



**Programma Operativo Fondo Sociale Europeo- Regione Liguria 2014-2020
ASSE 1 "Occupazione" e ASSE 3 "Istruzione e formazione"**

CATALOGO LINEA DI INTERVENTO A

Decreto del Dirigente n. 1756 del 24/10/2019 e Decreto del Dirigente di Alfa n.765 del 21 maggio 2020



L'attività sarà svolta nel rispetto di quanto definito dalla normativa nazionale e regionale vigente in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da Covid -19

BANDO-SCHEDA INFORMATIVA DEL CORSO:

INDICARE LA SEZIONE DEL CATALOGO:A2

Titolo Corso:

I social media che aiutano la microimpresa. Scegliere e valutare i social per comunicare prodotti e servizi

Il corso si rivolge a DIPENDENTI DI MICRO IMPRESE

INFORMAZIONI GENERALI

ATTESTATO CHE IL CORSO RILASCIA	Attestato di frequenza
DESTINATARI	<p>Numero 12 residenti e/o domiciliati in Liguria occupati addetti alle micro imprese*, residenti e/o domiciliati in Liguria :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dipendenti pubblici con contratto di lavoro a tempo determinato o indeterminato - Dipendenti a libro paga: con contratti atipici, a tempo parziale, stagionali; soci lavoratori di cooperativa, soci\associati che partecipano al lavoro aziendale con carattere di abitualità e prevalenza e per tale posizione versano i contributi INPS, collaborazioni coordinate e continuative e a progetto, lavoratori in mobilità, in CIG\CIGS, imprenditori, lavoratori autonomi e liberi professionisti; <p>Tutti i requisiti vanno posseduti alla data di chiusura delle iscrizioni</p> <p><small>* impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo o un totale di bilancio annuo non superiori a € 2.000.000,00</small></p>

	Tutti i requisiti vanno posseduti alla data di chiusura delle iscrizioni
PARI OPPORTUNITÀ	L'accesso al corso avviene nel rispetto dei principi fissati dal D.Lgs. n. 198/2006 (pari opportunità)
MODALITÀ DI ISCRIZIONE	<p>Per avere informazioni sul corso rivolgersi a: RINA ACADEMY SRL Via Ravasco 10 cap 16128 Genova Tel. 010/5767811 E-mail: business.school@rina.it</p> <p>orario apertura: dal lunedì al giovedì dalle ore 9.00 alle ore 16,00 – venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.00. E' consigliato contatto telefonico o invio mail preventivo per fissare un appuntamento per la scheda informativa e per il ritiro e la consegna della scheda di iscrizione in regola con le vigenti normative sull'imposta di bollo (apporre marca da bollo da € 16,00), debitamente compilata.</p> <p>La documentazione di cui sopra sarà disponibile anche sul sito ufficiale di Rina Academy: www.rina.academy.it</p>
MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DEL PROGETTO FORMATIVO	
DURATA E STRUTTURA DEL CORSO	<p>DURATA CORSO: 24 ORE</p> <p>ARGOMENTI:</p> <p>Laboratorio: avvio dei lavori (2 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> – L'aula si presenta e si confronta: cosa sono i social media per me, come li uso – Somministrazione test di ingresso, feedback e commento <p>Media e utenti digitali (2 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Digital media e fenomeni di convergenza tecnologica e culturale. – Conoscere il consumatore in mercati complessi e iperframmentati. – Social Media Landscape. – I cambiamenti nei consumi e nel marketing imposti dalle nuove tecnologie. – Abitare i social network: cosa significa per le persone, per le aziende, per Facebook & Co. <p>Panoramica dei social media (6 ore)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Facebook: Profilo, pagina e gruppi, differenze e opportunità; l'algoritmo di Facebook; i formati Ads e la profilazione del target; misurare la presenza su Facebook attraverso Insights, Ads, Competitive analysis. – Twitter: Il dizionario di Twitter; content marketing e content curation (hashtag e daily plan); i formati Ads di Twitter; misurare

la presenza su Twitter attraverso Analytics, Ads e metriche generali.

- LinkedIn: La gestione del profilo personale oltre il CV online; i Gruppi; le Pagine aziendali; Pulse; Content Marketing Score e Trending Content.
- I social media visivi: Pinterest, il dizionario, features e ads; Instagram, hashtag, descrizioni e modalità di interazione, Advertising e vantaggi di Instagram per le attività di marketing.

Imparare a fare analisi sui risultati d'uso (4 ore)

- Social media analytics: Counting metrics, Business value metrics, Foundational metrics (KPI) e Outcomes metrics; il ROI dei social media e le sfide della misurazione
- L'ascolto e la misura delle conversazioni: Dal monitoraggio all'ascolto, le fasi del social media listening; ascoltare per scoprire territorio e influencers; ascoltare per misurare la percezione del brand e dei concorrenti; ascoltare per migliorare la gestione delle attività sui social media; strumenti di ascolto delle attività sui social media.
- Misurare le attività sui social media: Facebook, Insights, Ads e Competitive analysis; Twitter, Analytics, Ads, metriche generali; LinkedIn, profilo, pagine e gruppi; misurare la presenza Pinterest, Instagram; strumenti di analisi delle attività sui social media.

Gli strumenti strategici (3 ore)

- Lo studio di settore, un'analisi preparatoria alla strategia
- Pianificare per migliorare i risultati: pianificare il social business; il Social Media Plan con analisi, strategia, azioni, consigli; strumenti di gestione delle attività sui social media.
- Community management: Origini e definizione, community online e offline, animazione di una community, costruzioni di reti e partnership, la comunicazione esterna, brand identity e brand reputation di una community.

Laboratorio: project work (6 ore)

- Poiché ogni azienda ha obiettivi e necessità comunicative differenti, i corsisti procederanno all'analisi strategica di un caso aziendale al fine di definire gli obiettivi comunicativi e di marketing aziendali e individuare i canali social da adottare a completamento ed integrazione delle attuali politiche comunicative; valutare i plus e i minus offerti dalle diverse piattaforme rispetto alle esigenze dell'azienda e al posizionamento di clienti, prospect e competitors; definire le migliori strategie di content management e content curation da adottare per raggiungere gli obiettivi di comunicazione e marketing individuati.

Questionario di valutazione, feedback e commento (1 ora)

	La modalità formativa sarà quella dell' Aula virtuale sincrona, con utilizzo di piattaforma messa a disposizione dell'Ente di formazione. È tuttavia possibile, qualora le condizioni sanitarie lo consentano, allestire una formazione in presenza, presso la sede accreditata dell'Ente, sita in Via Ravasco 10 cap 16128 Genova.
ARTICOLAZIONE E FREQUENZA	La calendarizzazione del corso verterà su 4 ore giornaliere, mattino e/o pomeriggio con orario 09:00-13:00 e/o 14:00-18:00 NON SONO AMMESSE ASSENZE
REQUISITI DI ACCESSO ALLA SELEZIONE	
AMMISSIONE AL CORSO	La selezione delle domande avverrà attraverso procedura a sportello (in base all'ordine cronologico di presentazione della domanda.)
COMPETENZE IN INGRESSO	È richiesta la conoscenza base dei social media più popolari e la capacità di utilizzare un device digitale – laptop, tablet o smartphone.
PROGETTO COFINANZIATO DALL'UNIONE EUROPEA Programma Operativo ASSE 1 "Occupazione" e ASSE 3 "Istruzione e formazione" Regione Liguria FSE 2014 - 2020	