



## **Percorso formativo WEB - COM: Tecnico esperto in WEB marketing per lo sviluppo della COMPETITIVITÀ aziendale in rete**

### **Descrizione del progetto**

Il corso mira a formare esperti in tecniche di marketing e comunicazione aziendale sul web, in tutti i loro aspetti e declinazioni fornendo competenze professionali in materia di comunicazione sul web, gestione e mantenimento di CMS aziendali, ottimizzazione per i motori di ricerca, gestione delle relazioni con i clienti, campagne di marketing online, commercio elettronico.

Al termine del percorso formativo gli allievi saranno in grado di tradurre le competenze acquisite in azioni di marketing e di vendita sul canale web. Sapranno scegliere i migliori strumenti di contatto e relazione per raggiungere e fidelizzare il proprio target di clientela. Potranno elaborare una corretta strategia di posizionamento in rete per la propria azienda o per l'azienda per la quale andranno a lavorare.

### **Durata del progetto**

Il progetto avrà una durata complessiva di 400 ore così suddivise  
200 ore formazione in aula da Febbraio a Luglio 2011  
200 ore di stage da Maggio a Ottobre 2011

### **Struttura del corso**

La formazione in aula è costituita da quattro unità formative così suddivise:

#### **Dettaglio Unità Formative:**

#### **UF.1 - Titolo attività di riferimento: Competenze professionali – Area Marketing 50 ore**

Elementi di finanza e marketing aziendale: Tasso Interno di Rendimento (TIR) e Valore Attuale Netto (VAN); la valutazione dei progetti d'investimento attraverso l'analisi del break even sia economico sia finanziario.

Elementi di Marketing, il prodotto, il prezzo, la gestione dei marchi, le ricerche di mercato. Il Marketing tradizionale orientato al business, il Marketing Management. I contenuti promozionali: pubblicità, la marca e il direct marketing.

Il Marketing su Internet e sul Web - elementi generali. Il Mass Marketing, Marketing Relazionale e la fidelizzazione del cliente. Il valore del posizionamento di un sito, strategie di promozione e comunicazione su web.

Nuovi modelli di business online (Il business to business, il business to consumer, consumer to consumer) caratteristiche e analisi dei modelli di successo. Il marketing nell'era del web 2.0: i social network e l'azienda, la pubblicità su Google e Facebook, "case study" sui i principali social network (casi di successo: Twitter e casi di fallimento: MySpace).

Mobile web advertising, definizioni e concetti generali, la pubblicità: Mobile Web banner impressions, e line guida per la pubblicità su Mobile devices.



Viral e Buzz Marketing definizioni e individuazione dei contesti dove implementare questo tipo di strategie, verifica della reputazione del proprio sito.

**UF.2 - Titolo attività di riferimento: Competenze professionali – Gestione CMS aziendali e SEO**  
**48 ore**

CMS aziendali: gestione di Internet e dell'Intranet, principali funzionalità, analisi dei bisogni dell'azienda e soluzioni "su misura", gestione del ciclo di vita dei contenuti dagli editor agli utenti finali, la gestione delle ACL.

Teoria e tecniche di Search Engine Optimization (SEO): come migliorare la posizione del sito sui motori di ricerca, i Tag, le Keyword, i Link, gli URL semplificati, limiti e potenzialità del Page ranking, la cache di Google.

Online advertising e web analytics: analizzare le visite di un sito. Utilizzo di Google Analytics e Yahoo Web Analytics, la rilevanza del Bounce rate e dell'analisi dei Referrals.

La gestione di campagne di web marketing, organizzare campagne pubblicitarie Google AdSense e AdWord, principali differenze e caratteristiche, l'analisi dei costi.

Rapporto PA imprese: cenni su nuovo codice dell'amministrazione digitale che prevede tra gli altri obiettivi: la riduzione dei tempi fino all'80% per le pratiche amministrative; di ridurre le pagine prodotte al 2012 di 3 milioni; risparmio del 90% dei costi di carta e utilizzo diffuso della Posta Elettronica Certificata (PEC).

