

Social media manager- Id corso n. 3765	
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24- Area comune
N. ore	300
Descrizione qualificazione	<p>Il Social Media Manager si occupa della gestione operativa di profili, pagine e account ufficiali di un'organizzazione, un'azienda o un brand sui social networks e, eventualmente, del blog aziendale. Usa le diverse piattaforme social per interagire con gli utenti e creare una community attiva; la sua attività è finalizzata a far crescere la presenza online, migliorare la brand awareness e la reputation, creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico. Il Social Media Manager analizza e interpreta i dati provenienti dal web e dai social media attraverso tools di analisi e ascolto della rete, per individuare trend e identificare i target delle attività di marketing e comunicazione. L'attuazione della strategia social può richiedere la collaborazione di altre figure professionali del team marketing e comunicazione, come il copywriter, il grafico web o il videomaker. Il Social Media Manager lavora come dipendente in una web agency o in una agenzia di comunicazione che offre servizi di gestione dei canali social (come social media agency), oppure all'interno dell'ufficio marketing di un'organizzazione. Può lavorare anche come consulente freelance esperto in social media management.</p>
Esigenze territoriali e spendibilità della figura professionale	<p>La 2 Power, attraverso un'indagine del mercato del lavoro, intervistando numerose aziende del territorio dell'Agro-Aversano ha rilevato che una delle figure maggiormente richieste ma di "difficile" reclutamento è quella del "Social media manager".</p> <p>Partendo da questa analisi, confrontando anche i Report periodici regionali dei CPI, è emersa l'esigenza di "Formare" una figura in grado di identificare ed analizzare le strategie della social media manager, utilizzare piattaforme social e nuove tecnologie ICT, che sappia interfacciarsi con le altre funzioni aziendali coinvolte.</p>
Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti	<p>Possesso di titolo di studio/qualifica professionale attestante il raggiungimento di un livello di apprendimento pari almeno a EQF 4, acquisito nell'ambito degli ordinamenti di istruzione o nella formazione professionale, fatto salvo quanto disposto alla voce ""Gestione dei crediti formativi"". Per quanto riguarda coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero occorre presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente che attesti il livello del titolo medesimo. Per i cittadini stranieri è inoltre necessario il possesso di un attestato, riconosciuto a livello nazionale e internazionale, di conoscenza della lingua italiana ad un livello non inferiore al B1 del QCER. In alternativa, tale conoscenza deve essere verificata attraverso un test di ingresso da conservare agli atti del soggetto formatore. Sono dispensati dalla presentazione dell'attestato i cittadini stranieri che abbiano conseguito il diploma di scuola secondaria superiore presso un istituto scolastico appartenente al sistema italiano di istruzione. Tutti i requisiti devono essere posseduti e documentati dal corsista al soggetto formatore entro l'inizio delle attività. Non è ammessa alcuna deroga.</p>

Aziende Partner	<p>GIGA SERVIZI SRL: VIA PLATONE SNC, VILLA DI BRIANO (CE)- P.IVA 04469650610</p> <p>HOTEL QUADRIFOGLIO: VIA KENNEDY,8, CASTELLO DI CISTERNA (NA)- P.IVA 08138451219</p> <p>DISMA: VIALE EUROPA, 288 AVERSA (CE) – P. IVA 09250581007</p> <p>ICM EUROPA: VIALE EUROPA, 315 AVERSA (CE)- P.IVA 013478711008</p>
------------------------	--

Sede dell'attività	Viale Europa, 288 AVERSA (CE)
Telefono	081/8926427
E-Mail:	direzionetecnica@2power.it

PROGRAMMA FORMATIVO	
Modulo Key Competence	Ore
1-Competenze Digitali	60
UF/UC	Ore
2-Social media manager	120
3-Laboratorio	120
Totale	300

- È prevista una indennità di frequenza di **1 euro all'ora**
- È prevista una certificazione di FREQUENZA previa verifica finale con commissione regionale (dopo aver frequentato almeno l'80% delle ore previste).

PROGRAMMA FORMATIVO IN DETTAGLIO

UNITA' FORMATIVA 1 – KEY COMPETENCE	
COMPETENZE DIGITALI	
Risultato atteso	Utilizzare in modo autonomo smartphone, tablet e pc nell'uso quotidiano correlato all'attività lavorativa. Sviluppo contenuti digitali

Abilità	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e i contenuti digitali 1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali 1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali 2.1 Interagire con gli altri attraverso le tecnologie digitali 2.2 Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali 2.3 Esercitare la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali 2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali 2.5 Netiquette 2.6 Gestire l'identità digitale 3.1 Sviluppare Contenuti 3.2 Integrare e rielaborare contenuti digitali 4.1 Proteggere i dispositivi 4.2 Proteggere i dati personali e la privacy
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> 1. Elementi base di informatica 2. Gli applicativi più utilizzati (videoscrittura, fogli elettronici, presentazione, database, utility in genere) 3. Le reti ed i suoi dispositivi 4. Utilizzo dei browser per la navigazione in internet 5. La posta elettronica e la Pec 6. Utilizzo dei cloud 7. La sicurezza informatica 8. il marketing on line 9. le piattaforme per la presenza on line

UNITA' FORMATIVA 2

Identificazione della social media marketing

Risultato atteso	<p>Individuazione delle piattaforme e delle attività da sviluppare attraverso i canali social coerentemente con gli obiettivi dell'organizzazione di farsi conoscere, di curare la reputazione, di raggiungere e ingaggiare gli stakeholders</p>
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> 1. Applicare tecniche di analisi di mercato e di segmentazione degli stakeholder 2. Pianificare le attività di raccolta, analisi e trattamento dei dati 3. Analizzare i dati di business e di presenza sui social media 4. Utilizzare tecniche di social media strategy 5. Applicare strumenti e tecniche di social media marketing 6. Tradurre gli obiettivi aziendali nella strategia di social media 7. Utilizzare le piattaforme social e le nuove tecnologie ICT 8. Applicare tecniche di budgeting per pianificare l'impegno delle risorse 9. Interfacciarsi con le altre funzioni aziendali coinvolte

Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Elementi di budgeting2. Elementi di statistica3. Principi e tecniche di marketing4. Strategie di social media marketing5. Elementi di social media management6. Tecniche di social media strategy7. Tecniche di SEO e SEM 8. Tecniche di analisi di mercato
-------------------	--