



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



TITOLO CORSO
TECNICHE DI ANALISI E GESTIONE DEI SOCIAL MEDIA
DURATA: 240 ore
OBIETTIVI
Essere in grado di definire ed implementare una strategia di webmarketing per un certo bene culturale/paesaggistico, servizio, evento, località; di programmare una serie di azioni, nell'ambito della strategia scelta, sapendo prevedere e gestire le possibili reazioni; di creare contenuti digitali (testi, immagini, video, etc.) efficaci e coinvolgenti per "farsi ascoltare" nel modo migliore sui social.
CONTENUTI
IL SISTEMA CULTURALE-CREATIVO Cultura e creatività: definizioni, dinamiche, tipologie di business e professioni L'imprenditorialità culturale: settori, dati statistici, tipologie di imprese/enti Fundraising per il settore culturale: corporate fundraising (relazioni organizzazioni culturali e mondo imprenditoriale) Idee d'impresa culturale: esempi di imprese vincenti e di fallimenti Ruolo delle istituzioni: normative, cenni di politiche europee, nazionali e regionali, l'UNESCO, etc.
MARKETING CULTURALE E TURISTICO Fondamenti di marketing e marketing turistico Il marketing applicato al settore culturale Strumenti e strategie di marketing culturale Marketing e comunicazione culturale in ottica 3.0 ICT e suo sviluppo nel turismo come fenomeno sociale: dal web 1.0 al web 3.0 Social media: fasi di utilizzo nel turismo I beni culturali, realtà virtuale e realtà aumentata Marketing digitale nel settore culturale, come si sviluppa, come impostarla, brevi cenni teorici (customer journey, revenue management, retention, call to action, zero moment of truth) Il comportamento del cliente pre e post internet e social media Come comunicare un evento online (obiettivi, pianificazione, coinvolgimento stakeholder) L'analisi delle informazioni
MARKETING E WEBMARKETING Dal marketing tradizionale al webmarketing Strategie promozionali con il web marketing Dinamiche di search engine marketing (SEM), search engine optimization (SEO), search engine advertising (SEA) Tecniche di webwriting e storytelling Tecniche di fotografia per il web 3.0
SOCIAL NETWORKING Facebook Instagram Twitter Pinterest Youtube Wordpress in ottica social Tecniche di gestione blog



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



Tripadvisor

Strumenti online per il settore culturale: OTA: Online Travel Agencies; Booking.com; Venere; Expedia; PromoTurismo FVG

Nuovi social e Nuovi trend

PROJECT WORK: laboratorio di definizione ed implementazione di un piano di webmarketing in funzione di un certo bene culturale/paesaggistico, servizio, evento, località. Dato un certo obiettivo (apertura di una mostra, promozione di un evento, di un luogo, di un museo, lancio di nuovi servizi, etc.), gli allievi individualmente o in piccoli gruppi realizzano e sviluppano online un piano di webmarketing attraverso strumenti individuati.

DESTINATARI

Persone maggiorenni, residenti o elettivamente domiciliate in regione Friuli Venezia Giulia, in stato di disoccupazione ai sensi della normativa nazionale e regionale vigente e in possesso di uno dei titoli di studio previsti.

TIROCINIO: Per le persone che concludono positivamente il corso, vi è la possibilità di attivare un tirocinio extra curriculare per una ulteriore esperienza di formazione "sul campo", della durata variabile da 4 a 6 mesi. Il tirocinante ha diritto ad una indennità mensile variabile da 400 (per 30 ore settimanali di impiego) a 500 euro/mese (per 40 ore settimanali di impiego).

PARTNER DI RETE

ASSOCIAZIONE CULTURALE CINEMAZERO; COMUNE DI PORDENONE; COMUNE DI POLCENIGO; COMUNE DI CASARSA DELLA DELIZIA; UTI DELLE VALLI E DELLE DOLOMITI FRIULANE; COMUNE DI SAN GIORGIO DI NOGARO; ASSOCIAZIONE CULTURALE SPEAKEASY; CONCENTRO AZIENDA SPECIALE CAMERA DI COMMERCIO PORDENONE E UDINE; MOVIMEDIA SRL; ADV SYSTEMS SRLS; ALEA PRO; SOC.MARE UNO SRL; HOLÀ FIT S.S.D. SRL; CLAPS SOCIETA' COOPERATIVA; VIDE SPA

SEDE DEL CORSO

Fondazione Opera Sacra Famiglia - Viale de La Comina, 25 - 33170 Pordenone

Tel. 0434-361470 Fax 0434-360233

email: infocorsi@fondazioneosf.it - www.fondazioneosf.it

NOTE

L'operazione è cofinanziata dal Fondo sociale europeo, nell'ambito dell'attuazione del POR. Programma specifico 64/18 Misure integrate di politiche attive per il lavoro nell'ambito dei beni culturali, artistici e del turismo.