

COMMISSIONE SOCIAL MEDIA
prof. Enrico Bonetti

Relazione sulle attività svolte nel corso dell'anno 2024

Il **gruppo di lavoro** incaricato di gestire gli account social (Instagram e Facebook) del Dipartimento di Economia è composto da un gruppo di circa dieci studenti, coordinati dai proff. Enrico Bonetti e Andrea Lepore.

I componenti del gruppo sono selezionati annualmente dai coordinatori, tra un gruppo di studenti che si candidano volontariamente e che sono iscritti al primo ed al secondo anno dei corsi di laurea magistrale del Dipartimento. Una tale configurazione del gruppo di lavoro consente di tenerlo sempre vivo e in attività, in quanto, ogni anno, gli iscritti al secondo che si laureano e devono lasciare il gruppo di lavoro vengono sostituiti da nuovi studenti iscritti al primo anno.

La linea editoriale che è stata definita per questi canali di comunicazione identifica i seguenti **target**, elencati in ordine di priorità:

1. Studenti attuali e matricole, con l'obiettivo di aumentare il senso di appartenenza e di informare sulle attività e i servizi offerti dal Dipartimento;
2. Studenti potenziali, con l'obiettivo di attrarre nuovi immatricolati;
3. Community del Dipartimento (personale docente e amministrativo), con l'obiettivo di aumentare il senso di appartenenza e di informare sulle attività del Dipartimento
4. Stakeholders e opinione pubblica, con l'obiettivo di accrescere la visibilità e autorevolezza riconosciuta al Dipartimento.

I **contenuti** veicolati attraverso gli account social del Dipartimento comprendono:

- Storie, che sono tenute in evidenza per 24 ore e che riguardano contenuti "effimeri", cioè che sono di interesse solo per alcuni giorni (ad esempio, eventi o conferenze). Le storie pubblicate, trascorse le 24 ore, sono poi conservate in cartelline tematiche nella sezione "storie in evidenza", così da rendere sempre accessibili tutti i contenuti pubblicati e da tenerne memoria. Ad esempio, tra le storie in evidenza vi sono: Eventi 2024, Placement, Avvisi, Orientamento, ecc.
- Post, che hanno ad oggetto contenuti più durevoli, cioè che rimangono interessanti anche a distanza di settimane/mesi dalla loro pubblicazione. I post sono di varia natura, e comprendono: 1) caroselli divulgativi relativi a temi e notizie di interesse per uno studente di economia (come quelli legati ad eventi di attualità, a specifiche aziende o fenomeni economici); 2) contenuti, che vengono pubblicati e ripubblicati periodicamente, che illustrano aspetti quali, ad esempio l'offerta formativa Dipartimento; 3) rubriche periodiche come "V: life", nella quale vengono intervistati studenti in merito ad aspetti specifici della vita universitaria, oppure "V: insider", che illustra alcuni dei servizi offerti dall'Ateneo e dal Dipartimento.
- Reel, cioè brevi video che possono avere sia un taglio informativo/divulgativo, che un taglio più ludico/emozionale.

Complessivamente, nel corso del 2024 sono stati pubblicati

- oltre 100 post
- oltre 220 storie



I **risultati** raggiunti in termini quantitativi e qualitativi sono estremamente positivi; nello specifico, nel corso dell'ultimo anno, i **follower** dell'account Instagram sono arrivati a oltre 3.700, con un aumento di circa il 6% rispetto all'anno precedente. L'account Instagram del Dipartimento di Economia risulta di gran lunga quello con il maggior numero di follower tra tutti i dipartimenti dell'Università della Campania "Luigi Vanvitelli".

Mediamente l'account Instagram riceve oltre 100 visite al giorno (anche da ex studenti ormai laureati, segno del legame che si è riusciti a creare con questo canale di comunicazione).

Inoltre, l'**engagement rate**, il parametro che indica il livello di interesse mostrato rispetto ai contenuti pubblicati dall'account, misurato dal numero di interazioni (like, commenti, condivisioni, ecc.) generate da ciascun contenuto è del 6,08% (+30% rispetto all'anno precedente), valore estremamente elevato per un account con un numero di follower di questa entità. Inoltre, sono numerosi i contenuti (storie o post) che hanno singolarmente raggiunto diverse migliaia di visualizzazioni (fino a oltre 6.000) e svariate centinaia di interazioni.

Capua, 12 novembre 2024

Prof. Enrico Bonetti