

I social network dell'Università di Padova

Policy interna

L'Università di Padova raccoglie in questa policy regole e indicazioni pratiche per la corretta gestione dei social network delle strutture e dei corsi dell'ateneo di Padova quali, ad esempio, dipartimenti, centri, gruppi di ricerca, corsi di laurea, master.

Attenersi alla policy è condizione necessaria per essere accreditati nell'elenco dei social network ufficiali dell'Università di Padova consultabile a questo link <http://www.unipd.it/socialmedia>.

Il settore Web e social media, che gestisce i social network istituzionali (vedi elenco in calce) attuando la politica comunicativa dell'Ateneo, è a disposizione via [mail](#) per offrire supporto e consulenza su argomenti non disciplinati dalla policy ma altrettanto importanti per un'efficace gestione dei social network: le strategie, le priorità e gli obiettivi di comunicazione.

Regole per gli amministratori di social network: come aprire e gestire un account ufficiale

1. Apertura e scelta del nome

Le strutture dell'Ateneo che vogliono aprire un account di social network devono necessariamente comunicarlo online sul [modulo di accreditamento](#) al settore Web e social media. Gli account già esistenti devono accreditarsi online quanto prima. Gli account accreditati saranno consultabili a questo [link](#).

Su Facebook è necessario vengano aperte e usate pagine e non profili.

È obbligatorio che il nome dell'account contenga per esteso la dicitura "Università di Padova" o "Unipd" (ad es. "DSEA - Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali Unipd" e "Centro Linguistico di Ateneo - Università di Padova"). Fin dal nome, infatti, il pubblico deve collegare con immediatezza e facilità l'account all'Università di Padova.

2. Responsabilità, privacy, informazioni confidenziali e copyright

Gli amministratori dell'account sono responsabili dei contenuti pubblicati, della sicurezza degli accessi e della protezione delle password.

È vietato divulgare informazioni confidenziali di cui gli amministratori siano a conoscenza in ragione del proprio rapporto professionale con l'Ateneo e postare informazioni di natura personale dei singoli (ad esempio, dati personali e matricola di studenti, impiegati, docenti, etc.).

È vietato pubblicare video o foto che ritraggono minori riconoscibili e adulti di cui non si abbia espressa liberatoria.

È necessario accertarsi di non infrangere alcun diritto di proprietà intellettuale prima di pubblicare un contenuto. La condivisione del contenuto interessante, ma non proprietario, può essere una buona soluzione.

È necessario rispettare i termini e le condizioni d'uso stabiliti da ciascun social network.

3. Scelta e pubblicazione dei contenuti

I social network contribuiscono alla diffusione di informazioni, eventi, servizi e opportunità della struttura con lo scopo di rafforzare la comunità online di persone interessate alla stessa, le relazioni con gli stakeholders e l'immagine dell'Ateneo. Tuttavia le informazioni divulgate, in particolare quelle di pubblicità legale o di utilità pratica per il pubblico (ad es. bandi, opportunità formative e culturali), devono essere presenti anche nel sito web istituzionale e non possono essere comunicate esclusivamente sull'account.

Per essere efficaci sui social network è importante:

- presidiare con regolarità l'account pubblicando contenuti con frequenza e rispondendo sempre, rapidamente e con cortesia ai commenti e ai messaggi del pubblico (vedi indicazioni più dettagliate al paragrafo 4);
- pubblicare informazioni verificate e contenuti coerenti con lo scopo e gli obiettivi dell'account e in linea con l'immagine e la visione dell'Ateneo;
- valutare i following e i collegamenti con altri account esterni all'Università di Padova evitando di abbinare il proprio nome e quello dell'Ateneo a pagine o profili di scarsa qualità e dubbia attendibilità (ad es. dei quali non sia chiara la fonte e l'autore o che, per la loro natura politica o ideologica, esprimono posizioni che possano essere attribuite erroneamente all'Ateneo);
- inserire la policy esterna dell'Ateneo come link (<http://bit.ly/PSunipd>) nella sezione "Informazioni" dell'account.

È vietato promuovere offerte o attività commerciali di terzi.

Vi consigliamo, in linea generale, di monitorare i social network istituzionali dell'Università di Padova, per essere sempre aggiornati sulla linea editoriale dell'Ateneo e di contattare in caso di necessità il settore Web e social media per supporto e consigli (i contatti sono in calce).

4. Moderazione dei commenti del pubblico

I commenti ricevuti attraverso i social network dell'Università di Padova sono considerati feedback importanti per la struttura e sono quindi incoraggiati.

