

Tecniche di Social Media Marketing

Destinatari:

Il corso è rivolto a coloro che necessitano di acquisire le competenze per pianificare, monitorare e gestire i diversi profili aziendali sui diversi social network.

Il percorso è destinato nello specifico a:

- a) lavoratori dipendenti in ambito privato e pubblico
- b) lavoratori destinatari di CIG, CIGS e FIS
- c) titolari e coadiuvanti di impresa (di qualsiasi dimensione)
- d) professionisti iscritti ai relativi albi
- e) lavoratori autonomi titolari di partita IVA (diversi da quelli richiamati alle lettere c e d)
- f) tirocinanti (solo extracurricolari)
- g) lavoratori socialmente utili
- h) dottorandi, specializzandi, titolari di borse di ricerca

Scolarità:

Diploma di istruzione secondaria di II grado o diploma professionale. In assenza, verrà valutata l'esperienza professionale dei candidati per garantire omogeneità all'interno della classe.

Scopo del corso:

Il percorso trasmetterà le competenze necessarie per pianificare, monitorare e gestire i profili aziendali sui diversi social network, controllando i contenuti condivisi e le modalità con cui l'azienda si espone sulle piazze virtuali. Il corso fornisce modelli e strumenti pratici per posizionare efficacemente enti, aziende e brand, creando valore dalle relazioni online con utenti e consumatori, permettendo di sviluppare competenze nell'ambito dei social network, del marketing digitale e della comunicazione innovativa. Il corso è rivolto a coloro che necessitano di acquisire le competenze per pianificare, monitorare e gestire i diversi profili aziendali sui diversi social network.

Argomenti:

- saranno approfonditi i seguenti canali di comunicazione: - facebook - twitter - tumblr - pinterest - instagram - linkedin - flickr -youtube - brand pages sui social-networkAppartenenza e clima di gruppo, orientamento al compito e alla relazione,
- Le principali tecniche di web-marketing: introduzione Tecniche di marketing non-convenzionale (flash-mob, creatività on-line e off-line) Social media marketing E-mail marketing Tecniche di digital P.R. Ascolto e monitoraggio del web: tecniche e strumenti

Test Finale:

Per la prova finale, tecnico-operativa, verrà richiesto un project-work per la promozione di un brand/prodotto, attraverso l'utilizzo dei PC e degli strumenti e delle tecniche presentate durante il percorso, sulla base di un macro-schema di lavoro definito.

Durata:

16 Ore

Orario:

Diurno

Sede:

Consorzio Tratec, via Milano 16 – Vigliano Biellese

Test d'ingresso:

E' previsto un incontro preliminare finalizzato a verificare la motivazione dell'allievo/a verso i contenuti trattati durante il corso e, a coloro che non possano dimostrare l'acquisizione delle competenze richieste (prerequisiti): verrà somministrato un test d'ingresso in modalità informatizzata che permetta di verificare attraverso l'uso dello strumento informatico le competenze informatiche necessarie per seguire con profitto il percorso: dalla accensione del pc fino all'uso di modalità interattive e navigazione internet. In assenza di diploma di scuola secondaria di II grado si valuterà l'esperienza professionale dei candidati per garantire un livello omogeneo dell'aula e la possibilità di far raggiungere gli obiettivi del percorso a tutti i partecipanti .

Costo/utente:

61,20 €

Certificazione:

Agli allievi che abbiano frequentato almeno i 2/3 delle ore complessive e abbiano superato la prova finale, sarà rilasciato un attestato di validazione delle competenze acquisite.

Posti disponibili:

14

Intervento realizzato da

