

# CERTIFICAZIONE EIPASS SOCIAL MEDIA MANAGER - CORSO ONLINE

**Tipologia costo: Solo a pagamento**

**Proposto da: INTELLIFORM**

**Contenuti del corso:**

---

**Tipologia di corso:**

Informatica

**Modalità di svolgimento della formazione:**

FAD Asincrona

**Descrizione della modalità di formazione:**

Diventa un professionista digitale! Apprendi le (migliori) tecniche per gestire i canali social media e creare una digital strategy vincente, acquisisci solide competenze di marketing (da mettere in pratica) attraverso i social.

**Il corso si svolgerà tutto online e con potrai gestire liberamente la tua formazione. Studia dove e quando vuoi: puoi visualizzare i contenuti anche su tablet e smartphone, H24!**

Al termine del corso potrai sostenere l'esame di certificazione **EIPASS Social Media Manager**

La certificazione **EIPASS Social Media Manager** attesta in modo oggettivo il possesso delle competenze di livello intermedio nell'utilizzo dei Social Network per la gestione e la promozione di progetti attraverso diversi canali online.

La certificazione fornisce ai candidati tutti gli strumenti necessari per operare come social media manager.

**Per ogni modulo è disponibile:**

- un Ei-Book scaricabile,
- una serie di video lezioni approfondite, sempre interessanti e interattive, con tantissimi esempi, animazioni, immagini e tutorial,
- una prova di autovalutazione che potrai ripetere tutte le volte che vuoi,
- un sistema di tutoraggio automatico che ti consente di monitorare i tuoi progressi e ti indica quali argomenti approfondire per migliorare la tua performance.

**Certificazione rilasciata:**

Certificazione/abilitazione/patentino in caso di superamento dell'esame previsto

**Sintesi dei contenuti:**

**Moduli del corso online:**

- Storytelling
- Business Blogging
- Web Reputation
- Social Media Marketing
- Facebook Marketing
- LinkedIn Marketing
- Instagram Marketing
- Influencer Marketing
- SEO & SEM

## L'ATTESTAZIONE

Dopo aver risposto esattamente ad almeno il 75% delle domande previste per il test di autoverifica alla fine di ogni modulo, riceverai:

- l'**attestato di frequenza al corso**, immediatamente scaricabile in piattaforma
- il **certificato EIPASS Social Media Manager**, entro 30 giorni dalla conclusione del percorso. Il certificato è spendibile in ambito concorsuale.

### Moduli:

#### SEO & SEM

Che cos'è (e come funziona) un motore di ricerca Crea contenuti utili e di qualità Parole chiave: come sceglierle, dove inserirle Come ricevere link e menzioni • Networking e digital PR • Article marketing • Forum • Blog secondari • Il concetto latente I link non sono tutti uguali • Valutare un link • Best practice • Penalizzazioni • Analisi e monitoraggio Fare pubblicità su Google • Investi in parole chiave • Che spazi pubblicitari offre Google Ads? • Creatività acchiappa-clic, ma sempre di qualità • Monitora i risultati e fai remarketing

**Ore:** 24

#### INFLUENCER MARKETING

Come nasce un influencer • La psicologia dietro gli influencer Il business basato sugli influenzatori • Come scegliere un influencer? Instagram: un punto di riferimento per l'influencer marketing • Followes e following Think big: impara dai grandi Micro-influencer: per le pmi Misurazione finale: il ROI

**Ore:** 22

#### INSTAGRAM MARKETING

La storia di Instagram • Apri un profilo che si fa notare • Username (o nome utente) • Nome completo • Immagine del profilo • Bio • Profilo aziendale • Link Come portare il tuo profilo Instagram al successo • Cosa, quando e quanto spesso postare • Caption • Hashtag • L'algoritmo di Instagram Come crescere (velocemente) su Instagram • Bot • Like Bombing e Power Likes • Giveaway Stories, TV & Ads • Instagram Stories • IGTV • Instagram Ads

**Ore:** 22

#### LINKEDIN MARKETING

Pianifica le azioni. Linee guida per un profilo efficace • LinkedIn: generalità • Iscrizione • Pianifica le successive azioni • Perché investire tempo su LinkedIn Struttura della piattaforma • Home • Linee guida per un profilo efficace • Post e articoli memorabili Gestione ed analisi del network • Buone norme di comunicazione • Ricerca avanzata • Social Selling Esperienze di marketing. Se LinkedIn non funziona? • Esperienze di marketing su LinkedIn • Se LinkedIn non funziona?

