

# Web marketing

## Obiettivi:

*Gli obiettivi del corso sono quelli di fornire ai/alle partecipanti gli strumenti e competenze di web marketing per l'attuazione di nuovi canali di comunicazione e commercializzazione dei prodotti o servizi (web marketing), analisi delle strategie di posizionamento sui motori di ricerca, studio del target di riferimento, selezione e gestione dei social media marketing. Il corso intende accompagnare il/le partecipanti all'acquisizione di conoscenze, competenze e skill tecniche necessarie per acquisire gli strumenti utili di web marketing per attuare strategie di comunicazione ad hoc e promuovere l'immagine aziendale.*

## Destinatari:

*Disoccupati/e*

## Durata e ora:

*50 ore - 3 volte a settimana con orario dalle ore 9.00 alle ore 13.00 e/o dalle 14:00 alle 18:00*

## Attestato:

*Attestato di partecipazione al corso*

## Contenuti:

Unità formativa 1: La comunicazione multimediale: cambiamento del panorama - Il mondo della comunicazione secondo la logica della multicanalità e dell'always-on. Protagonismo dei social media e dei motori di ricerca nel ridisegnare le dinamiche della rete e le strategie di web-marketing. Local, Social, Mobile.

Unità formativa 2: Il web marketing - I Modelli, le applicazioni, protagoniste di un nuovo modo di creare interazione fra marca e consumatore

Unità formativa 3: Le dinamiche del Web - Conoscere le dinamiche di diffusione dell'informazione digitale. Content curation: l'importanza di creare e diffondere contenuti di valore per gli utenti. Affrontare gli aspetti tecnici delle strategie SEO. Le strategie di link building, avviare collaborazioni editoriali con blog o siti esterni. Scegliere le keyword corrette per l'ottimizzazione sui motori di ricerca. Condividere i contenuti sui differenti canali: il sito istituzionale, il blog, i Social Network.

Unità formativa 4: I social media e il Social Media Marketing: Gli obiettivi di un piano di social media marketing - Strumenti e utilizzo: Facebook e le tipologie di Pagine attivabili, come promuoverle, come farne uno strumento di business. Twitter: le differenze con Facebook. L'importanza di un piano editoriale. LinkedIn, il "Who's who" del XXI secolo: come esserci e come usarlo.

## Contatti e sede corso:

*IAL – Innovazione Apprendimento Lavoro Lombardia – Unità Organizzativa di Milano*

*Viale Fulvio Testi, 42 20099 Sesto San Giovanni (MI) - E-mail: sede.milano@ialombardia.it – Tel: 02/29515801*