

Programma del corso IFTS **Digital Marketing e Social Media Manager** | Monza

Web e Social Media Marketing

Strategia di Digital Marketing
Ricerca di mercato e analisi dei competitor
Siti web e ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO)
Content Marketing e Copywriting
Email Marketing e Automazione
Social Media Marketing
Web Analytics e Misurazione delle performance
Mobile Marketing e Tendenze future
Esercitazioni pratiche e Project work

Social Media Advertising

LinkedIn come strumento di Marketing Personale e Aziendale
Strategie di storytelling su Instagram
Utilizzo degli hashtag e delle geolocalizzazioni su Instagram
Strategie di crescita del pubblico e coinvolgimento
Instagram Ads
Instagram Insights e analisi delle metriche
Facebook Ads
Strategie di engagement e interazione
Monetizzazione e YouTube Partner Program
YouTube Analytics e misurazione delle performance
Promozione e distribuzione dei video
Utilizzo di TikTok per il marketing aziendale

Storytelling Digitale

Introduzione al Content Creation e al Digital Storytelling
Identificazione dei messaggi e degli obiettivi
Struttura narrativa e sviluppo delle storie
Utilizzo di immagini e video nel Digital Storytelling
Utilizzo di audio e suoni nel Digital Storytelling
Adattamento delle storie ai diversi canali digitali
Promozione e distribuzione delle storie digitali
Analisi delle performance e ottimizzazione delle storie
Etica e autenticità nel Digital Storytelling
Esercitazioni pratiche e Project work

WordPress a supporto delle campagne di advertising

Le impostazioni del sito
La gestione di pagine e articoli
Gli articoli, le categorie, i tag
La creazione delle pagine
Video e Audio
I Widget
La gestione dei temi e i plugin
Gli utenti
La revisione
Esercitazioni pratiche

Creazione di Contenuti

Introduzione al Content Creation e al Digital Storytelling
Identificazione dei messaggi e degli obiettivi
Struttura narrativa e sviluppo delle storie
Utilizzo di immagini e video nel Digital Storytelling
Utilizzo di audio e suoni nel Digital Storytelling
Adattamento delle storie ai diversi canali digitali
Promozione e distribuzione delle storie digitali
Analisi delle performance e ottimizzazione delle storie
Etica e autenticità nel Digital Storytelling
Esercitazioni pratiche e Project work

Visual Communication: video e fotografia

Fotografia d'interni
Ritratti
Fotoritocco
Utilizzo della luce artificiale
Tecniche di ripresa video
Postproduzione
Color Correction
Esercitazioni pratiche
Project work

Project Work: Campagna Social Media per il Lancio di un Nuovo Prodotto

Analisi del prodotto e del mercato e del mercato
Obiettivi marketing
Identità del marchio e messaggi chiave
Scelta delle piattaforme digitali
Calendario editoriale
Creazione dei contenuti
Promozione e Amplificazione
Monitoraggio e Valutazione

Stage