



CORSO DI SOCIAL MEDIA MARKETING

200 ORE

11/06/2020 - 31/07/2020

modalità online su piattaforma Cisco Webex

PRESENTAZIONE

SONO CIRCA 3 MILIARDI E MEZZO DI UTENTI ATTIVI SUI SOCIAL MEDIA, QUASI LA METÀ DELLA POPOLAZIONE MONDIALE.

DELLE 6 ORE E MEZZA SPESE IN RETE QUOTIDIANAMENTE PASSIAMO PIÙ DI 2 ORE SUI SOCIAL NETWORK, NON SOLO PER INFORMARCI SUL MONDO E CONDIVIDERE INFORMAZIONI, MA ANCHE PER ACQUISTARE PRODOTTI E TROVARE LAVORO (WE ARE SOCIAL, 2019).

MENTRE CRESCE LA DOMANDA DI COMPETENZE DIGITALI, RICHIESTE PER PIÙ DELLA METÀ DEI PROFILI PROFESSIONALI, IN FUTURO QUESTE SARANNO NECESSARIE PER OLTRE 9 PROFILI SU 10 (RAPPORTO EXCELSIOR UNIONCAMERE E ANPAL, 2018).

NON A CASO, TRA LE PROFESSIONI DEL FUTURO SPICCANO I PROFESSIONISTI DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE, CAPACI DI INTERCETTARE LA TENDENZA DEL BUSINESS DI SPOSTARSI SEMPRE PIÙ "SULLA RETE" PER LA VENDITA DI BENI E SERVIZI, INVESTENDO SULLA GESTIONE DEL PROPRIO BRAND ONLINE (AMBROSETTI CLUB, 2017).

IL SOCIAL MEDIA STRATEGIST È TRA LE PROFESSIONI CHE PIÙ È IN GRADO DI OFFRIRE SOLUZIONI INNOVATIVE PER I BUSINESS DI OGGI E DOMANI, RAPPRESENTANDO UNA PROFESSIONE SEMPRE PIÙ RICHIESTA A LIVELLO INTERNAZIONALE.



PARTNERS DELL'INIZIATIVA



REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

IL CORSO È RIVOLTO A 15 **DISOCCUPATI E INOCCUPATI**, ISCRITTI AD ADECCO.

LA REGISTRAZIONE AD ADECCO SARÀ CONTESTUALE ALL'AMMISSIONE AL CORSO E DOVRÀ AVVENIRE OBBLIGATORIAMENTE ENTRO E NON OLTRE IL 9 MAGGIO 2020 ALLE ORE 15:00.

DURANTE LE SELEZIONI, SI APPROFONDIRANNO BREVEMENTE LE ESPERIENZE DI CIASCUN CANDIDATO E SARANNO FORNITE TUTTE LE INFORMAZIONI RELATIVE AL CORSO.



ATTESTATO FINALE

L'ATTESTATO DI FREQUENZA AL CORSO POTRÀ ESSERE RILASCIATO **ESCLUSIVAMENTE SE:**

- IL SINGOLO PARTECIPANTE HA FREQUENTATO ALMENO IL 70% DEL MONTE ORE CORSO, PARI A 140 ORE;
- IL SINGOLO PARTECIPANTE HA FREQUENTATO I MODULI OBBLIGATORI DI SALUTE E SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO (4 ORE) E DIRITTI E DOVERI DEI LAVORATORI (4 ORE).

IL MONITORAGGIO DELLE PRESENZE SARÀ EFFETTUATO QUOTIDIANAMENTE DAL TUTOR D'AULA VIRTUALE.



TEMPI E MODALITÀ DI ATTUAZIONE

INIZIO ATTIVITÀ: 11/06/2020

TERMINE ATTIVITÀ: 30/07/2020

SEDE FORMATIVA: AULA VIRTUALE SU PIATTAFORMA CISCO WEBEX

ORARIO E GIORNI:

200 ORE COSÌ SUDDIVISE:

MESE DI GIUGNO: DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ 9:30 - 13:00 (TEORIA) 14:00 - 16:30 (PRATICA).

MESE DI LUGLIO: DAL LUNEDÌ AL GIOVEDÌ 9:30 - 13:00 (TEORIA) 14:00 - 16:30 (PRATICA).

DATE IMPORTANTI

CHIUSURA CANDIDATURE: 07/06/2020 ENTRO LE ORE 16:00

COMUNICAZIONE MAIL SELEZIONI: 07/06/2020 ENTRO LE ORE 20:00

SELEZIONI: 08/06/2020 DALLE ORE 10:00 SU PIATTAFORMA ZOOM

MAIL DI AMMISSIONE: 09/06/2020 ENTRO LE ORE 13:00

ISCRIZIONE OBBLIGATORIA AD ADECCO: 09/06/2020 ENTRO LE ORE 15:00

INIZIO CORSO: 11/06/2020

MODULI E CONTENUTI

INTRODUZIONE (72 ORE)

- DAL MARKETING TRADIZIONALE AL WEB MARKETING MODERNO
- DIGITAL TRANSFORMATION: PANORAMICA, SCENARI ED OPPORTUNITÀ
- FONDAMENTI DI MARKETING - LE BASI E I PILASTRI DI UNA STRATEGIA PER SCEGLIERE STRUMENTI ADATTI: TRADIZIONALI E DIGITALI
- SOCIAL MEDIA MARKETING: APPROCCI E TEORIE

SALUTE E SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO (4 ORE)

DIRITTI E DOVERI DEI LAVORATORI (4 ORE)

SOCIAL MEDIA (40 ORE)

- POSIZIONAMENTO DEL CLIENTE E DIGITAL BENCHMARKING - MAPPA DELL'ECO-SISTEMA DIGITALE.
- LINKEDIN
- GOOGLE FOR BUSINESS
- PINTEREST E TWITTER
- FACEBOOK
- INSTAGRAM

PIANIFICARE (20 ORE)

- SOCIAL MEDIA: CREAZIONE DEI VALORI MARCA: BVP DAL BRIEFING ALLA CREAZIONE DI UNA DIGITAL STRATEGY
- FOLLOW OR ENGAGE? - L'ARTE DEL CREARE CONSENSO: IMPARARE DAGLI INFLUENCER; SOCIAL-MEDIA
- KEY PERFORMANCE INDEX (KPI) E CRITERI DI SEGMENTAZIONE

PUBBLICARE (30 ORE)

- CONTENUTI DIGITALI: "RACCONTARE" I CONTENUTI: INTERATTIVITÀ E DIGITAL STORY-TELLING.
- CONTENT MARKETING: QUANDO I CONTENUTI CERCANO GLI UTENTI: SEARCH ENGINE OPTIMIZATIONS (SEO) SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION (SMO); CRM (CUSTOMER RELATION MANAGEMENT); FORMATI PUBBLICITARI DI PAGAMENTO (CAMPAGNE ONLINE); VICINI ALL'USER-EXPERIENCE CON IL NATIVE ADVERTISING E LA
- CROSSMEDIALITÀ

ANALIZZARE (30 ORE)

- INDICATORI QUALITATIVI E QUANTITATIVI METRICHE KPI'S IDENTIFICAZIONE DI METRICHE SPECIFICHE PER BRAND E SETTORE
- ANALISI E VALUTAZIONE DELLE CAMPAGNE: EL CALCOLO DEL ROI SCRITTURA DI RAPPORT E MIGLIORAMENTO DELLA STRATEGIA ONLINE

