

METRICHE DELLA COMUNICAZIONE

A.A. 2022/2023

Testi e Metodologia di esame

Il voto finale si basa sulle seguenti prove:

- **Project work sui social media analytics** (lavoro di gruppo per i frequentanti e individuale per i non frequentanti). **Peso: 20%**
- **Project Work sul Media Monitoring analytics** (lavoro di gruppo per i frequentanti e individuale per i non frequentanti). **Peso: 20%**

I gruppi saranno composti in media da 10 persone. Nel caso si vogliano ripetere 1 o entrambe i PW lo studente dovrà sostenere l'esame in modalità non frequentante.

- **Colloquio individuale. Peso 60%**

La votazione finale terrà conto della media ottenuta nelle prove come da pesi sopra indicati.

Testi di esame per tutti

- Dispense a cura del docente (pubblicate sulla pagina personale)
- Stefania Romenti – Misurare il capitale comunicativo (tutto il libro tranne l'ultimo capitolo)
- Vincenzo Cosenza – Social Media ROI (leggere i titoli dei capitoli da studiare perché cambiano a seconda delle edizioni in possesso)

Capitolo 1_ Perché la tua azienda non può ignorare la rete. Solo i seguenti paragrafi:

- Breve storia dell'incontro tra aziende e social media
- Cosa è cambiato nella comunicazione: dal controllo alla cogenerazione dei messaggi aziendali

Capitolo 2_ Creare un programma di misurazione

Capitolo 4_ L'ascolto e la misurazione delle conversazioni **Testi di esame per tutti**

Testi di esame aggiuntivi per i NON frequentanti

- Per Emanuele Invernizzi e Stefania Romenti – Progetti di misurazione (l'esame verte su 3 progetti a scelta dello studente)

Project Work

MEDIA MONITORING PER FREQUENTANTI

Obiettivo

Analizzare la **presenza** sui **media online** (web news) di **una azienda** al fine di **fornire al capo ufficio stampa** un report di sintesi con il **posizionamento quali quantitativo**.

Task

Analisi di 1.000 articoli pubblicati sulle web news (gli articoli verranno forniti dal docente)

Nello specifico la prova consisterà nella:

- compilazione di una scheda analisi del contenuto, con attribuzione dei parametri richiesti
- redazione di un report di ricerca

Gli studenti, dopo aver analizzato gli articoli in base ai parametri definiti nella scheda di analisi del contenuto dovranno essere in grado di **redigere un report di ricerca** che offrirà all'interlocutore (il capo ufficio stampa) un **resoconto strategico del posizionamento dell'azienda sui media**

Il **report**, comprensivo di **grafici** e **commenti** dovrà posizionare l'azienda in termini di:

- Numero articoli e Visibilità (attraverso il mozrank e l'engagement)
- Sentiment
- Topic e Profilo di immagine
- Altro....

offrendo un quadro esaustivo **dell'immagine complessiva** che emerge dai media, dei **punti di forza** e di **debolezza** dell'azienda, delle eventuali **peculiarità** rispetto a topic, testate, etc.

Project Work

MEDIA MONITORING PER NON FREQUENTANTI

Project work sul tema il “**Media Monitoring**”. Nello specifico il project work dovrà contenere:

- nome, cognome e matricola dello studente
- la compilazione di una scheda di analisi del contenuto che comprende un totale di 100 articoli (gli articoli verranno inviati dal docente)
- la redazione di un executive summary

Lo studente dovrà richiedere l’invio degli articoli da analizzare alle email p.aragno@lumsa.it e adriana.causarano@eikonsc.com e stefano.taccone@eikonsc.com. Alle stesse email dovrà essere inviato il project work.

Per ogni appello verrà individuato un corpus di articoli differente. Si consiglia pertanto di richiedere gli articoli relativi all’appello in cui si ritiene di sostenere l’esame orale.

Il project work dovrà essere inviato 15gg prima della prova orale.

Alla consegna seguirà email di conferma di ricezione.

Il giudizio attribuito al project work verrà comunicato per e-mail dello studente che dovrà formalmente accettarlo e attendere conferma di ricezione.

Qualora lo studente voglia rifiutare il voto del project work, dovrà darne comunicazione al docente (alle email suindicate e attendere conferma di ricezione).

In tal caso il project work andrà elaborato di nuovo ed avrà ad oggetto un corpus di articoli diverso.

MEDIA MONITORING PER NON FREQUENTANTI

Per la redazione del project work si consiglia lo studio delle slide a cura del docente sul media monitoring e la parte relativa all'argomento contenuta nel capitolo 5 del testo Misurare il capitale comunicativo.

