

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di Laurea Magistrale in

Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale

PlacEvent: analisi di un percorso formativo

Tesi di Laurea Magistrale in

Comunicazione e Marketing Sociale

Relatore Chiar.ma Prof.ssa: Pina Lalli

Correlatore Prof: Massimo Di Menna

Presentata da: Alessia Angelo (0000641208)

Sessione II

Anno accademico

2012-2013

Indice

Introduzione	1
Capitolo I Nascita di PlacEvent	5
1.1 Analisi di scenario	5
1.2 Placement: giovani e lavoro, un clima di crisi	8
1.2.1 Ruolo delle Università italiane e cambiamenti	11
1.2.2 Rapporto AlmaLaurea: indagine 2013	14
1.2.3 I laureati: problema per il Paese, o risorsa da valorizzare?	16
1.2.4 Perché PlacEvent?	21
1.3 Metodologia di ricerca	23
1.3.1 Approccio qualitativo	23
1.3.2 Osservazione partecipante e scoperta	25
1.3.3 Indagine esplorativa	27
Capitolo II Il laboratorio e la nascita del blog	30
2.1 Fase iniziale di indagine: il laboratorio	30
2.1.1 Obiettivi del laboratorio	30
2.1.2 Target	34
2.2 Arco temporale, location e attori coinvolti	35
2.2.1 Incontri fissi ed argomenti affrontati	36
2.2.2 Incontri extra ed argomenti affrontati	53
2.2.3 Videoconferenze e chat	56
2.3 Organizzazione	57
2.4 Fase intermedia di indagine: il blog PlacEvent	60
2.4.1 Usabilità, strumenti interni ed argomenti trattati	63

2.4.2 Strumenti utilizzati per la comunicazione interna e per la promozione.....	65
2.4.3 Gestione del blog.....	69
2.4.4 Nuove conoscenze e processi organizzativi.....	70
Capitolo III L'evento CommUni.Action.....	76
3.1 Fase operativa: perché CommUni.Action?.....	76
3.1.1 Obiettivo dell'evento.....	79
3.1.2 Location e pubblico di riferimento.....	80
3.1.3 Budget e sponsor.....	84
3.1.4 Metodi di promozione.....	87
3.2 Il format	91
3.2.1 Il programma, la giornata ed i ruoli.....	92
3.2.2 Il Guru in Action : Aron Pilhofer.....	98
3.2.3 La staffetta.....	101
3.2.4 Il brainstorming finale.....	112
3.3 Strategia di promozione post evento.....	116
3.3.1 Nuove conoscenze e processi organizzativi.....	118
Capitolo IV L'associazione PlacEvent [HUB].....	125
4.1 Costituzione dell'associazione.....	125
4.1.1 Obiettivi di PlacEvent [HUB].....	127
4.2 Collaborazioni e progetti.....	130
4.2.1 Il primo lavoro di PlacEvent [HUB].....	131
4.2.2 Progetti e collaborazioni in atto.....	132
4.2.3 Progetti in fase di definizione.....	136

4.3 Obiettivi futuri	140
Conclusioni	142
Bibliografia	151
Sitografia	153
Appendice	161

ABSTRACT

La ricerca sul campo del progetto *PlacEvent* si inserisce nell'ambito degli studi etnografici in riferimento al laboratorio di organizzazione di eventi, *placement* e *crowdfunding*, avviato dall'Università degli Studi di Bologna e in particolare dal Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali nell'anno accademico 2012-2013. Obiettivo della ricerca é monitorare le varie fasi del progetto: il laboratorio che ha portato all'organizzazione di un evento chiamato *CommUni.Action*, insieme alla creazione di un nuovo format ideato dagli studenti; la creazione di un blog che si é progressivamente tramutato in una *community*; la nascita del *brand PlacEvent* e il suo continuo sviluppo evolutosi con la formazione di un'associazione culturale costituita in data 1/08/2013 dalla denominazione "*PlacEvent [HUB]*".

Proposito di tale lavoro, frutto di un percorso formativo, é di analizzare e di rintracciare una chiave di lettura delle capacità organizzative, delle organizzazioni e darne un significato sistemico, tenendo conto da un lato del valore delle competenze e dall'altro delle capacità decisionali e della qualità della relazione dell'organizzazione.

