RETICA
osti jarej

ESEMPIO DI SCHEDA GIA' COMPILATA (DA SEGUIRE PER LA COMPILAZIONE NUOVA SCHEDA PROGETTAZIONE CORSI "ASSEGNO PER IL LAVORO - AXL")

Le risposte non possono essere modificate

Scheda progettazione corsi "Assegno per il Lavoro"

Questo format, una volta compilato, servirà per sviluppare il programma formativo del corso. Le chiediamo quindi di inserire negli appositi spazi le informazioni necessarie al fine di presentare il corso ai potenziali corsisti in modo che siano allineate a quanto effettivamente vedranno in aula.

PS: è vivamente consigliato di contattare telefonicamente lo staff di Retica nel caso ci fossero dubbi/richieste di informazioni ulteriori rispetto alla compilazione di questa scheda

*Campo obbligatorio

Scrivi il tuo indirizzo mail *

prova@formazione.com

Titolo del corso *

Digital Marketing Specialist

Durata del corso (min 48 - max 90 ore) *

- ○ 48 ore livello base + 42 livello avanzato
- ◉ 90 ore
- ○ 48 ore
- ○ Altro: _____

Obiettivi formativi: descrivere per punti le finalità perseguite in maniera concreta e in ottica lavorativa *

- Gestire le pagine social e i contenuti del sito;
- Supportare la pianificazione e implementazione di campagne di comunicazione online e offline;
- Monitorare l'andamento delle campagne;
- Ricercare nuovi trend digitali e tecnologie;
- Analizzare e monitorare le attività digitali dei competitor;
- Supportare la creazione di materiali di marketing (Brochures, Company Presentations, ecc ...);

Conoscenze: indicare le conoscenze tecniche e specifiche erogate attraverso il corso *

- la comunicazione aziendale on-line
- Il modello del marketing Funnel per la conversione dell'utente
- la Business community: vantaggi
- significato/definizione di branding
- il modello dell'Inbound marketing: lo strumento del buyer Journey
- l'arte del Digital storytelling aziendale
- gli obiettivi della strategia di marketing
- il mercato target
- il concetto di marketing mix
- analisi dei concorrenti
- definizione e tipologie di e-mail marketing
- caratteristiche e funzionalità delle Principali piattaforme open source per creazione di siti, ecommerce e blog (Wordpress, Joomla, Drupal, ecc)
- le 4 C del Social Media Marketing
- caratteristiche dei principali social networks per il business (Facebook, Instagram,Twitter; Linkedin, Google+; Youtube)
- il piano editoriale dei contenuti;
- tipologie di strumenti/tools per gestire i contenuti (es. Hootsuite);
- algoritmi e meccanismi di funzionamento dei motori di ricerca;
- scelta delle parole chiave (Google Trends);
- tecniche di SEO (search engine optimization);
- SEM search engine marketing;
- Google AdWords e Facebook Ads;
- le fasi di monitoraggio delle campagne advertising:
- Google Analytics per il monitoraggio del sito;

Competenze in esito alla formazione: che competenze l'allievo può sviluppare? Cosa sarà in grado di fare in termini lavorativi? *

- Comunicare nel web in modo efficace e performante al fine di utilizzare Internet in modo strategico per attrarre e fidelizzare il cliente
- Pianificare la strategia di marketing per il cliente/azienda al fine di ottenere un vantaggio competitivo e risultati positivi in termini di vendite, immagine e rapporto con la clientela
- Realizzare il piano di marketing applicando i principi base del management e utilizzando varie metodologie/tools e tecniche di posizionamento, ottimizzazione e analisi dei dati statistici

Requisiti minimi allievo: quali competenze deve già possedere l'allievo per poter partecipare efficacemente al corso? *

- titoli di istruzione secondaria superiore (equivalenti EQF 4 o superiori) o titoli di laurea triennale/specialistica inerenti al profilo professionale e/o esperienze formative/professionali significative inerenti al profilo professionale;
- Buona conoscenza della lingua inglese (livello B1);

Inoltre verranno considerati requisiti preferenziali:
- certificazioni/abilitazioni inerenti il profilo;
- esperienze nella gestione di progetti complessi;
- buone capacità nell'utilizzo del computer (pacchetto Office), portali e gestionali di raccolta e elaborazione dati e creazione di siti;

Attraverso il corso quali possono essere gli sbocchi professionali per l'allievo? *

Sarà capace di supportare lo sviluppo di un piano di marketing e comunicazione efficace, di utilizzare i canali web per sviluppare la rete commerciale dell'azienda, analizzare i trend di mercato, prevederne l'andamento e creare offerte ad hoc sul profilo del cliente target. Il Digital Marketing si affianca alle strategie di vendita tradizionale ed è un'attività imprescindibile per il successo commerciale di qualsiasi azienda in quanto la comunicazione tramite piattaforme online e social network è veramente potente ed è in grado di orientare i gusti di clienti e consumatori.

Che tipologia di aziende può essere interessata a un profilo con le competenze acquisite attraverso il corso? *

Aziende di piccole e medie dimensioni che hanno un reparto marketing/commerciale, che operano sia nel settore produttivo che dei servizi. Agenzie di comunicazione, software house etc che si occupano di creare campagne di digital marketing per aziende e realtà associative loro clienti