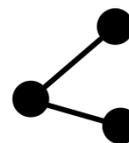




Università
Ca'Foscari
Venezia



Ca' Foscari
Social

Policy interna

Linee guida per la gestione dei Social Network di Ateneo

L'Università Ca' Foscari Venezia è presente nei Social Network con i seguenti canali istituzionali, gestiti dall'Ufficio Comunicazione e Relazioni con il Pubblico:



Università Ca' Foscari Venezia - ITA
Venezia [facebook.com/cafoscarivenezia](https://www.facebook.com/cafoscarivenezia)



Ca' Foscari University of Venice - ENG
[facebook.com/cafoscarinternational](https://www.facebook.com/cafoscarinternational)



Unive Ca' Foscari
twitter.com/CaFoscari @CaFoscari



Ca' Foscari University
[instagram.com/cafoscariversity](https://www.instagram.com/cafoscariversity) @cafoscariversity



Youcafoscarivenezia
[youtube.com/youcafoscarivenezia](https://www.youtube.com/user/youcafoscarivenezia)



Università Ca' Foscari Venezia
[linkedin.com/company/università-ca'-foscarivenezia](https://www.linkedin.com/company/università-ca'-foscarivenezia)



Università Ca' Foscari Venezia
[flickr.com/cafoscarivenezia/](https://www.flickr.com/photos/cafoscarivenezia/)

Oltre ai canali istituzionali esistono anche i canali ufficiali direttamente gestiti dalle singole strutture dell'Ateneo, elencati su unive.it/social.

Regole per gli amministratori: come aprire e gestire un canale ufficiale di Ateneo

1. Autorizzazione all'apertura

Per aprire un account ufficiale di un Social Network collegato all'Università Ca' Foscari Venezia, la struttura interessata deve fare richiesta di autorizzazione compilando online il [Modulo richiesta nuovo account Social](#). L'Ufficio Comunicazione e Relazioni con il Pubblico darà riscontro via email alla richiesta entro 10 giorni lavorativi dal ricevimento.

Non è quindi consentito aprire nuovi canali ufficiali senza aver prima ricevuto l'autorizzazione dall'ufficio Comunicazione e Relazioni con il Pubblico.

2. Nome dell'account e veste grafica

Nome

Per facilitare l'identificazione dei Social Network ufficiali di Ateneo da parte dell'utenza, il nome del nuovo account dovrà contenere obbligatoriamente per esteso una delle seguenti diciture:

- Università Ca' Foscari Venezia
- Ca' Foscari Venezia
- Ca' Foscari

Ca' Foscari Social è a vostra disposizione per aiutarvi a trovare la soluzione migliore per il nuovo account: social@unive.it

Informazioni account

Nello spazio dedicato alle informazioni sull'account:

- specificare in quale rapporto si trova con l'Università (es: Pagina Facebook di Ca' Foscari Tour: visite guidate nei palazzi storici dell'Università Ca' Foscari Venezia);
- indicare il link alla policy esterna (italiano: bit.ly/cfpol, inglese bit.ly/cfpol_en);
- se lo spazio lo permette, indicare il link al canale istituzionale attraverso il quale l'Università Ca' Foscari Venezia è presente in quel Social Network (es. per Facebook: inserire facebook.com/cafoscaritour e facebook.com/cafoscariversity; per Twitter: inserire @cafoscaritour);
- il link alla parte del sito di Ateneo dedicata all'attività/struttura che si sta promuovendo, se presente (es. nella pagina Facebook di Ca' Foscari Tour: www.unive.it/cafoscaritour).

Immagine del profilo

Si raccomanda di scegliere l'immagine che più rappresenta e identifica l'attività che si sta promuovendo (ad es. un logo). Si consigliano le misure indicate alla tabella 1.

Immagine di copertina

Specificamente per Facebook e Twitter, le immagini di copertina possono essere scelte liberamente dall'amministratore purché coerenti con lo scopo del profilo/pagina. Si consigliano le misure indicate alla tabella 1.

