



Digital marketing:

Metodi e strumenti

Corso intermedio

Informazioni essenziali

**Quando**

da dicembre 2023
a dicembre 2024

**Durata**

40 ore

**Dove**

online o in presenza a:
Piacenza, Parma, Reggio
Emilia, Modena, Bologna,
Ferrara, Ravenna, Faenza,
Forlì, Cesena, Rimini

**Costo**

gratuito

**Tipologia del corso**

formazione per l'aggiornamento
delle competenze di base

**Attestato di frequenza**

al termine del corso

Informazioni e iscrizioni

Valeria Murgolo
059 3367118
murgolov@irecoop.it

La figura professionale

Chi frequenta questo corso potrà **giocare un ruolo cruciale nell'ambito del marketing e della strategia digitale**. Al termine del corso, i partecipanti avranno acquisito competenze strategiche, conoscenze digitali avanzate e capacità di analisi. Saranno in grado di sviluppare strategie di marketing digitale efficaci che includono la definizione di obiettivi, il posizionamento di un marchio online, l'identificazione del pubblico target e la pianificazione delle tattiche digitali per raggiungere questi obiettivi.

Chi può partecipare

I corsi si rivolgono a **donne in possesso di alcuni requisiti**.

Requisiti formali

Residenza o domicilio in Emilia-Romagna in data antecedente l'iscrizione al corso; assolvimento dell'obbligo d'istruzione e del diritto-dovere all'istruzione. Per le donne straniere: possesso di regolare permesso di soggiorno.

Requisiti sostanziali

Conoscenza di base della lingua inglese (A2); competenze digitali (Digcomp 2.2 Area 2.1 livello 2 Base) ovvero essere in grado di individuare semplici tecnologie per l'interazione e identificare appropriati metodi di comunicazione associati al contesto.

Solo se il numero delle persone iscritte supera i posti disponibili è prevista una selezione tramite prova scritta sulle tematiche individuate nei requisiti sostanziali. Seguirà un colloquio individuale motivazionale condotto da un esperto, nel rispetto di trasparenza, imparzialità e omogeneità di valutazione.

Contenuti del corso

- **Introduzione al digital marketing**
Lo scenario digitale; il digitale nei processi di marketing; la Digital Business Strategy.
- **Strategia digitale**
Analisi del target e dei competitor; analisi del Digital Customer Journey/Marketing funnel; definizione degli obiettivi e del piano di Digital marketing; definizione del budget; analisi dei risultati e reporting.
- **Branding**
Il brand: significato della marca; definizione della Brand Identity e del Brand Communication System; la Brand Equity; strategie di sviluppo del Brand.
- **Comunicazione digitale**
Scelta dei mezzi di comunicazione digitali; mezzi di comunicazione digitali e case study: portali e siti web, social media, e-mail marketing, motori di ricerca: SEM e SEO.