

INDICE

LA COMUNICAZIONE IN SANITÀ

Curato da: Giorgio Bruzzi

Consulente Web Marketing

Gestisce la comunicazione online delle aziende tramite l'utilizzo dei canali social e con strumenti di mail marketing, web advertising e digital content.

1. La comunicazione

- 1.1. **Il concetto di comunicazione**
- 1.2. **L'approccio matematico-cybernetico**
- 1.3. **L'approccio semiotico**
- 1.4. **L'approccio pragmatico-relazionale**
- 1.5. **I tre livelli di comunicazione**
 - 1.5.1. La comunicazione verbale
 - 1.5.2. La comunicazione paraverbale
 - 1.5.3. La comunicazione non verbale
 - 1.5.4. La mimica facciale
 - 1.5.5. La distanza interpersonale

2. Il quadro normativo di riferimento

- 2.1. **Il quadro normativo di riferimento nel settore sanitario**
- 2.2. **La comunicazione sanitaria pubblica**

3. Internet

- 3.1. **Una definizione**
- 3.2. **Applicazione di diversi strumenti di internet**
- 3.3. **Il deep web e il dark Web**

3. I social media e i social network

- 3.1. **I social network per stringere contatti**
 - 3.1.1. Facebook

3.1.2. Google+

3.2. I social network per condividere immagini

3.2.1. Instagram

3.2.2. Pinterest

3.2.3. Snapchat

3.2.4. Flickr

3.3. Le piattaforme di microblogging: Twitter

3.4. I social network professionali

3.4.1. LinkedIn

3.4.2. Slideshare

3.5. I social network per la condivisione di video

4. L'azione dei social network sui processi di comunicazione

4.1. L'azione di Internet sul nostro modo di pensare

5. I professionisti sanitari nella web society

5.1. I social media: setting di promozione della salute

5.2. I social media e le Pubbliche Amministrazioni

6. Le regole della rete

6.1. I consigli per un buon uso dei social network

6.2. Alcuni esempi di reati del web

7. La tutela dei dati personali e della privacy dei minori

7.1. La pubblicazione online di fotografie di minori

8. La comunicazione in situazioni di emergenza

8.1 Crisis Management e Crisis Communication

8.2 Crisis Communication nel settore sanitario