Tabella 1: Misure immagini Social consigliate (in continuo aggiornamento)

SOCIAL NETWORK	FORMATO	MISURE IDEALI
<i>Facebook</i>	Copertina	851x312
	Profilo	360x360
	Post	940x788
	Foto link	1200x630
<i>Twitter</i>	Header	1500x500
	Profilo	500x500
	Foto stream	880x440
<i>Instagram</i>	Profilo	180x180
	Foto	612x612
<i>Youtube</i>	Canale	2560x1440

3. Contenuti

- Ogni amministratore è responsabile di ciò che pubblica nell'account ufficiale;
- pubblicare contenuti coerenti con lo scopo e gli obiettivi dell'account e comunque solo dopo averne valutato le ragioni di opportunità, anche condividendoli dagli altri canali di Ateneo e/o da enti o istituzioni considerati di particolare interesse per il proprio pubblico;
- tenere sempre presente che i canali ufficiali rappresentano l'Università, non la propria opinione personale: è quindi importante che le pubblicazioni siano in linea con l'immagine e la visione dell'Ateneo. Si consiglia di consultare frequentemente i Social Network istituzionali (elenco in alto) per essere sempre aggiornati sulla linea editoriale di Ateneo, oppure di contattare direttamente Ca' Foscari Social: social@unive.it;
- è fondamentale presidiare con regolarità i Social Network gestiti, pubblicando con frequenza e rispondendo sempre e con rapidità e cortesia a post, commenti, messaggi degli utenti. In caso di commenti negativi o reclami, il Settore Relazioni con il Pubblico è a vostra disposizione per consigli e suggerimenti: urp@unive.it;
- i commenti che recano offese, ingiurie, minacce, insulti e in generale un vocabolario irrispettoso o inadeguato, spam, messaggi commerciali o politici, devono essere tempestivamente rimossi (vd. [policy esterna](#));
- si raccomanda di utilizzare solo contenuti multimediali (foto, video, documenti, articoli, ecc.) nel rispetto del diritto d'autore e della licenza d'uso. Utilizzare lo strumento di condivisione può essere in questo senso una buona soluzione.

4. Privacy

- Non pubblicare mai informazioni personali degli utenti (dati personali, matricola, ecc.): qualora fosse necessario, invitare l'utente a contattarvi tramite messaggio privato o email istituzionale;
- non pubblicare mai fotografie/video che ritraggono minori riconoscibili;
- per informazioni sul corretto utilizzo del logo di Ateneo, consultare il [Manuale per l'uso corretto del marchio](#).

5. Alcuni suggerimenti

Facebook

- Aprire solamente nuove Pagine (e non Profili);
- amministrare la nuova Pagina attraverso il proprio profilo personale;
- menzionare sempre gli account istituzionali e ufficiali che possono essere interessati alla notizia;

- accorciare i link utilizzando, ad esempio, Google URL Shortener (<https://goo.gl/>) o bit.ly (<https://bitly.com/>).

Twitter

- utilizzare gli hashtag (#) ufficiali in occasione di eventi, qualora presenti;
- menzionare/taggare sempre gli account istituzionali e ufficiali che possono essere interessati alla notizia;
- accorciare i link utilizzando, ad esempio, Google URL Shortener (<https://goo.gl/>) o bit.ly (<https://bitly.com/>).

Instagram

- Instagram è un Social Network che si basa principalmente sulla qualità delle immagini e dei video: pubblicare contenuti di bassa qualità non contribuisce al successo del profilo;
- menzionare/taggare sempre gli account istituzionali e ufficiali che possono essere interessati alla notizia;
- utilizzare hashtag (#) che riassumano o valorizzino i contenuti delle foto pubblicate.
- accorciare i link utilizzando, ad esempio, Google URL Shortener (<https://goo.gl/>) o bit.ly (<https://bitly.com/>).

6. Consulenza e contatti

Per ulteriori informazioni o richieste contattare *Ca' Foscari Social*:

social@unive.it

Enrico Costa	041 234 8004
Flavia Susanna Lombardo	041 234 7522
Sara Montagner	041 234 8147
Gloria Scattolin	041 234 7956