

New

Social Media Manager nella PA

Migliorare la comunicazione digitale negli enti pubblici

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA16

Negli ultimi anni la Pubblica Amministrazione ha affrontato una trasformazione profonda nella gestione della comunicazione, testimoniata dalla **L.69/2025** che ha previsto **l'istituzione della figura del Social Media e Digital Manager**: i cittadini non sono più spettatori passivi ma interlocutori attivi che chiedono **trasparenza, dialogo e risposte rapide**.

In questo scenario i social media sono diventati un canale essenziale per **informare, ascoltare e costruire fiducia**. Tuttavia, comunicare come ente pubblico richiede competenze specifiche: non basta "essere presenti online", bisogna farlo con **strategia, metodo e consapevolezza istituzionale**.

A chi è rivolto

Il corso è rivolto a professionisti e operatori della **Pubblica Amministrazione** che si occupano — o intendono occuparsi — di comunicazione, informazione e gestione dei canali digitali.

In particolare è pensato per:

- **Addetti alla comunicazione e URP** (Ufficio Relazioni con il Pubblico)
- **Responsabili e collaboratori degli Uffici Stampa** e dei Portali web istituzionali
- **Social Media Manager e digital communicator** di enti locali, Regioni, Ministeri e aziende partecipate
- **Portavoce e addetti alla comunicazione politica e istituzionale**
- **Dirigenti e funzionari** interessati a comprendere il valore strategico della comunicazione digitale nella PA
- **Operatori di front office o segreteria** che gestiscono il contatto diretto con i cittadini anche tramite canali social
- **Giovani professionisti** o consulenti esterni che collaborano con enti pubblici in ambito comunicazione e marketing

Programma

L'evoluzione della comunicazione digitale

- Scenario media sullo stato della comunicazione digitale in Italia e nel mondo
- I Social Media e il loro corretto utilizzo, personale e aziendale
- Il ruolo del Social Media Manager nella PA: funzioni, responsabilità e limiti

Identità digitale dell'ente

- Tone of voice istituzionale e accessibile
- Creare coerenza visiva e narrativa tra i canali digitali
- Casi di successo e "epic fail" di enti pubblici italiani

Strategia di presenza sui social

- Come scegliere i canali giusti (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, YouTube, TikTok)
- Definizione degli obiettivi (informare, educare, coinvolgere, promuovere servizi)
- Target: cittadini, stakeholder, media, istituzioni
- Piano editoriale e calendario dei contenuti

Laboratorio pratico

- Analisi di profili social di enti pubblici reali
- Costruzione guidata di una mini social media strategy
- Discussione collettiva dei risultati

Content strategy e storytelling pubblico

- Storytelling istituzionale: il racconto del “valore pubblico”
- Copywriting per la PA: linguaggio semplice, inclusivo e trasparente
- Uso di immagini, video, infografiche e reel per informare e coinvolgere

Gestione della community

- Ascolto attivo e moderazione nei commenti
- Linee guida per il dialogo con i cittadini online
- Gestione dei troll e delle polemiche
- Netiquette e regolamento di utilizzo dei canali

Gestione delle crisi comunicative

- Come prepararsi a una crisi online (errori, emergenze, attacchi)
- Piano di crisis management digitale per la PA
- Simulazione pratica di una crisi e gestione del flusso comunicativo

Monitoraggio e valutazione

- Misurare l'efficacia della comunicazione (KPI e metriche principali)
- Strumenti di analisi e reportistica (Meta Insights, X Analytics, LinkedIn, Google Data Studio)
- Considerazioni finali



Obiettivi del corso

- Acquisire competenze e strategiche nella comunicazione digitale
- Saper gestire in modo professionale la comunicazione digitale e i social media negli enti pubblici
- Migliorare trasparenza, partecipazione e fiducia dei cittadini



Esercitazioni

- Analisi di profili e canali social privati e di enti pubblici
- Realizzazione contenuti editoriali per piattaforme Social
- Utilizzo degli strumenti di analisi integrati nelle piattaforme Social
- Realizzazione mini social media strategy



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 23 mar al 26 mar

- dal 23 mar al 23 mar
- dal 26 mar al 26 mar

Roma

dal 26 ott al 27 giu