

CORSO ONLINE: SOCIAL MEDIA MARKETING – 200 ORE

Descrizione del corso

Il nuovo marketing si nutre di storie, emozioni e interazioni personali, ma è anche la base più innovativa ed efficace per fare lead generation e commerce.

Il Corso si pone l'obiettivo di illustrare le potenzialità del social media marketing, attraverso la descrizione di molti esempi e case story, oltre alla discussione di modelli di management di questa nuova comunicazione con i clienti. L'uso dei social media a fini di marketing è inserito in una prospettiva di digital transformation, nella quale i social media assumono un ruolo strategico di creazione di opportunità di nuovo business, a partire dal ridisegno della digital experience del cliente.

Il programma prenderà il via dai principi del social media marketing management applicati sulle diverse piattaforme di cui si descriveranno anche tipicità e trend di utilizzo. Il legame tra social media marketing, i suoi contenuti, le sue occasioni di lead generation e social commerce, la digital transformation aziendale diventa a questo punto la cornice entro il quale si discutono i primi esempi e casi di social media marketing.

La parte centrale del corso sarà dedicata alle piattaforme più rilevanti: verrà analizzato il marketing con Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram e Tik Tok, per comprenderne i principi e le best practice.

Sarà inoltre affrontato il tema dell'influencer marketing e di come i nuovi creator possono essere inclusi nel marketing aziendale, approfondendo anche il ruolo dei dipendenti come influencer interni, attraverso gli employee advocacy programs, uno dei temi più critici: la gestione delle crisi reputazionali nei social media.

Occasione di approfondimento di due temi centrali come il marketing e cioè il ruolo e il management del brand storytelling sulle diverse piattaforme social, la differenza sui risultati si fonda sulla comprensione delle nuove logiche di marketing, che sono centrate sul valore per il cliente.

Obiettivi

Il Corso si pone l'obiettivo di fornire una preparazione completa sulle nuove strategie e potenzialità del marketing, si analizzeranno i processi e gli strumenti più efficaci per creare valore. A termine del programma si è in grado di applicare i principi del social media marketing ai diversi progetti nel disegno delle campagne, analizzandone le performance e ridisegnando le strategie per ottimizzare i risultati sia di branding che commerciali.

PROGRAMMA

Il corso online **La risorsa umana come leva strategica** è suddiviso in **12 Moduli**, come segue:

Modulo 1 | L'Arte del racconto

Modulo 2 | Content Marketing

Modulo 3 | La reputazione sul Web

Modulo 4 | Social Media Marketing for Business

Modulo 5 | Facebook Marketing

Modulo 6 | LinkedIn Marketing

Modulo 7 | Instagram, Tik Tok, Youtube Marketing

Modulo 8 | Strategie di influencer-oriented

Modulo 9 | Search engine optimization – Search engine marketing (SEO & SEM)

Modulo 10 | Ads Training | Ads Facebook

Modulo 11 | Canva per il Social Media

Modulo 12 | Case History | Stella McCartney Case

MODALITA' DI SVOLGIMENTO

Il corso si svolge in modalità **online** con video **lezioni on demand** disponibili h 24.

Le lezioni registrate possono essere riviste in qualsiasi momento, collegandosi alla piattaforma MOODLE : <https://www.unidcampus.com> ed accedendo con le credenziali ricevute attraverso il nostri siti <https://www.eurosofia.it/>; <https://www.unidformazione.com> e <https://www.unidprofessional.com>

METODOLOGIE

Coinvolgimento dei partecipanti attraverso discussioni, confronti, proposte, esercitazioni pratiche.

Al termine del corso i partecipanti potranno realizzare un project work, sperimentare ciò che hanno appreso durante il corso di formazione.

Lo scopo è quello di migliorare le competenze professionali, trovare soluzioni adeguate al percorso scelto e acquisire strumenti efficaci per raggiungere obiettivi soddisfacenti.

Risorse di approfondimento e dispense scaricabili, slides power point.

MAPPATURA DELLE COMPETENZE

- Saper applicare le conoscenze che sostengono i temi e le dinamiche delle campagne di Social Media Marketing
- Accrescere la conoscenza dei partecipanti per renderli più consapevoli e preparati relativamente alla comprensione delle svariate e nuove applicazioni delle tecniche e le strategie del Social Media Marketing sotto l'impulso della trasformazione digitale
- Saper gestire l'universo complesso e articolato degli obiettivi da raggiungere tenendo presente le politiche di convergenza tra i canali di vendita digitali
- Sviluppo delle competenze connesse alle nuove sfide circa le strategie di marketing basate sulla comunicazione.

VERIFICA DELLE CONOSCENZE

Sono previste due tipologie di verifiche, mediante test a risposta multipla:

- **Verifica dell'auto-apprendimento dei corsisti**

Sono previste esercitazioni intermedie ed una verifica finale, al termine della quale sarà possibile scaricare l'attestato di partecipazione

- **Verifica della CustomerSatisfaction**

E' prevista una valutazione del livello di gradimento del corso

DESTINATARI

Dirigenti scolastici, referenti di istituto, funzioni strumentali, figure di coordinamento.

Docenti scuola infanzia, Docenti scuola primaria, Docenti scuola secondaria I grado, Docenti scuola secondaria II grado.

Il corso si rivolge anche a tutti i professionisti che lavorano nell'ambito scolastico, educativo e sociale che sono interessati ad aggiornare le proprie competenze.

- Non ci sono limiti di età.

ATTESTATO

L'attestato di partecipazione, **ricosciuto dal MIUR ai sensi della Direttiva 170/2016**, è scaricabile direttamente dalla piattaforma elearning, solo dopo aver superato i test di verifica ed il tempo richiesto al completamento del corso

COSTO

Prezzo di listino € 244,00

Sono previste scontistiche periodiche.