Partendo dal modello dell'attività svolta nel 2008, "*l'Università incontra le aziende*", il laboratorio si é proposto di trattare argomenti relativi all'organizzazione di eventi, con particolare riferimento all'uso strategico dei *social media*, al *crowdfunding* e all'organizzazione in impresa, con l'obiettivo di facilitare i processi creativi per essere imprenditori critici e attivi della comunicazione.

In questo contesto si vuole osservare, interpretare e misurare in modo innovativo il fenomeno dell'apprendimento organizzativo, della vita della *community*, della valorizzazione delle proprie esperienze professionali e del *know how* maturato nell'ambito dell'organizzazione che ha visto un numero elevato di *knowledge worker* operare all'interno del contesto universitario.

Il lavoro si articola in tre parti. Nella prima parte (Capitolo I) è affrontato il tema del *placement* e il clima di crisi attuale dei giovani laureati che, difficilmente trovano, al termine del proprio percorso universitario, una collocazione lavorativa; obiettivo è quello far riflettere il lettore su come gli uffici *placement* possono rappresentare una leva per riprogettare l'offerta formativa, in funzione di quelli che sono, i fabbisogni professionali richiesti dai territori e dal sistema produttivo in generale e, nello stesso

tempo rivalorizzare il ruolo del comunicatore, restituendo dignità alla sua professionalizzazione e alla sua collocazione all'interno dei vari settori lavorativi.

Nella seconda parte (Capitoli II-III) sono invece descritti i processi che hanno portato alla nascita del laboratorio e del blog, seguiti dalla spiegazione dell'evento CommUni.Action in tutte le sue parti.

E' analizzata e descritta, in particolar modo, l'organizzazione del *team*, il tipo di divisione del lavoro sviluppatosi al suo all'interno e l'attribuzione di responsabilità affidate ai singoli membri. In riferimento al blog, obiettivo è dimostrare attraverso quali passaggi, gli studenti sono riusciti a portare avanti la propria *mission*, a convertire il blog in una vetrina informativa e in un canale di trasmissione di notizie e di iniziative, tali da creare una fitta rete di interazione, portando alla costituzione una vera propria *community*.

Nella terza ed ultima parte (Capitolo IV) si incentra l'attenzione sulle dinamiche e sui passaggi che hanno condotto alla costituzione dell'associazione culturale Placevent [HUB]. Sono trattati il percorso, le volontà e gli obiettivi che hanno condotto alla costituzione dell'associazione culturale Placevent [HUB]; sono spiegati ed enumerati i progetti e le collaborazioni in atto.

A conclusione del lavoro svolto é utile dare spazio ad alcune considerazioni di carattere generale. Avendo condotto un lavoro basato su un approccio qualitativo, sull'osservazione diretta, partecipante e scoperta, caratterizzata da un metodo di indagine esplorativo, svolto all'interno del contesto universitario, sono riuscita a ricostruire e tessere le fila del vasto, multiforme e variegato settore della comunicazione. Attraverso le ricerche da me effettuate, é emersa la presenza di alcuni centri di *placement* e di iniziative di orientamento volte a favorire l'ingresso nel mercato del lavoro, come il Career Day o il servizio offerto dall'Università di Bologna Tirocini e Job Placement. Risulta però che, nonostante gli ultimi dati del rapporto AlmaLaurea relativi all'occupazione dei giovani laureati non hanno prodotto risultati positivi, gli studenti di comunicazione, negli ultimi anni, hanno trovato maggiore collocazione nel mondo lavorativo; probabilmente ciò é dovuto al rivoluzionamento che i comunicatori hanno dato alla loro stessa professione, rimodellandola, aggiornandola e facendola stare al passo con i tempi.

Grazie alla metodologia utilizzata durante la ricerca etnografica, é stato possibile attivare e avviare una costruzione creativa dei vari processi fenomenologici che, progressivamente si sono sviluppati, hanno regredito e/o portato alla nascita di nuove

dinamiche e pratiche. É stato possibile, infine, interpretare i diversi significati che gli attori sociali hanno attribuito al contesto in cui hanno vissuto, ossia quello universitario.

