



Via Durando 38a
20158 - Milano - ITALY

Primo Master in Social Network Influence Design in breve SNID.
1.500 ore di cui 360 frontali e 500 di stage. 60 crediti CFU.
Inizio lezioni 7 gennaio 2013. Numero chiuso 30 posti.
www.snid.eu , segreteria@snid.eu

Il percorso formativo si articola in dieci moduli e numerose esercitazioni singole e collettive. La metodologia didattica che vogliamo applicare è un insieme di “**imparare facendo**”, business game, brainstorming e realizzazione di progetti reali direttamente online. Si avete capito, non in un laboratorio ma aperti e giudicati dalla rete.

Intorno ai moduli una doppia cornice di cultura digitale e **personal branding** darà una spinta sinergica allo svolgersi dei diversi argomenti

Dopo un breve allineamento sulle tecniche di marketing passeremo a Contenuti, WEB, Social Networks, Comunicazione Social, Information Intelligence, e quindi INFLUENCE, Interactive Media, Internet of things e p2p Economy.

Il programma include **10 differenti moduli**, alcuni dei quali verranno anticipati nel programma della **Summer School**, tra cui:

1 WEB. Analisi dell'architettura e usabilità del web, affronteremo le tematiche progettuali dei siti, dell'email, dei web magazine e dell'e-commerce. Le logiche di e-cloud, crowd sourcing, gamification e connected home, aprono nuovi fronti e nuove opportunità. Siete già pronti a coglierle?

(I Giornata SSS. Scenario, Evoluzione esponenziale delle Reti, Web, Cloud e Internet delle Cose)

2 Internet of things. L'avvento dei social network non sarà limitato soltanto a tutti i tipi di interazioni tra i semplici esseri umani. Comincia a interessare anche i network tra gli umani e le macchine e le macchine tra di loro. Per macchina intendiamo tutti i dispositivi dotati di indirizzo IP, come i sensori che ci danno le previsioni del tempo, le scarpe o i pneumatici che ci danno percorrenze consumi e diagnosi o i termostati ed elettrodomestici che interagiscono tra loro per ottimizzare i consumi. Non dimentichiamo tutti i nuovi dispositivi e-medical che misurano le nostre pulsazioni, il sonno, l'acidità ecc ecc ecc. Che ruolo volete giocare in questo ambito?

(I Giornata SSS. Scenario, Evoluzione esponenziale delle Reti, Web, Cloud e Internet delle Cose)

3 Social Network. Evoluzione concettuale dei differenti aspetti della condivisione dei contenuti e di location, dating, business e job finding. Studio e logiche dei software di creazione degli SN.
(II Giornata SSS. *Social Network, Comunicazione Social e Regulation*)

4 Comunicazione Social. Come evolve la comunicazione della Marca 2.0 della nuova Social Enterprise. Anche la Politica non può più trascurare questa forma di rapporto e sempre più vedremo nuovi approcci di e-Government e Istituzioni. Tutto il settore non-profit si sta espandendo sui nuovi pubblici. Come applicherete qui la user experience?
(II Giornata SSS. *Social Network, Comunicazione Social e Regulation*)

5 Influence. Il semplice utilizzo della parola influence è in aumento esponenziale sulla rete. L'influenza si può ottenere solo con un duro lavoro di creazione della fiducia. La semplice verità non basta. Ci avviciniamo attraverso l'analisi e l'utilizzo dei fattori che regolano da sempre i rapporti umani. Ci occuperemo del Design e dello sviluppo della reputazione online. È una nuova scienza che possiamo applicare ai singoli, alla marca o anche alla costruzione del prossimo ritrovato orgoglio nazionale?
(IV Giornata SSS. *Influence. Teoria, Analisi, Case History*)

6 Social Corporate. I social network sono i protagonisti di una rivoluzione degli strumenti del marketing, il loro avvento non può che perturbare e modificare anche tutti gli altri canali. Bisogna quindi cercare un nuovo equilibrio che combini le nuove opportunità del social con le caratteristiche dei canali già esistenti. Riscrivere il marketing mix, integrando le potenzialità dei social network con quelle degli altri mezzi. Come comunicare alle aziende il valore di tutto ciò? Attraverso un'attenta misurazione e monitoraggio che converta il risultato di una determinata azione social in termini di vantaggi economici comprensibili dalle aziende.
(V Giornata SSS. *Technology-enabled business models & start-up*)

Questi i temi di cui si potrà avere un'anteprima durante la Summer School.
Il Master tratterà inoltre i moduli:

7 Contenuti

8 P2P Economy

9 Interactive Media

10 Information Intelligence

I lavori prodotti durante le esercitazioni non saranno valutati su base teorica, bensì attraverso il loro effettivo funzionamento online.

Le tesi saranno pubblicate a cura dei nostri sponsor.

Un comitato di **Angel investors** valuterà la reale fattibilità ed il conseguente finanziamento delle migliori idee che dovessero scaturire dall'impegno e dalla creatività dei partecipanti al master.

Seguirà un periodo di **stage** di 500 ore presso un'azienda nella quale i nostri Social Designer potranno mettere a frutto le tecniche apprese.