**Ore: 22**

## **FACEBOOK MARKETING**

Perché fare marketing su Facebook Come funziona Facebook (per il business) • Il newsfeed • I profili • Le sezioni del profilo/pagina • Ruoli • I post • Eventi • Formati particolari Preparati per il successo • Preparazione • Come raggiungere gli obiettivi Mi piacciono i piani (editoriali) ben riusciti • Ogni brand ha un tono di voce • Rubriche, rubriche, rubriche: costruiamo un piano editoriale • Il calendario editoriale Facebook Ads: non puoi più farne a meno • La campagna: qual è il tuo obiettivo? • Il gruppo di inserzioni: qual è il tuo pubblico? • Il pubblico personalizzato: come riconoscere i momenti? • Il budget, la durata, gli addebiti, i posizionamenti • L'inserzione: qual è il messaggio? La risposta è negli Insight • Interpretare i risultati delle inserzioni • Gli indicatori di performance • Analizzare per imparare A prova di crisi • Errori, sviste e offese non volute • Critica alla creatività • Critica o problematica con un prodotto o servizio

**Ore: 22**

## **SOCIAL MEDIA MARKETING**

Aziende social La scelta dei social network • Individua le persone giuste • Conosci la tua azienda • Analizza il mercato • Il target: meglio parlare di audience Facebook • Traffico organico o pagamento? • Ads: una porta d'accesso per altre destinazioni Instagram • Hashtag e video • Tag per lo shopping Twitter • Hashtag per attrarre possibili clienti • Ads: una porta d'accesso per altre destinazioni

LinkedIn • Liberi professionisti in mostra Il piano social • Esempi pratici L'interazione: la grande forza dei social • Toni e stili • Critiche e commenti negativi La misurazione dei risultati • Facebook • Instagram • Twitter • LinkedIn

**Ore: 22**

## **WEB REPUTATION**

Brand Reputation • Web reputation • I commenti online: attacchi e risorse • Come affrontare gli attacchi alla reputazione Digital PR • Gli intermediari • Owned, paid, earned media • Le attività di Digital PR Monitorare e ascoltare il web • Media intelligence • Media monitoring, web monitoring, social listening • Sentiment analysis • Strumenti di social monitoring gratuiti e a pagamento • Image analysis Strategie di social monitoring & listening • Obiettivi • Analisi preliminare • Fine tuning • Indicatori di performance • Report • Data-driven strategy Gestire la web reputation • Cosa dice Google del tuo brand? • Promuovere l'acquisizione di recensioni • Come si risponde alle recensioni negative • Eliminare contenuti diffamatori • Crisi reputazionali

**Ore: 22**

## **BUSINESS BLOGGING**

Piattaforme esterne o blog in site - Wordpress - Blog in site - LinkedIn Publishing - Il target - Il piano editoriale - Gli argomenti - Lo stile: il tone of voice - I contenuti: la qualità prima di tutto - Immagini:

meglio se “vere” - Scrivi SEO, fallo per Google - La moderazione dei commenti - La promozione degli articoli - Il network di contatti - Usa LinkedIn per rimanere aggiornato con gli altri professionisti del settore

**Ore:** 22

## STORYTELLING

Raccontare i numeri Il pubblico delle nostre storie - Il tono di voce, il tuo, il loro Dillo con le tue parole: come scrivere raccontando - Gli archetipi di Vogler: dai al tuo pubblico il suo eroe - Anche i prodotti hanno un'anima: storytelling per e-commerce - Non solo parole: oggi le storie sono in video - Youtuber addio: oggi ci sono gli influencer - Realtime sui social: Instagram stories e Facebook Live Storyselling: raccontare vende - Oggi siamo dentro al content continuum: il mercato vuole narrazione

**Ore:** 22

## Informazioni:

---

### Sede del corso:

online

### Durata e orari:

- **Durata in ore:** 200
- **Orario:** Il corso è accessibile in qualsiasi momento. Le date di inizio e fine sono solo indicative. Durata stimata 200 ore.
- **Data inizio:** 15/02/2025
- **Data fine:** 15/08/2025

### Costi:

Solo a pagamento

**Quota di partecipazione:** 244 euro

### Requisiti:

Il corso è riservato a coloro che risultano in possesso dei seguenti requisiti

- **Titolo di studio:** Qualsiasi titolo
- **Destinatari:** Studenti, Occupati, Disoccupati, Inoccupati

### Modalità di selezione:

- **Test d'ingresso:** Non previsto

### Iscrizione:

- **Modalità di iscrizione:**

Per effettuare l'iscrizione clicca qui:

[ISCRIVITI QUI](#)

- **Contatto per l'iscrizione:**

Mail: [intelliformtrento@intelliform.it](mailto:intelliformtrento@intelliform.it)

Tel: 0461/231622

- **Iscrizioni entro il:** 15/02/2025

**Responsabile:**

- **Telefono:** 0461231622
  - **Email:** [intelliformtrento@intelliform.it](mailto:intelliformtrento@intelliform.it)
-