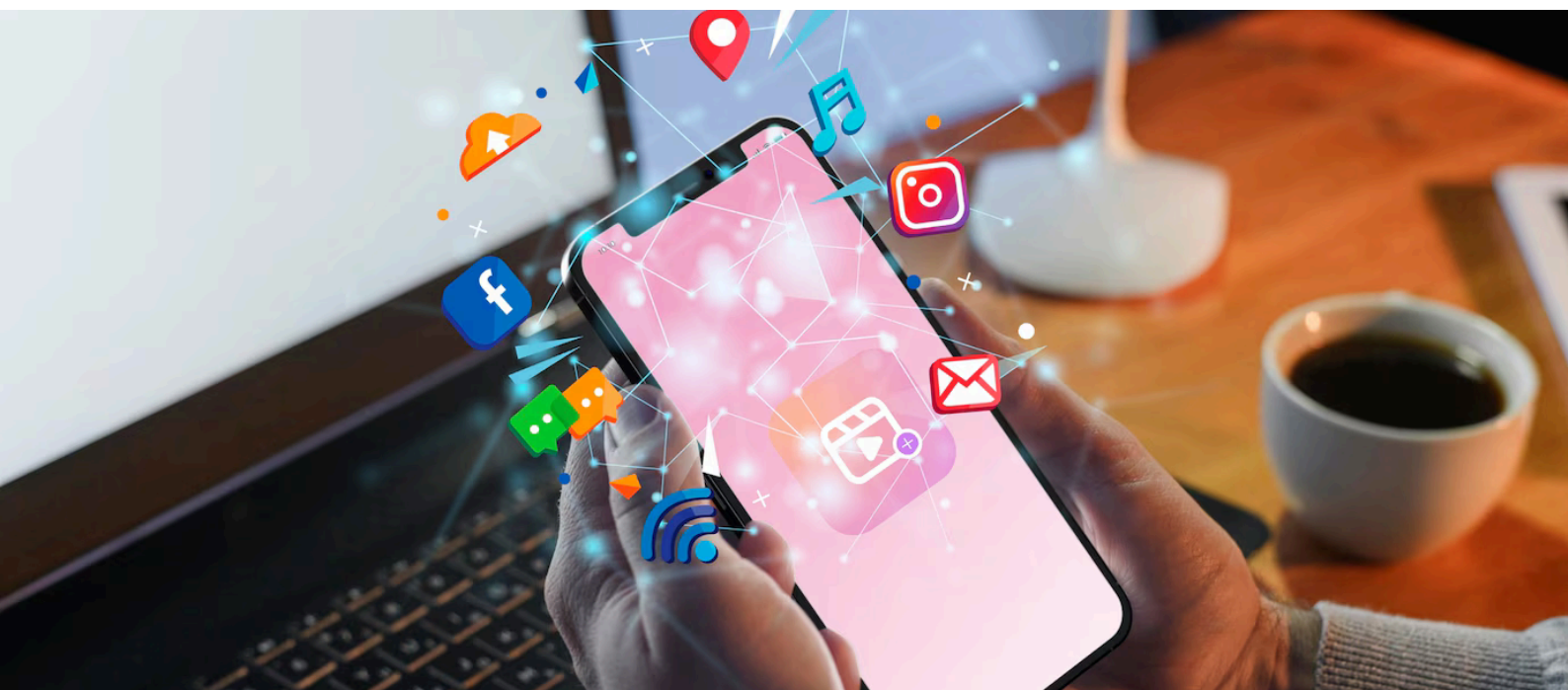




ASSEGNO GOL PERCORSO 2 "AGGIORNAMENTO (UPSKILLING)"

TECNICO DI SOCIAL MEDIA

RIF: PROFILO DEL REPERTORIO DEGLI STANDARD PROFESSIONALI REGIONE VENETO
P-284 - TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA

Il percorso formativo si pone l'obiettivo di sviluppare e aggiornare competenze, conoscenze e abilità per la figura del **Tecnico in Social Media**. L'obiettivo è di permettere all'allievo di maturare le necessarie esperienze tecniche ed operative che sono indispensabili per formare e/o aggiornare coloro che devono occuparsi della realizzazione, dello studio e del monitoraggio di **campagne marketing** sul Web. La struttura teorica/pratica del corso, infatti, consente agli allievi di acquisire quelle competenze che sono indirizzate in maniera specifica, verso il **mondo del Web** e degli strumenti necessari che permetteranno di accedere in modo professionale al mondo del lavoro.

Il corso, della durata di **120 ore**, si svolgerà in **modalità mista** (presenza + FAD).

Al termine del corso, al superamento del 70% di frequenza delle ore previste, verrà rilasciato un **attestato** di partecipazione e acquisizione delle competenze.

Il percorso formativo è gratuito, finanziato dalla Regione Veneto e in alcuni casi può essere riconosciuto un **rimborso spese giornaliero**. Il rimborso viene riconosciuto soltanto per le giornate in cui il partecipante frequenta almeno il **70% delle ore di lezione previste**.

ARGOMENTI DEL CORSO

REALIZZARE L'ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

- Metodologie e strumenti di analisi dei fabbisogni
 - Modelli di marketing e segmentazione dell'utenza
 - Principali tecniche e metodologie di analisi di mercato
 - Metodologie e strumenti di benchmarking
 - Strumenti e tecniche di gestione di un budget
 - Principali tecniche di SEO e SEM
-
- Riconoscere finalità ed esigenze del contesto e utenza a cui l'organizzazione/azienda/brand si rivolge
 - Identificare il sistema di offerta dei principali competitor, assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking
 - Definire gli elementi costitutivi della strategia di comunicazione da sviluppare sui diversi social network
 - Tradurre gli obiettivi aziendali in ipotesi progettuali
 - Riconoscere le specificità dei servizi, delle attività e dei prodotti da promuovere al fine di valutarne potenzialità e valenza rispetto al mercato di riferimento

CONFIGURARE LA SOCIAL MEDIA STRATEGY

- Caratteristiche, strategie operative, norme d'utilizzo e di privacy dei principali social network
 - Principali tecniche di social media communication e content management
 - Principali tecniche di copywriting e scrittura creativa
 - Riferimenti normativi e legislativi in materia di autodisciplina pubblicitaria e relativi al copyright
 - Elementi di social media management
 - Principali programmi, tecniche e strumenti per la creazione e gestione di contenuti multimediali
-
- Riconoscere soluzioni per realizzare la campagna social, in coerenza con i vincoli economici e di progetto stabiliti
 - Identificare i social network su cui implementare la strategia, sulla base degli obiettivi e analisi aziendali previste
 - Applicare tecniche di social media communication, content management e copywriting
 - Riconoscere le tipologie di contenuti più efficaci per promuovere la brand awareness e la reputation dell'organizzazione
 - Stabilire un calendario editoriale in base alle caratteristiche dei vari social network allo scopo di creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico di riferimento

Per informazioni:

SERENELLA PERETTO - MARNIE SCHIAVON
- GIADA PACCAGNELLA

politicheattive@adattaformazione.it

tel. 0497387356

Seguici sui nostri social



@adattaformazione srl



Adatta Formazione