



## CORSO: DIGITAL & SOCIAL MEDIA MARKETING (80 Ore)

**Modulo 1 (6h teoria – 2h pratica)** Presentazione partecipanti e team building Panoramica sui contenuti del corso - Introduzione al digital: l'impatto del digitale e dei social network sulle abitudini dei prosumer – come le aziende stanno utilizzando gli strumenti digitali per implementare il loro business. Dal marketing offline al marketing on-line. La mission, la vision e i valori di un'azienda

**Modulo 2 (2h teoria - 2h pratica)** Il piano di comunicazione Come creare un piano di comunicazione digital – Come elaborare un piano editoriale per gestire i Social Network in maniera integrata rispetto agli obiettivi di marketing e comunicazione - L'influencer marketing come strategia

**Modulo 3 (2h teoria – 2h pratica)** Comunicare sui social (grafica e linguaggio) Utilizzo di tool di grafica per i differenti social network – L'importanza dei contenuti - Infotainment ed entertainment: perché il linguaggio commerciale nella comunicazione social di brand non paga? – Real time marketing, cos'è e come utilizzarlo al meglio.

**Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica)** Facebook Impatto e diffusione di Facebook sulla società e sul mercato: quanto è diffuso e come lo utilizzano gli utenti – come e perché i brand sono presenti su facebook – Differenze tra profilo personale e pagina aziendale – Come impostare e strutturare la pagina al meglio rispetto alla tipologia di business - Insights: come definire i KPI da monitorare per raggiungere gli obiettivi di marketing.

**Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica)** Business Facebook: Contenuti organici - Facebook Meta Business Suite: a cosa serve e come funziona – Come sponsorizzare un post, una storia o un video creando una campagna con obiettivi e target mirati – Targeting e Re-targeting: il pubblico personalizzato

**Modulo 6 (8h teoria - 8h pratica)** Instagram Come utilizzano Instagram gli utenti - Che differenza c'è tra un profilo utente e un profilo business – Come i brand utilizzano Instagram per il loro business – L'estetica su instagram, l'importanza delle immagini nella costruzione dello storytelling di brand – Influencer marketing, cos'è e come farlo diventare una leva per il business – L'importanza degli hashtag: come e quali utilizzare – Come creare una community di follower in linea con il target e gli obiettivi di marketing del brand – Strumenti per leggere le statistiche su Instagram – Come sponsorizzare una storia o un post su instagram

**Modulo 7 (2h teoria - 2h pratica)** LinkedIn LinkedIn e il personal branding - I numeri di LinkedIn: l'importanza della piattaforma per il B2B – Come creare un profilo personale efficace

**Modulo 8 (2h teoria)** Google MyBusiness come crearlo e gestirlo e quali le opportunità che offre

**Modulo 9 (2h teoria – 2h pratica)** Dal Web 1.0 al Web 4.0 – Seo, Topic e Keyword La SERP di Google - Come è cambiata la SEO dal 2000 ad oggi – Strumenti per individuare le keyword e classificarle –

**Modulo 10 (4h teoria - 2h pratica)** Google Ads e Campagne per la rete di ricerca - Le Ads di Google: andremo a vedere il pannello di gestione di adwords per la creazione di annunci sponsorizzati su google.



**Modulo 11 (4h teoria – 4h pratica)** L'elevator pitch – Elementi testuali per la costruzione di un funnel di vendita

**Modulo 12 (Moduli Obbligatori)** D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria) Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)