



# TIVOLI FORMA

ACADEMY



## Master in Digital Marketing

Diventa uno specialista del marketing digitale  
e lavora subito!





## Scheda del corso

<b>CORSO</b>	<b>Master in Digital Marketing</b>
<b>DURATA</b>	<b>40 + 40 + 16 = 96 ore</b>
<b>FREQUENZA</b>	<b>part time, da una a 2 volte a settimana</b>
<b>INIZIO</b>	<b>Novembre 2019</b>
<b>TIPOLOGIA</b>	<b>in aula oppure on line</b>
<b>LIVELLO</b>	<b>base/intermedio</b>
<b>PREREQUISITI</b>	<b>conoscenza di base del computer</b>
<b>ALLIEVI</b>	<b>minimo 5 - massimo 12</b>
<b>SPENDIBILITÀ SUL MERCATO</b>	<b>alta</b>
<b>ATTESTATO</b>	<b>attestato di fine corso</b>
<b>CERTIFICAZIONE</b>	<b>Google, Facebook</b>

Puoi frequentare il corso sia in aula che on line, in diretta web



## Perché scegliere questo corso

Il digitale è parte sempre più attiva e indispensabile nella strategia di business di un'azienda.

Tuttavia, l'Italia presenta ancora percentuali inferiori alle medie europee in merito a forza lavoro con competenze necessarie per cogliere le opportunità della digital transformation e beneficiare dello sviluppo economico che ne consegue.

Le piccole e medie imprese rappresentano il 90% dell'economia italiana e sono praticamente assenti sul web: solo il 5% vende online e ricava da questo canale solamente il 4,8% del fatturato totale.

La massimizzazione del potenziale digitale per l'economia italiana passa per le competenze di chi lavora nel marketing, nella comunicazione e nello sviluppo di business: a tale scopo è necessaria una formazione adeguata, in continuo divenire con gli sviluppi tecnologici, pratica ed orientata al raggiungimento dei risultati.

### Perché scegliere un master in marketing digitale?

- ◆ Perché oggi per le Aziende il marketing digitale è **un'attività indispensabile** per la crescita del proprio business.
- ◆ Perché la **richiesta** di professionisti del marketing digitale è sempre più **crescente**.



- ◆ Perché per operare in questo settore bisogna essere molto **specializzati**, non basta la formazione *fai da te*, ad es. studiare su dei libri o vedere dei tutorial, **bisogna fare pratica e imparare da chi questo mestiere lo fa tutti i giorni**.
- ◆ Perché questo settore è in continua **evoluzione** e **non si può rimanere indietro**. I temi dei nostri corsi sono sempre aggiornati e in linea con i cambiamenti del mercato.

#FormarsiPerNonFermarsi

## Obiettivi del Master

Il Master è pensato per formare un professionista del marketing digitale in modo completo, dall'elaborazione di una **strategia** alla messa in pratica delle **tecniche** di persuasione e coinvolgimento del potenziale cliente sui Social Media e sul web, al posizionamento dei siti web lato **SEO**, utilizzando in modo avanzato gli strumenti per le campagne di marketing come **Google Adwords** e il **Business Manager** di Facebook e Instagram, fino al monitoraggio dei **KPI** e alla reportistica con **Google Analytics**.

Il Master è composto da 3 moduli, acquistabili anche separatamente.



## OBIETTIVI FORMATIVI DEL MASTER

1

### Digital Strategy

Elabori una strategia in base agli obiettivi del cliente  
Impari a rendere operativa la strategia  
Monitori i risultati e misuri i KPI  
Calcoli il ROI - ritorno dell'investimento

*16 ore in aula*



2

### Web Marketing

Impari a posizionare un sito sui motori di ricerca (SEO)  
Utilizzi i CMS (Wordpress) per ottimizzare un sito web  
Crei e ottimizzi campagne SEM con Google Adwords  
Analizzi i dati e crei report con Google Analytics

*40 ore in aula*



3

### Social Media Marketing

Elabori un piano editoriale strategico sui Social Media  
Crei e ottimizzi le campagne su Facebook  
Crei e ottimizzi le campagne su Instagram  
Analizzi i risultati e crei report

*40 ore in aula*



## Cosa saprai fare dopo il Master

Al termine del Master sarai in grado di:

