

PROGETTO GRATUITO FINANZIATO FORMA.TEMP
WEB CONTENT COPYWRITER

Date di svolgimento: dal 19/03/2019 al 17/04/2019

Orario di svolgimento: dal lunedì al venerdì
dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:00 alle ore 18:00

Sede di svolgimento: Centro Nazionale Sportivo Fiamma – Sport Nazionale,
Via Lamarmora 12/12 Mestre Venezia - Telefono: 041.8011053

Totale ore formazione: 176 (100 ore di teoria e 76 ore di pratica)
Requisiti: ottima padronanza dell'uso dei sistemi informatici e multimediali.

Il progetto è rivolto solo a persone disoccupate, inoccupate o in mobilità.

***La frequenza alle lezioni è obbligatoria per minimo 70% del monte ore totale
+ moduli obbligatori, per conseguire l'attestato.***

Per iscrizione al corso si chiede di inviare alla Referente del Progetto Eva Salmaso:

- curriculum vitae (aggiornato + foto) con autorizzazione ai sensi del D.Lgs 196/03
- fotocopia carta d'identità o passaporto
- codice fiscale
- permesso di soggiorno (se extracomunitari)
- Iscrizione agenzia E-work s.p.a: www.e-workspa.it

Contatti email: eva.salmaso@e-workspa.it - Telefono: 342 6096553

Obiettivi dell'intervento formativo: Creare nuove figure professionali per il settore della comunicazione, con particolare riferimento al web ed alla comunicazione pubblicitaria. Il corso è rivolto a formare professionisti nel campo della comunicazione nel ruolo di "web content copywriter". Il piano formativo affronta in maniera completa ed esaustiva tutti gli argomenti teorici ed operativi riscontrabili nella concreta attività professionale legata al lavoro di web content copywriter.

Requisiti per accedere al corso: diploma scuola superiore, ottime competenze informatiche nella navigazione e nella conoscenza dei programmi Word/Excel/Power Point, padronanza nell'uso dei social network più diffusi (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest ...), dei motori di ricerca (Google, Yahoo ...), dei portali di posta elettronica (Gmail, Aruba, Outlook ...), conoscenza della lingua inglese (livello base), ottime competenze comunicative e creative.

Per ogni giornata di formazione frequentata (minimo 6 ore) con il raggiungimento del 70% di ore + i moduli obbligatori, verrà riconosciuto un buono pasto del valore di € 3.50.

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO:

1° Modulo - Diritti e doveri dei lavoratori. (4 ore di teoria). Diritti dei lavoratori. Doveri dei lavoratori.

2° Modulo - La sicurezza sul lavoro. (4 ore teoria). Sicurezza e salute sul luogo di lavoro (T.U. 81/2008)

3° Modulo - Psicologia della comunicazione (12 ore di teoria)

Le relazioni tra comunicazione e cultura e la teoria della mente come base dello sviluppo comunicativo. Il significato e gli aspetti psicolinguistici del significato. 'intenzionalità, le strategie comunicative e i processi inferenziali. L'analisi del discorso e della conversazione. La comunicazione nei gruppi e l'influenza persuasiva. Gli aspetti comunicazionali nella presa di decisione e nelle relazioni tra gruppi e organizzazioni. L'influenza di mediazione comunicazionale in ambito sociale, pubblicitario e politico. Gli aspetti psicologici nell'utilizzo dei new-media. Strutture della comunicazione. Modelli comunicazionali. Linguaggio e linguaggi. Immagini e parole.

4° Modulo - Marketing (12 ore di teoria e 12 ore di pratica per un totale di ore 24)

Pianificazione strategica (segmentazione e posizionamento). I marketing mix (le politiche di prezzo, prodotto, distribuzione) Marketing e globalizzazione. Il consumatore (comportamento d'acquisto, evoluzione dei modelli di consumo) Comunicazione e pubblicità. L'innovazione di prodotto il piano di marketing.

5° Modulo - Teoria e Tecnica della pubblicità (8 ore di teoria e 8 ore di pratica per un totale di ore 16)

Che cos'è la pubblicità. La forza competitiva di una marca. Raccolta e analisi delle informazioni. La fase conoscitiva, il prodotto, il marchio e l'area competitiva. Le dimensioni dell'area. La distribuzione ed il target. La determinazione degli obiettivi di comunicazione ed i problemi della comunicazione pubblicitaria. Le ipotesi di strategie pubblicitarie e loro verifica. Fase ideativa. La creatività. La generazione delle idee e loro ricalibratura. Il piano media. La realizzazione della campagna pubblicitaria. Le tecniche per il controllo dei risultati. Le campagne globali. Le campagne integrate: direct marketing, sponsorizzazioni, relazioni pubbliche, promozioni e merchandising. La comunicazione business to business.

6° Modulo - Le basi del Marketing On line (8 ore di teoria e 8 ore di pratica per un totale di ore 16)

Le nicchia di mercato: come differenziarsi. Posizionamento: i segreti per essere il numero 1 nella propria nicchia di mercato. Tattiche e strategie per facilitare l'inizio della relazione con i clienti. Personal brand: strategie di branding. Strategie di promozione

7° Modulo - Scrivere per i motori di ricerca (24 ore di teoria e 12 ore di pratica per un totale di ore 36)

Cosa cercano le persone sul web? Analisi delle keyword. I criteri che usa Google per posizionare un sito web. Anatomia di una pagina web. I meta tag. Ottimizzare i testi con le parole chiave. I tag di titolazione: H1, H2, H3 e gli altri. Anchor text e nomi dei Link. Url e Nomi di dominio

8° Modulo - Scrittura persuasiva (8 ore di teoria e 8 ore di pratica per un totale di ore 16)

I principi della scrittura persuasiva. Le sottili 7 "armi psicologiche" della persuasione: Copywriting. Strategie di Blogging SEO Search Engine Optimization. Implementazione tecniche di blogging. Come portare Traffico al sito. Creare un seguito di persone in costante crescita interessate alla tua offerta. Scrivere Pezzi di Contenuto/vendita. I 7 tipi di articoli che attirano traffico. Le 7 pagine indispensabili per il tuo web. Le 3 tecniche di conversione. Applicazione al tuo project work.

9° Modulo - E Mail Marketing (8 ore di teoria e 16 ore di pratica per un totale di ore 24)

I modi (e i tempi) migliori per posizionare la tua offerta. Come realizzare campagne pubblicitarie mirate (e renderle gratuite). Autoresponder, Newsletter, email Marketing master strategie. Come creare Follow up efficace. Come evitare i 7 sbagli più comuni dei principianti. Landing. Page di Successo. Tecniche di Split-test. Strategia dei Mini-Siti. Le strategie di Pop-up. Strategie di lancio prodotti

10° Modulo - Il social web copywriting (12 ore di teoria e 12 ore di pratica per un totale di ore 24)

Risalire la scala della fiducia grazie al web. Facebook: leva di fidelizzazione e branding. Facebook ads ottimizzazione campagne. LinkedIn: leva di fidelizzazione e branding. LinkedIn ads ottimizzazione campagne. Twitter per il lead nurturing. Pinterest per il business. Come costruire un Imbutto di marketing. Creare una rete di affiliati e partners. Progettare un Imbutto rovesciato. Riepilogo generale degli argomenti trattati. Consegna dei project work