



FORMAZIONE UPSKILLING (RRSP) MIRATA AL PROFILO DI TECNICO SPECIALIZZATO IN SOCIAL MEDIA - PER DESTINATARI DI ASSEGNO GOL PERCORSO 2 – PADOVA (PD) – CODICE OPAL GOL25-2-044/156



26/03/2026 - 15/05/2026



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.

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

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 **26/03/2026** e termina il **15/05/2026**. Si svolgerà in modalità **mista, dal lunedì al venerdì, dalle ore 9:00 alle 18:00**, presso la sede in **Via Savelli, 24 - Padova (PD)** per un totale di **90 ore**.

DOCENTI

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



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



CONTATTI

 politicheattive@myjob.pro

 049 0963848