- ◆ Definire una strategia di marketing digitale in base agli obiettivi di business del cliente
- ◆ Ottimizzare una strategia esistente, individuando i punti di forza e di debolezza
- ◆ Riconoscere i principali modelli di business connessi al digitale e valutare i quali sono i più adatti al raggiungimento dei propri obiettivi aziendali
- ◆ Monitorare i risultati ottenuti e rimodulare le azioni di marketing in base agli obiettivi raggiunti e non raggiunti
- ◆ Ottimizzare lato SEO una pagina web
- ◆ Usare i migliori tool per trovare le keyword del tuo settore
- ◆ Impostare e monitorare una campagna su Google Adwords
- ◆ Ideare una strategia di Social Media Marketing
- ◆ Impostare una campagna di Advertising su Facebook e Instagram
- ◆ Usare Google Analytics e conoscere le sue caratteristiche fondamentali
- ◆ Calcolare il ROI delle tue campagne

Diventerai un **Digital Marketing Specialist**, un professionista che racchiude le figure di: SEO Expert, Google Adwords Expert, Social Media Marketing Specialist and Digital Strategist.



## A chi è rivolto il Master

Il Master è rivolto a:

- ◆ neo-diplomati e neo-laureati che vogliono avviare un percorso professionale verso il settore del marketing digitale
- ◆ disoccupati che vogliono riqualificarsi acquisendo nuove conoscenze in un settore dove la richiesta di professionisti è molto elevata
- ◆ inoccupati che vogliono imparare questa professione e iniziare a lavorare
- ◆ professionisti del settore del marketing non prettamente digitale che hanno necessità di aggiornarsi e vogliono arricchire le proprie competenze
- ◆ tutti coloro che gestiscono attività di Web Marketing o la comunicazione di un prodotto, servizio o brand sui media digitali, che hanno bisogno di aggiornarsi e raggiungere i propri obiettivi di business.
- ◆ ma anche appassionati dei social media e di internet, che vogliono fare di questa passione un lavoro.

In generale questo corso è per te se ti piace lavorare in questo settore e non sai da dove cominciare, indipendentemente dai tuoi studi pregressi.

## Prerequisiti

Per partecipare al corso non servono particolari requisiti, solo passione per il settore.

E' preferibile avere una conoscenza delle principali logiche di funzionamento di siti web e dei più diffusi social media.



## Programma del Master

### 1. Strategia

*16 ore in aula*

Se vuoi lavorare nel marketing devi saper costruire una strategia che includa obiettivi, piani, piattaforme, strumenti e canali.

#### Cosa imparerai

Il modulo affronta il tema di come il digitale impatti sui principali modelli di business. Approfondirai le opportunità per le imprese attraverso la definizione della digital strategy più adatta.

In **16 ore in aula** apprenderai i seguenti argomenti:

- ◆ “Tradizionale” vs. “Digitale”: che cosa è cambiato?
- ◆ Da dove partire: digital marketing e obiettivi di business
- ◆ I principali modelli di business
- ◆ Come si definisce una strategia di marketing digitale
- ◆ Il ciclo virtuoso: dall’analisi alla misurazione
- ◆ Le 5W
- ◆ Cassetta degli attrezzi: strumenti, template e glossario
- ◆ Case studies



40 ore in aula

## 2. Web Marketing

---

Il modulo di Web Marketing ti prepara concretamente a lavorare nel campo del digital marketing e fare business sul web. **40 ore in aula** in cui potrai fare pratica e imparare ad utilizzare tutti gli strumenti per il marketing, acquisendo le competenze che ti serviranno per posizionare e promuovere siti web.

Il modulo è ulteriormente strutturato e così suddiviso:

- ◆ 16 ore sul posizionamento dei siti web (SEO)
- ◆ 12 ore sull'advertising on line
- ◆ 8 ore sui CMS (in particolare Wordpress)
- ◆ 4 ore sull'analisi e monitoraggio dei KPI.

### 2.1 Search Engine Optimization (SEO) - 16 ore

#### Cosa imparerai

Apprenderai le competenze e gli strumenti per ottimizzare il posizionamento di un sito web sui motori di ricerca, le tecniche SEO *on page* e *off page*, sia dal punto di vista dei contenuti che dal lato tecnico, ottimizzando anche il codice HTML di un sito.

