsorship & Fundraising per LUMSA

1. definizione e contesto normativo del fundraising
2. Il ruolo di donatori e fundraiser
3. strumenti per la raccolta fondi: dalla tradizione all'innovazione
4. il crowdfunding: un nuovo strumento per la raccolta fondi?

Alimentare la community sollecitando l'engagement degli utenti - Livio La Mattina, Responsabile Marketing Università LUMSA

1. Introduzione agli Alumni
2. Creazione e Gestione della Community degli Alumni
3. Valorizzazione del Network degli Alumni
4. Comunicazione e Marketing per gli Alumni
5. Sfide e opportunità

Casi pratici a confronto

Brunella Santi, Direttrice Fundraising e Merchandising - Università degli Studi di Padova

Elena Fontana, Responsabile Marketing & Recruitment Università degli Studi di Pavia

Project work: creare un piano di fundraising

Approfondimenti, dibattito e conclusioni - Paola Claudia Scioli, Consulente comunicazione universitaria - Componente Consiglio Direttivo AICUN ed EUPRIO



Angelo Saccà, Presidente AICUN e Dirigente e Responsabile Transizione Digitale - Università degli Studi di Torino

Paola Claudia Scioli, Consulente comunicazione universitaria - Componente Consiglio Direttivo AICUN ed EUPRIO

Livio La Mattina, Responsabile Marketing Università LUMSA

Giuditta Papini, Responsabile digital fundraising per ACS Italia e Docente Sponsorship & Fundraising per LUMSA

Michela Di Michele, Ufficio Comunicazione e Social network, Università degli Studi dell'Aquila

Francesco Bonini, Rettore Università LUMSA

Pietro Di Benedetto, Direttore generale Università degli Studi dell'Aquila

Barbara Puccio, Responsabile del Settore Strategie di Comunicazione e Marketing - Università degli Studi di Palermo

Gioia Grigolin, Dirigente Comunicazione e Marketing Università degli studi di Padova - Vice presidente AICUN

Brunella Santi, Direttrice Ufficio Fundraising - Università degli Studi di Padova

Elena Fontana, Responsabile Marketing e Recruitment - Università degli Studi di Pavia



COORDINAMENTO SCIENTIFICO	Il coordinamento scientifico di UniCOM è affidato all'Ing. Angelo SACCA' - Presidente AICUN e Dirigente dell'Università degli Studi di Torino e alla Dott.ssa Paola Claudia SCIOLI, esperta di comunicazione universitaria, componente del Consiglio Direttivo di AICUN e di EUPRIO (European Association of Communication Professionals in Higher Education), della quale è anche responsabile dello sviluppo.
REFERENTE ORGANIZZATIVO	Dott.ssa Mara MICIELI – Co.In.Fo. – 011/8129782 – mara.micieli@coinfo.net – iniziative@coinfo.net
TUTORAGGIO	Avv. Tatiana DI GIULIO – tdigiulio@ublegal.it – in telematica Tutor afferente a LUMSA da definire – in presenza
VALUTAZIONE FINALE	Al termine del Corso di formazione è prevista una valutazione finale. Potranno accedere alla valutazione finale coloro che avranno frequentato non meno dell'80% del monte ore di formazione totale. La prova sarà svolta on-line, il test di valutazione sarà composto da 10 quesiti a risposta multipla vertenti sugli argomenti trattati. Il superamento della prova sarà certificato mediante il rilascio di un attestato.
METODOLOGIA DIDATTICA	L'incontro formativo sarà erogato in parte a distanza (tramite la piattaforma di Microsoft Teams) e in parte in presenza. La durata è di 16 ore di formazione, distribuite in 3 sessioni. La parte teorica viene affiancata da una consistente parte pratica in cui vengono presentati alcuni casi di particolare interesse e condivisi modelli operativi. Al termine di ogni sessione è inserita una parte di discussione tra i partecipanti.



SEDI DI SVOLGIMENTO	La prima sessione formativa di 4 ore si svolgerà online, la seconda e la terza di 6 ore ciascuna, in presenza, presso la Sala Pia all'Università LUMSA in Via di Porta Castello 44 a Roma.
QUOTA DI PARTECIPAZIONE INDIVIDUALE	Università consorziate: € 900,00 Enti non consorziati: € 1.200,00 La quota di partecipazione individuale è esente IVA ai sensi dell'art. 10, DPR 633/72. Vi informiamo che per le Università associate a UniCOM 2024 l'adesione consente 5 partecipazioni gratuite come da adesione annuale. A partire dalla 6ª partecipazione la quota individuale sarà scontata del 50%.
MODALITÀ DI ISCRIZIONE	Le richieste di iscrizione dovranno pervenire compilando il modulo di iscrizione on-line in home page nella sezione «I PROSSIMI EVENTI FORMATIVI» https://www.coinfo.net/ cliccando sull'evento formativo di interesse.
VERSAMENTO DELLA QUOTA DI PARTECIPAZIONE	Il versamento della quota di partecipazione dovrà pervenire al Consorzio entro 30 giorni dalla data di ricevimento fattura, che sarà emessa a conclusione del Corso di formazione. La domanda di iscrizione impegna l'Università richiedente al pagamento della/e relativa/e quota/e.
SOGGIORNO	La prenotazione dovrà essere effettuata direttamente dai partecipanti.

Contatti



Consorzio Interuniversitario sulla **Formazione**

Sede Legale c/o Università degli Studi di Torino

Via Giuseppe Verdi, 8 – 10124 Torino

Telefono: 011/8129782

Fax: 011/8140483

E-mail: segreteria@coinfo.net

Pec: coinfo1@pec.it

Sito web: www.coinfo.net

Segreteria organizzativa e amministrativa

Via Giambattista Bogino, 2 – 10124 Torino

E-mail: rosanna.audia@coinfo.net

E-mail: doris.micieli@coinfo.net

E-mail: mara.micieli@coinfo.net

E-mail: laura.soave@coinfo.net

Codice Fiscale e iscrizione Reg. Imprese di Torino:
97556790018

Partita IVA: 06764560014

