



REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

CORSO IFTS DIGITAL COMMUNICATION E SOCIAL MEDIA STRATEGY

PRESENTAZIONE CORSO E PROPOSTA STAGE
ANNO ACCADEMICO 2018 | 2019

TALENTS MEET JOB

DEDICATO ALLE AZIENDE | DIVENTA PARTNER DI STAGE DEL CORSO E OSPITA UNO DEI NOSTRI STUDENTI

IL CORSO

Il Corso IFTS «Digital Communication e Social Media Strategy» è così strutturato: 1000 ore di formazione, di cui 520 di aula e **480 di tirocinio formativo curriculare presso aziende rappresentative del settore.**

Le **principali materie** tecnico professionali che si apprenderanno sono: Strumenti e tecniche di comunicazione per la gestione del cliente | Inglese per il business e i Social Media | Orientamento al lavoro e Personal Branding | Team Building e Team Working | Creative Thinking for Professional Contest | Digital Marketing | Inbound Marketing & Lead Generation | Facebook for Business | LinkedIn for Business | YouTube per la comunicazione | Twitter for Business | Google for Business | Instagram e Pinterest | Strategie e tecniche di Content Marketing | Digital Storytelling per la Comunicazione Corporate | Visual Communication | Wordpress | Progettazione di una campagna di comunicazione sui Social Media | Innovazioni e tendenze di settore a livello internazionale | New business Idea e auto-imprenditorialità | Tools ICT e office | Project e time management | Industry 4.0, digitalizzazione e Change Management.

LA FIGURA PROFESSIONALE

Il «Tecnico Superiore per la Digital Communication e la Social Media Strategy» opererà per sostenere il processo di digitalizzazione delle imprese, supportandole in particolare nei processi di Social Media Presence (Communication/Sales/Marketing/Talent) e Digital Innovation (Flow, Relationship, Supply Chain). E' in grado di definire un piano d'azione, di individuare i Social Media adatti e di sviluppare una strategia adeguata rispetto agli obiettivi aziendali. Ha conoscenza di tutti gli strumenti tipici (canali) e delle metodologie e tecniche per progettare, pianificare e gestire le campagne, siano esse finalizzate al lato mercato (vendite) piuttosto che Talent (selezione). Possiede una chiara visione d'insieme che lo aiuta ad apportare il proprio valore aggiunto con competenza, esperienza e proattività. Può trovare proficua **collocazione professionale** in agenzie di comunicazione, società di consulenza e in qualsiasi realtà dove esista una divisione di comunicazione, ricoprendo diversi ruoli in funzione delle necessità e delle specificità aziendali.

LO STAGE

Si tratta di uno **stage curriculare: non vi è quindi obbligo di retribuzione** - se non su vostra proposta - e non va a sommarsi con altri stage eventualmente attivi in azienda. I costi connessi sono totalmente coperti dal progetto: le aziende ospitanti non avranno perciò alcun onere a loro carico. E' possibile ospitare più stagisti contemporaneamente. Il tirocinio formativo ha una **durata di 480 ore.**

INFO E ADESIONI: 0362.231231 | selezione@etass.it - ETAss, Via A. Mariani 15/17, Seregno (MB) - www.etass.it