Attraverso le esercitazioni pratiche sarai in grado di esaminare i punti di forza e di debolezza di un sito web e ottimizzerai i contenuti e il codice al meglio, al fine di generare traffico profilato verso il sito web.

Imparerai anche ad effettuare un SEO Audit completo e una consulenza SEO professionale.



## Contenuti

- Indicizzazione e posizionamento dei siti web sui principali motori di ricerca
- Gli algoritmi di Google: l'evoluzione e i cambiamenti
- La struttura di un sito web seo-friendly
- Analisi della concorrenza
- Individuazione di argomenti e topic da approfondire all'interno del sito a seconda degli obiettivi
- SEO on page
- SEO off page
- Analisi di un sito web – SEO Audit
- Strumenti per la selezione delle parole chiave strategiche
- Architettura di un sito web e posizionamento
- Strategie di Link Building
- Basi e tag HTML per il posizionamento SEO: tag e meta tag
- Dati strutturati schema.org
- Principali CMS e ottimizzazione SEO
- SEO Audit di un sito attraverso SeoZoom
- Google Search Console
- Copywriting SEO



## 2.1 Advertising on line con Google Adwords - 12 ore

### Cosa imparerai

Apprenderai le competenze e gli strumenti per impostare e gestire campagne di digital marketing, utilizzando principalmente gli strumenti di Google Adwords.

Saprai promuovere prodotti, servizi e brand attraverso campagne Adwords su Rete di Ricerca e Display, campagne per siti e-commerce, promozione di applicazioni e come integrare azioni di digital marketing con campagne off line.

Al termine del corso sarai in grado di selezionare le parole chiave profilate, organizzare e impostare campagne di advertising digitali e monitorare le stesse per capire come e dove intervenire per migliorarne le performance.

### Contenuti

- I canali della pubblicità online
- Impostazione di una campagna pubblicitaria efficace sul web
- Google Adwords, come funziona il programma che consente alle aziende di ottenere visibilità a pagamento su Google
- Campagne Adwords efficaci: come progettarle
- Pannello Adwords: le funzioni di impostazione delle campagne
- Gestione dell'account Adwords: account per gestori e singoli account
- Strumenti e tecniche avanzate per la scelta delle keywords
- Estensioni degli annunci
- Strategie automatizzate di offerta
- Impostazione delle conversioni
- Google Merchant Center e Google Shopping



- Annunci sui video e sulle app
- Esercitazioni pratiche

## **2.3 Gestione contenuti e SEO di un sito con i CMS (Wordpress) - 8 ore**

### **Cosa imparerai**

I contenuti sono un elemento fondamentale per un buon posizionamento del sito e quindi per maggiore visibilità e attirare potenziali clienti.

In questo modulo imparerai a scrivere contenuti ottimizzati per il posizionamento SEO e a pubblicarli in un sito web con un CMS (sistema di gestione dei contenuti).

Dopo aver visto una panoramica dei principali CMS (Wordpress, Joomla, Drupal, ecc), apprendrai la gestione dei contenuti e sarai in grado di pubblicare delle pagine o degli articoli su un sito web realizzato in Wordpress, il CMS più utilizzato al mondo.

### **Contenuti**

Il testo e il codice HTML di una pagina web ottimizzata

Panoramica dei principali CMS, vantaggi e svantaggi di ognuno

Il pannello di amministrazione di un sito in Wordpress: come pubblicare pagine e articoli, plugin per la SEO

Tecniche e strumenti per migliorare indicizzazione e posizionamento di un sito web in Wordpress



## 2.4 Google Analytics - 4 ore

### Cosa imparerai

Per misurare è necessario predisporre la registrazione dei dati. Ogni volta che un utente visita un sito è possibile tracciare e raccogliere moltissime informazioni. L'obiettivo del modulo è l'apprendimento della piattaforma Google Analytics per l'analisi del traffico su un sito web.

