

PERCORSO FORMATIVO ITS ESPERTO DI NEW MEDIA MARKETING

Il corso forma un esperto di New Media Marketing che ha competenze nella **stesura del piano di marketing e di comunicazione**, sulla base degli obiettivi e del budget concordati con il cliente. Si occupa della gestione operativa del ciclo di vita dei progetti assegnati, anche collaborando con il team creativo.

Produce **contenuti testuali, grafici e multimediali** per i diversi canali utilizzati, in particolare social e web. Effettua il monitoraggio dell'andamento delle campagne in corso anche animando la comunicazione verso la comunità online e controlla i risultati raggiunti.

ISCRIZIONE E DURATA

Il corso prenderà il via a ottobre 2017 e avrà durata biennale, per un totale di 2000 ore: **920 ore di lezioni tenute da professionisti, 240 ore di laboratori** ed attività extracurricolari, **840 ore di stage** in azienda.

Orario delle lezioni: dal lunedì al venerdì di massima 9.00-13.00 e qualche giorno anche 14.00-18.00 Il corso prevede un contributo di iscrizione e sono previste borse di studio.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

La figura trova occupazione presso agenzie di comunicazione tradizionale e digitale, agenzie media, aziende di dimensioni medio - grandi in area di comunicazione aziendale o come libero professionista.

CERTIFICAZIONE IN USCITA


Al termine del percorso gli allievi che superano l'esame conclusivo ottengono il titolo di Tecnico Superiore per l'organizzazione e la fruizione dell'informazione e della conoscenza, di V° livello EQF.

COMPETENZE PROFESSIONALI

- Pianificare l'impiego delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e valutarne l'impatto
- Collaborare alla realizzazione del ciclo di vita dei progetti di innovazione legati alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione
- Utilizzare metodi e processi per lo sviluppo di sistemi e applicazioni
- Utilizzare linguaggi per la realizzazione di sistemi e applicazioni
- Organizzare e utilizzare informazioni, dati e loro aggregazioni
- Elaborare interfacce multimediali e multicanale
- Rendere fruibili informazioni, sistemi e applicazioni differenziando la comunicazione a seconda dei destinatari
- Garantire la sicurezza e l'affidabilità del servizio nel rispetto delle normative di settore
- Misurare, valutare e migliorare il livello del servizio erogato
- analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente
- ideare un progetto grafico multicanale
- realizzare parti grafiche visive e audio per la comunicazione multicanale
- effettuare la valutazione euristica di un sito web
- ideare testi pubblicitari
- ideare un progetto grafico
- realizzare un progetto grafico esecutivo

Sede legale

Viale Stelvio, 173
21052 Busto Arsizio (Va)
Codice Fiscale 03547030126

 0331-372.054
Fax 0331-380.910

E-Mail: info@itsincom.it
Internet: <http://www.itsincom.it>

DETTAGLI DEL PERCORSO

Il corso è caratterizzato da un approccio fortemente applicativo e orientato al mondo del lavoro.

La didattica è infatti organizzata per moduli formativi integrati che mirano a sviluppare le competenze realmente richieste nel contesto professionale.

I docenti sono in prevalenza qualificati esperti e professionisti del settore, si farà ampio impiego di laboratori e di testimonianze e visite aziendali.

MODULI FORMATIVI DI BASE

Inglese tecnico
Diritto digitale e sicurezza informatica
Orientamento professionale
Comunicazione impersonale e di gruppo
Office automation advanced e sistemi informativi aziendali

MODULI FORMATIVI TECNICO PROFESSIONALI

Accounting
Analisti dei bisogni del cliente
Digital advertising
Web design e user experience
Copywriting e storytelling
Produzione di contenuti per la comunicazione multicanale
Sviluppo front-end
Sviluppo back-end
Posizionamento sui motori di ricerca SEO/SEM
Social media marketing e gestione della web reputation
Analisi statistica dei dati
Gestione progetti

DETTAGLIO MODULI TECNICO PROFESSIONALI

ACCOUNTING

- mercato web-based e le sue tendenze,
- modalità di ricerca delle diverse tipologie di utenti a quelle di fruizione e intrattenimento,
- consultazione distribuita, partecipazione e acquisto, per identificare e proporre prodotti/servizi in linea con le richieste di mercato;
- trattative e le relazioni di business per favorire la vendita di prodotti/servizi in Internet,
- raggiungimento dei target e mantenimento dei margini.

ANALISI DEI BISOGNI DEL CLIENTE

- i processi e gli strumenti che permettono di assistere il cliente nella definizione dei propri obiettivi
- le tecniche per la redazione di un piano di comunicazione e di un brief

DIGITAL ADVERTISING

- le campagne promozionali: target e i media più adeguati
- i canali di Digital Advertising, definizione del budget
- i progetti di comunicazione multicanale

WEB DESIGN E USER EXPERIENCE

- le analisi competitive, etnografiche, studi di usabilità e di accessibilità, focus group, interviste, test utente.
- i requisiti utente e gli obiettivi; la produzione di scenari, storyboard, casi d'uso, user stories e personas.
- gli strumenti di navigazione dell'informazione sui diversi canali e dispositivi, l'architettura informativa (responsive design).
- gli aspetti visuali, cromatici, tipografici e interattivi che permettano lo sviluppo di un'interfaccia coerente ed efficace. I concetti di ergonomia, usabilità e accessibilità
- i wireframe e documenti di design
- le tecniche di verifica dell'efficacia comunicativa del sito
- l'usabilità del sito con gli strumenti della customer satisfaction e l'interpretazione dei rilievi di tracciamento
- la conformità con i requisiti legali, di tutela del copyright e di privacy
- le problematiche di accessibilità e i principali strumenti assistivi.

