DOPPIO TITOLO

MASTER IN SOCIAL MEDIA MARKETING

+

COMMUNITY MANAGER

ELBS
BUSINESS SCHOOL

ITELBS088

- DIPLOMA CERTIFICATO DA UN NOTAIO EUROPEO -



CUM LAUDE

ESPAÑA

NIHIL PRIUS FIDE
NOTARIO

CECAP

DESTINATARI

Questo corso si rivolge a uomini d'affari, manager, imprenditori, lavoratori, studenti e a tutti coloro che desiderano acquisire le conoscenze necessarie in relazione a questo settore professionale.

Permette di conoscere l'introduzione e la contestualizzazione dei social media, il social CRM e il servizio clienti, l'introduzione al Copyright, il SEO e gli analytics, la gestione di Facebook, la gestione di Instagram, la gestione di Twitter, la gestione di Youtube, il social media advertising, l'Ecosistema 2.0 e i social media, la figura del Community Manager, il servizio clienti, tra gli altri aspetti correlati. Inoltre, alla fine di ogni unità didattica, gli studenti troveranno esercizi di autovalutazione che permetteranno loro di seguire il corso in modo indipendente.

Lo studente riceverà l'accesso a un corso iniziale in cui troverà informazioni sulla metodologia di apprendimento, sul titolo di studio che riceverà, sul funzionamento del Campus Virtuale, su cosa fare una volta terminato il corso e su informazioni su Grupo Esneca Formación.

SCHEDA TECNICA

ORE DI STUDIO
600H

MODALITÀ
ONLINE
*La modalità comprende moduli con lezioni dal vivo.

CORSO DI PRESENTAZIONE
ONLINE

TUTOR
PERSONALE

LINGUA
ITALIANO

DURATA
FINO AD UN ANNO
*Prorogabile

IMPORTO

IMPORTO ORIGINALE: ~~2480 €~~
IMPORTO ATTUALE: 620 €

TITOLO OTTENUTO

Un volta terminati gli studi e aver superato la prova di valutazione, l'alunno riceverà diploma che certifica il "**MASTER IN SOCIAL MEDIA MARKETING + COMMUNITY MANAGER**", di ELBS BUSINESS SCHOOL, avallato , grazie alla nostra condizione di soci, dal CECAP, cioè la massima istituzione spagnola per la formazione e la qualità.

I nostri titoli, inoltre, posseggono il timbro del Notaio Europeo, che garantisce la validità, i contenuti e l'autenticità dei titoli, a livello nazionale e internazionale.

CONTENUTO FORMATIVO

PARTE 1

CORSO DI SOCIAL MEDIA *MARKETING*

INTRODUZIONE

MODULO 1. L'IMPORTANZA DEI SOCIAL MEDIA NEL *MARKETING*

UNITÀ DIDATTICA 1. INTRODUZIONE AL *MARKETING* DIGITALE

UNITÀ DIDATTICA 2. APPROCCIO AL CONCETTO DI SOCIAL NETWORK

1. Evoluzione dei *social network*
2. Caratteristiche dei *social network*
3. Tipi di *social network*

UNITÀ DIDATTICA 3. *SOCIAL MEDIA MARKETING* NELL'AZIENDA

1. Caratteristiche del *social media marketing*
2. Strategie di *social media marketing*
3. Utilità del *social media marketing* nelle aziende
   -Utilità dei *social media* nelle funzioni di *marketing*
   -Utilità dei *social network* in relazione al consumatore
4. Reputazione *online*
   -Dimensioni della reputazione *online*

UNITÀ DIDATTICA 4. FIGURE PROFESSIONALI

1. *Social media manager*
2. *Community manager*

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 2. FUNZIONAMENTO DEI PRINCIPALI *SOCIAL NETWORK*

UNITÀ DIDATTICA 1. META

1. Funzioni di Meta
2. Pagine aziendali
   -Configurazione della pagina aziendale
   -Strumenti della pagina aziendale
3. Analisi di Facebook

