

Comunicazione web e strumenti digitali

Obiettivo:

Favorire lo sviluppo, da parte dei partecipanti, della capacità di implementare una strategia di promo-commercializzazione di un prodotto, un servizio o un brand, attraverso l'impiego di strumenti di digital marketing.

Contenuti:

- Introduzione.
- Social Media Marketing attraverso Facebook, Instagram e LinkedIn, Twitter, Google+, Youtube e Pinterest.
- Social Media Monitoring e Analytics.
- Search engine marketing (SEM).
- Esercitazioni: creazione e utilizzo profili social e tecniche di scrittura per il digitale.

Durata:

32 ore di cui 16 di aula e 16 di FAD.

Requisiti di ammissione:

- Assolvimento da parte dei partecipanti del diritto - dovere di istruzione e formazione.
- Utilizzo di MS Windows
- Per i cittadini stranieri è indispensabile una buona conoscenza della lingua italiana orale e scritta, che consenta di partecipare attivamente al percorso formativo.