

L'intervento è realizzato nell'ambito delle iniziative promosse nel quadro della Politica di Coesione 2021-2027 (Priorità 1 – Obiettivo specifico ESO 4.1 -Azione a.1), in particolare del Programma Regionale cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo Plus. Per maggiori informazioni www.fse.regione.lombardia.it



Patto territoriale multisettores per lo sviluppo delle competenze digitali

ID PROGETTO 5423683

DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING

Ente capofila:



Enti partecipanti al patto territoriale:



Contesto e obiettivi

Oggi lo scenario del social media marketing e social media communication è in grande evoluzione. Le imprese pianificano strategie di marketing e di comunicazione attraverso l'utilizzo di social media ed app.

Risulta necessario sviluppare le competenze legate all'utilizzo degli ambienti social, affinché le attività di comunicazione e marketing risultino funzionali alla gestione efficace delle strategie aziendali di social media e digital marketing sui social network.

Il percorso si svolgerà **tra aprile e giugno 2025**.

Il percorso è rivolto a persone in età lavorativa, non occupate o working poor, con diploma di ITS, diplomate presso istituti tecnici e licei scientifici, istituti di formazione professionale o in possesso di diplomi di IFTS e diplomi professionali con adeguate conoscenze matematiche e una base di competenze nell'utilizzo del PC e dei programmi di Office.

In mancanza dei titoli di istruzione indicati, verrà valutata la precedente esperienza in funzioni nelle quali è rilevante l'utilizzo del PC e di programmi di gestione di database.

CONTENUTI DIDATTICI

BASI INFORMATICHE - 48h

- Utilizzo del PC
- Utilizzo avanzato di excel
- Esercitazioni

COMPETENZE DI BASE SU OBIETTIVI E FUNZIONAMENTO DELLE AZIENDE - 40h

- Settori aziendali
- Obiettivi e risultati della azienda
- Funzioni aziendali
- Ruolo e funzioni del marketing in azienda

UTILIZZO AVANZATO DEL WEB E DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (A.I.) - 16h

- AI
- Conoscenza e utilizzo avanzato del web e dei motori di ricerca
- Cosa è e come si utilizza l'AI generativa
- Utilizzi specifici dell'AI nel marketing (analisi dei dati, ricerca di mercato)

CYBERSECURITY -16h

- Digital cyber reputation
- Cybersecurity e reputazione digitale
- Sicurezza nella navigazione e nell'esposizione in rete
- I pubblici (clienti, fornitori, lavoratori, territorio) con cui si interagisce nell'esposizione dell'azienda via web
- Costruire e tutelare la reputazione digitale dell'azienda
- Esercitazioni pratiche

MARKETING E DIGITAL MARKETING - 40h

- Basi del Marketing
- A cosa serve e cosa fa la funzione marketing
- Tipologie delle analisi di marketing e i loro scopi
- Competenze di analisi dei dati con finalità di marketing
- Strumenti di analisi di dati e di trend relativi ai target aziendali (analisi della domanda, analisi della concorrenza, ecc.)

CONTENUTI DIDATTICI

STRUTTURA E PREDISPOSIZIONE DEL PIANO DI MARKETING - 56h IL DIGITAL MARKETING

- Cosa è e come si è evoluto il Digital Marketing
- Obiettivi strategici di posizionamento digitale
- Strumenti di digital marketing (web, organizzazione, social media, sponsorizzazione)
- Elementi di budget
- Costruire un piano di digital marketing
- Studi di casi
- Esercitazioni pratiche

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT - 60h

- Conoscere i social media
- Pianificare il posizionamento dell'azienda sui social media
- Social advertising: dove posizionarsi e come costruire campagne di successo
- Social advertising elementi di budget e misurazione delle performance
- Content marketing su social media
- Content management e brand storytelling
- Tecniche di moderazione on line
- Gestire i feedback negativi
- Studi di casi
- Esercitazioni pratiche

FORMAZIONE GENERALE DEI LAVORATORI - 4h

Concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro:

- I rischi e i danni
- L'organizzazione della prevenzione aziendale
- Diritti e doveri
- I soggetti della sicurezza: diritti e doveri
- Il sistema sanzionatorio

DURATA

La durata del percorso formativo è di **280 ore**.