REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI

AVVISO PUBBLICO DOTE INSERIMENTO LAVORATIVO
PROGRAMMA REGIONALE FSE+ 2021-2027
(PRIORITÀ 1, ESO4.1, AZIONE A.1)

CORSO SOCIAL MEDIA MARKETING
ED.2/2026 – MONZA

PRESENTAZIONE DEL CORSO

ACCREDITAMENTO ICAF

Accreditamento Regione Lombardia per i servizi formativi n.949
Accreditamento Regione Lombardia per i servizi al lavoro n.435
Ente con SGQ certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015 – Certificato n.1134

EROGAZIONE

50% webinar sincrono su piattaforma ZOOM
50% presenza in aula a Monza

REQUISITI DI AMMISSIONE

Il corso è aperto a tutti.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE

Invio tramite email a formazione@istitutoicaf.it della seguente documentazione:

- modulo di iscrizione debitamente compilato e sottoscritto
- copia carta d'identità
- copia codice fiscale

I cittadini stranieri, oltre al materiale descritto, sono tenuti ad inviare anche:

- copia permesso di soggiorno

Il modulo d'iscrizione è disponibile sul sito www.istitutoicaf.it e scaricabile sia in formato doc che pdf.

REQUISITI DI AMMISSIONE PER FARE CORSO GRATUITAMENTE

- RESIDENZA O DOMICILIO IN REGIONE LOMBARDIA

- ESSERE DISOCCUPATI:

- ✓ **essere privi di occupazione**
- ✓ **aver rilasciato la dichiarazione immediata disponibilità al lavoro (DID)**

Oltre ai requisiti di cui sopra, deve rientrare in una delle seguenti casistiche:

- Naspi e DIS-COLL (da 18 anni)
- Reddito di cittadinanza / SFL / ADI
- Persone con disabilità (da 18 anni)
- Donne da 18 anni
- Uomini da 18 anni
- Cassaintegrati
- Lavoratori dipendenti con reddito annuale inferiore a 8.145,00 €
- Lavoratori autonomi con reddito annuale inferiore a 4.800,00 €
- Persone a carico del sistema dei servizi sociali o socio-sanitari

Attenzione: la persona deve essere presa "in carico" con dote DIL. Diversamente, la persona può accedere al corso pagando una tariffa ridotta riservata al disoccupato.

ORIGINI DELL'INIZIATIVA FORMATIVA

La crescente diffusione dei canali digitali e dei social media ha trasformato profondamente le modalità con cui imprese, professionisti ed enti comunicano con clienti, utenti e stakeholder. Le organizzazioni richiedono sempre più figure in grado di utilizzare i social network in modo strategico, integrando la produzione di contenuti, la pubblicità online e l'analisi dei risultati all'interno delle attività di marketing e di comunicazione.

L'offerta formativa nasce dall'esigenza di sviluppare competenze digitali immediatamente spendibili nel mercato del lavoro e di supportare i processi di innovazione e digitalizzazione delle organizzazioni, in linea con la crescente domanda di professionalità capaci di pianificare e gestire attività di Social Media Marketing, valorizzando gli strumenti digitali e le nuove tecnologie a supporto della comunicazione d'impresa.

OBIETTIVI E FINALITÀ

Il corso è finalizzato a sviluppare competenze operative nell'ambìto del Social Media Marketing, fornendo ai partecipanti gli strumenti necessari per progettare e gestire una strategia di comunicazione digitale efficace attraverso i principali social network. Al termine del percorso partecipanti saranno in grado di pianificare contenuti, realizzare campagne pubblicitarie sui canali Meta (Facebook e Instagram), utilizzare LinkedIn e gli altri social media in funzione degli obiettivi di marketing e business, organizzare il calendario editoriale e progettare un funnel di marketing orientato alla generazione di contatti, all'acquisizione di clienti e alla fidelizzazione del pubblico, monitorando i principali indicatori di performance delle attività svolte.

DEFINIZIONE AREA, PROFILO, COMPETENZE

Sviluppare contenuti digitali (Livello EQF 3)

Il percorso formativo in questione vuole garantire ai partecipanti di sviluppare ed aggiornare la competenza "Sviluppare contenuti digitali" (EQF 3) così come prevista dal Quadro degli Standard Professionali di Regione Lombardia, in relazione alle competenze dell'**area 3. CREAZIONE DI CONTENUTI** del framework DigComp.

Conoscenze

- Principali tipologie di contenuti digitali (testi, immagini, video)
- Principali formati digitali per la gestione di immagini, video e documenti
- Software di grafica e editing
- Elementi di design (combinazione colori, leggibilità, layout, proporzioni)
- Elementi di normativa sul copyright e l'uso corretto di contenuti digitali
- Tipologie di risorse gratuite o libere da licenza
- Formati di salvataggio ed esportazione dei contenuti digitali
- Motori di ricerca
- Principali applicazioni (Pacchetto office o open office)
- Intelligenza artificiale generativa
- Etica ed intelligenza artificiale

