

SUPSI

Principi e strumenti chiave del marketing digitale

Descrizione

Codice

DEASS DIGITAL MKTG 1.1

Presentazione

La trasformazione web-oriented di ogni business, la maggiore consapevolezza digitale dei consumatori e la costante innovazione tecnologica richiedono alle aziende la capacità di digitalizzare la propria strategia di promozione del marchio e dei prodotti/servizi offerti. In maniera assolutamente trasversale per settore, è necessario, pertanto, che le competenze dei Marketing Manager (e in generale, di tutti i decision makers dell'azienda, a partire dal Top Management) si evolvano nella direzione del Web Marketing. Non basta una conoscenza superficiale della Rete e delle sue potenzialità come semplici utenti: un buon Digital Marketing Manager deve approfondire la propria expertise sull'Advertising Online, lo sviluppo dei siti e la loro ottimizzazione per i motori di ricerca, la brand reputation e le PR online, i social media e l'analisi dei dati. Questo corso si concentra in maniera intensiva sulle metodologie e le tecniche di base, finalizzate all'acquisizione di know-how teorico e pratico. Il corso è parte del CAS in Digital Marketing:
www.supsi.ch/go/CAS_Digital_marketing

Obiettivi

Offrire i modelli e le tecniche base del marketing digitale alla scoperta e alla pratica di semplici, nuovi e potenti strumenti rendere la strategia di marketing adeguata ai nuovi contesti di digitalizzazione.

Destinatari

Imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri e collaboratori di aziende industriali e di servizi pubbliche e private, capi progetto, responsabili commerciali e gestione clientela.

Requisiti

Conoscenze basilari del proprio business di riferimento, della navigazione di Internet e minima conoscenza dei social network.

Certificato

Attestato di frequenza

Crediti di studio

4 ECTS validi per il percorso formativo Certificate of Advanced Studies (CAS) in Digital Marketing

Crediti di studio

4 ECTS

Contenuti

Programma

- Digital Trends
- Strategia di marketing digitale e strategia di Marketing
- Generare traffico, ottimizzare le performance e misurazione dei risultati (SEO, CRO, ANALYTICS)
- Media digitali – parte I (social, digital PR, Content Marketing)
- Media digitali – parte II (Adv: Google ads, remarketing, Social ads, Amazon ads)
- Gestire la relazione con il cliente «digitale» (Big Data, Automation, AI, ERP, CRM)

Durata

40 ore-lezione

Responsabile/i

Alessandro Siviero, Docente e Ricercatore SUPSI

Relatore/i

Il corpo insegnante è costituito da professionisti in ambito nazionale e internazionale con esperienze significative nel proprio ambito d'insegnamento, affiancati da professori e docenti-ricercatori universitari qualificati, impegnati e riconosciuti in Svizzera e all'estero.

Tra questi, i professionisti della società di consulenza digital Pro Web Consulting .

Informazioni

Iscrizione ai corsi

Entro il 31 gennaio 2019.

Date

6,7,12,13 e 19 febbraio

Orari

9.00-12.30, 13.30-17.00

Luogo

SUPSI, Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale, Formazione continua, Stabile Suglio, Via Cantonale 18, CH-6928 Manno

Costo

CHF 2'300.–

La quota comprende il rilascio dell'attestato, la certificazione finale per l'ottenimento dei crediti ECTS, la documentazione didattica.

Osservazioni

Al partecipante sarà fornito gratuitamente il sito Web in Wordpress , che servirà per esercitarsi e applicare tecniche e strategie presentate in aula

Informazioni

Informazioni tecniche:

alessandro.siviero@supsi.ch

Informazioni generali:

SUPSI, DEASS, economia aziendale, sanità e sociale

Stabile Suglio, Via Cantonale 18

CH-6928 Manno

T +41 (0)58 666 61 23

F +41 (0)58 666 61 21

deass.economia.fc@supsi.ch