

CATALOGO BLUESEA PASS IMPRESE PUGLIA 2020

Codice corso	007/Pass/2020
Titolo del corso	Marketing Digitale
Durata ore	30
Programma didattico	<p>Il corso di Marketing digitale mira a fornire i fondamenti del marketing digitale, nonché i principali strumenti teorici e operativi per:</p> <p>a) comprendere gli effetti sui processi di marketing derivanti dall'introduzione e diffusione delle nuove tecnologie digitali;</p> <p>b) pianificare e implementare strategie di marketing digitale;</p> <p>c) elaborare e attuare strategie di comunicazione via Internet in diversi ambiti attraverso i cosiddetti media digitali (come, siti, e-mail, social network virtuali);</p> <p>d) monitorare l'efficacia di tali strategie attraverso specifici strumenti e metriche.</p> <p>Consta di due moduli:</p> <p>I) Principi di marketing e strategie di marketing digitale – nell'ambito del quale saranno introdotti i concetti di base e le fasi principali del processo di marketing. Saranno descritte le nuove tecnologie digitali, le caratteristiche dei nuovi media digitali e le conseguenze che ne derivano per i consumatori, le imprese e il loro ambiente. Inoltre, saranno illustrate le principali fasi del processo di pianificazione di una strategia di marketing digitale, che portano alla definizione delle leve di marketing mix.</p> <p>II) Comunicazione di marketing digitale – nell'ambito del quale sarà descritto il processo di pianificazione di una campagna di comunicazione attraverso i principali canali digitali; saranno illustrate le tecniche principali per il monitoraggio dell'efficacia di siffatte comunicazioni. Con particolare riferimento ai social media, saranno illustrate le principali modalità di comunicazione; sarà descritto il processo di pianificazione ed esecuzione della strategia di comunicazione tramite tali canali. Infine, saranno descritte le principali analisi e metriche utili per valutare l'efficacia delle campagne di comunicazione tramite questi mezzi. Sarà analizzata la strategia di business dell'impresa, la strategia di marketing, e la strategia di brand.</p> <p>In particolare, avrà i seguenti contenuti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla strategia di marketing digitale e alla comunicazione di marketing digitale 2. L'analisi del mercato online: il micro-ambiente

	<p>3. Il macro-ambiente online</p> <p>4. La strategia di marketing digitale</p> <p>5. L'impatto dei media digitali e della tecnologia sul marketing mix</p> <p>6. Il <i>relationship marketing</i> attraverso le piattaforme digitali</p> <p>7. La costruzione dell'esperienza online del consumatore (La creazione di esperienze online efficaci, La pianificazione e progettazione del sito web)</p> <p>8. La pianificazione della campagna per i media digitali (Definizione degli obiettivi, Segmentazione e targeting, Offerta e sviluppo dei messaggi, Budget e selezione del mix dei media digitali)</p> <p>9. La comunicazione di marketing attraverso i media digitali (SEO, Pubbliche relazioni online, Partnership online, Display advertising interattivo, E-mail marketing, Social media e <i>viral marketing</i>)</p> <p>10. Valutazione e miglioramento della performance dei canali digitali</p>
Sede di svolgimento	Fad blueseaformazione.didattikolearning.it
Costo complessivo	Euro 600,00 + iva
Esame finale	Test a risposta multipla
Certificazione in esito	Attestato di frequenza
Test di ingresso	No