Come però indicato nella policy esterna (<http://bit.ly/PSunipd>) gli amministratori devono invitare gli utenti a usarli in modo responsabile e corretto, eliminando tempestivamente commenti che recano offese, ingiurie, insulti, dichiarazioni volgari, irrispettose, inadeguate o annunci di natura e interesse strettamente personali, messaggi commerciali o politici, spam. La policy esterna deve essere inserita come link (<http://bit.ly/PSunipd>) nella sezione "Informazioni" di ogni account.

Tutti i commenti devono essere costantemente monitorati e moderati.

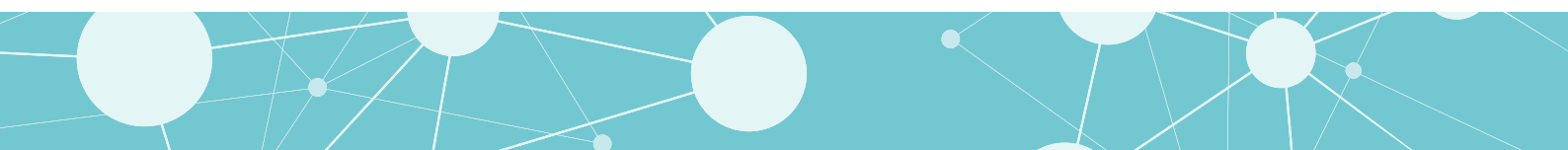
Le risposte ai commenti devono essere ponderate prima della loro pubblicazione, in considerazione del fatto che l'amministratore non esprime la sua opinione personale, ma quella dell'istituzione che rappresenta. L'amministratore non può infatti inserire riferimenti alla sua esperienza individuale né scrivere in prima persona.

Le risposte devono essere sempre rispettose di tutti gli stakeholders dell'Università e del pubblico in generale.

5. Scelte grafiche e uso delle immagini

In questa sezione si mostrano graficamente le scelte più efficaci per rendere i social network più belli, interessanti e autorevoli, indicando misure e opzioni per inserire e modificare le immagini pubblicate dagli account.

In generale, per l'immagine profilo e l'immagine cover dell'account, si raccomanda di scegliere fotografie e



grafiche che rappresentano e identificano con chiarezza la struttura o l'attività che si sta comunicando.

Sull'uso del logo della struttura e/o dell'Ateneo, è necessario attenersi alle regole di [Corporate identity](#)

Nel caso in cui non si disponga di immagini adeguate, l'Ateneo mette a disposizione l'accesso a un database di file di qualità: la richiesta di immagini va inviata via [mail](#) al settore Web e social media.

A seguire il vademecum grafico per ciascun social network.

6. Suggerimenti e contatti

Il Settore web e social network è a disposizione per consulenze, ulteriori informazioni o richieste via [mail](#).

Valentino Callegari 049.8271588 (responsabile del Settore)

Pietro Osti 049.8271548

socialmedia@unipd.it

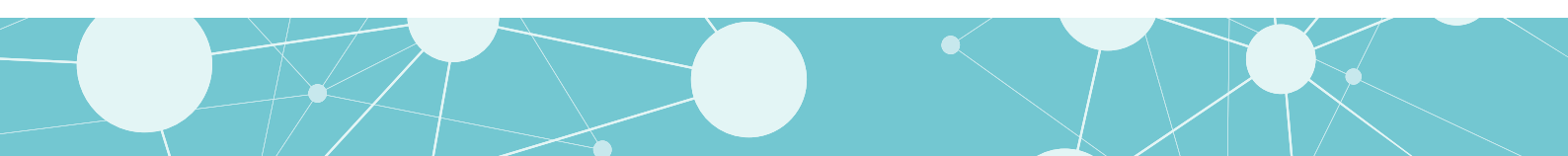
I canali gestiti dal settore Web e social media sono:

Università di Padova: [Facebook ita](#) [Facebook en](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [Youtube](#) [Linkedin](#)

RadioBue.it: [Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [Youtube](#)

Il Bo magazine: [Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#)

IIViviPadova: [Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#)



Facebook

è un servizio di rete sociale basato su una piattaforma software che permette la pubblicazione e la condivisione di contenuti di diverso formato (testuali, visuali, video). In Facebook si possono aprire profili (per le persone), pagine (per le aziende e le istituzioni), gruppi ed eventi. Per invitare alla conversazione un altro utente, o per fargli semplicemente sapere che parliamo di lui, si usa la *mention*, il suo nome specifico preceduto dal simbolo @ che nelle pagine è indicato sotto l'immagine profilo e il nome della pagina. Per l'account istituzionale di Ateneo la *mention* è @universitapadova

immagine profilo
dimensioni minime: 180x180 px
dimensioni ottimali: 320x320 px

Tenere presente che l'immagine profilo nelle interazioni verrà tagliata in formato rotondo; è consigliabile occupare la parte centrale dell'area

immagine cover
dimensioni minime: 828x315 px
dimensioni ottimali: 1656x630 px
La visualizzazione della cover varia in base al dispositivo che si sta utilizzando (mobile, tablet, desktop); l'area che resta sempre visibile è quella centrale, per una larghezza di 563 px, indicata dal tratteggio

Università degli Studi di Padova
@universitapadova

Home

Informazioni Aggiungere nella sezione "Informazioni" la frase: "Policy esterna <http://bit.ly/PSunipd>"

Share ...

