



CORSO DI DIGITAL & SOCIAL MEDIA MARKETING (104 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, alla gestione del contenuto e alle tecniche di scrittura SEO. Al termine del corso i partecipanti conosceranno i concetti chiave per sviluppare in maniera efficace una campagna di marketing e le principali tecniche utilizzate per creare campagne di web marketing efficaci. Le lezioni puntano ad una preparazione pratica integrando contenuti teorici con esercitazioni e role playing.

Modulo 1 (8h teoria) *Presentazione partecipanti e team building*

Il concetto di Team Building, strumenti di organizzazione aziendale brainstorming.

Introduzione al Digital Marketing e a panoramica sui *Social Network* e sulla figura del *Social Media Manager*, *Web Marketing Manager* e *Media Buyer*. Esercitazione pratica.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *Business Model Canva – la base di ogni progetto web*

Business Model Canva, da cosa è costituito e come costruirlo per avere un quadro generale di un progetto web. Buyer personas e come costruirle, partner e risorse chiave di un progetto. Esercitazione pratica.

Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) *Brand Master – la guida del professionista web*

Brand Master: la bibbia per qualsiasi progetto web e per qualsiasi professionista / collaboratore aziendale. Naming, payoff, brand values e tone of voice.

Self branding e Piano di Self Marketing, come presentarsi sul web per trovare lavoro. Esercitazione pratica.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *Social Media Marketing: da Facebook for Business a Meta*

Dalle origini di Facebook alla nascita delle pagine aziendali. 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. Collegamento con Instagram. Facebook ADS: differenza tra business suite e business manager, introduzione alla gestione delle campagne. Esercitazione pratica.

Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) *LinkedIn*

Introduzione a LinkedIn: il social media per il business - Profilo LinkedIn e personal branding - Impostare il profilo personale - I gruppi LinkedIn - Il motore di ricerca – *hashtag* e le vetrine. Cosa fare con il profilo: i vantaggi del personal branding nel marketing - Il blog di LinkedIn - Pagine aziendali. Esercitazione pratica.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) *Instagram*

Introduzione ad Instagram Marketing. 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, caroselli e video reels 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? Esercitazione pratica.

**Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *Il piano di comunicazione***

Cosa significa Comunicazione, assiomi della Comunicazione, la comunicazione aziendale - Gestire i Social Network in maniera coordinata – dal marketing tradizionale al web marketing. Il piano di comunicazione online (web marketing plan), calendario e piano editoriale. Introduzione al time management, obiettivi smart e gestione degli imprevisti (case studies). Esercitazione pratica.

Modulo 8 (4h teoria) *Video Marketing e Local Marketing*

Il futuro del web marketing: interagire con i video. Applicazioni utili per la realizzazione di video, video editing. Utilizzo di piattaforme Youtube, Vimeo e Tik Tok. Approfondimento sul successo di Tik Tok for business. Local marketing con Google My Business e TripAdvisor (gestione dei commenti).

Modulo 9 (4h teoria - 4h pratica) *Strumenti del SEO Copywriting, Content e Email Marketing*

Introduzione al copywriting per il web e per i social media, l'importanza dello storytelling e della SEO per i social. L'email marketing come strumento non proprietario. Esercitazione pratica.

Modulo 10 (4h teoria - 2h pratica) *Dalla pianificazione alla scrittura del contenuto*

TAG Title e TAG Metadescription - Struttura del testo – L'importanza del corporate blog aziendale e del blog come strumento per il personal branding.

Modulo 11 (4h teoria) *Pillar e gestione dei link*

Pillar Comunicativi. Cenni di link building: gestione dei link esterni e dei link interni.

Modulo 12 (4h teoria - 4h pratica) *Strumenti per il Social Media Manager*

Panoramica e spiegazione di alcuni tools utili per SMM, utilizzo di Canva per la realizzazione di grafiche accattivanti. Introduzione al marketing non convenzionale, alle affiliazioni e all'organizzazione di eventi online come supporto all'offline.

Modulo 13 (2h teoria - 8h pratica) *CMS: utilizzo di wordpress e le sue funzionalità*

Wordpress: gestione degli elementi grafici; ottimizzazione attraverso i plug-in - controllo SEO del testo e delle immagini di Wordpress si vedrà solo l'interfaccia per la gestione dei contenuti, nulla riguardo la programmazione di un sito web.

Modulo 14 (Moduli Obbligatori)

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

Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)