I motori di Ricerca, le directory e i web-crawler, l'algoritmo di Google e il page ranking.

**UF.3 - Competenze professionali – l'evoluzione del web e i linguaggi di programmazione 60 ore**

Internet vs. World Wide Web: definizioni e differenze, i protocolli di rete: TCP/IP e POP3, IMAP, SMTP, SCP, SSH e loro utilizzo; I programmi per la navigazione, la posta elettronica.

Dal testo all'ipertesto, il web 1.0, caratteristiche, gli elementi del design: le pagine statiche, la mappa del sito; i link (collegamenti ipertestuali), i menù, le immagini di rollover.

Il linguaggio di programmazione html e i css, l'xml; Markup: gli Elementi, gli Attributi, i Caratteri e le entità, I Data types, il Document type declaration, l'HTML Semantico; I CSS: sintassi e utilizzo; L'XML sintassi e utilizzo ed Elementi di programmazione dinamica.

Usabilità, accessibilità e navigabilità (Standard 3WC). Caratteristiche di un sistema usabile, i benefici e la soddisfazione dell'utente. L'accessibilità nel web: requisiti di base e gli standard; La navigabilità di un sito web: tecniche di ottimizzazione dei contenuti del layout e della funzionalità.

Scrivere per il web (tecniche di copywriting Haiku e Web copywriting), analisi dei Microcontent e ottimizzazione dei testi



**PROMO P.A.**  
**FONDAZIONE**

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI  
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Il web 2.0: dalla fruizione dei contenuti all'interazione con gli utenti i blog, la stampa on line e i principali social network (Accenni al Web 3.0),

I database relazionali, Il linguaggio Sql, la struttura tabellare, le relazioni (uno a molti, molti a molti), le chiavi primarie, progettazione di un database, i Data type.

La multimedialità e il podcasting, i principali formati grafici (gif, jpeg, png, tiff), audio e video (mp3, ogg, wmv, avi, swf).

Progettazione di un sito web, esercitazione in aula con illustrazione di "case study".

Non solo Home page (Landing, Splash e Doorway), differenti tipologie delle pagine di un sito e loro utilizzo.

#### **U.F.: 4 Titolo attività di riferimento: Competenze professionali – CRM, Web Marketing – E-commerce 42 ore**

Azioni per la fidelizzazione del cliente (customer retention online): Valore dell'azienda come valore del portafoglio clienti, azioni di breve periodo (sconti e politica dei prezzi), azioni orientate a creare un rapporto fiduciario di lungo periodo, quindi ottimizzare la user experience.

Customer Relationship Management con strumenti open source: caratteristiche di un sistema CRM, pianificare e configurare lo strumento, esempi di attività di web marketing e customer Care con Sugar CRM

Le piattaforme di e-commerce e principali funzionalità: la storia dell'ordine, carrelli della spesa, la piena funzionalità di ricerca interna, recensioni di prodotti, classifiche di vendita. Le aste on line, il caso Ebay.

Il sistema dei pagamenti on line: i servizi offerti dalle banche, i sistemi Escrow, definizione, vantaggi e svantaggi. I problemi di sicurezza il caso PayPal. Analisi delle principali frodi on line e rassegna delle più efficaci contromisure da adottare

ASSOCIATA ALL'EUROPEAN FOUNDATION CENTRE E  
ALL'EUROPEAN GROUP OF PUBLIC ADMINISTRATION - BRUXELLES

VIALE LUPORINI 37/57 55100 LUCCA – TEL.0583 582783/583342 FAX. 0583 317352  
N°80 Registro delle Persone Giuridiche della Prefettura di Lucca - P.IVA e C.F. 01922510464  
info@promopa.it www.promopa.it



SISTEMA DI GESTIONE PER  
LA QUALITÀ  
CERTIFICATO ISO 9001 2008



AGENZIA FORMATIVA ACCREDITATA  
FORNITORE MERCATO ELETTRONICO CONSIP