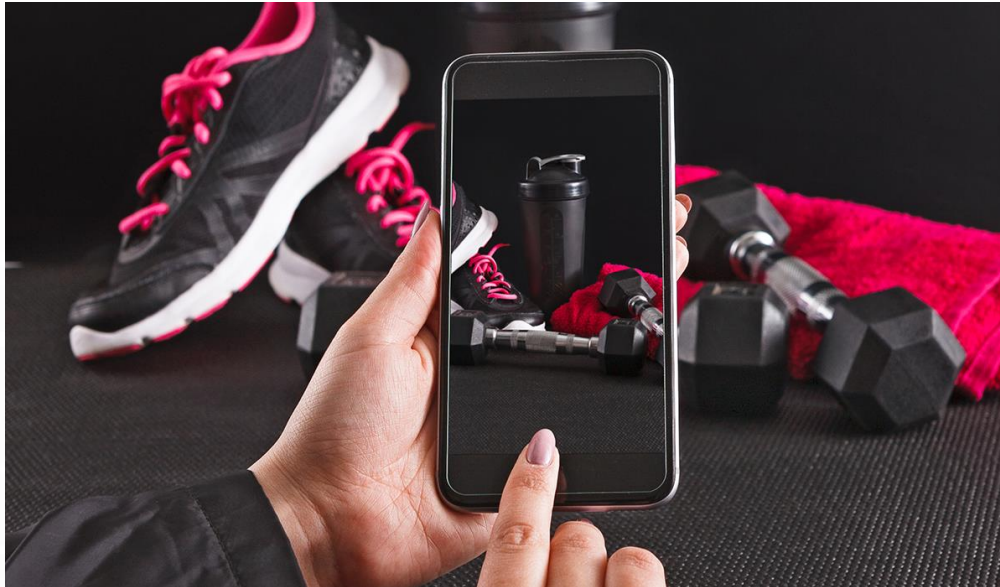




Corso Social Media Manager per lo Sport

Programma didattico

Fase 1 – Prelezione

1. Primo incontro con il docente e introduzione al metodo didattico
2. Valutazione del livello di partenza dell'allievo
3. Perfezionamento degli obiettivi del corso
4. Controllo degli strumenti e dei dispositivi

Fase 2 – Programma Didattico Business

Modulo 1 – Introduzione al social media management nel settore sportivo

- Ruolo del social media manager nel mondo dello sport
- Differenze tra comunicazione sportiva, promozione commerciale e gestione della community
- Analisi dei principali contesti di applicazione: club, associazioni, palestre, centri fitness, eventi e brand sportivi
- Panoramica dei canali digitali più utilizzati nella comunicazione sportiva

Modulo 2 – Fondamenti di comunicazione sportiva digitale

- Principi base della comunicazione online applicata allo sport
- Costruzione del tono di voce e dell'identità digitale
- Definizione di uno stile coerente con il brand sportivo
- Elementi che influenzano il coinvolgimento del pubblico online

Modulo 3 – Analisi del pubblico e definizione degli obiettivi

- Individuazione dei target di riferimento
- Definizione delle buyer personas in ambito sportivo
- Lettura dei bisogni di tifosi, iscritti, clienti e community



Eccezionale | TrustScore 4.8

Offriamo corsi su misura e personalizzati per tutti i livelli, garantendo qualità e risultati grazie a docenti esperti e metodologie all'avanguardia



CHIAMACI GRATUITAMENTE
02 899 195 66



CERTIFICATO DI GARANZIA

- Impostazione degli obiettivi di comunicazione e marketing sui social

Modulo 4 – Strategia editoriale per realtà sportive

- Costruzione di una strategia di contenuto per canali social sportivi
- Scelta di rubriche, temi e frequenza di pubblicazione
- Adattamento della comunicazione ai diversi momenti della stagione sportiva o del calendario attività
- Organizzazione di contenuti istituzionali, promozionali e di intrattenimento

Modulo 5 – Creazione di contenuti per i social sportivi

- Ideazione di contenuti visuali e testuali per post, stories, reel e video brevi
- Applicazione dei principi di storytelling sportivo
- Valorizzazione di attività sul campo, risultati, backstage e momenti di community
- Adattamento dei contenuti ai diversi formati digitali

Modulo 6 – Gestione dei principali canali social

- Utilizzo strategico di Instagram, Facebook, TikTok, YouTube e altri canali utili
- Differenze di linguaggio, formato e funzione tra le piattaforme
- Scelta dei canali più adatti in base al tipo di attività sportiva
- Organizzazione della presenza digitale in modo coerente e continuativo

Modulo 7 – Community management e relazione con il pubblico

- Gestione della community online
- Moderazione dei commenti e delle interazioni
- Tecniche di coinvolgimento e fidelizzazione del pubblico
- Presidio della reputazione digitale della realtà sportiva

Modulo 8 – Piano editoriale operativo e organizzazione del lavoro

- Creazione di un piano editoriale strutturato
- Calendarizzazione dei contenuti
- Organizzazione delle attività ricorrenti
- Coordinamento tra contenuti istituzionali, informativi, promozionali e di engagement

Modulo 9 – Introduzione alle campagne sponsorizzate per il settore sportivo

- Differenza tra contenuti organici e sponsorizzati
- Principi base della promozione social a pagamento
- Definizione di obiettivi, pubblico e budget
- Applicazione delle sponsorizzazioni a eventi, open day, iscrizioni e promozioni sportive

Modulo 10 – Monitoraggio dei risultati e ottimizzazione

- Lettura delle metriche principali dei social media
- Analisi delle performance dei contenuti
- Valutazione dell'engagement e dei segnali di efficacia
- Utilizzo dei dati per migliorare piano editoriale, format e messaggi

Modulo 11 – Gestione dell'immagine e delle criticità online

- Elementi base di crisis management sui social
- Gestione di commenti critici e situazioni delicate
- Errori da evitare nella comunicazione sportiva digitale
- Tutela dell'immagine del brand sportivo online

Modulo 12 – Applicazione operativa del ruolo

- Organizzazione del lavoro del social media manager in contesti differenti
- Gestione social per club, scuole sportive, palestre, centri fitness, tornei ed eventi
- Impostazione di un flusso operativo ordinato
- Simulazione di una gestione social completa per una realtà sportiva

Fase 3 – Preparazione per il lavoro

Grazie alla collaborazione con [CV&Lavoro](#), mettiamo a disposizione dei nostri studenti un supporto professionale e altamente personalizzato che include:

1. Redazione del curriculum vitae, efficace e ottimizzato per i sistemi ATS
2. Creazione di una lettera di presentazione su misura, in linea con il profilo e il percorso formativo
3. Ottimizzazione del profilo LinkedIn, oggi fondamentale per la ricerca di opportunità in ambito digitale e non solo
4. Supporto pratico alla ricerca attiva del lavoro, con strumenti e strategie collaudate
5. Indicazioni su come rispondere agli annunci e proporsi in modo mirato alle aziende
6. Preparazione ai colloqui di lavoro
7. Lezioni pratiche e interattive, con esempi concreti
8. Materiale didattico e assistenza per dubbi, revisioni e miglioramenti"

N.B

Riservata ai privati, non previsto per i corsi aziendali o per gli enti pubblici