

**SCHEDA WORKSHOP**

Anno Accademico 2023/2024

**Titolo Workshop:**

Social Strategies for Brands – Valori, interazioni e strategie sulle piattaforme social

**A cura di:**Indicare docente che propone il workshop: Lorenzo Iervolino  
docente che tiene il workshop: Marinela Marku e Gaia D'Agnelli**Indirizzato a:**

- tutti gli studenti

**Numero partecipanti:**

min12/max 22

**Requisiti/supporti richiesti:**

LAPTOP/IPAD E MOBILE

**Durata e Crediti:**

30 ore – 2 crediti

**Periodo di svolgimento:**

3/7 marzo 2025

**Giorni, orari, aule di svolgimento, supporti:**Lunedì 3 marzo dalle 9.00 alle 16.00 (1 ora pausa pranzo)  
Martedì 4 marzo dalle 9.00 alle 16.00 (1 ora pausa pranzo)  
Mercoledì 5 marzo dalle 9.00 alle 16.00 (1 ora pausa pranzo)  
Giovedì 6 marzo dalle 9.00 alle 16.00 (1 ora pausa pranzo)  
Venerdì 7 marzo dalle 9.00 alle 16.00 (1 ora pausa pranzo)**SEDE RUFA LIBETTA – AULA G14****Breve descrizione:**

Il workshop è tenuto da Marinela Marku, imprenditrice digitale, Creator e Social Strategist tra le più in vista nel panorama nazionale.

Gli obiettivi comprendono l'acquisizione pratica di skills per una comunicazione multicanale dei brand, dal primo contatto, allo studio del mercato, alla creazione di una strategia social multicanale, passando poi alla creazione contenuti profilati e al loro monitoraggio. Particolare attenzione ai feature più aggiornate e alle piattaforme social più usate.

Mod. 05-11-C - Rev. 0 del 10-01-2018

Il workshop vuole inoltre integrare le competenze dei corsi Rufa, con un impatto diretto rispetto alle richieste del mercato e dei profili nel mondo del design, della comunicazione e della grafica digitale.

**Breve Biografia - Marinela Marku.**

All'età di 14 anni ha creato da zero la sua prima pagina, portandola a 20.000 follower. A 16 anni ha raggiunto i 12.000 follower sul proprio profilo personale, mentre a 18 ha iniziato a gestire il suo primo profilo aziendale, ottenendo 40.000 follower in un solo mese e totalizzando 7 milioni di visualizzazioni. A 21 anni ha fondato la sua società di comunicazione, che oggi conta un team di sette persone, tutte donne. Il metodo di comunicazione adottato si basa sui video, lo stesso che ha decretato il successo del profilo di Marinela. Attualmente, l'agenzia gestisce una media di 30 clienti al mese, tra coloro che partecipano ai percorsi di formazione e aziende che affidano la gestione dei propri social media.