

**Piano Emergo 2021**  
**Bando MI272**  
**Costituzione del Catalogo dei corsi di formazione finanziabili attraverso i**  
**voucher “Cittadinanza Digitale”**

**MODULO C - SCHEDA DESCRITTIVA CORSO DI FORMAZIONE**  
*(da ripetere per ciascun corso di formazione candidato a Catalogo)*

|  |  |
|--|--|
| Titolo   | SOCIAL MEDIA MARKETING E COMUNICAZIONE MULTICANALE   |
| Classificazione in formazione base/avanzata  | Avanzata   |
| Prerequisiti ( <i>competenze e abilità già acquisite o titolo di studio indispensabili per affrontare efficacemente il corso</i> ) | Diploma di Scuola Secondaria Superiore e/o conoscenza delle nozioni informatiche di base per l'utilizzo del computer |
| Destinatari ( <i>tipo di disabilità</i> )  | Portatori di disabilità iscritti al collocamento mirato  |
| Indicazione del gruppo classe di riferimento ( <i>min 5-max 12 allievi</i> )   | 12   |
| Durata (n. ore)<br><i>Formazione base: min 8 ore - max 25 ore</i><br><i>Formazione avanzata: min 8 ore - Max 250 ore</i>           | 80 ore   |
| Classificazione del corso per aree tematiche Dig. Comp. ( <i>Tabella 1</i> )   | Area tematica 2. Comunicazione e collaborazione > 2.2 Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali     |

|   |   |
|---|---|
| Principali <i>obiettivi formativi e contenuti</i> del corso | <p>Obiettivi formativi declinati in termini di:</p> <p>abilità da conseguire (<i>rif. competenze correlate ai profili professionali indipendenti del settore ICT, QRSP di Regione Lombardia, AREA 15 SERVIZI DIGITALI, ID 15.16 SPECIALISTA DI APPLICAZIONI WEB E MULTIMEDIALI - DIGITAL MEDIA SPECIALIST, competenza “Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente” - Livello EQF: 5</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicare modalità di analisi dei bisogni di comunicazione</li> <li>• Applicare tecniche di redazione documentale</li> </ul> |
|---|---|

- Applicare tecniche di segmentazione utenti web
- Utilizzare strumenti di marketing sul web

capacità specifiche da sviluppare:

- Analizzare il mercato di riferimento
- Elaborare una strategia di marketing mirata
- Integrare canali tradizionali e online
- Web marketing attraverso l'utilizzo dei social media
- Comunicare per promuovere

Contenuti:

#### Modulo 1 - INTRODUZIONE

- Elementi di comunicazione d'impresa
- Elementi di comunicazione pubblica
- Elementi di customer care
- Elementi di marketing
- E-commerce
- E-marketing
- Principi della comunicazione con le nuove tecnologie
- Principi di accessibilità web
- Principi di ergonomia delle interfacce
- Principi di usabilità web
- Principi e norme sulle reti
- Tecnologie per la comunicazione

#### Modulo 2 - MARKETING MIX E PIANO MARKETING

- Clustering e segmentazione del mercato
- Il posizionamento competitivo rispetto ai concorrenti
- La valutazione di minacce e opportunità
- L'impostazione di una strategia di marketing
- Il sistema degli obiettivi: vendite, margini, quote di mercato
- Definire un piano d'azione, valutarne la redditività, controllare i risultati
- Le 4 P del marketing mix: azioni relative a prodotto, prezzo, comunicazione e vendite
- La struttura dedicata al marketing e la relazione con le altre funzioni aziendali
- Tendenze evolutive del marketing
- Strategia di marketing e marketing multicanale
- Strumenti online e offline: marketing tradizionale e digitale
- I canali principali
- Integrazione tra canali tradizionali e social

