



Nome del corso e codice: **Executive Nextgen: innovare la comunicazione istituzionale - M3**

Date delle sessioni, Orari, Sede: 27, 28 e 29 aprile 2026 - 8 e 9 giugno 2026 | CEIDA, Via Palestro 24, Roma e in modalità da remoto

Competence Center: Comunicazione e Marketing Innovativo

Docente	Dott. Mauro Giacchetti - LinkedIn Expert Dott.ssa Monia Ciocioni - TikTok Expert e Strategist della Comunicazione
Info di contatto	Mail: segreteria@ceida.com
Orario ricevimento	Appuntamento da concordare via mail

Descrizione del corso

Il Master Executive NextGen è un percorso formativo avanzato, progettato dal CEIDA in collaborazione con Easy Formazione, dedicato a dirigenti, funzionari, responsabili della comunicazione e professionisti del settore pubblico e privato. L'obiettivo è fornire gli strumenti operativi per governare la trasformazione digitale della comunicazione istituzionale.

Il panorama comunicativo contemporaneo impone alle organizzazioni un cambio di paradigma: non è più sufficiente presidiare i canali digitali, ma occorre padroneggiare strategie integrate che connettano ascolto attivo, produzione di contenuti di qualità, presidio di LinkedIn e TikTok e gestione evoluta delle relazioni con i media tradizionali e digitali.

Al termine del Master gli studenti avranno acquisito conoscenze specialistiche sulla comunicazione istituzionale 4.0, competenze operative per la gestione di piani editoriali multicanale, l'uso dell'Intelligenza Artificiale applicata alla content creation, le tecniche di professional branding su LinkedIn, lo storytelling istituzionale in formato short-video su TikTok e la gestione evoluta dell'ufficio stampa. Si tratta di competenze che abilitano i partecipanti a ricoprire ruoli di responsabilità nella comunicazione strategica di enti e organizzazioni, aumentando la propria leadership professionale e l'impatto comunicativo della struttura di appartenenza.

Obiettivi di apprendimento

Al termine del percorso, i partecipanti saranno in grado di:

- Progettare una strategia di comunicazione istituzionale integrata, partendo dall'ascolto del contesto digitale e dalla mappatura degli stakeholder;
- Costruire e gestire un piano editoriale multicanale (LinkedIn, TikTok, sito, newsletter, ufficio stampa) con approccio data-driven;
- Applicare strumenti di Intelligenza Artificiale alla produzione, ottimizzazione e analisi dei contenuti istituzionali;
- Padroneggiare LinkedIn come piattaforma di professional branding, lead generation e comunicazione istituzionale;
- Utilizzare TikTok come canale di storytelling istituzionale e semplificazione del messaggio complesso;

- Gestire un ufficio stampa moderno integrando media relations tradizionali, comunicazione digitale e misurazione delle performance.

Programma e Contenuti

Questa sezione riporta i programmi delle singole sessioni del Master, articolate in 5 moduli per un totale di 25 ore.

- 1. Modulo 1: Comunicazione Totale — dall'ascolto alla strategia – Data: 27 aprile 2026 – Orario: 11:00 – 16:00**
 - Il nuovo paradigma della comunicazione istituzionale: dalla comunicazione unidirezionale alla conversazione; mappa degli stakeholder digitali; casi studio;
 - Social Media Intelligence e ascolto attivo: strumenti di social listening, monitoraggio della reputazione, analisi del sentiment;
 - Architettura di una strategia integrata: obiettivi SMART, mappatura canali, tono di voce, KPI di impatto reale;
 - Laboratorio pratico: audit della comunicazione digitale del proprio ente/azienda.
- 2. Modulo 2: Strategie dei contenuti e gestione del piano editoriale – Data: 28 aprile 2026 – Orario: 9:00 – 14:00**
 - Content Strategy per la comunicazione istituzionale: i quattro pilastri (informare, educare, coinvolgere, ispirare), content mix, storytelling, User-Generated Content;
 - Il piano editoriale dalla teoria alla pratica: struttura, rubriche, calendario, workflow di approvazione, gestione delle crisi comunicative;
 - Intelligenza Artificiale per la content creation: strumenti IA per testo, immagini e video; prompt engineering; limiti, rischi e fact-checking;
 - Laboratorio pratico: costruzione di un piano editoriale mensile e creazione di contenuti con strumenti IA.
- 3. Modulo 3: LinkedIn tra comunicazione istituzionale, IA e Professional Branding – Data: 29 aprile 2026 – Orario: 9:00 – 14:00**
 - Il contesto strategico di LinkedIn: numeri globali e italiani, funzionamento dell'algoritmo, evoluzioni della piattaforma;
 - Professional Branding su LinkedIn: ottimizzazione del profilo personale, posizionamento come thought leader, gestione della Company Page;
 - LinkedIn e Intelligenza Artificiale: strumenti nativi e esterni, Sales Navigator, lead generation avanzata, webinar in multistreaming;
 - Laboratorio pratico: ottimizzazione live del profilo LinkedIn di ciascun partecipante.
- 4. Modulo 4: TikTok protagonista dello storytelling istituzionale – Data: 8 giugno 2026 – Orario: 11:00 – 16:00**
 - TikTok oltre il pregiudizio: evoluzione della piattaforma, demografia reale, For You Page, casi studio italiani e internazionali;
 - Storytelling istituzionale short-video: hook nei primi 3 secondi, struttura narrativa, CTA, tono di voce, gestione di trend e suoni;
 - Produzione operativa: strumenti di ripresa e montaggio, ottimizzazione tecnica, IA applicata, cross-posting su Instagram Reels e YouTube Shorts;

