

Corso a catalogo

MK02 – Web Marketing e Social Media Marketing

Sommario

Descrizione/finalità	3
Obiettivi didattici.....	4
Destinatari	5
Contenuti.....	6
Struttura	7

Descrizione/finalità

Il corso fornisce al discente le conoscenze relative ai nuovi modelli di web marketing e gli strumenti necessari alla comunicazione strategica aziendale.

Obiettivi didattici

Al termine del corso l'allievo sarà in grado di descrivere:

- Il web marketing
- Le caratteristiche di un sito web efficace
- Gli strumenti a disposizione del web marketing: Web Analytics, SEM e SEO
- La campagna di email marketing
- Gli strumenti di marketing convenzionale e non convenzionale
- L'evoluzione da web a web 2.0

Destinatari

Marketing e communication assistant / manager.

Prerequisiti

Nessuno.

Contenuti

Il corso approfondisce le seguenti tematiche:

Argomenti

- Cos'è il web marketing?
- Costruire un buon sito web
- Web Analytics
- SEM e SEO. Cosa sono?
- Email marketing e banner advertising
- Marketing convenzionale e non convenzionale
- Web 2.0, Blog e Social Network

Struttura

Modulo 1

Unità didattica		Tipologia
1.1	Cos'è il web marketing?	Multimedia Lesson
1.2	Costruire un buon sito web	Multimedia Lesson
1.3	Web Analytics	Multimedia Lesson
1.4	SEM e SEO. Cosa sono?	Multimedia Lesson
1.5	Email marketing e banner advertising	Multimedia Lesson
1.6	Marketing convenzionale e non convenzionale	Multimedia Lesson
1.7	Web 2.0, Blog e Social Network	Multimedia Lesson
1.8	Mappa interattiva	Mind Map
1.9	Test finale	Test

Durata/ Tempo di apprendimento (parametro 40 slide/ora)

4 ore 16 minuti

Risorse

Sono presenti risorse di approfondimento.

Esercitazioni e test

Sono presenti esercitazioni intermedie (risposta multipla, vero/falso, completamento, abbinamento) e un test finale.