



CORSO DI SOCIAL MEDIA MARKETING (80 Ore)

Obiettivi: Obiettivo del percorso formativo è fornire a tutti i partecipanti nozioni pratiche e teoriche per poter lavorare nell'ufficio Marketing con particolare attenzione al Social Media Marketing. Al termine del corso i partecipanti conosceranno le principali tecniche utilizzate nel Social Media Marketing e i concetti chiave per sviluppare in maniera efficace una campagna di marketing in ambito social network. Le lezioni puntano ad una preparazione pratica integrando contenuti teorici con esercitazioni e role playing.

Modulo 1 (8h teoria)

Presentazione partecipanti team building - Come fare Business con internet e i social Network Introduzione ai social network: panoramica sui contenuti del corso poi sviluppati.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) Facebook parte I

Come creare una pagina aziendale. Differenza tra una pagina personale e aziendale - Come gestire in maniera corretta e proficua una pagina Facebook - Insights: Come gestire le statistiche su Facebook - Social Advertising su Facebook.

Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) Facebook parte II

Utilizzo dei Social Plugin: case history - EdgeRank e TalkingAbout - Aumentare i fan - Cos'è Facebook ADS? Creazione di una campagna - GraphSearch: che cos'è e come gestirlo - Influencer marketing su Facebook.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) Twitter parte I

Personalizzazione del profilo. Come approcciarsi allo strumento - La strategia del nome - Connettere la comunicazione di Twitter con Facebook - Hashtags cosa sono come gestirli come crearli ad hoc.

Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) Twitter parte II

Strategie follower: come aumentarli - strategie applicabili a Twitter - I contenuti di valore - Case history - Influencer marketing su Twitter.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) LinkedIn

I numeri di LinkedIn: l'importanza del social nel web marketing oggi - Profilo LinkedIn e personal branding; Impostare il profilo personale - I gruppi LinkedIn - Il motore di ricerca - Cosa fare con il profilo: i vantaggi del personal branding nel marketing - Il blog di LinkedIn - Pagine aziendali - Influencer marketing su LinkedIn.

Modulo 7 (8h teoria - 8h pratica) Instagram

Come funziona Instagram? - Come creare un profilo su Instagram? - Che differenza c'è tra un profilo utente e un profilo business su Instagram? - Perché avere un profilo business su Instagram? - Come condividere foto, album di foto e video su Instagram? - Come si utilizzano i filtri? - A cosa serve la geolocalizzazione sulle foto di Instagram? - Come mettere tag su Instagram? - Cosa sono gli hashtag? - Come e quali hashtag utilizzare su Instagram? - Come cercare gli hashtag? - Cosa sono le stories e come si utilizzano? - Come ottenere risultati su Instagram? - Come fare Instagram marketing? - Come leggere le statistiche su Instagram? - Come attivare una sponsorizzazione su Instagram? - Influencer marketing su Instagram.

Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) Il piano di comunicazione

Come si pianifica il piano di comunicazione - Gestire i Social Network in maniera coordinata - L'influencer marketing come strategia.

Modulo 9 (8h teoria) Moduli Obbligatori

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)