UNITÀ DIDATTICA 2. INSTAGRAM

1. Funzioni di Instagram
2. Instagram per le aziende
3. *Hashtag*
4. Collaborazioni
   -Amministratore di collaborazioni
5. Statistiche di Instagram

UNITÀ DIDATTICA 3. X

1. Funzioni di X
   -Argomenti e liste
   -Tendenze
2. X per le aziende
3. Analisi di X
   -*Tweet Activity Dashboard* e *Video Activity Dashboard*

UNITÀ DIDATTICA 4. LINKEDIN

1. Funzioni di LinkedIn
2. LinkedIn per le aziende
   -LinkedIn Recruiter
3. Analisi di LinkedIn

UNITÀ DIDATTICA 5. TIKTOK

1. Funzioni di TikTok
2. TikTok per le aziende
3. Analisi di TikTok

UNITÀ DIDATTICA 6. YOUTUBE

1. Funzioni di YouTube
2. YouTube per le aziende
   -Guadagnare su YouTube
   -Strategia creativa

UNITÀ DIDATTICA 7. ALTRI *SOCIAL NETWORK*

1. WhatsApp
2. Snapchat
3. Pinterest

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 3. *SOCIAL MEDIA PLAN*

UNITÀ DIDATTICA 1. *DESIGN* NEI *SOCIAL NETWORK*

1. Raccomandazioni di progettazione per i *social network*

UNITÀ DIDATTICA 2. STRUTTURA DEL *SOCIAL MEDIA PLAN*

1. Analisi iniziale del marchio
2. Definizione del pubblico *target*
3. Definizione degli obiettivi
4. Attuazione della strategia
5. Analisi dei risultati

UNITÀ DIDATTICA 3. GESTIONE DELLE CRISI SUI *SOCIAL NETWORK*

1. Piano di gestione delle crisi sui *social network*
   -Fase di prevenzione
   -Fase di reazione
2. Fasi di definizione del protocollo di crisi
3. Chiavi per la gestione delle crisi

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 4. *SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION*

UNITÀ DIDATTICA 1. INTRODUZIONE AL SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

1. Investire in SMO
2. Tecniche SMO

UNITÀ DIDATTICA 2. STRUMENTI SMO

1. Strumenti di pubblicazione e monitoraggio
   -Hootsuite
   -Metricool
   -Buffer
   -AgoraPulse
2. Strumenti di gestione integrata

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 5. PUBBLICITÀ SUI SOCIAL MEDIA

UNITÀ DIDATTICA 1. META ADS

1. Obiettivi
   -Tipi di pubblicità mirata
2. Segmentazione del pubblico
3. Posizionamento dell'annuncio
4. Budget
5. Annunci
   -Gestione annunci
   -Ottimizzazione: Power Editor
   -Analisi: Pixel di Meta

UNITÀ DIDATTICA 2. INSTAGRAM ADS

1. Obiettivi
2. Annunci
3. Segmentazione del pubblico

UNITÀ DIDATTICA 3. LINKEDIN ADS

1. Annunci
   -*Sponsored Content*
   -*Sponsored Messaging*
   -*Text Ads*
   -*Dynamic Ads*
2. Budget
3. Gestione annunci

UNITÀ DIDATTICA 4. X ADS

1. Tipi di campagne
   -Campagna di lancio
   -Campagna di collegamento
   -Campagna di diffusione
   -Campagna di riproduzione video
   -Campagna di riproduzione *pre-roll*
   -Campagna di download dell'*app*
   -Campagna di clic sul sito web
   -Campagna di interazione
   -Campagna di followers
2. Prodotti di appropriazione
   -First view
   -Promoted trend
3. Formati
4. Segmentazione
5. Analytics
   -Pannelli chiave
6. Misurazione

UNITÀ DIDATTICA 5. YOUTUBE ADS

1. Formati pubblicitari
2. Pubblicità *TrueView In-Stream*
3. Budget
4. Segmentazione
5. Content ID
6. YouTube Analytics
   -Statistiche di YouTube Studio
7. Creare un video pubblicitario

