

I SOCIAL MEDIA COME STRUMENTO DI E-COMMERCE - SOCIAL MEDIA MANAGER - 40 ore

CONTENUTI

Modulo 1: Comunicazione on line e strategie digitali

- ✓ Principi e metodi di Copywriting e Content Curation; Lead generation e infomarketing; strumenti, applicazioni, tecniche per la content curation; tecniche di web writing; seo e copywriting; social e copywriting; strategie di naming; la determinazione della Unique Value Proposition.

Modulo 2: Progettare il piano editoriale su uno o più Social Network

- ✓ Caratteristiche ed evoluzione dei principali Social Networks: facebook, twitter; linkedin, instagram, youtube; principi e metodi di content strategy; Storytelling e Corporate Storytelling; Engagement: creare contenuti coinvolgenti che generino interazioni; piano editoriale e copertura organica.

Modulo 3: Web publishing e E-Commerce

- ✓ Nozioni di grafica per il web, tecniche di content marketing, criteri per la definizione di contenuti di qualità; i Funnel di marketing e la costruzione di landing page; normativa di riferimento per la progettazione e produzione di siti web, tecniche di organizzazione e redazione dei contenuti editoriali.

Modulo 4: Condurre e ideare una campagna di digital marketing

- ✓ Tecniche e strumenti di direct marketing su internet; blogging e vlogging; caratteristiche dei circuiti pubblicitari AdWords, Facebook Ads; Google My Business per il Local Marketing; creare inserzioni e sponsorizzare eventi sui Social Network; elaborare una campagna di comunicazione utilizzando strategie digitali; le Newsletter e il Direct E-mail Marketing.

Modulo 5: Il Social Media Manager: competenze distintive e principali attività

- ✓ Obiettivi, target e strategia di utilizzo dei Social Media; Social Media Content Strategy: progettazione, calendarizzazione e implementazione di un piano editoriale; Tecniche e strumenti per creare engagement e stimolare l'interazione; Metodologie di monitoraggio e analisi della reputazione online; Le Digital PR: come identificare gli online influencer e gestire le relazioni con loro; Dalle conversazioni "negative" al Crisis Management: come gestire le crisi online.

UF: I SOCIAL MEDIA COME STRUMENTO DI E-COMMERCE - SOCIAL MEDIA MANAGER

Riferimenti:

Quadro Regionale degli Standard Professionali (decreto n. 11809 del 23/12/2015)
[22.11] ESPERTO IN COMUNICAZIONE GIOVANILE

Competenza di riferimento del Qrsp:

Curare la realizzazione e gestione di siti web, blog e utilizzare strumenti di social network

Modalità formative: Lezioni interattive erogate a distanza con l'utilizzo della piattaforma Microsoft Teams. Trattandosi di lezioni in modalità sincrona, saranno possibili interazioni tra docenti e discenti. Verranno alternati momenti di spiegazione teorica ad esempi, esercitazioni ed analisi di casi attinti dalla realtà lavorativa.

Certificazioni rilasciate:

Attestato di frequenza a coloro che hanno frequentato almeno il 75% delle ore del corso.

SEDE LEGALE

Via Soderini 24 - 20146 Milano
Tel 02 77404141 - protocollo@afolmet.it
P.IVA 08928300964