

Corso *gratuito* Digital Marketing

130 ore

infap

ISTITUTO NAZIONALE FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO PROFESSIONALE

COL

Garanzia Occupabilità Lavoratori



OBIETTIVI

L'obiettivo principale del corso è quello di aumentare le competenze degli utenti nelle materie indicate in modo da facilitare il loro inserimento nel mondo del lavoro e rispondere alla crescente richiesta di figure specializzate in **Digital Marketing** e **Social Media**.

L'intervento auspica dunque a:

- Aumentare le conoscenze e le competenze degli utenti coinvolti nel Digital Marketing e Social Media;
- Aumentare le possibilità occupazionali dei destinatari;
- Facilitare l'inserimento lavorativo dei destinatari;
- Completamento del percorso formativo con rilascio di attestato di frequenza per tutti i discenti

METODOLOGIA DIDATTICA

Le metodologie didattiche utilizzate saranno le seguenti:

- la lezione frontale: essendo una comunicazione ad una via sarà il metodo più usato nei momenti in cui è necessario trasmettere informazioni teoriche, supportate dall'ausilio di slide e materiale didattico
- il confronto: costituirà il passo successivo poiché, essendo una comunicazione a due vie, attraverso domande e discussioni, si susciterà l'interesse del discente accelerandone così il processo di apprendimento.
- Didattica applicativa: identificabile in esercitazioni pratiche e attività di laboratorio. Esercitazioni in laboratorio informatico, durante le quali gli allievi potranno utilizzare dei programmi specifici ed esercitarsi su casi pratici.
- Momenti di valutazione con l'ausilio di test intermedi, per andare a colmare in itinere eventuali lacune formative.

CONTENUTI

Unità didattica 1. Dal web 2.0 al social marketing: cosa sta succedendo, contesto di riferimento, esempi e buone prassi

Unità didattica 2: Il sito web al centro del Digital Marketing: come deve essere fatto (caratteristiche) e cosa deve contenere

Unità didattica 3. Come si confezionano i contenuti che piacciono ai motori di ricerca

Unità didattica 4: Search Engine Marketing

Unità didattica 5: Search Engine Optimisation

Unità didattica 6: Facebook: account, gruppi, pagine aziendali, eventi, post e promozione di servizi e prodotti, linkedin

Unità didattica 7: Social Media Marketing: Twitter e Google Plus

Unità didattica 8: Visual Marketing, quando le immagini diventano social: Instagram e Pinterest

Unità didattica 9: L'utilizzo dei video sui social

Unità didattica 10: fidelizzare i clienti e acquisirne di nuovi tramite newsletter e mailing list (MagNews, MailUp e MailChimp)

Laboratorio di project work e verifica finale