UNITÀ DIDATTICA 6. TIKTOK ADS

1. Obiettivi
2. Formati pubblicitari
   -TopView
   -TopView Lite
   -Annunci *in-Feed*
   -Branded Hashtag Challenge
   -Branded Hashtag Challenge Plus
   -Branded Effects
3. Segmentazione
4. Budget
5. Misurazione e monitoraggio
   -TikTok Pixel

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 6. *SOCIAL* CRM E SERVIZIO CLIENTI

UNITÀ DIDATTICA 1. *SOCIAL* CRM

1. Strumenti di *social* CRM
2. *Data mining*
3. Sistemi informativi geografici

UNITÀ DIDATTICA 2. GENERAZIONE DI *LEAD*

1. Tipi di *lead*
2. Strumenti per captare i *lead*
   -*Lamding page*
   -Moduli
   -*Thank you page*
   -*Follow-up email*
3. Tecniche e metodi per la cattura di *lead* e *Social Leads*
   -Social login sul web
   -Assistenza clienti basata sul Social Login
   -Wifi per l'acquisizione di *social lead*
   -Contenuto scaricabile
   -*E-mail marketing*
   -*Video marketing*
   -*Ads*
   -*Marketing* sui motori di ricerca
   -*Co-branding*
   -Campagne interattive
   -Tecniche *offline*

UNITÀ DIDATTICA 3. *MARKETING* RELAZIONALE

1. Caratteristiche del *marketing* relazionale
2. Tipi di relazioni con i clienti

UNITÀ DIDATTICA 4. *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT*

1. Fedeltà del cliente
   -Strategie e tecniche di fidelizzazione
2. Servizio clienti tradizionale
3. Il servizio clienti nell'era digitale
   -Caratteristiche del cliente digitale
   -*Customer digital experience*

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

SOLUZIONI

BIBLIOGRAFIA

PARTE 2

COMMUNITY MANAGER

INTRODUZIONE

MODULO 1. COMMUNITY MANAGEMENT

UNITÀ DIDATTICA 1. COS'È IL COMMMUNITY MANAGEMENT?

1. Origine ed evoluzione
2. Definizione e concetti chiave
3. Vantaggi

UNITÀ DIDATTICA 2. PROFILO DEL COMMUNITY MANAGER

1. Funzioni

UNITÀ DIDATTICA 3. NOZONI BASE DEL COMMUNITY MANAGEMENT

UNITÀ DIDATTICA 4. SOCIAL MEDIA

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 2. COMPORTAMENTI DELL'UTENTE NEL MONDO DIGITALE

UNITÀ DIDATTICA 1. MARKETING TRADIZIONALE VS. MARKETING DIGITALE

UNITÀ DIDATTICA 2. SEGMENTAZIONE DEL PUBBLICO SUI SOCIAL

1. Identificazione delle caratteristiche demografiche e psicografiche
2. Creazione di buyer e profili utente
3. Importanza della segmentazione nella strategia dei contenuti

UNITÀ DIDATTICA 3. ANALISI DEL COMPORTAMENTO DI CONSUMO DEI CONTENUTI

1. Identificazione dei tipi di contenuti più popolari
2. Livelli di partecipazione ai post
3. Feedback e opinioni

UNITÀ DIDATTICA 4. METRICHE

1. Metriche pubblicitarie
   -Gross rating point (GRP)
   -Quota di investimento o di notorietà
2. Metriche del marketing digitale
   -Costo per clic (CPC)
   -Costo per mille impressioni (CPM)
   -Click through rate (CTR)
   -Tasso di conversione (CR)
   -Costo per visualizzazione (CPV)
   -Costo per acquisizione (CPA)
   -Ritorno sull'investimento (ROI)

UNITÀ DIDATTICA 5. STRUMENTI DI ANALISI

UNITÀ DIDATTICA 6. INTERPRETAZIONE DEI RISULTATI E PROCESSO DECISIONALE

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 3. GESTIONE DEL BRAND NEL MONDO DIGITALE

UNITÀ DIDATTICA 1. COS'È L'IDENTITÀ DIGITALE?