### Modulo 3 - STORYTELLING PER LA PROMOZIONE COMMERCIALE

- Il metodo: principi e prospettive
- Storytelling e marketing: quali legami e quali opportunità per l'azienda
- Non solo raccontare storie ma creare significati e valori per il cliente
- Il potere della narrazione in ambito commerciale
- Promuovere i prodotti per promuovere le storie: contesto storico e produttivo
- Come comunicare l'identità aziendale dietro i prodotti
- Emotional branding
- Creare narrazioni accattivanti e coinvolgenti
- Dalla teoria alla pratica: esempi e casi studio

### Modulo 4 - WEB MARKETING

- Evoluzione del web e dei mercati: la dimensione sociale del web
- Il processo alla base della creazione di valore
- Web2.0: strumenti e tecnologie disponibili
- Social network, social bookmarking e tagging, blog e microblog, aggregatori e RSS, wiki, software-as-a-service
- Web2.0 e creazione di valore
- La performance delle iniziative Web2.0

### Modulo 5 - SOCIAL MEDIA MARKETING

- Elementi di strategia della comunicazione
- Mercato pubblicitario
- Marketing virale
- Analisi delle strategie aziendali
- Mercato, prodotto e Brand nel settore
- Sistema distributivo e Strategie di vendita: rilancio competitivo dei servizi
- Ruolo e competenze dei professionisti nel settore grafica e comunicazione
- Competenze innovative della comunicazione digitale
- Analisi dei processi aziendali e organizzazione delle attività di Brand e Social Marketing
- Brand Awareness e Brand marketing nel settore della comunicazione e immagine
- La web reputation o reputazione online
- Strumenti e tecniche per la Brand Awareness
- Strumenti e tecniche Social Marketing
- Marketing operativo: il prodotto "immagine"
- Generare brand awareness con la strategia Social

