



fondo
sociale europeo

Tecniche professionali di social media per il 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.

Scopo del corso: Il corso ha l'obiettivo di formare 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.

Argomenti:

- Il contesto di riferimento del percorso formativo;
- Le strategie pubblicitarie e gli obiettivi del nuovo marketing;
- WEB ANALYTICS: i mattoni fondamentali;
- Obiettivi SEO: la scelta delle parole chiave, strumenti per le parole chiave e ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO);
- Le forme, i modelli, i portali e le applicazioni più importanti del Web 2.0;
- Blog e blogosfera;
- Tecnologie per la gestione e il filtraggio dei contenuti Wiki e Wikipedia;
- Multimedia sharing;
- Il lavoro condiviso e la cross-platform;
- Social network Chat multimediali evolute;
- Social brand e e-commerce 2.0;
- Gli strumenti e come utilizzarli: Facebook, Twitter, LinkedIn, Yahoo Answers, Youtube e i video-tutorial;
- il social shopping e la condivisione delle opinioni;
- il mobile ed il futuro dei social media locali;
- Gli strumenti e gli utenti del Web 2.0;
- Gli obiettivi di un piano di social media marketing: *customer acquisition, customer retention, viral marketing, digital reputation*;
- Verifica finale.

Il corso si conclude con una prova finale di verifica dell'apprendimento somministrata ad ogni partecipante, finalizzata a valutare le conoscenze teoriche e le competenze tecnico-operative apprese durante il percorso.

Test Finale: La prova consiste in una prova tecnico-operativa riguardante l'elaborazione di un progetto 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

Certificazione: Validazione delle competenze