1. Reputazione digitale
   -Analisi della reputazione

UNITÀ DIDATTICA 2. BRANDING

1. Identità aziendale
   -Dimensione espressiva
   -Attributi del marchio
2. Immagine del marchio

UNITÀ DIDATTICA 3. RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

1. Contesto della CSR
2. Triple bottom line
   -Sfera economica
   -Sfera sociale
   -Sfera ambientale

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 4. SOCIAL MEDIA

UNITÀ DIDATTICA 1. COSA SONO I SOCIAL MEDIA?

1. Origine ed evoluzione

UNITÀ DIDATTICA 2. TIPI DI SOCIAL MEDIA

UNITÀ DIDATTICA 3. USO RESPONSABILE DELLE PIATTAFORME

UNITÀ DIDATTICA 4. GLOSSARIO DEI TERMINI DEI SOCIAL MEDIA

UNITÀ DIDATTICA 5. PROCESSO DI CREAZIONE DI CONTENUTI

1. Tipi di contenuto
2. Post virale
3. Tendenze

UNITÀ DIDATTICA 6. STRUMENTI PER LA CREAZIONE DI CONTENUTI

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 5. META

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI META

UNITÀ DIDATTICA 2. PAGINE AZIENDALI

1. Configurazione della pagina aziendale
2. Strumenti della pagina aziendale

UNITÀ DIDATTICA 3. META ANALYTICS

UNITÀ DIDATTICA 4. META ADS

1. Obiettivi
   -Tipi di pubblicità mirata
2. Segmentazione del pubblico
3. Posizionamento della pubblciità
4. Budget
5. Annunci
   -Gestione annunci
   -Ottimizzazione: Power Editor
   -Analisi: Pixel di Meta

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 6. INSTAGRAM

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI INSTAGRAM

UNITÀ DIDATTICA 2. INSTAGRAM PER LE AZIENDE

UNITÀ DIDATTICA 3. HASHTAGS

UNITÀ DIDATTICA 4. COLLABORAZIONI

1. Responsabile delle collaborazioni

UNITÀ DIDATTICA 5. STATISTICHE INSTAGRAM

UNITÀ DIDATTICA 6. INSTAGRAM ADS

1. Obiettivi
2. Annunci
3. Segmentazione del pubblico

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 7. X

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI X

1. Temi ed elenchi
2. Tendenze

UNITÀ DIDATTICA 2. X PER LE AZIENDE

UNITÀ DIDATTICA 3. X ANALYTICS

1. Tweet Activity Dashboard e Video Activity Dashboard

UNITÀ DIDATTICA 4. X ADS

1. Tipi di campagne
   -Campagna di lancio
   -Campagna di collegamento
   -Campagna di sensibilizzazione
   -Campagna di riproduzione video
   -Campagna di riproduzione pre-roll
   -Campagna di download dell'app
   -Campagna di clic sul sito web
   -Campagna di interazione
   -Campagna dei sostenitori
2. Prodotti di appropriazione
   -First view
   -Trend takeovers
3. Formati
4. Segmentazione
5. Analytics
   -Pannelli chiave
6. Misurazione

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 8. TIKTOK

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI TIKTOK

UNITÀ DIDATTICA 2. TIKTOK PER LE AZIENDE

UNITÀ DIDATTICA 3. TIKTOK ANALYTICS

UNITÀ DIDATTICA 4. TIKTOK ADS

1. Obiettivi
2. Formati della pubblicità
   -TopView
   -TopView Lite
   -In-Feed Ads
   -Branded Hashtag Challenge
   -Branded Hashtag Challenge Plus
   -Branded Effects
3. Segmentazione
4. Budget
5. Misurazione e monitoraggio
   -Pixel TikTok

