



## MI FORMO E LAVORO

**Avviso pubblico per la concessione di un voucher formativo e voucher di servizio per l'accompagnamento al lavoro in favore di disoccupati (atto dirigenziale di approvazione n. 383 del 03 luglio 2018)**

<b>Percorso Formativo</b>	<b>Social Media Marketing</b>
<b>Obiettivi del modulo</b>	<p>Gli obiettivi di apprendimento sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Saper applicare le strategie di Web Marketing e gli strumenti di Search Engine Marketing;</li><li>- Conoscere il Web Writing 2.0, utilizzare gli strumenti di web analytics e convertirli in comportamenti operativi;</li><li>- Conoscere la geolocalization e utilizzarla per la promozione dei prodotti;</li><li>- Conoscere e utilizzare le nuove regole sintattiche promosse dai social network e conoscere i principali social network (facebook, twitter,...);</li><li>- Saper applicare i principi della comunicazione umana nel contesto di lavoro anche per analizzare e risolvere situazioni problematiche;</li><li>- Riconoscere il modello organizzativo del lavoro e i principali elementi economici di impresa;</li><li>- Conoscere la normativa che regola i rapporti di lavoro e saper identificare la specificità dei vari istituti contrattuali;</li><li>- Applicare la normativa relativa alla sicurezza sul lavoro e le relative misure di prevenzione e protezione nel contesto lavorativo;</li><li>- Rispettare il quadro normativo completo sulla Privacy e riconoscere i principali rischi connessi alla gestione dei dati e le misure da adottare nel trattamento dei dati personali.</li></ul> <p>La figura in uscita avrà acquisito competenze per:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Progettare e scrivere una Social Media Strategy a 360 gradi;</li><li>- Organizzare la funzione di Social Media Management in un'azienda di qualsiasi dimensione;</li><li>- Impostare i piani di Content Marketing più appropriati per ogni Social Network;</li><li>- Coinvolgere una Community in maniera efficace;</li><li>- Progettare campagne pubblicitarie ed inserzioni sui Social Network più popolari;</li><li>- Integrare il piano mezzi di un'azienda con quello sui Social Media;</li><li>- Monitorare le metriche vitali e calcolare il ROI del budget investito in Social Media Marketing;</li><li>- Conoscere tutte le funzionalità e le opportunità di marketing che le singole piattaforme social possono offrire alle aziende.</li></ul>
<b>Durata (in ore)</b>	210
<b>Prerequisiti d'ingresso</b>	I prerequisiti d'ingresso sono quelli riportati nell'Avviso: <ul style="list-style-type: none"><li>- essere residenti o domiciliati in un Comune della Regione Puglia. Se cittadini non</li></ul>

comunitari devono essere in possesso di regolare permesso di soggiorno che consente attività lavorativa;

- avere compiuto il 18esimo anno di età;
- essere disoccupati secondo la definizione di cui all'art. 19 del D.lgs 150/2015 e privi di strumenti di sostegno al reddito;
- essere disoccupati secondo quanto definito dall'art. 19 del D.lgs 150/2015 e beneficiari di strumenti di sostegno al reddito.
- aver conseguito il titolo di Scuola Secondaria di Secondo grado.

#### Contenuti minimi

Il percorso formativo della durata di 210 ore si articola in n.5 U.C.di cui si sono declinati i contenuti come segue:

U.C. 1: Strategie di web marketing e Search Engine Marketing

DURATA 45 ore (n. 25 ore di teoria - n. 20 ore di pratica/esercitazione)

La comunicazione online, Le strategie multicanale, Web Marketing 2.0, Business e Visibilità online, Scenari di Web Marketing, SEM/SEO, Relazioni tra la vita offline e la visibilità sui motori di ricerca, Obiettivi del Web Mkt.

I motori di ricerca: gli spider e i robots, Sviluppo della link popularity, Search Engine Marketing, Search Engine Optimization, Strategie Seo, Tecniche di posizionamento, Gli strumenti di Search Engine Optimization, Ottimizzazione delle pagine web, Definizione e scelta delle keyword, chiavi di ricerca, Strumenti di Search Engine Mkt.

U.C. 2: Web Writing e Web Analytics

DURATA 45 ore (n. 25 ore di teoria - n. 20 ore di pratica/esercitazione)

Web Writing 2.0 sui Social, NetworkArticle-mkt, Interfacce, interattività, testi e ipertesti, i Lettori-utenti, Usabilità, Pagine web, Formati, formattazione, Metatag e microcontenuti, Standard e creatività, Formalità e informalità, Scrivere per nicchie di utenza, L'identità del contenuto, Le Landing Page, Il potere dell'upsell, Le Squeeze Page, Le pagine di ringraziamento, Popup, popunder, floater ed alert, Analisi di landing page, Integrazione tra landing page e Web Analytics.

Web Marketing e Web Analytics, Il ciclo della web analysis, La Raccolta dei Dati, Organizzazione dei contenuti dei siti, Analisi di dati in contesto social Network, Processi e Misurazione, Metriche, KPI, A/B Test, La Misurazione delle Modifiche al Sito e dei concorrenti (Competitive Intelligence), Misurare e Tracciare i Social Network, Sondaggi di Soddisfazione - Voice of the Customer (VOC), Le Metriche dell'E-mail Marketing.

U.C. 3: Geolocalization Marketing

DURATA 30 ore (n. 15 ore di teoria - n. 15 ore di pratica/esercitazione)

Social Media, Device Mobile e OS Mobile, Scenario e Mercato, Case Study: community & engagement, Advertising su contenuti mobile, Integrazione online-offline, Social Network e Mobile, Estensione dell'esperienza: Twitter, Facebook, Linkedin, Real-time all'epoca del mobile: Qik, Foursquare, Gowalla, Instagram, Geolocalizzazione, Promuovere il proprio business attraverso i propri clienti, Augmented Reality e i mercati dove si è già affermata, Modello di business dell' Augmented Reality.

U.C. 4: Social Network Media Marketing

DURATA 40 ore (n. 20 ore di teoria - n. 20 ore di pratica/esercitazione)

Pagine e profili, Creazione di pagine creative, Ottimizzazione della pagina, Coerenza, Realizzazione di applicazioni che ingaggino e fidelizzino gli utenti, Storytelling e il mood da mantenere nella pagina, Le categorie di contenuto, la loro importanza e frequenza, Le modalità e lo stile del posting, La calendarizzazione dei contenuti, Il workflow operativo per il community manager, Monitorare i social media, Le campagne di Facebook Advertising.

Progettare un profilo su Twitter, Creare un account, Le impostazioni base, Follower/following, Profilare i follower, design, La comunicazione in 140 caratteri, Link, immagini, geolocalizzazione, promozione, Calendarizzazione dei tweet.



Unione europea  
Fondo sociale europeo



REGIONE  
PUGLIA



	<p>U.C. 5: Competenze trasversali DURATA 50 ore (n. 45 ore di teoria - n. 5 ore di pratica/esercitazione)</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Competenze relazionali:</li><li>2. Organizzazione ed economia</li><li>3. Il rapporto di lavoro</li><li>4. Sicurezza sul lavoro</li><li>5. La normativa sulla privacy. Protezione dei dati.</li></ol>
<b>Sede</b>	Bari (BA) – Via Enrico Pappacena, 22
<b>Attestazione finale</b>	Attestato di Frequenza con profitto