### Contenuti

- Il codice di monitoraggio Google Universal Analytics
- Personalizzazione della bacheca
- Gli intervalli di tempo
- Segmentazione dei dati
- Account e profili, creazione e impostazioni
- Backup dei dati
- Filtri e Viste
- Google Tag Manager
- Conversioni Adwords
- Remarketing Adwords
- Tag HTML personalizzati
- Tag Immagini personalizzati
- Tag Assistant by Google
- Verifica frequenza di rimbalzo
- Verifica referral e auto referral
- Sorgenti di traffico
- Definizione canali
- Valore pagina: cos'è e come calcolarlo



- Conversioni e Obiettivi
- Principali report di Google Analytics
- Esportazione dei dati
- Impostazioni avanzate di Google Analytics
- Tracking di campagne di advertising

### 3. Social Media Marketing

*40 ore in aula*

In questo modulo apprenderai le competenze di base del Social Media Marketing. **In 40 ore in aula** imparerai ad utilizzare gli strumenti di marketing sui Social in modo strategico, saprai creare e gestire in modo ottimale i piani di marketing sui social monitorando i risultati. In una buona parte del modulo farai pratica nell'impostazione e nell'ottimizzazione delle campagne di social advertising e sull'analisi e monitoraggio dei risultati raggiunti. Attraverso esercitazioni pratiche e casi di studio reali, al termine del corso sarai autonomo sulla gestione e pianificazione strategica dei Social Media in ambito B2B e B2C.

Il modulo è ulteriormente strutturato e così suddiviso:

- ◆ 4 ore sulle strategie e le basi del Social Media Marketing
- ◆ 8 ore su Facebook
- ◆ 8 ore su Instagram
- ◆ 8 ore sul Business Manager: Ads su Facebook e Instagram
- ◆ 4 ore su LinkedIn e Twitter
- ◆ 4 ore su YouTube, Pinterest, WhatsApp e Telegram
- ◆ 4 ore sull'analisi e il monitoraggio dei risultati (calcolo del ROI).



### **3.1 Strategie e basi del Social Media Marketing - 4 ore**

#### **Contenuti**

- cosa si intende per Social Media Marketing e differenze rispetto al web marketing tradizionale
- il ruolo del social marketing all'interno del Business Plan
- costruzione di una brand identity sui social network
- come costruire una strategia di marketing sui canali social
- la struttura di un progetto di Social Media Marketing
- creazione e pubblicazione: il piano editoriale
- storytelling e visual storytelling sui Social Media
- differenze tra le strategie B2B e B2C

### **3.2 Facebook per il business - 8 ore**

#### **Contenuti**

- account personale, pagine e gruppi: potenzialità e vantaggi per il business
- creazione e ottimizzazione di una pagina aziendale
- creazione e ottimizzazione di un gruppo
- tipi di post su Facebook
- come costruire e mantenere fan su Facebook
- best practice per la pubblicazione dei post: netiquette, linguaggio, link, hashtag e menzioni
- come funziona l'algoritmo di Facebook
- gli acceleratori: il live, le storie e le app su Facebook
- case study ed esercitazioni pratiche in aula



### **3.3 Instagram per il business - 8 ore**

#### **Contenuti**

- Instagram per il Business: differenze tra profili aziendali e privati
- le Stories su Instagram: come sfruttarle ai fini di business
- le App per aumentare le funzionalità di Instagram
- utilizzo e monitoraggio degli hashtag
- analytics su Instagram per le aziende
- come trovare gli influencer su Instagram e sfruttarli per il business
- le tipologie di aziende più rappresentate in Instagram
- case study ed esercitazioni pratiche in aula

### **3.4 Il Business Manager: Ads su Facebook e Instagram - 8 ore**

#### **Contenuti**

- Tipologie di campagne pubblicitarie su Facebook e Instagram
- Creazione di una campagna passo passo: tipi di pubblico e audience insights, posizionamenti, impostazione del budget e della strategia di offerta, creatività degli annunci.
- Gestione degli account pubblicitari su Business Manager
- Gestione del catalogo dei prodotti
- Gestione dei pagamenti e della fatturazione
- Monitoraggio e ottimizzazione di una campagna pubblicitaria su Facebook e Instagram: come impostare correttamente i pixel e le conversioni
- Come impostare il funnel su Business Manager
- Analytics e misurazione delle conversioni delle campagne
- Case study ed esercitazioni pratiche in aula