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 9. LINKEDIN

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI LINKEDIN

UNITÀ DIDATTICA 2. LINKEDIN PER LE AZIENDE

UNITÀ DIDATTICA 3. LINKEDIN ANALYTICS

UNITÀ DIDATTICA 4. LINKEDIN ADS

1. Annunci
   -Sponsored Content
   -Sponsored Messaging
   -Annunci di testo
   -Annunci dinamici
2. Budget
3. Gestione annunci

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 10. TWITCH

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI TWITCH

UNITÀ DIDATTICA 2. TWITCH PER LE AZIENDE

UNITÀ DIDATTICA 3. MODERAZIONE E GESTIONE DELLA COMUNITÀ

UNITÀ DIDATTICA 4. BITS

UNITÀ DIDATTICA 5. TWITCH ADS

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 11. YOUTUBE

UNITÀ DIDATTICA 1. FUNZIONI DI YOUTUBE

UNITÀ DIDATTICA 2. YOUTUBE PER LE AZIENDE

1. Guadagnare su YouTube
2. Strategia creativa

UNITÀ DIDATTICA 3. YOUTUBE ADS

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 12. ALTRI SOCIAL NETWORK

UNITÀ DIDATTICA 1. WHATSAPP

UNITÀ DIDATTICA 2. SNAPCHAT

UNITÀ DIDATTICA 3. PINTEREST

UNITÀ DIDATTICA 4. BEREAL

UNITÀ DIDATTICA 5. TELEGRAM

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 13. SOCIAL MEDIA PLAN

UNITÀ DIDATTICA 1. PROGETTAZIONE DEI SOCIAL MEDIA

1. Raccomandazioni di progettazione per i social media

UNITÀ DIDATTICA 2. STRUTTURA DEL SOCIAL MEDIA PLAN

1. Analisi iniziale del marchio
2. Definizione del pubblico target
3. Definizione degli obiettivi
4. Attuazione della strategia
5. Analisi dei risultati

UNITÀ DIDATTICA 3. GESTIONE DELLE CRISI SUI SOCIAL MEDIA

1. Piano di gestione delle crisi sui social media
   -Fase di prevenzione
   -Fase di reazione
2. Fasi di definizione del protocollo di crisi
3. Chiavi per la gestione delle crisi

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 14. BLOG

UNITÀ DIDATTICA 1.COS'È UN BLOG?

1. Caratteristiche generali di un blog
   -Caratteristiche tecniche
   -Caratteristiche sociali
2. Manutenzione e visibilità
3. Tipologie di blog
4. Blog per le aziende

UNITÀ DIDATTICA 2. WORDPRESS

1. Prodotti WordPress
   -Blog
   -Siti web
   -Domini
   -E-commerce
   -Altri prodotti
2. Funzionalità di WordPress
   -Temi
   -Plugin
   -Widgets
   -Google Apps
3. Responsive design di WordPress

UNITÀ DIDATTICA 3. ALTRE PIATTAFORME

UNITÀ DIDATTICA 4. NOZIONI DI SEO

RIEPILOGO

AUTOVALUTAZIONE

MODULO 15. INTRODUZIONE ALLA PROGETTAZIONE GRAFICA

UNITÀ DIDATTICA 1. NOZIONI BASE DI PROGETTAZIONE GRAFICA

1. Equilibrio e allineamento
2. Gerarchia
3. Contrasto
4. Ripetizione
5. Proporzione
6. Movimento
7. Spazio
8. Colore
9. Tipografia

UNITÀ DIDATTICA 2. FORMATI DI PROGETTAZIONE

1. Formati di stampa
2. Formati digitali

UNITÀ DIDATTICA 3. STRUMENTI DI PROGETTAZIONE GRAFICA

1. Adobe Creative Cloud
2. Skecth
3. CorelDRAW
4. Canva
5. Affinity Designer
6. GIMP
7. Blender
8. IA

SOLUZIONI

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARE