

Corso esperto di Digital Marketing

OBIETTIVI

Il corso è realizzato nel quadro nell'iniziativa Obiettivo digitale: skills ICT per le professioni di domani. Empowerment, Inclusion and Employability e nasce grazie al sostegno di J.P. Morgan per aiutare a sviluppare le competenze necessarie ad avere successo nei percorsi professionali.

Il mercato del lavoro oggi è fortemente influenzato dalla tecnologia e le figure specializzate in ICT sono sempre più ricercate, ma non sempre disponibili. Ciò genera quindi un mismatch tra domanda e offerta di lavoro. È quindi necessario formarsi per ricoprire quei ruoli professionali realmente richiesti, dai programmatori ai sistemisti, dagli esperti di Big Data a quelli in marketing digitale e accedere così velocemente a nuove opportunità di impiego.

L'Esperto di Digital Marketing è in grado di suggerire o supportare azioni di marketing mirato, affianca il responsabile di piccole e medie imprese o il direttore delle vendite/marketing di grandi organizzazioni per promuovere prodotti e/o servizi attraverso l'uso delle nuove tecnologie web.

Destinatari

Indicato per disoccupati o inoccupati, diplomati o laureati, residenti o domiciliati in provincia di Mantova. Il percorso didattico può offrire opportunità di inserimenti in contesto ICT a diplomati di istituti scientifici o umanistici con conoscenze linguistiche adeguate. Il corso è indicato soprattutto per chi è interessato a nuovi sbocchi professionali in ambito dei social media e del digitale in generale, o per coloro che hanno già avuto delle prime esperienze di lavoro nell'ambito del marketing e della comunicazione d'impresa.

Competenze in uscita

L'Esperto di Digital Marketing svilupperà competenze di marketing e vendite. Nello specifico, al termine del percorso formativo, sarà in grado di suggerire o supportare azioni di marketing mirato e di promuovere prodotti e/o servizi attraverso l'uso delle nuove tecnologie web.

Contenuti del corso

INTRODUZIONE AL CORSO - 2 ore

PERSONAL EMPOWERMENT 4.0 - 100 ore

- Project Work;
- Business Communication;
- Problem Solving e tecniche di comunicazione;
- Il mondo del lavoro e il mercato del lavoro.

SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO - 8 ore

INGLESE COMMERCIALE - 24 ore

- Regole grammaticali e espressioni idiomatiche;
- La telefonata per fissare un appuntamento e scambiare informazioni;
- La programmazione delle attività aziendali;
- L'organizzazione e le strutture aziendali;

- La descrizione di prodotti e servizi;
- Lettere commerciali, offerte, ordini, solleciti e reclami;
- Terminologia e fraseologia nella negoziazione commerciale con e all'estero;
- Le terminologie di marketing.

DIGITAL COMMUNICATION - 32 ore

- Cosa è la comunicazione d'impresa;
- La comunicazione integrata;
- Comunicazione e immagine;
- Gli elementi costitutivi del messaggio pubblicitario;
- La centralità del Concept;
- Identità aziendale e immagine aziendale;
- Branding visibile e branding invisibile;
- Visione di un brief ed esercitazioni pratiche.

MARKETING E GESTIONE DELLE VENDITE - 28 ore

- L'analisi del mercato;
- Il marketing mix: l'evoluzione dalle 4P alle 6C;
- Il back office commerciale;
- Il target clienti e la copertura di mercato;
- Territorio, canali distributivi, suspects, prospects e clienti attivi;
- Qualification Form: quali informazioni chiedere al potenziale cliente;
- CRM e DATABASE: gli strumenti dove raccogliere le informazioni;
- La gestione del portafoglio clienti, tra ricerca e acquisizione di nuovi clienti e mantenimento e sviluppo degli esistenti;
- La matrice di Ansoff;
- L'email di approccio come primo contatto col potenziale cliente;
- L'utilizzo dei social networks per la ricerca, la vendita e la gestione del cliente;
- La redazione e la gestione delle offerte e degli ordini di vendita;
- La gestione e il controllo degli indicatori di performance commerciale;
- Il Customer Service e la gestione del reclamo come tecnica di fidelizzazione.