### 3.5 LinkedIn e Twitter- 4 ore

#### Contenuti - LinkedIn

- personal branding: come ottimizzare il profilo personale, suggerimenti e attività pratiche per migliorare il profilo
- funzionalità business di LinkedIn, LinkedIn Premium
- come creare una pagina aziendale e le pagine vetrina
- self marketing: come farsi trovare dalle aziende
- utilizzo dei gruppi su LinkedIn
- l'advertising di LinkedIn
- case study ed esercitazioni pratiche in aula

#### Contenuti - Twitter

- i contenuti e i settori più adatti per Twitter
- servizi per accorciare gli url
- tweet e follower
- utilizzo degli hashtag su Twitter
- come utilizzare Twitter per obiettivi di business
- advertising su Twitter
- case study ed esercitazioni pratiche in aula

### 3.6 YouTube, Pinterest, WhatsApp e Telegram - 4 ore

#### Contenuti - YouTube

- strategie di monitoraggio della propria attività e dei competitor su YouTube
- come gestire un palinsesto aziendale in modo efficace
- SEO su YouTube: come posizionare al meglio i video



- Advertising di YouTube
- Case history

### **Contenuti - Pinterest**

- i contenuti e i settori più adatti per Pinterest
- Le tipologie di aziende più rappresentate in Pinterest
- Vantaggi e funzionalità di un account Pinterest aziendale
- Advertising su Pinterest
- Case history

### **Contenuti - WhatsApp e Telegram**

- come utilizzare la messaggistica per coinvolgere i propri clienti
- strategie e strumenti di marketing su WhatsApp e Telegram

## **3.7 Social Media Monitoring e Analytics - 4 ore**

### **Contenuti**

- come misurare l'engagement
- i principali social KPI
- strumenti di analisi: strumenti on line free e a pagamento
- social listening e brand reputation
- come costruire un report sui social
- misurare il ROI delle attività e delle campagne social: attività, clic e conversioni.



## Materiale didattico

La gestione del corso avviene con la suite educational di Google e con la condivisione di documenti in un'area condivisa di Google Drive.

Per tutta la durata del Master, e anche dopo, avrai a disposizione online tutti i materiali del corso: dispense e slide del docente per studiare, libri di approfondimento, numerosi esercizi per fare pratica.

Grazie all'area condivisa sarà possibile lavorare contemporaneamente e in modo costruttivo allo stesso progetto e potrai vedere in tempo reale le correzioni degli esercizi pratici.

## Modalità di partecipazione

Puoi frequentare le lezioni in **Aula** e godere al meglio dell'interazione con il docente e con gli altri discenti, oppure puoi scegliere di seguire il Master in modalità **on line - in diretta Web**.

Con la modalità on line potrai seguire il corso ovunque ti trovi, accedendo da computer, da tablet o da mobile attraverso il web ad un'aula virtuale. Potrai interagire in tempo reale con la classe e con il docente, è sufficiente una connessione ad internet stabile.

Al termine di ogni lezione potrai consolidare quanto appreso attraverso il **question time** dove potrai esporre tutti i tuoi dubbi sugli argomenti trattati.



## Modalità di pagamento

Puoi pagare il corso in un'unica soluzione o in 3 comode rate:

1° rata, all'iscrizione: 300 euro

2° rata entro 7 giorni dall'inizio del corso

3° rata entro 30 giorni dall'inizio del corso

4° rata entro 60 giorni dall'inizio del corso.

Puoi anche accedere a finanziamenti a tasso agevolato.

Richiedi informazioni sui costi del corso e le promozioni

## Certificazioni e attestato

Al termine del corso, al superamento di un test finale, avrai un diploma del **Master in Digital Marketing** rilasciato dalla scuola.

Il corso è propedeutico alla certificazione **Facebook Blue Print: 310-101 - Competenze chiave per la pubblicità su Facebook** e a quella **Google Adwords**, che rappresentano uno standard e un riconoscimento internazionale ed è un valore aggiunto da inserire all'interno del proprio curriculum vitae.

## Docenti

I nostri docenti sono **altamente specializzati** nel settore di competenza.



Li selezioniamo in base a **severi standard qualitativi** tra docenti universitari, manager, consulenti, new media manager, strategic planner e managing director con esplicite capacità di conduzione didattica e insegnamento.

