

Master a Distanza “SOCIAL MEDIA MARKETING”

PIANO DIDATTICO - Il Percorso Didattico della SQcuola di Blog

Il percorso “naturale” che ogni Professionista Social Media segue spontaneamente si divide in quattro fasi fondamentali: 1)Evangelizzazione, 2)Strategia Digitale Teorica, 3) Umanesimo Filantropico, 4)Strategia Digitale Pratica. Per questo il Piano didattico del corso seguirà questo stesso percorso, partendo da una accrescente consapevolezza per poi misurarsi concretamente con le dinamiche e gli strumenti.

Il Piano Didattico di un Master Social Media Marketing viene costantemente aggiornato nei contenuti e nelle esperienze condivise. A questo scopo durante lo svolgimento del percorso, oltre che a moduli FAD fruibili su piattaforma di e-learning trainingweb.it si terranno numerosi webinar serali in diretta (accessibili online) con docenti ed esperti.

Alcuni dei temi affrontati dal Master:

- Guida all’utilizzo professionale dei principali Social Network (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Google +, Foursquare e tanti altri)
- Guida all’utilizzo professionale dei principali Social Content (testi, video e immagini)
- Creazione e personalizzazione di canali Social aziendali (multicanalità) e progettazione strategica sui “Socials”
- Tecniche di gestione di “comunità Social” Regolamenti aziendali e Procedure interne per utilizzo “Socials” (Social Media Policy)
- Personal e Network Branding 2.0 – analisi e gestione presenza online
- Tecniche di scrittura creativa (blog-role)
- Social Media Mobile Marketing ed Applicazioni smartphone
- Organizzazione e gestione di Eventi con i Social Media
- Strumenti di Geo localizzazione Sociale per PMI
- Marketing dei Contenuti, Piani Comunicazione aziendali e loro gestione
- Gestione della Reputazione online, difendersi dagli attacchi e gestire “criticità”
- Web Marketing Persuasivo – campagne AdWords e landing page
- S.E.O. tecniche professionali di ottimizzazione posizionamento nei motori di ricerca
- Web Semantico – uno sguardo al futuro in arrivo
- Web Copywriting
- Luxury 2.0 – il mondo del lusso nell’era Social Media
- Web Marketing Turistico e valorizzazione del territorio attraverso “social media”
- Green Marketing e Social Media
- Social Media Marketing in ambito no-profit
- Recruiting 2.0 – acquisire i migliori talenti e crearsi opportunità concrete
- E-commerce online e mobile – dinamiche e criticità

- CRM e social CRM

Le macro-aree di sviluppo dei project work aziendali

1. **Social Reputation** (Monitoraggio, miglioramento e difesa reputazione brand)
2. **Social Copywriting** (Creazione di contenuti partecipativi e coinvolgenti, testuali, video, micro.blog, etc)
3. **Social Listening** (Analisi del posizionamento in rete, propri e della concorrenza, identificazione opinion leader e proposte strategiche per “engaging”)
4. **Social Positioning SEO** (Miglioramento siti e presenza/visibilità su motori di ricerca, attività di promozione sugli stessi)
5. **Social Community Management** (Creazione ed ampliamento di community partecipativa attraverso attività di content marketing multi-canale)

Schema ottenimento Crediti Formativi (CF)

Attività Didattica	CF
Corsi in modalità e-learning	120
Seminari online	40
Project Work	30
Workshop in presenza fisica	10
Totale Crediti	200

Cosa si consegue al termine del Master

Agli studenti promossi alla “SQcuola di Blog” verrà rilasciato un attestato finale di partecipazione.

Per la promozione è necessaria una percentuale di presenza al corso e il superamento dei test intermedi che andranno a pesare sul risultato finale. Il minimo necessario per passare è **160/200** e il massimo ottenibile è **200/200**.

Se uno studente “fallisce” il test si dà la possibilità di riprovare fino al superamento; sarà comunque il docente a verificare, sulla base delle domande errate, se occorre approfondire le tematiche per garantire un pieno apprendimento.