Gli studenti di PlacEvent, insieme a tutor e docente, sono riusciti a raggiungere il proprio obiettivo iniziale, definendone l'identità (*identity*); PlacEvent é riuscito a coadiuvare all'interno di un progetto innovativo, creativo, formativo i tre elementi che ogni professionista, e in questo caso il professionista della comunicazione, deve o dovrebbe avere: sapere, saper fare e saper essere. Gli studenti hanno, infatti, "Saputo" apprendere teorie e temi; sono riusciti a "Saper fare" mettendo in pratica, con le tecniche adeguate le teorie, divulgandole, trasmettendole e diffondendole al pubblico di riferimento, interpretando e attuando il passaggio da professionisti della comunicazione a professionisti del lavoro, attraverso Comm.Uni.Action, considerato dagli studenti un vero e proprio lavoro. Hanno, infine imparato a "Saper essere", ossia a essere in base all'organizzazione del *team*, alle caratteristiche personali, psicologiche, caratteriali e socio-culturali, dimostrando di essere in grado di organizzarsi, di organizzare ed orientare il lavoro in *team*, tenendo presente il proprio potere decisionale.

É nato un senso di appartenenza alla comunità (*community*): ciò che ha contraddistinto, fin dall'inizio, l'attività laboratoriale é stato lo spirito collaborativo applicato per diversi gradi e la spinta comune, improntata sulla costruzione di nuovi significati condivisi che hanno permesso gli studenti ad acquisire la consapevolezza che la comunità é un mezzo per conoscere, per apprendere, per formarsi, per esprimere se stessi.

Studenti, docente e tutor sono riusciti a condividere le comunità di pratiche (*practice*), consentendo al *team* di mettere in comune storie condivise di apprendimento.

La *community*, ha sviluppato al suo interno un processo di *e-learning*; inoltre, attraverso le applicazioni del Web 2.0 é stato possibile sviluppare attività di *social connectivity*; grazie alla connessione e al collegamento tra i vari social, che hanno messo in contatto gli utenti della rete, è stato possibile replicare e condividere contenuti all'interno del proprio *network* di relazioni sociali, attivando processi di interazione e accrescendo il supporto alla connettività sociale.

In riferimento alla struttura organizzativa, sono emersi processi di autorganizzazione senza incorrere nella trappola dell'imposizione di un controllo rigido e inflessibile.

Il tipo di divisione del lavoro all'interno del *team* non é stato attuato secondo mansioni paralizzate, settoriali e specializzate ma, tenendo conto delle preferenze e delle inclinazioni, é stato concepito in maniera olistica. Ciò ha consentito agli studenti di sentirsi responsabili all'interno dell'unità di riferimento della struttura PlacEvent, non di un solo settore ma di un intero processo produttivo che ha abbracciato e intersecato contemporaneamente più ambiti.

Altro risultato, frutto dell'apprendimento e dei processi teorici messi in atto, é stato riuscire ad analizzare, affrontare e risolvere positivamente situazioni problematiche attraverso la capacità sviluppata di attività di *problem solving*. Gli studenti hanno, infatti, cercato di percepire in primo luogo quale fossero i problemi, definirli e analizzarli, formulando ipotesi per la risoluzione delle difficoltà e applicando la soluzione.

Il format CommUni.Action, così come tutte le fasi lavorative hanno "preso forma" *in itinere*, passo dopo passo, idea dopo idea. In seguito alle riflessioni sopra esposte, é ragionevole porsi le domande trattate nel Capitolo III: CommUni.Action ha quindi rivoluzionato il modo di fare comunicazione? É emersa la comunicazione come tecnica? O continua a esiste solo come teoria? É stato davvero un evento innovativo? Quali innovazioni legano comunicazione, informazione e nuove tecnologie? L'innovazione nasce dalla *community*?

CommUni.Action é stato un momento di approfondimento dei *trend* e delle intuizioni più promettenti del mondo della comunicazione sociale e pubblica, quali il giornalismo o il marketing culturale e commerciale; é stato un evento che, proponendosi ad un pubblico variegato, formato da studenti, professori, istituzioni e professionisti é riuscito a cogliere e diffondere le sfaccettature del ruolo e della professione del comunicatore, volendosi differenziarsi dal format classico della conferenza: credere profondamente che sia possibile veicolare la conoscenza in maniera innovativa, ma non per questo inefficace, é stato un punto di partenza e un traguardo raggiunto. Non é emerso un concetto di evento, inteso come compromesso tra trasmissione di conoscenza e *showbusiness*, ma piuttosto come conseguenza di una scelta critica effettuata alla luce di considerazioni e riflessioni emerse durante i due mesi di laboratorio.

