

Piano di Studi e Programma del corso di Social media Manager

Docente del corso: Menna Nicola

Tipologia del corso: Individuale

Modalità di insegnamento online

Durata del corso 35 ore

1/2 incontri a settimana della durata di 1 ora

Lingua del corso: italiano

Obiettivi Formativi Il corso è rivolto ad aspiranti social media manager che vogliono intraprendere l'attività di social media manager per freelancer Pmi ed aziende

Il corso mira a fornire una competenza e conoscenza sulle principali piattaforme social, imparando a gestire i profili realizzandone i contenuti social e video, con realizzazione di piani editoriali, creazione e monitoraggio di campagne Ads con nozioni di video editing

Programma

Parte 1

Introduzione

cos'è un social media manager

quali sono i suoi compiti nel settore aziendale e le sue competenze

l'inquadramento di tutti i social media e le loro analisi

introduzione al digital marketing e le loro differenze da social a social

Studio della Seo e della Sem a confronto

Quali formati foto e video sono più performanti

Parte 2

Social media strategy

Analisi del social strategy

analisi dell'azienda la mission la conoscenza del suo mercato e come pianificare una strategia social efficace

acquisizione e conoscenza del linguaggio social e della sua comunicazione

Imparare a creare contenuti ottimizzati su tutti i vari social con analisi dei case studi con prove di simulazione

Come stilare un piano editoriale e quale la sua valenza nel settore social media con studio delle tecniche di pubblicazione per aumentare i fan/follower

Come creare una call to action un lead generation e come creare un funnel

Introduzione all'adv sui i vari social

Parte 3

I social networks

Facebook marketing – Acquisizione e conoscenza gli tutti gli strumenti di Facebook utili per creare e gestire una pagina e un gruppo per fare analisi e report

Instagram marketing come gestire un canale business Instagram con tecniche di pubblicazione e differenza tra post reels e stories

Twitter marketing come creare e gestire e ottimizzare un profilo Twitter Business

Linkedin marketing l'importanza di LinkedIn nel ambito lavorativo e del web marketing

Come creare contenuti e sponsorizzazioni efficaci per LinkedIn

Youtube marketing l'importanza di youtube nella comunicazione aziendale

Come creare contenuti e sponsorizzazioni efficaci per Youtube

TIKTOK Marketing la differenza tra tik tok e instagram

Come creare video virali su tiktok

Telegram marketing l'importanza di telegram nel comunicazione marketing

Differenza tra canale e gruppo telegram e come gestirli

Whastapp Business l'importanza di Whatsapp Business nel comunicazione marketing

L'importanza di un canale broadcast

esercizi simulativi

Parte 4

L'adv e la comunicazione social

Come creare campagne Ads con i principali social e come targettizzare e studiare il mercato e il pubblico

L'importanza del instant messanging nelle campagne social e la loro gestione comunicativa

Imparare a monitorare una campagna e analizzarle il report

Conoscere le regole dei social cosa puoi e cosa non puoi fare

Basi di audio editing e di video editing

Test di simulazione di una campagna Adv

Prospettive occupazionali Il corso mira a fornire competenze e conoscenze social nella gestione di profili e piattaforme social nella realizzazione di pianieditoriali realizzandone contenuti social e video e campagne Ads

Materiale didattico Il materiale verrà fornito in Pdf, doc, Odt, E-pub, Kindle Mp3