

## Corso di Alta Formazione

# MARKETING, COMUNICAZIONE E CONTENT MANAGEMENT

**Figura professionale:** Il corso intende formare figure professionali capaci di presidiare le principali funzioni di Marketing e Comunicazione, con particolare attenzione all'aspetto digitale. Tra queste: Marketing Communication, web content, E-Commerce, Digital e Social Media Marketing.

**Obiettivi del corso:** Il programma di studio e di pratica manageriale forma figure professionali esperte di ideazione di campagne pubblicitarie, comunicazione, digital e social media marketing. Fondamentali per queste professioni sono la capacità di intercettare i bisogni degli utilizzatori e di individuare soluzioni innovative in un'ottica pratica ed operativa.

Il corso fornisce una solida formazione di base, offrendo al tempo stesso l'opportunità di percorsi personalizzati e di focus avanzati su specifiche professioni, che consentono agli allievi di seguire le proprie inclinazioni verso molteplici sbocchi: oltre al tradizionale consumer marketing anche marketing business-to-business, pubblicità, e-communication.

**Ambito S3:** Industria Culturale e creativa – Traiettorie 4

**Ente erogatore:** IDmakers s.r.l. – Via della Tecnica, 24 – 85100 Potenza – Ente di formazione accreditato dalla Regione Basilicata con D.D. 733/13

	<b>Prima finestra</b>	<b>Seconda finestra</b>	<b>Terza finestra</b>
<b>Scadenza iscrizioni</b>	27/09/2021	22/12/2021	21/03/2021
<b>Selezioni</b>	11/10/2021	10/01/2022	20/04/2022
<b>Data avvio previsto</b>	08/11/2021	01/02/2022	02/05/2022

**Durata:** 900 ore – di cui 400 ore di stage. Non sono ricomprese le ore relative all'esame finale

**Costo:** € 10.000,00 (euro diecimila/00) – Possibilità di finanziamento al 100% dei costi di frequenza da parte della Regione Basilicata

**Sede:** Potenza - Via della Tecnica, 24

**Faculty:** Abbiamo coinvolto docenti ed esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di docenza e/o di conduzione/gestione di progetti nel settore di riferimento, almeno quinquennale.

**Responsabile scientifico:** dott.ssa Pina Mattia con esperienza ultradecennale nel settore

**Tutor:** Sarà assicurato un tutor ogni 15 allievi

**Supporti informatici e wifi:** Nell'aula informatica, oltre alle postazioni pc, è presente il collegamento ad Internet ed è possibile consultare le principali banche dati, per effettuare con rapidità e completezza le ricerche necessarie. Nelle aule di studio è inoltre attiva una connessione wireless che permetterà ad ogni partecipante di collegarsi ad Internet da proprio pc in modalità wifi. Ogni postazione informatica sarà dotata del pacchetto Office e suite Adobe

**Requisiti di accesso al percorso:** Possono iscriversi al corso coloro che alla data di presentazione della domanda siano in possesso del seguente titolo di studio: Laurea in discipline umanistiche, giuridiche, tecnico scientifiche e socio economiche.

**Rilascio attestato:** Al termine dell'attività formativa ed al superamento dell'esame finale, sarà rilasciato il Diploma di Specializzazione in Marketing, Comunicazione e Content Management secondo quanto previsto dalla normativa vigente.