Alla domanda se CommUni.Action ha rivoluzionato il modo di fare comunicazione la risposta é assolutamente positiva in quanto, attraverso il format della staffetta é stato possibile "comunicare" i luoghi in cui secondo gli studenti risiede la vera

innovazione della comunicazione. Per rispondere, invece alla domanda relativa alle innovazioni che legano comunicazione, informazione e nuove tecnologie basta ribadire che CommUni.Action ha permesso, di presentare e diffondere idee di valore in un perfetto connubio fra performance e stile, passione e tecnologia, innovazione e tradizione, dominato da un alto e continuo grado di interattività.

I protagonisti che si sono confrontati sullo stretto rapporto che intercorre tra comunicazione e nuove tecnologie sono riusciti, grazie ad i temi affrontati, a rivalutare nuove professioni come leve di innovazione per l'impresa e per la ricerca, riuscendo ad accrescere la conoscenza intorno al mondo della comunicazione, dell'innovazione e della tecnologia. É stata data prova che la comunicazione e la *community* hanno le potenzialità e le capacità di rendere più *smart* il *business*.

Riguardo al blog la *community* degli *shareholders* e degli *stakeholders* é stata individuata attraverso un processo, costantemente condiviso, di *scouting* di attori e contenuti, e contattata principalmente attraverso i profili creati nei diversi social media. Nel blog, oggi, troviamo le principali categorie concettuali indispensabili per comprendere i diversi scenari contemporanei in cui intervenire nella fase di passaggio tra il percorso universitario e il mondo del lavoro.

PlacEvent é riuscito a fare da ponte tra il sistema universitario ed il *placement*?. PlacEvent é stato certamente un ponte tra l'Università e il *placement* che ha messo a disposizione le giuste nozioni e gli strumenti atti per l'immissione nel settore lavorativo, consentendo di annoverare un'esperienza lavorativa, per alcuni la prima, nel proprio curriculum: CommUni.Action.

La nascita dell'associazione culturale PlacEvent [HUB] é il risultato più soddisfacente di questo percorso e la dimostrazione di come l'Università, almeno per il settore della comunicazione, può essere un trampolino di lancio per giovani talentuosi che hanno voglia di mettere in pratica le competenze acquisite ma poche risorse e scarsi canali per farlo. PlacEvent [HUB] vorrebbe, infatti, diventare un organismo in grado di connettere più elaboratori a una rete e più reti fra loro; esso dovrebbe continuare a rappresentare un concentratore, ovvero un organismo che atto alla sperimentazione, alla disseminazione di contenuti tecnologici, innovativi e culturali funga da nodo di smistamento informativo per migliorare e perfezionare i servizi offerti.

Gli studenti, adesso soci, hanno valorizzato le proprie esperienze professionali e il *know how* maturato nell'ambito dell'organizzazione; un numero elevato di "lavoratori

della conoscenza" (*knowledge worker*) ha operato al suo interno. Ciascun membro é, infatti, riuscito a sviluppare capacità ed abilità attraverso processi di formazione e ad acquisire conoscenze attraverso le tre tipologie del conoscere: il Sapere, il Saper fare ed il Saper essere. PlacEvent, laboratorio di organizzazione di eventi, *placement e crowdfunding* é riuscito nell'intento di offrire un contributo concreto e pragmatico al tema della occupazione giovanile, nello specifico dell'occupazione di giovani laureati in comunicazione.

Bibliografia

- Arvidsson A., Delfanti A., *Introduzione ai media digitali*, Il Mulino, Bologna, 2013
- Bellezza E., Caragnano R., Massagli E., Spattini S., Tiraboschi M., *Le opportunità occupazionali dei giovani: il ruolo del Placement universitario*, XXIII Edizione Premio Marisa Bellisario, giugno 2011
- Calvani A., *Rete, comunità e conoscenza, costruire e gestire dinamiche collaborative*, Erickson, Gardolo, 2006
- Calvani A., Rotta M., *Comunicazione e apprendimento in Internet. Didattica costruttivistica in rete*, Erickson, Gardolo, 2001
- Clerici A., De Pra M., Salviotti G., *Comunicare 2.0. Lavorare con gli strumenti del nuovo web*, Apogeo, Milano, 2012
- Clifford J., Marcus G.E., *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*, School of American Research, Santa Fe N.M, 1986
- Cohen E. G., *Organizzare i gruppi cooperativi, ruoli, funzioni, attività*, Erickson, Gardolo, 2010
- Dal Lago A., Fele G., Giglioli P. P., Marzano M., *Una nuova rivista*, in *Etnografia e ricerca qualitativa*, n. 1\2008
- Fetterman D.M, *Ethnography: Step-by-Step (Applied Social Research Methods)*, Sage Publication, Newbury Park, 1978
- Fideli R., Marradi A., *Enciclopedia delle Scienze Sociali*, vol. V, Istituto della Enciclopedia Italiana, Roma, 1996
- Fini A., Cigognini M.E., *Web 2.0 e social networking*, Erickson, Gardolo, 2009
- Lalli P., *Abitare le istituzioni. I giovani e l'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna dialogano*, Giunti, Firenze, 2005
- Lalli P., *Creatività e pensiero critico: il caso della comunicazione*, in "RA, rivista dell'Ais", n. 1, 2010

