

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

Dati Generali	<p><u>ADDETTO AI SOCIAL MEDIA MARKETING.</u></p> <p>Tipologia Formativa: DIRITTO MIRATO</p> <p>Durata: 150 ore Sede: WEBINAR.</p>	
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> - Ex lavoratori in somministrazione con 45 giorni di disoccupazione ed almeno 110 giornate di lavoro negli ultimi 12 mesi. - Ex lavoratori al termine della procedura in Mancanza di Occasioni di Lavoro. 	
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>MODULO 1 - Introduzione alla comunicazione aziendale. 18 h teoria - 8 h pratica (26 ore tot). 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>MODULO 2 - Pianificazione editoriale e sui social. 8 h teoria - 8 h pratica (16 ore tot). 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>MODULO 3 - Piano di marketing. 24 h teoria - 8 h pratica (32 ore tot). 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>MODULO 4 - Case History di successo. 24 h teoria (24 ore tot). Cos'è un case history; come creare un case history di successo; a cosa serve un case history di successo;</p> <p>MODULO 5 - Monitorare il piano di marketing. 18 h teoria e 10 h pratica (28 ore tot). Quando serve un piano marketing? Come strutturare un efficace piano marketing? Da dove cominciare; Definisci obiettivi specifici; Strutturare il piano</p> <p>MODULO 6 - Social media “Visual”. 12 h teoria e 8 h pratica (20 ore tot). Il potere delle immagini: i visual social network; Pinnare; Gli scatti condivisi e i filtri; Il social micro blogging.</p> <p>MODULO 7 - Diritti e Doveri Dei Lavoratori. 4 h teoria (4 ore tot). 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"> • Lezione teorica. • Esercitazioni pratiche. 	
Durata	<ul style="list-style-type: none"> • Ore Teoria 	108

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