- Metriche e community management: KPI, TikTok Analytics, gestione commenti, prevenzione dei rischi reputazionali, panoramica TikTok Ads;
- Laboratorio pratico: ideazione, storyboard, ripresa e montaggio di un video TikTok istituzionale in aula.

5. Modulo 5: Gestire l'ufficio stampa moderno — evoluzione e nuove sfide – Data: 9 giugn 2026 – Orario: 9:00 – 14:00

- L'ufficio stampa nell'era digitale: da gatekeeper a hub comunicativo multicanale; nuovo ecosistema mediatico; media list strategiche;
- Strumenti e formati: comunicato stampa nel 2026, media kit multimediale, conferenza stampa ibrida, newsletter istituzionale;
- Piattaforme digitali collaborative: tool di collaborazione, workflow di approvazione, Digital Asset Management;
- Misurazione e reportistica: media monitoring, KPI (copertura, sentiment, share of voice), reportistica alla dirigenza;
- Laboratorio pratico: redazione di un comunicato stampa multicanale e costruzione di un media kit digitale.

Risorse di apprendimento

- Slide e materiali didattici esclusivi forniti dai docenti per ciascun modulo;
- Template operativi: piani editoriali, audit checklist, modelli di comunicato stampa, storyboard short-video;
- Accesso e dimostrazione pratica degli strumenti di Intelligenza Artificiale utilizzati durante le sessioni;
- Casi studio reali con dati e risultati documentati, forniti dai docenti;
- Smartphone personale per il Modulo 4 (laboratorio di produzione TikTok);
- Profilo LinkedIn attivo per il Modulo 3 (laboratorio di ottimizzazione live).

Metodologia di apprendimento

Il Master adotta un approccio blended che combina lezioni frontali, case study reali, laboratori pratici, analisi di best practice, flipped classroom e sessioni di lavoro individuale e di gruppo. Ogni modulo dedica almeno il 40% del tempo a esercitazioni operative, affinché i partecipanti applichino immediatamente quanto appreso al proprio contesto professionale.

Destinatari

- Dirigenti e funzionari di enti pubblici e aziende;
- Responsabili comunicazione e ufficio stampa;
- Social media manager e professionisti della comunicazione istituzionale;
- Consulenti di comunicazione digitale;
- Professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze sulla comunicazione esterna e interna delle organizzazioni.

Prerequisiti

Non sono richiesti prerequisiti formali. È consigliata una conoscenza di base dei principali canali digitali (LinkedIn, TikTok) e la disponibilità di un profilo LinkedIn attivo per il Modulo 3.

Modalità di frequenza e valutazione finale

Il Master è frequentabile per intero (5 moduli — attestato di Master con valutazione in centesimi) oppure a singoli moduli (attestato di frequenza per ciascun seminario). L'attivazione del corso avverrà esclusivamente a seguito di comunicazione scritta da parte del CEIDA, comprensiva della modalità di erogazione (in presenza o a distanza).