Scopri di più

Netiquette

Post

Video

Foto

Instagram

YouTube

Twitter

Pubblicazioni

Community

Eventi

College & University in Padua, Italy

Università degli Studi di Padova
October 14 at 12:17pm · 🌐

Anche il personale tecnico amministrativo dell'Ateneo può partecipare al programma Erasmus+ e trascorrere un periodo di formazione all'estero. Consulta il Bando 2017-18, la scadenza per presentare la domanda è il 13 novembre

immagine link
in alcuni casi l'immagine generata automaticamente dal link risulta sgranata; è quindi possibile tentare di aggiungere o modificare l'immagine (dimensioni consigliate 1200x630 px)

Staff Mobility for Training | Università di Padova
UnIPD
UNIPD.IT

Mi piace Commenta Condividi

Top Comments

Università degli Studi di Padova
October 13 at 6:15pm · 🌐

Festeggiamo 30 anni di crescita personale, emozioni e ricordi indelebili: il progetto Erasmus+ compie gli anni! Appuntamento a venerdì 20 ottobre all' Orto botanico di Padova con un talk condotto da Federico Taddia e con la musica di Joan Thiele.
Prenotazione online obbligatoria: <http://bit.ly/2yAkxF3>
Erasmus+ Indire

immagine post
è possibile aggiungere immagini al post effettuando un upload. Le dimensioni consigliate sono:
immagine rettangolare: 1200x628 px
immagine quadrata: 1200x1200 px

ERASMUS+
UNA STORIA LUNGA
30 ANNI

L'UNIVERSITÀ DI PADOVA
festeggia i 30 anni del programma

ORTO BOTANICO DI PADOVA

Twitter

è una piattaforma di microblogging particolarmente adatta a comunicare notizie e fornire una copertura live agli eventi. Gli update sono detti “tweet” e hanno un numero di caratteri limitato. Nei tweet si può citare un altro utente per invitarlo alla conversazione o per fargli semplicemente sapere che parliamo di lui: usiamo allora la *mention*, il suo nome specifico preceduto dal simbolo @ che negli account è indicato sotto l’immagine profilo e il nome dell’account stesso.

Per l’account istituzionale di Ateneo, la *mention* è **@unipadova**

Per etichettare il tweet e “correlarlo” a un argomento si usa l’*hashtag*, una o più parole non separate da spazi e precedute dal simbolo #. Per l’account istituzionale di Ateneo, l’*hashtag* è **#unipd**



immagine tweet
per aumentare l’efficacia del tweet, si consiglia di aggiungere un’immagine. Le immagini vengono tagliate e visualizzate parzialmente se non rispettano le dimensioni consigliate, che sono:
immagine rettangolare: 1024x512 px
immagine quadrata: 506x506 px

Un Silent Party a Palazzo del Bo

Al momento del caricamento è possibile taggare sull’immagine altri profili twitter, ovvero associare l’immagine senza dover inserire una mention nel testo e gravare sulla lunghezza massima del tweet.

Questa funzione è utile ad aumentare la diffusione del tweet per cui, in base al contenuto da pubblicare, possono essere taggati sull’immagine:
- eventuali partner e altri attori coinvolti nell’iniziativa
- media, associazioni, istituzioni potenzialmente interessati alla nostra notizia e in grado di diffonderla
- promotori della causa

Aggiungere alla fine della descrizione il link alla policy di ateneo <http://bit.ly/PSunipd> il link della struttura può essere aggiunto alla voce link sottostante

Riportare all’interno del tweet un hashtag già esistente e molto utilizzato dagli utenti relativamente all’argomento twittato, o un hashtag in tendenza, può contribuire molto alla diffusione del messaggio

Tendenze in Italia - Modifica

- #2Novembre @Radio3tweet, @Radio24_news e altri 5 stanno twittando su questo argomento
- #DettoFattoRai
- #Ghoulam @Radio24_news sta twittando su questo argomento
- #ZaynOnBillboard 6.781 Tweet
- #Regeni @RaiNews, @SkyTG24 e altri 3 stanno twittando su questo argomento
- Caduti
- Cambridge 17900 Tweet
- Pier Paolo 3.264 Tweet
- Il 4 13100 Tweet
- Domenica 5

