

La realtà accademica americana è caratterizzata da un forte engagement tra università e studenti. Negli Stati Uniti assistiamo a forme di vero e proprio marketing degli studenti per essere selezionati dai college più prestigiosi; oppure pensiamo ai legami con gli alumni, ex studenti che in numerosi casi diventano finanziatori degli stessi atenei una volta inseriti nel mercato del lavoro. Il ciclo della relazione università-studenti è perciò più articolato e ricco negli Usa e così i social media s'inseriscono perfettamente nelle strategie relazionali degli atenei d'Oltreoceano. Occorre anche rilevare che la professionalità dei social media manager statunitensi è molto elevata e riconosciuta dagli atenei che hanno investito in queste piattaforme sia per attività di recruiting, che di orientamento e comunicazione.

(Fonte: università.it 15-04-2012)