Valutazione dell'apprendimento

Il percorso di apprendimento viene valutato in base ai seguenti criteri:

Gli studenti vengono valutati attraverso tre componenti: partecipazione attiva ai moduli e ai laboratori pratici (30%), project work finale applicativo (40%) consistente nella costruzione di un piano editoriale integrato su LinkedIn/TikTok o di un media kit istituzionale riferito al proprio ente/azienda, e test finale a risposta multipla sui contenuti dei 5 moduli (30%). Il project work può essere svolto in forma individuale o di gruppo (max 3 partecipanti) e viene consegnato via mail alla segreteria didattica entro 30 giorni dalla conclusione del Master. L'attestato di Master con valutazione finale in centesimi è rilasciato ai partecipanti che abbiano frequentato l'intero percorso e superato almeno il 60% del test a risposta multipla.

Assessment	Peso % sulla valutazione
Partecipazione attiva ai moduli e ai laboratori pratici	30%
Project work finale (piano editoriale o media kit istituzionale)	40%
Test finale a risposta multipla (soglia 60% per l'attestato di Master)	30%

Politiche di Valutazione dell'apprendimento

- **Consegna degli assignment:** il project work finale deve essere consegnato via mail alla segreteria didattica entro 30 giorni di calendario dalla conclusione del Master. Ogni settimana di ritardo comporta la detrazione di 5 punti su 100 dalla valutazione finale. Ritardi superiori a 30 giorni dalla scadenza comportano l'esclusione dalla valutazione e il rilascio del solo attestato di frequenza. In caso di impedimenti documentati è possibile richiedere una proroga motivata alla segreteria CEIDA.
- **Modifica degli assignment:** il project work è modificabile fino a 5 giorni prima della scadenza di consegna. Oltre tale termine non sono ammesse ulteriori revisioni.

Sintesi del percorso di apprendimento

Sessione	Data	Orario	Docente
1	27 aprile 2026	11:00 – 16:00	M. Giacchetti + M. Ciocioni
2	28 aprile 2026	9:00 – 14:00	M. Giacchetti + M. Ciocioni
3	29 aprile 2026	9:00 – 14:00	M. Giacchetti
4	8 giugno 2026	11:00 – 16:00	M. Ciocioni
5	9 giugno 2026	9:00 – 14:00	M. Giacchetti

Letture consigliate

Si suggeriscono i seguenti materiali per approfondire i temi del Master:

- Materiali didattici e dispense forniti in aula dai docenti Giacchetti e Ciocioni;
- Report annuali di settore su LinkedIn Italia (LinkedIn Marketing Solutions);
- Report annuali di settore su TikTok (TikTok for Business);
- Pubblicazioni AGCOM e AgID in tema di comunicazione istituzionale digitale della Pubblica Amministrazione;
- Casi studio internazionali forniti dai docenti per ciascun modulo.

Profilo docenti

Dott. Mauro Giacchetti — LinkedIn Expert

Formatore, Brand Ambassador e docente presso Hermes University ed Edulia (Treccani Academy). Riconosciuto come uno dei LinkedIn Expert più influenti in Italia. Co-fondatore di Easy Formazione, ha affiancato oltre 1.500 clienti e formato più di 100 studenti universitari. La sua expertise copre l'intero spettro della comunicazione LinkedIn: ottimizzazione di profili e Company Page, piani editoriali SEO-friendly, lead generation, social recruiting, Sales Navigator e webinar in multistreaming, con approccio data-driven.

Dott.ssa Monia Ciocioni — TikTok Expert e Strategist della Comunicazione

Imprenditrice, co-fondatrice di Easy Formazione, docente universitaria presso Hermes University e La Sapienza di Roma. Strategist della comunicazione e dei processi formativi, ha sviluppato una competenza verticale sul posizionamento istituzionale su TikTok, progettando strategie short-video per enti,

professionisti e organizzazioni. Il suo approccio integra la psicologia della comunicazione con metodologie proprietarie e con la formazione in leadership, mindfulness e personal branding.

RACCOMANDAZIONE IMPORTANTE

Si informa che l'attivazione del corso avverrà esclusivamente a seguito di comunicazione scritta da parte del CEIDA.

Pertanto, si sconsiglia vivamente di effettuare prenotazioni o acquisti di titoli di viaggio, pernottamenti o altri servizi connessi, prima di aver ricevuto tale conferma ufficiale, comprensiva della modalità di erogazione del corso (in presenza o a distanza).

CEIDA declina ogni responsabilità per eventuali spese sostenute anticipatamente e non potrà essere ritenuto in alcun modo tenuto a rimborsi o compensazioni di natura economica o altra.