YouTube

è una piattaforma web che consente la pubblicazione, la condivisione e la visualizzazione in rete di video originali. I video sono corredati da un titolo e una breve didascalia e al momento del caricamento devono essere inseriti i *tag*, parole che rappresentano il contenuto del video e facilitano il suo ritrovamento nei risultati dei motori di ricerca.

immagine profilo
dimensioni ottimali:
800x800 px

immagine cover
dimensioni minime: 2048x1152 px
dimensioni ottimali: 2560x1440 px
La visualizzazione della cover varia in base al dispositivo che si sta utilizzando (mobile, tablet, desktop); l'area che resta sempre visibile è indicata dal tratteggio e misura 1546x423 px. In modalità TV, l'immagine diventerà lo sfondo pieno del canale, in proporzione 16:9

www.unipd.it

UniPadova

PERSONALIZZA CANALE
CREATOR STUDIO

HOME PAGE
VIDEO
PLAYLIST
CANALI
DISCUSSIONE
INFORMAZIONI
Q

HEY BUDDY! I Buddy Erasmus 2016/17 raccontano
UniPadova
Le video interviste degli studenti che hanno partecipato al progetto "Buddy" realizzate in occasione dei Welcome Days dedicati agli studenti internaz...

Nella sezione "Informazioni" aggiungere la frase: "Policy esterna <http://bit.ly/PSunipd>"

L'Università si presenta - introducing the University

SEdici UNIPD...
UniPadova

SCEGLI CON NOI IL TUO DOMANI 2017
UniPadova

NOI SIAMO - WE BELONG University of Padova
UniPadova

WELCOME DAYS!
UniPadova

Suole, Dipartimenti e Corsi di studio RIPRODUCI TUTTI

Le attività di ricerca e didattica dei dipartimenti di Ateneo.

Il corso di laurea in ECONOMIA all'Università di
UniPadova

Economics and Finance - 2nd cycle degree course held in
UniPadova

Business administration - 2nd cycle degree course held
UniPadova

Entrepreneurship and Innovation - 2nd cycle degree
UniPadova

Organizzare i video in "playlist", cartelle tematiche che raggruppano i video caricati. Un video può essere visualizzato in più playlist

LinkedIn

è un social network basato principalmente su reti di contatti professionali, il profilo degli utenti infatti è simile a un curriculum. Dal punto di vista aziendale è particolarmente adatto a instaurare relazioni, diffondere comunicazioni o promuovere iniziative pensate per specifici gruppi di persone accomunate dalla professione o dal background formativo. Inoltre è un valido strumento per rafforzare l'immagine aziendale.

Immagine cover dimensioni minime: 1192x220 px
dimensioni ottimali: 1536x768 px

immagine profilo

dimensioni ottimali: 300x300 px

Aggiungere alla fine della descrizione il link alla policy di ateneo <http://bit.ly/PSunipd> il link della struttura può essere aggiunto alla voce link sottostante

immagine del post (o update):

dimensioni minime: larghezza di almeno 200 px

dimensioni consigliate: immagine con proporzioni 1.91:1 (ad es. 1200x627 px)

Instagram

è un social network fotografico in cui immagini di alta qualità sono accompagnate da una breve didascalia che deve comprendere numerosi *hashtag* ed eventuali *mention*. Gli *hashtag* hanno la funzione di etichettare la foto e “correlarla” a un argomento: sono una o più parole, non separate da spazi, precedute dal simbolo #. Per l’account istituzionale di Ateneo, l’*hashtag* è #unipd. Le *mention* hanno la funzione di citare un account instagram esistente, per fargli sapere che si parla di lui o per coinvolgerlo nella discussione. Su instagram corrisponde al nome dell’account. Per l’account istituzionale di Ateneo, la *mention* è @unipd. Instagram offre la possibilità di pubblicare le *stories*, immagini visibili cliccando l’immagine profilo che durano 24 ore. Instagram esprime maggiori potenzialità nella versione mobile.

The image shows a mobile screenshot of the Instagram profile for 'unipd'. The profile picture is the University of Padua seal. The bio includes the name 'Università di Padova', category 'College e università', and a description: 'L'account Instagram ufficiale dell'Università di Padova'. It also lists the website 'www.unipd.it/' and the address 'via 8 febbraio 2, Padua, Italy'. The post grid shows a 3x3 grid of images, with the top-left image highlighted in purple. Two callout boxes provide technical specifications for the profile picture and the post grid images.

immagine profilo
dimensioni minime: 110x110 px
dimensioni ottimali: 160x160 px

immagine post
dimensioni ottimali: 1080x1080 px