Il project work sarà strutturato in 2 parti e dovrà contenere:

A. NOME, COGNOME E MATRICOLA DELLO/DEGLI STUDENTI

B. UNA SCHEDA DI ANALISI DEL CONTENUTO

La scheda di analisi verrà fornita in xls e comprenderà la compilazione dei principali KPI di ogni articolo.

Nello specifico:

- Data
- Nome testata
- Titolo dell'articolo
- Sentiment (positivo o negativo)
- Punti di forza e punti di debolezza emersi

Verrà fornito allo studente un corpus di **100 articoli** apparsi sui media tutti relativi alla stessa azienda.

Per aiutare lo studente nella compilazione della scheda, verrà fornita, a titolo esemplificativo, una scheda di analisi del contenuto con un set di articoli e la relativa compilazione dei singoli KPI.

MEDIA MONITORING PER NON FREQUENTANTI

C. UN EXECUTIVE SUMMARY

Lo studente dopo aver analizzato e valutato il sentiment dell'azienda oggetto di analisi dovrà essere in grado di realizzare un executive summary che comprenderà:

- i punti di forza (es. strategie dell'azienda, partnership, riconoscimenti assegnati ai top manager, ecc.)
- i punti di debolezza (es. rapporti con i dipendenti/ sindacati, criticità a livello di qualità del servizio o prodotti, strategie non vincenti, risultati economici in calo, ecc)
- l'immagine complessiva del soggetto in riferimento all'intero corpus di articoli (dall'analisi emerge l'immagine di un'azienda innovativa, di successo, non attenta ai dipendenti, ecc) e relativa motivazione (es. innovativa rispetto al prodotto X immesso sul mercato).

Nella realizzazione dell'executive summary si dovrà tener conto inoltre dell'importanza e delle singole testate.

Per esempio se vi trovate di fronte a 50 articoli negativi e 50 positivi, ma le negatività sono presenti su testate più marginali (es. le testate locali) il sentiment complessivo tenderà ad essere abbastanza positivo

Lo studente dovrà infine tenere conto che lo scopo principale del report è quello di riportare al proprio interlocutore, che in questo caso è il capo ufficio stampa (che conosce alla perfezione gli articoli usciti), un resoconto dettagliato e strategico dei plus e dei minus emersi dai media senza limitarsi a riassumere il contenuto degli articoli.

Nel caso in cui lo studente abbia bisogno di ulteriori dettagli rispetto alla stesura del project work il docente si rende disponibile a fissare un ricevimento in presenza o a distanza.

Project work

SOCIAL MEDIA ANALYTICS PER FREQUENTANTI

Obiettivo

Comparare la presenza su Facebook delle 3 squadre di calcio che hanno ottenuto la maggior crescita in termini di follower nel 2022, per fornire **indicazioni strategiche al responsabile della comunicazione digitale**.

Task

Analisi quali quantitativa degli ultimi 150 post pubblicati nelle rispettive pagine nel 2022 per analizzare:

- Il posizionamento delle singole pagine della pagina delle squadre in termini di fan, engagement, et.
- La comunicazione delle singole squadre in termini di: media post/giorno, tipologia e topic, tone of voice, post con maggiore/minore engagement etc, hashtag, etc
- La community in termini di: tipologia e sentiment dei commenti, emotico, topic dei commenti, etc

Project work

SOCIAL MEDIA ANALYTICS PER NON FREQUENTANTI

Obiettivo

Comparare la presenza su Facebook delle 3 squadre di calcio che hanno ottenuto la maggior crescita in termini di follower nel 2022, per fornire **indicazioni strategiche al responsabile della comunicazione digitale.**

Task

Analisi quali quantitativa di 15 post pubblicati nelle rispettive pagine nel 2022 per analizzare:

- Il posizionamento delle singole pagine della pagina delle squadre in termini di fan, engagement, et.
- La comunicazione delle singole squadre in termini di: media post/giorno, tipologia e topic, tone of voice, post con maggiore/minore engagement etc, hashtag, etc
- La community in termini di: tipologia e sentiment dei commenti, emoticon, topic dei commenti, etc

Lo studente dovrà richiedere i nominativi delle squadre di calcio da analizzare e il periodo di analisi p.aragno@lumsa.it e adriana.causarano@eikonsc.com e stefano.taccone@eikonsc.com. Alle stesse email dovrà essere inviato il project work.

Il project work dovrà essere inviato 15gg prima della prova orale.

Alla consegna seguirà email di conferma di ricezione. **Il giudizio attribuito al project work verrà comunicato per e-mail dello studente che dovrà formalmente accettarlo e attendere conferma di ricezione.** Qualora lo studente voglia rifiutare il voto del project work, dovrà darne comunicazione al docente (alle email suindicate e attendere conferma di ricezione). In tal caso il project work andrà elaborato di nuovo ed avrà ad squadre di calcio e/o periodi di analisi differenti.