### Contenuti didattici ed articolazione dei moduli in ore

	Descrizione	ore
1	<b>MODULO INTRODUTTIVO E SICUREZZA</b>	24
2	<b>LE COMPETENZE MANAGERIALI E PERSONALI</b> L'arte di comunicare e comunicazione interpersonale: sviluppare le soft skill per la presentazione personale e public speaking - Leadership e gestione del gruppo Il modulo sarà introdotto da lezioni di team building per la creazione di un ottimale clima d'aula anche con uscite esterne ed attività di outdoor training (Ponte alla Luna, Parco Avventura, paintball).	24
3	<b>BUSINESS ENGLISH</b>	64
4	<b>ELEMENTI DI ECONOMIA DI IMPRESA</b> - Quali sono i caratteri distintivi dell'azienda, le sue finalità istituzionali, le funzioni operative ed i meccanismi di governo della gestione d'impresa - Modelli e principi utili a descrivere ed interpretare il funzionamento delle aziende ed il loro assetto competitivo, con particolare riguardo al mantenimento del requisito dell'economicità (analisi costi/ benefici) - Budget, Reporting e Performance Management	24
5	<b>MARKETING OPERATIVO: STRUMENTI E METODI</b> Il processo di pianificazione: logica, fasi, finalità - Dall'analisi di contesto alla mappatura operativa - La matrice SWOT per definire le linee strategiche di intervento - Valore e importanza dell'analisi competitiva - Definizione strategica di target e obiettivi - Definire budget e timing Marketing mix: dal business value al customer value - Marketing mix allargato: dalle 4 alle 10 P - Ciclo di vita del prodotto: matrice BCG e marketing mix - Prezzo: politica e variabili che lo influenzano - Analisi di canale e scelta dell'intensità distributiva - Piano di comunicazione: finalità e coerenza strutturale rispetto al piano di marketing - La strategia di comunicazione: target, obiettivi, messaggi, supporti - Costruire messaggi accattivanti: effective writing, on e off line - Le componenti del messaggio: testi, immagini, logo, video... - Le immagini: introduzione a Photoshop e Illustrator - Creare valore per il cliente attraverso l'argomentazione e il messaggio - La brand identity - Conoscere un brand per aumentarne l'awareness Laboratorio: BRAINSTORMING E LATERAL THINKING   Come sviluppare e allenare il pensiero laterale Focus sul linguaggio web - Linguaggio e codici del web   La continua evoluzione e il potenziale dei social network - Web advertising   La comunicazione creativa sul web - Web copywriting   La scrittura creativa sul web - Il video: il mezzo più efficace sul web   Evoluzione della comunicazione visiva animata	144

Laboratorio: IL MONDO DEI VIDEO FORMAT   Storytelling, piani editoriali e video strategy		
<b>6</b>	<b>FONDAMENTI DEL DIGITAL MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il digital marketing e il business aziendale</li> <li>- Canali tradizionali e nuovi media</li> <li>- Come cambiano i consumatori online: nuove forme di relazione e multicanalità</li> <li>- L'accesso al web in mobilità. Tendenze e nuove opportunità del Mobile Marketing</li> <li>Creare un digital marketing plan di successo               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Processo di pianificazione</li> <li>- Gli elementi indispensabili</li> <li>- Definizione degli obiettivi di web marketing</li> </ul> </li> <li>Strumenti di digital marketing               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principali strumenti a disposizione</li> <li>- Peculiarità e caratteristiche di ciascuno strumento</li> <li>- Strumenti emergenti per il web marketing</li> </ul> </li> <li>La progettazione di un sito per il web marketing               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definire gli obiettivi di business, il target di mercato e il posizionamento online</li> <li>- Definire i requisiti tecnico/funzionali</li> <li>- Selezionare il partner tecnologico SEO e SEM strategy</li> <li>- Cosa si intende per SEO e SEM</li> <li>- Posizionamento naturale e campagne a pagamento</li> <li>- Ottimizzare l'investimento e aumentare l'efficacia</li> </ul> </li> <li>Direct Email Marketing               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creazione del messaggio</li> <li>- Acquisizione delle liste</li> <li>- Newsletter, DEM</li> <li>- Implementare e monitorare l'efficacia di una campagna email</li> </ul> </li> <li>Social media marketing               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profili aziendali sui principali social media</li> <li>- Scelta dei social media più strategici con gli obiettivi aziendali</li> <li>- Modalità di gestione dei profili aperti</li> </ul> </li> <li>Content Marketing               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategie di creazione e sviluppo dei contenuti</li> <li>- Scelta delle tipologie di contenuti aziendali</li> <li>- Creazione, cura e promozione dei contenuti</li> <li>- Generare leads attraverso il content marketing</li> <li>- Piano editoriale dei contenuti</li> </ul> </li> <li>Web analytics               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzo di Google Analytics</li> <li>- Google AdWords</li> <li>- Utilizzare i dati per ottimizzare campagne e sito web</li> </ul> </li> </ul>	<b>160</b>
<b>7</b>	<b>Project work</b> Costruzione di un web marketing plan	<b>40</b>
<b>8</b>	<b>Studio Personale</b>	<b>20</b>
<b>9</b>	<b>Stage</b>	<b>400</b>

**Strutture ospitanti stage:** Hanno già fornito la propria adesione all'iniziativa le aziende Meridiana Italia, Geocart Spa, Digital Lighthouse, Lucania Lavoro.

**Info e segreteria:** IDmakers - via della Tecnica 24, Potenza scala A secondo piano. Dal lunedì al venerdì dalle 09:00 alle 13:00 e dalle 15:00 alle 19.00 tel 0971165343, e-mail [id@idmakers.it](mailto:id@idmakers.it)

Potenza, 02/08/2021