

FORMAZIONE UPSKILLING (RRSP) MIRATA AL PROFILO DI TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA - PER DESTINATARI DI ASSEGNO GOL PERCORSO 2 – SAN LUCIA DI PIAVE (TV) – CODICE OPAL GOL25-2-044/154



23/02/2026 - 07/04/2026



Dalle ore 9.00 alle ore 18.00



Massimo 10 partecipanti

DESTINATARI

Sono destinatari del corso tutti coloro in possesso del Patto di Servizio e relativo Assegno GOL rilasciato dal Centro per l'Impiego - Percorso 2 "Aggiornamento (Upskilling)". I partecipanti avranno diritto ad una indennità di frequenza di € 3,5/h se parteciperanno almeno al 70% del corso.

Per informazioni circa le modalità di adesione al Programma GOL clicca qui:
<https://www.cliclavoroveneto.it/es/programma-gol-veneto>

OBIETTIVI

Il Tecnico specializzato in social media si occupa della gestione di profili, pagine e account ufficiali di un'organizzazione, azienda o brand sui social network, allo scopo di accrescerne la presenza on line, migliorarne la brand awareness e la reputation, creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico, monitorando e valutando le attività sviluppate e i risultati raggiunti. È in grado di produrre diverse tipologie di contenuto adeguate alla pubblicazione sulle varie pagine dei social network aziendali e di interagire con l'utenza attraverso questi canali, creando e animando anche virtual community.

PROGRAMMA

Il programma prevede la formazione per le seguenti competenze:

1. **COMPETENZA: REALIZZARE L'ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO**
2. **COMPETENZA: CONFIGURARE LA SOCIAL MEDIA STRATEGY**
3. **COMPETENZA: REALIZZARE IL MONITORAGGIO DELLE PIATTAFORME SOCIAL**
4. **COMPETENZE TRASVERSALI: FORMAZIONE DI GRUPPO PER IL POTENZIAMENTO DELLE SOFT SKILLS - LA COMUNICAZIONE EFFICACE**

Nel percorso formativo verranno approfondite le diverse fasi della progettazione e della gestione di una strategia di promozione attraverso i social network, con particolare attenzione ad alcune aree di attività fondamentali. Una prima area riguarda lo sviluppo della strategia comunicativa: si lavorerà sul riconoscimento delle finalità e delle esigenze dell'utenza cui si rivolge il committente, sulla definizione di una strategia comunicativa efficace da attuare tramite i social e sull'analisi delle caratteristiche dei prodotti o servizi da promuovere, valutandone le potenzialità rispetto al mercato di riferimento.

Una seconda area sarà dedicata alla realizzazione di campagne social. I partecipanti impareranno a progettare una campagna tenendo conto dei vincoli di progetto ed economici, a individuare i social network più adeguati per lo sviluppo della promozione e ad applicare tecniche di social media communication, content management e copywriting, così da poter creare e gestire profili social in maniera efficace. Verranno inoltre analizzate le strategie più adatte a fidelizzare il pubblico di riferimento.

Ampio spazio sarà poi riservato al monitoraggio delle piattaforme social. Si approfondiranno le tecniche di sentiment analysis e insight marketing, indispensabili per analizzare i comportamenti e le reazioni dell'utenza, e verranno fornite indicazioni pratiche su come intervenire, in caso di criticità, con modifiche nella programmazione al fine di migliorare le performance. I risultati raggiunti saranno oggetto di condivisione attraverso moduli e strumenti aziendali, favorendo così un lavoro coordinato con le altre risorse del team.

Infine, il percorso comprenderà un modulo dedicato alla formazione per il potenziamento delle soft skills e sviluppare una comunicazione efficace con l'utilizzo di strategie comunicative pertinenti al contesto e al contenuto.

Competenza: REALIZZARE L'ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO
Argomento/attività pratiche
Riconoscere finalità dell'utenza a cui si rivolge il committente
Definire strategia comunicativa
Conoscere la specificità dei prodotti/servizi da promuovere
Valutare le potenzialità del prodotto/servizio rispetto al mercato di riferimento

Competenza: CONFIGURARE LA SOCIAL MEDIA STRATEGY
Argomento/attività pratiche
Progettare una nuova campagna social
Identificare i social da usare per la campagna promozionale
Applicare tecniche di social media communication, content management e copywriting
Adottare strategie per la fidelizzazione del pubblico di riferimento

Competenza: REALIZZARE IL MONITORAGGIO DELLE PIATTAFORME SOCIAL
Argomento/attività pratiche
Adottare tecniche di sentiment analysis e insight marketing
Migliorare le performance attraverso modifiche nella programmazione, qualora si verificassero delle criticità
Condividere risultati ottenuti con le altre risorse impiegate attraverso l'utilizzo di moduli

Competenza: FORMAZIONE DI GRUPPO PER IL POTENZIAMENTO DELLE SOFT SKILLS: LA COMUNICAZIONE EFFICACE. UTILIZZO DI STRATEGIE COMUNICATIVE PERTINENTI A SECONDA DEL CONTESTO E DEL CONTENUTO

Argomento/attività pratiche

Strategie comunicative, registri linguistici e strumenti adattati al contesto e al contenuto

Comprensione e gestione di interazioni e conversazioni in diversi contesti socio-culturali e situazioni specifiche

Ascoltare gli altri e impegnarsi in conversazioni con sicurezza, assertività, chiarezza e reciprocità, sia in contesti personali che sociali

Al termine del percorso verrà rilasciata l'attestazione di messa in trasparenza delle competenze.

MODALITA' DI EROGAZIONE

Il Corso formativo, *finanziato dall'Unione europea – Next Generation EU*, inizia in data **23/02/2026** e termina il **7/04/2026**. Si svolgerà in modalità **mista, dal lunedì al venerdì, dalle ore 9:00 alle 18:00**, presso la sede in **Vicolo Beato Fra' Claudio n.12 , S.Lucia Di Piave (TV)** per un totale di **80 ore**.

DOCENTI

Il Corso si terrà a cura di docenti con pluriennale esperienza nella materia di insegnamento.

CONTATTI



politicheattive@myjob.pro



049 0963848