Sono tutti professionisti del settore, **un team sul quale potrai poter sempre contare per supporto e/o consigli professionali, anche dopo il corso.**

**Sono tutti altamente motivati e perfettamente preparati, e hanno fatto del loro lavoro una missione.**

Inoltre potrai sempre contare sul coordinatore e sul direttore didattico che eseguono un monitoraggio costante del corso, mantenendo eccellenti livelli di soddisfazione.

*Non tutti i supereroi hanno mantelli, alcuni hanno gradi di insegnamento.*

*(Heidi McDonald)*

**Contattaci se vuoi parlare con il docente del corso**



## Chi siamo



**Abbiamo quarant'anni di esperienza nella formazione.**

Siamo la più grande realtà formativa della Valle dell'Aniene.

Tivoli Forma, gestito dalla Società a capitale unico TIVOLI FORMA S.r.l., ha una lunga e importante storia, dapprima come ente e poi come centro di formazione, di oltre 40 anni.



Ci troviamo all'interno di un bellissimo monastero nel centro della città di Tivoli (Roma), dove sono a disposizione strutture di ultimissima generazione con tecnologie all'avanguardia e connettività in fibra.

**Siamo un'eccellenza unica nel territorio.**

**La nostra offerta formativa è molto ampia, spaziando dai tradizionali campi della formazione professionale a quelli in forte sviluppo perché rispondenti alle emergenti esigenze sociali e di mercato.**

## **Perché scegliere Tivoli Forma Academy**

La formazione continua è, oggi, un requisito fondamentale per rimanere competitivi sul mercato. Aziende, professionisti, pubbliche amministrazioni ma anche giovani laureati e diplomati, necessitano sempre più di un aggiornamento del proprio *know how* per affrontare le sfide e cogliere le opportunità di un mercato sempre più rapido e mutevole.

**I corsi della Tivoli Forma Academy sono pratici e hanno un taglio orientato al risultato con obiettivi concreti e misurabili, trasferendo conoscenze e competenze immediatamente operativi sul lavoro.**



I corsi sono a **numero chiuso** per mantenere un **elevato livello qualitativo della didattica e dell'apprendimento**. In questo modo, attraverso un percorso teorico-pratico sarai in grado di fare esperienza diretta su progetti personali e, una volta terminato il corso, saprai riportare le conoscenze e le tecniche acquisite nel tuo lavoro.

## Aule e laboratori



Nella nostra sede in Viale Mannelli, 9 a Tivoli disponiamo di **aule e laboratori** attrezzati con materiali e tecnologie di ultimissima generazione.

### **Aula Apple iMac - eccellenza allo stato puro**

Per te a disposizione **25 postazioni iMac con connessione in fibra** da 100 mb/s per soddisfare ogni tua necessità formativa.

L'aula è ideale per grafici, ingegneri e architetti che necessitano di macchine potenti e con un ottimo schermo.



### **Aula Windows 10**

Laboratorio di ultima generazione con 25 postazioni all in one con Microsoft Windows 10 e connessione in fibra da 100 mb/s ideale per lavorare con Microsoft Office, la più famosa suite di produttività per le aziende.

### **Sala Conferenze**

Una nuovissima sala conferenze da 30 posti, dotata di tutte le ultime tecnologie come una e-Board da 60 pollici e schermi LCD dislocati nella sala per permettere la migliore visione possibile di slide e contenuti a video.

### **Aule standard**

Aule con capienza di circa 24 postazioni, dotate di connessione WiFi in fibra 100 mb/s e proiettore ad onda corta con lavagna scrivibile.





## Dove siamo



Ci troviamo a Tivoli (Roma), in Viale Mannelli, 9, facilmente raggiungibili da Roma e dintorni.

## Contattaci per maggiori informazioni

	Lunedì - Venerdì: 8:00 - 18:00
	+39 3346792368
	iscrizioni-academy@tivoliforma.it
	<a href="https://academy.tivoliforma.it">https://academy.tivoliforma.it</a>

Vuoi sapere se questo corso fa per te? Sei ancora indeciso?

Parla direttamente con il docente del corso o con un nostro consulente commerciale senza impegno, risponderemo a tutte le tue domande!