

Social media manager	
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
N. ore	300
Descrizione qualificazione	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.
Esigenze territoriali e spendibilità della figura professionale	Il Social Media Manager, come si può evincere anche dal nome, si occupa della gestione dei social di un'azienda o un libero professionista che lo assume. La competenza principale di un Social Media Manager è quella di saper utilizzare i social, ma non basta, deve essere anche in grado di creare contenuti diversi a seconda della piattaforma e gestire le risposte degli utenti. Quella del Social Media Manager è oggi una figura professionale molto ambita tra i giovani e ricercata dalle aziende.
Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti	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 e' ammessa alcuna deroga.
Aziende Partner	Martina Iarrobino - San Giorgio del Sannio, (BN), 82018, -P.Iva: 01783940628- vanta una formazione professionale in organizzazione e marketing per la comunicazione delle imprese. L'azienda si occupa di curare l'immagine dei propri clienti sul Web attraverso strategie mirate di digital marketing sui social network e attività di content creator per i siti web. L'azienda ha clienti in diversi settori: vitivinicolo, food, beauty, abbigliamento, arredamento.
Sede dell'attività	Via Nicolodi 27 83100 Avellino e sedi delle aziende partners
Telefono	3482820185
E-Mail:	info@archeservizi.it

PROGRAMMA FORMATIVO	
Modulo Key Competence	Ore
1-Competenze Digitali+Dpgr	60
UF/UC	Ore

2 - Identificazione della social media strategy	50
3 - Elaborazione e gestione del social media communication plan	50
4 - Monitoraggio delle piattaforme social e misurazione della performance	50
5- Stage/Laboratorio	90
Totale	300

- È prevista una indennità di frequenza di **1 euro all'ora**
- È prevista una certificazione di **COMPETENZA** previa verifica finale (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 appropriato smartphone, tablet e pc nell'uso quotidiano.
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 1. Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e i contenuti digitali 2. Valutare dati, informazioni e contenuti digitali 3. Gestire dati, informazioni e contenuti digitali 4. Interagire con gli altri attraverso le tecnologie digitali 5. Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali 6. Esercitare la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali 7. Collaborare attraverso le tecnologie digitali 8. Netiquette 9. Gestire l'identità digitale 10. Sviluppare contenuti digitali 11. Integrare e rielaborare contenuti digitali 12. Copyright e licenze 13. Programmazione 14. Proteggere i dispositivi 15. Proteggere i dati personali e la privacy 16. Proteggere la salute e il benessere 17. Risolvere problemi tecnici 18. Individuare fabbisogni e risposte tecnologiche 19. Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali
Conoscenze	<ol 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 condivisione dei dati e delle risorse 8. La sicurezza informatica

UNITA' FORMATIVA 2

Identificazione della social media strategy

Risultato atteso	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
Abilità	<ol 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 budgeting 2. Elementi di statistica 3. Principi e tecniche di marketing 4. Strategie di social media marketing 5. Elementi di social media management 6. Tecniche di social media strategy 7. Tecniche di SEO e SEM 8. Tecniche di analisi di mercato

UNITA' FORMATIVA 3

Elaborazione e gestione del social media communication plan

Risultato atteso	Implementazione di un efficace piano di social media communication in linea con la brand identity aziendale e la gestione delle relazioni con stakeholder, bloggers e influencers
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tradurre la social media strategy in attività di comunicazione 2. Applicare le tecniche di marketing tradizionale, online e unconventional 3. Applicare tecniche di social media communication 4. Applicare tecniche di content management 5. Applicare tecniche di copywriting e scrittura creativa 6. Utilizzare le piattaforme di social network 7. Gestire strumenti di online advertising e programmatic marketing 8. Utilizzare strumenti di pubblicazione per il web
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strumenti di comunicazione tradizionale e online 2. Elementi di marketing non convenzionale 3. Tecniche di social media communication 4. Content management 5. Tecniche di copywriting 6. Tecniche di scrittura creativa 7. Programmi di grafica e videomaking 8. Online advertising 9. Elementi di real time marketing 10. Elementi di programmatic marketing 11. Strumenti di pubblicazione per il web (CMS, Blogging, Editor) 12. Markup e fogli di stile (es. XHTML, HTML, CSS)

UNITA' FORMATIVA 4

Monitoraggio delle piattaforme social e misurazione della performance

Risultato atteso	Analisi e monitoraggio della presenza nelle diverse piattaforme sociali e dei risultati delle singole azioni intraprese
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tradurre i dati di monitoraggio in azioni di miglioramento 2. Utilizzare strumenti di analisi delle performance delle piattaforme sociali 3. Applicare tecniche di sentiment analysis 4. Utilizzare piattaforme di integrazione degli insight 5. Utilizzare tecniche di social listening 6. Elaborare report di analisi dei dati raccolti 7. Controllare il raggiungimento degli obiettivi

	8.Adeguate le azioni di comunicazioni ai risultati evidenziati 9.Attuare il piano di azione per la gestione delle crisi
Conoscenze	1.Tecniche di SEO e SEM 2.Strumenti e tecniche di monitoraggio dei social media 3.Strumenti e tecniche di analisi delle performance dei social network 4.Tecniche di analisi degli insight 5.Strumenti di social media intelligence 6.Piattaforme di integrazione degli insight 7.Sentiment analysis 8.Strumenti e tecniche di social listening 9.Social analytics 10.Strumenti e modalità di reportistica 11.Social Media Crisis Management Plan 12.Linee guida per l'analisi delle situazioni critiche 13.Tecniche e strumenti di comunicazione online in situazione di crisi