Sede legale

Viale Stelvio, 173
21052 Busto Arsizio (Va)
Codice Fiscale 03547030126

☎ 0331-372.054
Fax 0331-380.910

E-Mail: info@itsincom.it
Internet: <http://www.itsincom.it>



FONDAZIONE ITS
PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE NEL SETTORE DELL'INFORMAZIONE
E DEI SERVIZI APPLICATI ALLA COMUNICAZIONE

COPYWRITING E STORYTELLING

- ideazione e redazione di contenuti testuali adeguati a diversi obiettivi e canali di comunicazione
- le tecniche per declinare la comunicazione su più media
- le tecniche di web writing, il posizionamento sui motori di ricerca e la creazione di contenuti virali
- le tecniche del racconto testuale, visivo e multimediale, la creazione di progetti di “narrazione d’impresa” efficaci e coinvolgenti, in grado di diffondersi su più canali online e offline

PRODUZIONE DI CONTENUTI PER LA COMUNICAZIONE MULTICANALE

- i prodotti di comunicazione multicanale
- i prodotti di comunicazione su media tradizionali e digitali,
- i software per l’impaginazione, la grafica vettoriale, il trattamento immagini, la creazione di animazioni, l’elaborazione audio-video, nel dettaglio:

- A. Indesign
- B. Illustrator
- C. Photoshop
- D. Premiere
- E. After effects

SVILUPPO FRONT-END

- le interfacce e applicazioni per il web: linguaggi di markup e di funzione (Javascript): HTML, HTML e CSS
- le componenti da integrare nell’interfaccia Web ovvero da realizzare ex-novo (make or buy)
- i debug test strutturati e analitici

Sviluppo back-end

- creazione e gestione di siti web utilizzando sistemi CMS (Wordpress, Drupal)

POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA SEO/SEM

- pubblicazione e organizzazione di contenuti web, di informazioni ottimizzate per i motori di ricerca.
- promozione online, anche su piattaforme di microblogging e social network
- analisi della concorrenza
- le parole chiave principali per il proprio business
- architettura del sito web in relazione all’analisi delle parole chiave e allo studio della concorrenza.
- azioni di ottimizzazione on-page e off-site, comprendere importanza del codice HTML, Della UX e dei Link esterni/interni in relazione all’ecosistema web.
- posizionamento sui motori di ricerca e realizzare report periodici.

SOCIAL MEDIA MARKETING E GESTIONE DELLA WEB REPUTATION

- le conversazioni rilevanti in rete per la reputazione online da fonti media owned (canali social ufficiali dell’azienda) e media not owned (siti di news, blog, forum, social network)
- gli influencer per azioni mirate
- il sentiment online e tutte le altre metriche utili
- i contenuti dannosi per l’azienda o per il brand
- il contatto col cliente nelle fasi legate alla relazione digitale con l’azienda

GESTIONE DELLA WEB COMMUNITY

- costruzione di un piano editoriale per i social media sulla base del piano di marketing e comunicazione
- le relazioni tra i membri di una comunità virtuale presenti sul web e tra questa e l’azienda
- le conversazioni online, il linguaggio appropriato e adeguato al media utilizzato
- il ruolo di rappresentanza istituzionale all’interno della community
- i digital PR, promuovendo argomenti di conversazione/relazione, stimolando il coinvolgimento di utenti e stakeholder, organizzando eventi on-line (chat, webcast) e off-line (raduni, camp)
- le promozioni, concorsi e iniziative di direct marketing online e offline

ANALISI STATISTICA DEI DATI

- i sistemi di web analytics per ottenere informazioni sui principali risultati qualitativi e quantitativi
- i principali report offerti dal sistema

GESTIONE PROGETTI

- le figure professionali coinvolte nei processi di analisi e sviluppo di soluzioni web;
- la successione di eventi che restituisce forma a progetti di comunicazione digital evoluti e multichannel.
- il progetto in funzione degli obiettivi di business, gestire rischi, eventi inattesi e cambiamenti.
- la comunicazione e il flusso di informazioni sia all’interno del team, sia da/verso l’esterno del team.
- la conformità alle specifiche nel rispetto di costi, tempi e qualità concordati.

Sede legale

Viale Stelvio, 173
21052 Busto Arsizio (Va)
Codice Fiscale 03547030126

☎ 0331-372.054
Fax 0331-380.910

E-Mail: info@itsincom.it
Internet: <http://www.itsincom.it>