

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA  
PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2011 – 2012**

Titolo della tesi: **Social Network e aziende: adattare la comunicazione al medium**

Autore: Raffaele Favale

**Abstract**

Le aziende già da qualche anno non possono più fare a meno di essere presenti in rete, ora essere presenti non basta. La diffusione dei social media ha mutato radicalmente il modo di comunicare il brand. Le aziende ora dialogano, condividono e si confrontano con i propri clienti. Il rapporto è radicalmente mutato. La comunicazione è sempre meno “monolitica” e autoritaria, muovendosi verso una dimensione sempre più sociale, condivisa e interattiva. Il brand è ora un utente fra gli utenti, i fans non sono altro che contatti che vanno coltivati e fidelizzati, fatti crescere e curati.

Durante il tirocinio mi sono occupato della gestione di diverse brand pages, in diversi settori e su varie piattaforme.

Questo elaborato ha lo scopo di approfondire l'attività svolta, mettendo in relazione l'evoluzione del web con il modo di comunicare delle aziende, esaminando le tecniche e i metodi di rilevazione dei risultati, così come gli strumenti di analisi utili ad “ascoltare” la rete, per pianificare una strategia di comunicazione efficace.