BASI DI GRAFICA DIGITALE - 72 ore

- Adobe Photoshop e il ritocco delle immagini;
- Adobe Illustrator e le immagini vettoriali;
- Adobe InDesign per la produzione di eBook;
- Adobe Edge: animazioni e moduli HTML;
- Adobe Muse e i siti responsive;
- Adobe Creative Cloud e i dispositivi mobili;
- Immagini royalty free, i font ed i social grafici;
- Il formato PDF e le sue declinazioni per la stampa e il digitale;
- Gli asset digitali e i sistemi DAM;
- Le Google Apps per il team working ed il lavoro a distanza;
- Basi di HTML.

FOTOGRAFIA E VIDEO - 28 ore

- Lo shooting fotografico;
- Il montaggio video con Adobe Premiere;

- Proprietà clip e animazione;
- Transizioni ed effetti.

WEB MARKETING E DIGITAL STRATEGY - 32 ore

- Ciclo di Digital Marketing;
- Social Media Marketing (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Chat);
- Content Strategy e Content Curation;
- Basi di SEM. SEO dei contenuti;
- Basi di Google Analytics e AdWords.

CONTENT MARKETING - 28 ore

- Definire la strategia digitale;
- La creazione e la gestione dei contenuti;
- Lo Storytelling ed il Visual Storytelling;
- La strategia dei contenuti ed il calendario editoriale;
- Ottimizzare i contenuti per i motori di ricerca;
- Il blog ed il blogger;
- Le diverse destinazioni dei contenuti;
- Email marketing;
- I contenuti nell'era dell'e-commerce;
- Il marketing delle conversazioni.

APP ECONOMY - 32 ore

- App dedicate e App editoriali;
- Le pubblicazioni digitali;
- Pubblicare App per i principali Marketplace;
- I metadati e la pubblicazione degli eBook;
- App e web site: come interagiscono;
- Banner responsive ed adaptive per il web e per le App Content Based.

WORDPRESS - 32 ore

- Introduzione ai CMS;
- Tipi di sito: riconoscere blog, siti vetrina, e-commerce;
- Dominio e hosting;
- Struttura e layout del sito;
- Le pagine e gli articoli;
- Plugins;
- Manutenzione e sicurezza;
- SEO: utilizzare correttamente i tag semantici e ottimizzare i contenuti.

E-COMMERCE E AUTOMATED SALES - 32 ore

- Piattaforme per e-commerce;
- Architettura, Folder e Data Structure;
- Backend e frontend;
- Gli asset per l'e-commerce;
- Vendere con Amazon e i grossi player;
- Marketing Automation: Facebook, Pixel, Google Tag Manager, Analytics, Zapier, Zendesk;

- Database & Big Data: strumenti per leggere i dati di vendita.

Requisiti in ingresso

L'ammissione al corso è subordinata al superamento di alcune prove di selezione, che prevedranno test scritti attitudinali e colloquio motivazionale, allo scopo di esaminare le attitudini e le esperienze formative e professionali del candidato rispetto al profilo in esame, oltre agli aspetti relazionali e di comunicazione.

Sbocchi occupazionali

La figura professionale in uscita può essere inserita in uffici commerciali e di pubbliche relazioni, agenzie di comunicazione, imprese di marketing e aziende operanti nei più disparati settori merceologici. Il Digital Marketer può inoltre intraprendere un'attività di tipo autonomo.

Certificazioni

- Attestato di frequenza IFOA

Note

Il corso si compone in 450 ore totali che si svolgeranno in modalità mista presenza/distanza (circa 30 % in webinar - 70 % in aula). Tali percentuali saranno variate solo per rispettare eventuali nuove indicazioni di legge su sicurezza Covid. A seguire tirocinio formativo extracurricolare in azienda.

- copia della Dichiarazione sostitutiva di certificazione compilata (Scaricabile qui)
- copia della Carta d'identità
- Foto tessera
- copia del Permesso di Soggiorno (solo per stranieri)

INFORMAZIONI UTILI

Tipologia corso: Con stage, Senza Diploma, Finanziato/Gratuito

Durata: 450 ore

Stage: 500 ore

EDIZIONI

MANTOVA

Scadenza iscrizioni:

12/11/2021

Inizio corso:

23/11/2021

Prezzo:

0 € (+ IVA)

MILANO

Scadenza iscrizioni:

15/01/2022

Inizio corso:

31/01/2022

Prezzo:

0 € (+ IVA)

Eventi di presentazione

Milano

11 Gennaio 2022 ore 15:00

