

## Sezione 3 – Social Media Marketing

### **Durata (in ore)**

200

### **Ore in aula**

100

### **Ore in laboratorio**

100

### **Tipologia laboratorio**

### **Figura di riferimento**

381 - Tecnico delle attività di marketing.

### **Struttura del percorso e contenuti formativi**

#### UC 1655 - ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

##### MODULI:

- Sviluppi tecnologici e processi comunicativi: immagini di una rivoluzione in corso (10 ORE)
- Internet per le aziende: numeri e opportunità (10 ORE)
- Web e brand reputation (20 ORE)
- Il marketing non convenzionale (10 ORE)
- Laboratorio tecnico della durata di (20 ore)

#### UC 1656 - CONFIGURAZIONE DI UN'OFFERTA DI PRODOTTI/SERVIZI

##### MODULI:

- Elementi di un piano di comunicazione online: e nuove regole del marketing (10 ORE)
- Principi e strumenti di social media marketing (15 ORE)
- Advertising e creatività al tempo dei social network (10 ORE)
- Email marketing (5 ORE)
- Search marketing (5 ORE)
- Strumenti e modelli per il performance based marketing: l'affiliate marketing (5 ORE)
- Laboratorio tecnico della durata di (20 ore)

#### UC 1657 - POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO/SERVIZIO ALL'INTERNO DEL SEGMENTO DI MERCATO IDENTIFICATO

##### MODULI:

- Cenni di organizzazione aziendale (10 ORE)
- Analisi di mercato e della concorrenza (10 ORE)
- Politiche di marketing applicabili ai diversi prodotti attraverso i social media (10 ORE)
- Politiche di prezzo e canali distributivi (10 ORE)
- Laboratorio tecnico della durata di (20 ORE)

### **Attestazione finale**

Dichiarazione degli apprendimenti

### **Modalità valutazione finale degli apprendimenti**

La valutazione degli apprendimenti sarà affidata ai docenti e consisterà in una prova scritta e/o orale e/o project work.

### **Fabbisogno occupazionale**

Settore in fortissima espansione. Tutte le aziende hanno interesse a lavorare sul social media marketing per costruire reputazione ed attirare attenzione.