



Corso per **Social Media Marketing**

Durata: 200 ore

Attestazione finale:

attestato di frequenza con profitto



SCHEDA TECNICA

L'operatore social media marketing si occupa della gestione della comunicazione integrata su tutte le diverse piattaforme del Web 2.0, secondo le strategie di comunicazione definite dal social media manager. Risponde all'esigenza di aziende e professionisti di adeguarsi all'evoluzione dei nuovi linguaggi di comunicazione dettati dal digitale per promuovere il proprio brand e la propria immagine, gestire campagne promozionali di beni e servizi.

● **Struttura del percorso e contenuti formativi**

Modulo 1: CRM aziendale (30 ore)

- Analisi dei dati, implementazione, coordinamento;
- Esercitazioni di inserimento, ricerca contatti, elaborazione report, eliminazione dati.

Modulo 2: Principali software per sviluppo e authoring Web (60 ore)

- Adobe Photoshop 2.0 conoscenza delle principali funzioni di elaborazione testi e immagini;
- importazione ed esportazione di immagini, modifica di sfondi, immagini primarie e immagini secondarie, identificazione e modifica delle tonalità di colore, inserimento formattazione di test.

Modulo 3: Social media marketing ed e-commerce (40 ore)

- Tecniche di impostazione visiva e testuale della campagna on line in riferimento al target cliente;
- Simulazione di realizzazione di una campagna promozionale on line.

Corso per **Social Media Marketing**



● Struttura del percorso e contenuti formativi

Modulo 4: Social media marketing ed e-commerce (70 ore)

- Nozione, gestione e implementazione (percorsi di acquisto e conversione);
- Tecniche di utilizzo dei principali sistemi di web analytics, web advertising, viral marketing, campagne sui social network, attività di reportistica;
- Utilizzo dei principali sistemi di web analytics, web advertising, viral marketing, campagne sui social network, attività di reportistica.

Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti

Al termine del percorso formativo verranno realizzati: test dell'apprendimento cognitivo a risposta multipla e/o aperta, in itinere e fine modulo e verifiche delle capacità/abilità attraverso simulazioni e prove pratiche individuali e di gruppo.

Fabbisogno Occupazionale

Al termine del percorso formativo gli allievi potranno spendere le competenze acquisite presso Aziende di comunicazione.