- Lever F., Rivoltella P.C., Zancchi A., *La comunicazione. Il dizionario di scienze tecniche*, Rai/Eri, Torino, 2002
- Marzano M., *Etnografia e ricerca sociale*, Laterza, Roma-Bari, 2006.
- Morgan G., *Images. Le metafore dell'organizzazione*, Franco Angeli, Milano 2002
- Petrocelli M., *L'apprendimento organizzativo e la sua misurazione nella strategia d'impresa*, Armando editore, Roma, 2005
- Portelli A., *Problemi di metodo. Sulla diversità della storia orale*, in C. Bermani (a cura di) *Introduzione alla storia orale. Vol. I. Storia, conservazione delle fonti e problemi di metodo*, Odradek, Roma 1999, pp. 149-166
- Ronzon F., *Sul campo. Breve guida pratica alla ricerca etnografica*, Meltemi, Roma, 2008
- Salem E., *Che cos'è la comunicazione d'impresa*, Lupetti & Co, Milano, 1988
- Stella R., Morcellini M., Lalli P., *Spazi comunicativi contemporanei*, Editori Riuniti university press, Roma 2008

Sitografia

- Alma Mater Studiorum definizione, origini e usi del termine
<http://caminante.over-blog.it/article-alma-mater--definizione--origini-termini-85844710.html> (consultato il 8/07/2013)
- Ciclo di conferenze "L'Università incontra le Aziende", Unibo
<http://ilmarketing.blogspot.it/> (consultato l'8/07/2013)
- Organizzazione no profit TEDxBologna
<http://www.tedxbologna.com/about.htm> (consultato il 10/08/2013)
- Sito TEDMEDlive Bologna
<http://www.tedmedlivebologna.com/about/> (consultato il 10/08/2013)
- Definizione Wikipedia
http://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_per_la_cooperazione_e_lo_sviluppo_economico (consultato l'11/08/2013)
- Portale delle Camere di Commercio per i tirocini e l'alternanza scuola-lavoro
http://www.polaris.unioncamere.it/index.php?mod=cont&k=0&op=3&id_cont=250179 (consultato l'11/08/2013)
- Glossario on line
<http://www.tesionline.it/default/glossario.jsp?GlossarioID=1995> (consultato il 10/08/2013)
- Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana
http://www.universita.cisl.it/carlo/documenti/Legge_183_2010.pdf
(consultato il 10/08/2013)
- Portale Inps sezione informazioni, apprendistato
<http://www.inps.it/portale/default.aspx?itemdir=6349>
(consultato il 12/08/2013)
- Portale Alma Orienta Unibo
<http://almaorienta.unibo.it/tirocini> (consultato il 12/08/2013)
- Portale servizi per il lavoro della Regione Emilia Romagna
<http://formazionelavoro.regione.emilia-romagna.it/lavoro-per-te/notizie/archivio/Lavoro-per-Te-nuovo-portale> (consultato il 18/08/2013)
- Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea

<http://www.almalaurea.it/> (consultato il 18/08/2013)

- Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea
<http://www.almalaurea.it/universita/occupazione> (consultato il 18/08/2013).
- Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea
<http://www.almalaurea.it/informa/news/laureatiproblema>
(consultato il 20/08/2013)
- Wikipedia glossario
<http://en.wikipedia.org/wiki/Mainstream> (consultato il 22/08/2013)
- Portale biblioteca Salaborsa
<http://www.bibliotecasalaborsa.it/home.php>
(consultato il 22/08/2013)
- Wikipedia glossario
<http://it.wikipedia.org/wiki/Euristica> (consultato il 28/08/2013)
- Treccani.it L'enciclopedia italiana
http://www.treccani.it/enciclopedia/interazionismo-simbolico_%28Enciclopedia_delle_scienze_sociali%29/
(consultato il 28/08/2013)
- Sito del Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale
<http://corsi.unibo.it/Magistrale/ComunicazionePubblicaSociale/Pagine/default.aspx> (consultato il 28/08/2013)
- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/> (consultato il 28/08/2013)
- Canale social Twitter del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Sociale
<https://twitter.com/compassunibo> (consultato il 3/09/2013)
- Portale Comunicazione Lavoro
<http://www.comunicazionelavoro.com/> (consultato il 3/09/2013)
- Portale EmiliaRomagna Start Up
<http://www.emiliaromagnastartup.it/imprese/weevo> (consultato il 3/09/2013)
- Sito HAGAKURE
<http://hagakure.it/> (consultato il 3/09/2013)

- Canale social Statigram PlacEvent
http://statigr.am/p/378867610739450582_2695423
(consultato il 3/09/2013)
- Blog PlacEvent sezione about
<http://placevent.wordpress.com/about/> (consultato il 5/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/04/dovevo-iscrivermi-ad-agraria/>
(consultato il 5/09/2013)
- Sito Effecinque startup giornalistica
<http://www.effecinque.org/> (consultato il 5/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/08/oggi-abbiamo-parlato-di-startup/>
(consultato il 10/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/16/dont-fear-the-payment/>(consultato il 10/09/2013)
- Canale Storify PlacEvent
<http://storify.com/alessiangelo/crowdfunding-and-crowdsourcing-cosa-sono>(consultato il 10/09/2013)
- Canale Storify PlacEvent
<http://storify.com/serenabucci/un-bando-per-finanziare-progetti-per-l-agenda-digi> (consultato il 10/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/19/crowdfunding-la-tua-idea-nel-mondo/>(consultato il 12/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/19/esperienza-motivante/>
(consultato il 12/09/2013)
- Blog PlacEvent articolo
<http://placevent.wordpress.com/2013/02/19/impact-investing/> (consultato il 12/09/2013)
- Sito Pomilio Blumm Ideas Company
<http://www.pomilioblumm.it/> (consultato il 12/09/2013)

- Sito Pomilio Bluum, Blumm Academy
<http://www.blummacademy.com/>(consultato il 12/09/2013)
- Sito GereBros, laboratorio Creativo <http://www.gerebros.it/>
(consultato il 12/09/2013)
- Sito TEDMED sezione tedmedlive
<http://www.tedmed.com/event/tedmedlive> (consultato il 14/09/2013)
- Sito Housatonic design network
<http://www.housatonic.it/it/metodo>(consultato il 14/09/2013)
- Sito TEDMED
<http://www.tedmed.com/event/tedmedlive>
(consultato il 14/09/2013)
- Canale social Statigram PlacEvent
http://statigr.am/p/414977560502772311_2695423
(consultato il 14/09/2013)
- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/> (consultato il 18/09/2013)
- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/about/>(consultato il 18/09/2013)
- Canale LinkenIn Com.pass, Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Sociale
http://www.linkedin.com/groups?home=&gid=4541390&trk=anet_ug_hm
(consultato il 20/09/2013)
- Canale social Facebook PlacEvent
<https://www.facebook.com/pages/PlacEvent/139413156234276?fref=ts>
(consultato il 20/09/2013)
- Canale social Twitter Placevent
<https://twitter.com/Placevent1> (consultato il 20/09/2013)
- Canale Storify PlacEvent
<http://storify.com/PlacEvent> (consultato il 20/09/2013)
- Canale social Statigram Placevent
<http://statigr.am/tag/placevent> (consultato il 20/09/2013)
- Canale social YouTube Placevent

<http://www.youtube.com/user/Placevent2013>(consultato il 20/09/2013)

- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=VtJW7o35x4A> (consultato il 20/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
http://www.youtube.com/watch?v=ols3rk_PcyM(consultato il 20/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=FnR9e62XZhk>(consultato il 20/09/2013)
- Canale social Flickr PlacEvent
<http://www.flickr.com/people/93013629@N02/> (consultato il 22/09/2013)
- Canale social Twitter Com.pass della Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e Sociale <https://twitter.com/compassunibo> (consultato il 22/09/2013)
- Istituto Italiano Imprenditorialità: Brainstorming Lounge
<http://www.istitutoimprenditorialita.it/p/brainstorming-lounge.html>
(consultato il 23/09/2013)
- Sito ASTER, scenari tecnologici per l'Emilia Romagna
<http://www.aster.it/tiki-index.php?page=HomePage>
(consultato il 23/09/2013)
- Sito Turboblogging, rete alta tecnologia Emilia Romagna
<http://www.turboblogging.it/> (consultato il 23/09/2013)
- Sito Turboblogging: rete alta tecnologia Emilia Romagna
<http://www.turboblogging.it/i-partecipanti/33-alessia-angelo>
(consultato il 23/09/2013)
- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/2013/03/14/contest-logo/>
(consultato il 24/09/2013)
- Canale Even Brite, biglietto elettronico per CommUni.Action
<http://communiaction0413.eventbrite.it/#> (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
http://www.youtube.com/watch?v=lQUnS0_JG9M (consultato il 30/09/2013)

- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=oMAzrFtvey0> (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=gDTmkgE6gTE>
(consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
http://www.youtube.com/watch?v=6bGs4mE_K9g (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
http://www.youtube.com/watch?v=ols3rk_PcyM (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=FnR9e62XZhk> (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent
<http://www.youtube.com/watch?v=VtJW7o35x4A> (consultato il 30/09/2013)
- Canale social YouTube PlacEvent, Intervista ad Aron Pilhofer
<http://www.youtube.com/watch?v=-iHynUPIPro> (consultato il 2/10/2013)
- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/2013/04/18/aron-pilhofer-a-man-or-a-team-2/>
(consultato il 4/10/2013)
- Sito The New York Times
<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>
(consultato il 4/10/2013)
- Sito The New York Times
<http://livelymorgue.tumblr.com/> (consultato il 4/10/2013)
- Sito The New York Times
http://www.nytimes.com/interactive/2012/11/06/us/politics/instagramming-the-election.html?_r=0 (consultato il 4/10/2013)
- Sito Ninja marketing
<http://www.ninjamarketing.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Glossario Wikipedia
http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Person_Finder (consultato il 5/10/2013)

- Sito Girl Geek Dinners Bologna
<http://www.girlgeekdinnersbologna.com> (consultato il 5/10/2013)
- Sito GereBros Laboratorio Creativo
<http://www.gerebros.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito Hamelin associazione culturale
<http://hamelin.net/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito associazione Diritto di sapere
<http://www.dirittodisapere.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito Idea Ginger
<http://ideaginger.wordpress.com/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito Effecinque, start up giornalistica
<http://www.effecinque.org/wp/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito TagBolab, laboratorio di marketing territoriale
<http://www.tagbolab.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito SocialLab Bologna
<http://sociallab.bologna.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito Studiosamo, web e social agency
<http://www.studiosamo.it/> (consultato il 5/10/2013)
- Sito Pubblicità Progresso
<http://www.pubblicitaprogresso.org/eventi/salute-2-0-le-sfide/> (consultato il 12/10/2013)
- Sito Hackathon
http://www.hackathon.it/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=1&Itemid=118&lang=it
(consultato il 12/10/2013)
- Portale Istituzione Gianfranco Minguzzi
<http://www.minguzzi.provincia.bologna.it/Engine/RAServePG.php/P/250011460403> (consultato il 12/10/201)
- Glossario cyberbullismo
<http://www.tabby.eu/it/cose-il-cyberbullismo.html>
(consultato il 12/10/2013)
- Portale Open Ricostruzione Regione Emilia Romagna

<http://www.openricostruzione.it/> (consultato il 13/10/2013)

- Blog PlacEvent
<http://placevent.wordpress.com/2013/06/07/open-ricostruzione-la-risposta-dellemilvia-romagna-al-terremoto/>
(consultato il 13/10/2013)
- Portale Emilia Romagna Start Up, rete per la creazione di impresa innovativa
<http://www.emiliaromagnastartup.it/pagine/glossario#Start%20up> (consultato il 13/10/2013)
- Portale Emilia Romagna Start Up, rete per la creazione di impresa innovativa
<http://www.emiliaromagnastartup.it/pagine/glossario> (consultato il 13/10/2013)
- Sito Istituto Italiano Imprenditorialità Emilia Romagna
<http://www.istitutoimprenditorialita.it/> (consultato il 13/10/2013).