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecniche di ottimizzazione sul sito web</li> <li>• Elementi di amministrazione aziendale</li> <li>• Elementi di comunicazione d'impresa</li> <li>• Ottimizzare gli strumenti di comunicazione web</li> <li>• Caratteristiche di Facebook ADS, Twitter, YouTube, Pinterest, Instagram</li> <li>• Su quali social puntare?</li> <li>• Creazione e aggiornamento profili e pagine</li> <li>• Inserimento contenuti: notizie, post, documenti, etc.</li> <li>• Come scoprire i gusti e le preferenze di acquisto degli utenti</li> <li>• Come attirare l'attenzione e aumentare il traffico sul sito e-commerce</li> <li>• Profili social e customer care: monitorare e rispondere continuamente agli utenti</li> <li>• La messaggistica istantanea: le app</li> </ul>  |
| <p>Correlazione della/e competenza/e acquisibile/i attraverso il corso con i profili professionali individuati dal QRSP (<i>solo formazione avanzata</i>)</p> | <p>La competenza <b><i>“Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente”</i></b> - Livello EQF:5, acquisibile attraverso il corso afferisce al profilo professionale ID <b>15.16 SPECIALISTA DI APPLICAZIONI WEB E MULTIMEDIALI - DIGITAL MEDIA SPECIALIST</b>, area servizi digitali, del QRSP di Regione Lombardia.</p>   |
| <p>Metodologia didattica proposta (tecniche e strumenti), anche in relazione al target specifico individuato</p>  | <p>La metodologia didattica proposta prevede un'alternanza tra lezioni teoriche frontali, indispensabili per il trasferimento efficace dei concetti e delle nozioni più avanzate, formazione pratica in accompagnamento, tecnica che prevede l'affiancamento del discente da parte del docente allo scopo di facilitarne l'apprendimento e favorire l'applicazione delle conoscenze acquisite in modo diretto e supervisionato, e case studies, tecniche che utilizza un esempio reale e concreto come veicolo di apprendimento.</p> <p>L'alternanza tra lezioni frontali e formazione in accompagnamento sarà condotta mediante l'utilizzo di tecniche e strumenti interattivi, basati sulla reciprocità d'azione tra docente e discente, realizzabile stimolando quest'ultimo all'intervento e al confronto, incentivandolo a esprimere dubbi e perplessità e a esternare pareri e suggerimenti, contribuendo al contempo a sviluppare proattività e capacità di problem solving.</p> <p>La formazione in accompagnamento sarà realizzata, nello specifico, per supportare gli allievi nelle attività di creazione e personalizzazione delle pagine social, nell'elaborazione della strategia di comunicazione, di scelta del target, del contenuto, degli obiettivi e dei</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>canali di marketing, di promozione del prodotto/servizio finale.</p> <p>Case studies saranno indispensabili per mostrare ai partecipanti modelli strategici e piani di marketing/promozionali di successo, in quanto modalità pratica utile al trasferimento di parametri replicabili.</p>  |
| <p>Efficacia potenziale del corso in termini di innalzamento dell'autonomia della persona (<i>formazione di base</i>) o di miglioramento delle chance occupazionali (<i>formazione avanzata</i>)</p> | <p>Il corso è progettato con l'obiettivo di favorire il miglioramento delle chance occupazionali dei destinatari, in quanto si propone di svilupparne ulteriormente le competenze digitali di base nella direzione di una loro più avanzata e mirata applicazione nell'elaborazione di una strategia di marketing mirata che sfrutti canali tradizionali e online, quali siti web e social media, per comunicare e promuovere un determinato prodotto/servizio. Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di comprendere le logiche della comunicazione online, individuare il target di riferimento, pianificare una strategia di marketing mirata, realizzare una campagna promozionale, creare e gestire una pagina social a scopo commerciale, integrare i canali tradizionali a quelli online, sviluppando così competenze digitali indispensabili per accedere più agilmente al mercato del lavoro, in particolare in realtà aziendali che si occupano interamente oppure soltanto in parte di comunicazione e marketing, per ricoprire ruoli/mansioni di gestione delle strategie o supporto al comparto commerciale.</p> |
| <p>Patentino, certificazione o attestazione acquisibili al termine del corso</p>   | <p>Il corso ha in esito la certificazione della competenza <b><i>“Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente”</i></b> - Livello EQF:5, <i>afferente al profilo professionale ID 15.16 SPECIALISTA DI APPLICAZIONI WEB E MULTIMEDIALI - DIGITAL MEDIA SPECIALIST, AREA 15 SERVIZI DIGITALI (settore ICT) del QRSP di Regione Lombardia.</i></p>   |

|   |   |
|---|---|
| Ente erogatore del corso                        | CE.SVI.P LOMBARDIA SOC. COOP.   |
| Sede di erogazione del corso (indirizzo)        | Via Privata Benadir 5, 20132, Milano (MI)<br>Via Galleria Dell'Unione 4, 20121, Milano (MI) |
| Contatti per iscrizione (riferimento): mail     | commerciale@cesvip.lombardia.it   |
| Contatti per iscrizione (riferimento): telefono | 02 2614 5736  |

*Tabella 1 – Aree tematiche di riferimento – Dig. Comp.*

**1. Alfabetizzazione su informazioni e dati**

*1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali*

*1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali*

*1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali*

**2. Comunicazione e collaborazione**

*2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali*

*2.2 Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali*

*2.3 Esercitare la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali*

*2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali*

*2.5 Netiquette*

*2.6 Gestire l'identità digitale*

**3. Creazione di contenuti digitali**

*3.1 Sviluppare contenuti digitali*

*3.2 Integrare e rielaborare contenuti digitali*

*3.3 Copyright e licenze*

*3.4 Programmazione*

**4. Sicurezza**

*4.1 Proteggere i dispositivi*

*4.2 Proteggere i dati personali e la privacy*

*4.3 Proteggere la salute e il benessere*

*4.4 Proteggere l'ambiente*

**5. Risolvere i problemi**

*5.1 Risolvere problemi tecnici*

*5.2 Individuare fabbisogni e risposte tecnologiche*

*5.3 Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali*

*5.4 Individuare divari di competenze digitali*

