

Full stack for digital marketing

Figura professionale in uscita

Il corso fornisce le principali competenze metodologiche e tecniche per la realizzazione consapevole di soluzioni informatiche di front-end focalizzate alla valorizzazione ed al supporto dell'attività aziendale.

Lo sviluppatore di front-end esperto di digital marketing sarà in grado di curare l'immagine aziendale sui diversi canali digitali. Massimizzerà l'efficacia dei siti internet e delle altre iniziative di funneling.

Modalità didattica

Lezione frontale in presenza <ul style="list-style-type: none">● lezioni frontali● laboratori in aula● workshop e testimonianze aziendali	ca. 500 ore
Lezione in modalità elearning <ul style="list-style-type: none">● lezioni in streaming live tramite Everest platform● per le edizioni successive sarà possibile erogare alcuni moduli in modalità webinar sulla base di quanto registrato nella prima edizione● ricevimento studenti e sessioni di lavoro in remoto tramite piattaforme di collaboration (Moodle, Teams, Google classroom)	ca. 250 ore
Tirocinio presso le aziende	ca. 200 ore

Moduli formativi

titolo	modalità	ore
L'ecosistema del marketing digitale	lezioni frontali elearning	20
<ul style="list-style-type: none"> ● Capire il marketing ● Il mercato ● Il cliente ● Il valore ● Gli strumenti 		

titolo	modalità	ore
Soft Skills	lezioni frontali elearning	28
<ul style="list-style-type: none"> ● Orientamento al lavoro <ul style="list-style-type: none"> ○ LinkedIn, CV ○ Conoscere e valutare se stessi, analizzare i propri tratti caratteriali ○ Colloquio ○ Fare una presentazione efficace di sé (e/o di un progetto) ● Fondamenti di autoimprenditorialità <ul style="list-style-type: none"> ○ Chi è l'imprenditore e nozioni generali sull'imprenditorialità ○ La leadership e le competenze manageriali ○ Cultura aziendale ● Teamworking <ul style="list-style-type: none"> ○ Gli stili di leadership ○ Definizione, composizione e caratteristiche del team ○ Definizione degli obiettivi, visioni comuni e leve motivazionali ○ I feedback come strumento progettuale e di crescita manageriale ● Role playing 		

titolo	modalità	ore
Inglese tecnico	lezioni frontali alternate a laboratori esperienziali	24

titolo	modalità	ore
Design thinking	lezioni frontali alternate a laboratori esperienziali	60
<ul style="list-style-type: none"> ● Design thinking fundamentals ● Empathizing to understand the Problem ● Ideation, Iteration and Communication ● Prototyping and user Testing 		

titolo	modalità	ore
Funnel marketing	lezioni frontali alternate a laboratori esperienziali	32
<ul style="list-style-type: none"> ● funnel marketing: impostare il corretto mindset ● approccio scientifico/analitico ● metriche e KPI del funnel AAARRR ● personas: value ladder, funnel di vendita, funnel lead generation granding - funnel couponing - funnel membership 		

titolo	modalità	ore
UX for Acquisition & Activation	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	40
<ul style="list-style-type: none"> ● User Research: identificare gli utenti, comportamenti, contesti e motivazioni ● tecniche e strumenti a supporto ● integrazione dei canali di acquisizione ● metriche di acquisizione: traffico controllato, non controllato e posseduto ● UX personas & proto-personas ● UX user journeys 		

titolo	modalità	ore
UI & UX Design	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> ● UX Design sprint application ● UX ideas ● UX prototyping: FIGMA, SKETCH, ADOBE XD ● User centered design ● interfaces and interactions ● graphical user interfaces 		

titolo	modalità	ore
Web design & CMS	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> ● Introduzione al Web design: HTML, CSS, JS ● le basi del linguaggio ● sviluppo e principali elementi ● stilizzare la pagina: applicazioni multipiattaforma ● progetto grafico ● il front-end ● Tipologie di siti web e funzionalità ● CMS: Wordpress, JOOMLA, MAGENTO ● il back-office: Wordpress ● Progettare un E-Commerce 		

titolo	modalità	ore
Applicazioni dinamiche con Javascript	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> ● javascript di base ● le basi del linguaggio ● sintassi, variabili, tipi di dato ● control flow statement, iterazioni ● array ● funzioni in javascript ● Oggetti in javascript, come si estendono con il prototype ● manipolare il DOM e gestire gli EVENTI ● design pattern ● arrow function ● integrazione con il backend 		

titolo	modalità	ore
User test	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	32
<ul style="list-style-type: none"> ● A/B test e test multivariante ● progettare ed implementare A/B test ● strumenti e metodologie per misurare l'efficacia: Hotjar, Analytics, Google Optimize) 		

titolo	modalità	ore
Content Marketing Strategy	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> ● Target audience e bisogni ● Dall'analisi al contenuto: come individuare i bisogni dell'utente ● Search intent, buyer persona, customer journey ● brand personality ● content marketing plan: strategia di content marketing ● Distribuzione e promozione dei contenuti: valutazione e selezione 		

titolo	modalità	ore
Content factory	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di scrittura: Copywriter Persuasivo e SEO Copywriting • scoring: lead generation e sales generation • Storytelling • Social media content production: FB, IG, LinkedIn, Twitter • e-publishing e newsletter • Contenuti virali e crowdsourcing • Social: haters: gestione, risposte e approccio 		

titolo	modalità	ore
Generazione e monitoraggio del traffico	lezioni frontali alternate a laboratori laboratori in elearning	60
<ul style="list-style-type: none"> • SEO naturale ed a pagamento • modello SEM • Google Adwords • SOCIAL: Facebook & Instagram ADV, formati e tecniche • LinkedIn: formati e tecniche • Strumenti di monitoraggio: Google Analytics e Google Tag Manager • analizzare i dati per migliorare la UX • metriche • segmentare gli utenti: cold user e warm user • Conversion rate optimization 		

titolo	modalità	ore
Project work	laboratori in presenza laboratori in e-learning	60
<ul style="list-style-type: none"> • progetto finale di raccordo tra i diversi moduli 		