

**Contenuti del Corso e Monte Ore**  
**“ADDETTO AI SOCIAL MEDIA MARKETING”**  
**150 ORE**

---

Dati Generali	<p><b><u>ADDETTO AI SOCIAL MEDIA MARKETING.</u></b></p> <p><b>Tipologia Formativa:</b> DIRITTO MIRATO  <b>Periodo del progetto:</b> Dal 26/10/2020 al 19/11/2020.  <b>Orario delle lezioni:</b> Dal lunedì al venerdì.  Dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:00 alle ore 18:00.  <b>Durata:</b> 150 ore  <b>Sede:</b> WEBINAR.  <b>Partecipanti:</b> 8 persone.</p>	
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ex lavoratori in somministrazione con 45 giorni di disoccupazione ed almeno 110 giornate di lavoro negli ultimi 12 mesi.</li> <li>- Ex lavoratori al termine della procedura in Mancanza di Occasioni di Lavoro.</li> </ul>	
Figura professionale in uscita	3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing	
Obiettivi	<p>Il percorso prevede la creazione di una figura professionale capace di utilizzare tutti gli strumenti di comunicazione e di gestione del piano marketing tradizionale e in ambito digital, dall'individuazione dello strumento da utilizzare in base a pubblico e budget allo studio di casi di successo, dalla definizione delle strategie al suo monitoraggio</p>	
Articolazione didattica	<p><b>MODULO 1 - Introduzione alla comunicazione aziendale. 18 h teoria - 8 h pratica (26 ore tot).</b>  Introduzione alla comunicazione aziendale; La comunicazione interna ed esterna; la Customer Analysis Satisfaction; Gli strumenti della comunicazione; il piano di comunicazione aziendale; la comunicazione efficace.</p> <p><b>MODULO 2 - Pianificazione editoriale e sui social. 8 h teoria - 8 h pratica (16 ore tot).</b>  Come creare un piano editoriale per social media; quali contenuti e come sceglierli; La calendarizzazione dei contenuti; Monitorare l'attività e il tipo di coinvolgimento;</p> <p><b>MODULO 3 - Piano di marketing. 24 h teoria - 8 h pratica (32 ore tot).</b>  Definizione di piano di marketing; Obiettivo del Piano di Marketing; Chi sviluppa un piano di marketing; Tipologia di Piano di Marketing; Come creare un Piano di Marketing – Step e Struttura.</p> <p><b>MODULO 4 - Case History di successo. 24 h teoria (24 ore tot).</b>  Cos'è un case history; come creare un case history di successo; a cosa serve un case history di successo;</p> <p><b>MODULO 5 - Monitorare il piano di marketing. 18 h teoria e 10 h pratica (28 ore tot).</b>  Quando serve un piano marketing? Come strutturare un efficace piano marketing? Da dove cominciare; Definisci obiettivi specifici; Strutturare il piano</p> <p><b>MODULO 6 - Social media “Visual”. 12 h teoria e 8 h pratica (20 ore tot).</b>  Il potere delle immagini: i visual social network; Pinnare; Gli scatti condivisi e i filtri; Il social micro blogging.</p> <p><b>MODULO 7 - Diritti e Doveri Dei Lavoratori. 4 h teoria (4 ore tot).</b>  Dal lavoro interinale al lavoro in somministrazione: legislazione, sistema triangolare del lavoro in somministrazione, ammissibilità e divieti. Il CCNL per i lavoratori temporanei. Le materie di competenza e gli obblighi dell'agenzia per il lavoro e dell'impresa utilizzatrice. Il contratto commerciale tra agenzia ed impresa utilizzatrice e tra lavoratore e agenzia di somministrazione. I diritti e doveri dei lavoratori. La bilateralità. Forma.Temp ed E.Bi.Temp.</p>	
Metodologie formative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lezione teorica.</li> <li>• Esercitazioni pratiche.</li> </ul>	
Durata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ore Teoria</li> </ul>	108

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ore Pratica</li> </ul> Monte ore	42 <b>150</b>
<b>Requisiti aula</b>	MODALITA' WEBINAR	
<b>Requisiti Docente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Titolo di studio: Laurea</li> <li>Esperienza Lavorativa: Pluriennale</li> </ul>	
<b>Note</b>	-----	