Abilità

- Distinguere software per la creazione di contenuti digitali (testi, tabelle, immagini, file audio e video)
- Applicare tecniche di base per modifica e ottimizzazione delle immagini (ritaglio, ridimensionamento, modifica colore, aggiunta testo o effetti)
- Correggere e adattare contenuti digitali (aggiunta di colonne, regolazione formattazione)
- Identificare e risolvere problemi comuni (salvataggio file, caricamento immagini, riduzione dimensioni, condivisione online)
- Riconoscere il formato digitale appropriato (modificabile, non modificabile)
- Riconoscere tecniche di ricerca di contenuti digitali attraverso l'utilizzo di filtri
- Utilizzare l'intelligenza artificiale per creare o modificare semplici contenuti digitali

AVVISO PUBBLICO DOTE INSERIMENTO LAVORATIVO
PROGRAMMA REGIONALE FSE+ 2021-2027
(PRIORITÀ 1, ESO4.1, AZIONE A.1)

DESTINATARI

Caratteristiche dei destinatari

Il percorso formativo si rivolge a tutti e rappresenta un'opportunità per cittadini privati, occupati, disoccupati, in cerca di nuova occupazione, ma anche a professionisti e imprese che intendono acquisire una formazione nell'ambito del Social Media Marketing.

Destinatari a cui è rivolto il corso

- Disoccupati / inoccupati
- Lavoratori autonomi
- Professionisti
- Associazioni di ogni genere
- Imprese e società di ogni genere
- Dipendenti e collaboratori di imprese e società

COMPETENZE RICHIESTE IN INGRESSO

Nessuna competenza specifica richiesta, il corso è aperto a tutti.

DURATA DEL CORSO E PIANIFICAZIONE DELLE LEZIONI

DURATA DEL CORSO
Il corso ha durata complessiva di 16 ore.

Ore minime per avere l'attestazione e il riconoscimento di frequenza: n.12 ore (pari al 75%). Quindi 4 ore di assenza disponibili.

PIANIFICAZIONE DELLE LEZIONI
Ogni lezione si terrà come da calendario (una giornata a settimana), avrà durata di 4 ore.

CALENDARIO: dal 10 al 18 dicembre 2026:

Giovedì 10 dicembre 2026 (orario 09:00-13:00) WEBINAR
Martedì 14 dicembre (orario 09:00-13:00) AULA MONZA
Giovedì 17 dicembre 2026 (orario 09:00-13:00) WEBINAR
Venerdì 18 dicembre 2026 (orario 09:00-13:00) AULA MONZA

Esame finale (facoltativo): Venerdì 18 dicembre 2026

Frequenza obbligatoria 75% del monte ore del corso (12 / 16 ore)

AZIONE FORMATIVA / PROGRAMMA

MODULO 1 – CONTENET MARKETING

Obiettivo:

Acquisire le competenze necessarie per progettare una strategia di Content Marketing efficace, creando contenuti di valore in linea con gli obiettivi aziendali e le esigenze del pubblico di riferimento, al fine di aumentare la visibilità del brand e favorire il coinvolgimento degli utenti.

Contenuti:

Fondamenti di Content Marketing
Definizione degli obiettivi di comunicazione
Analisi del target e costruzione delle buyers personas
Individuazione del tone of voice
Tipologie di contenuti per il web e i social media
Tecniche di storytelling e copywriting
Produzione di contenuti testuali, grafici e video
Utilizzo di strumenti di Intelligenza Artificiale a supporto della creazione dei contenuti

MODULO 2 – FACEBOOK E INSTAGRAM ADS

Obiettivo:

Sviluppare le competenze per pianificare, realizzare e monitorare campagne pubblicitarie su Facebook e Instagram, utilizzando Meta Ads Manager per raggiungere specifici obiettivi di marketing e di comunicazione.

Contenuti:

Introduzione al Social Media Advertising
Panoramica di Meta Business Suite e Meta Ads Manager
Definizione degli obiettivi delle campagne pubblicitarie
Segmentazione del pubblico e creazione delle audience
Struttura di una campagna pubblicitaria
Creazione delle inserzioni: immagini, video, copy e call to action
Budget, durata e ottimizzazione delle campagne
Lettura e interpretazione dei principali KPI

MODULO 3 – LINKEDIN E ALTRI SOCIAL NETWORK OLTRE META

Obiettivo:

Acquisire le competenze per utilizzare LinkedIn e gli altri principali social network in modo strategico, scegliendo il canale più adatto agli obiettivi di comunicazione, marketing e sviluppo del business.

Contenuti:

LinkedIn: caratteristiche e opportunità per aziende e professionisti
Ottimizzazione del profilo personale della pagina aziendale
Networking e Social Selling
Strategie di comunicazione su LinkedIn
Panoramica degli altri social network: TikTok, YouTube, Pinterest, X (Twitter), Threads
Differenza tra i principali canali social
Scelta del social network in funzione del target e degli obiettivi
Analisi delle performance e dei contenuti

MODULO 4 – CALENDARIO EDITORIALE E FUNNEL DI MARKETING

Obiettivo:

Acquisire le competenze per pianificare un calendario editoriale integrato e progettare un funnel di marketing finalizzato alla generazione di contatti, alla fidelizzazione dei clienti e al raggiungimento degli obiettivi commerciali.

Contenuti:

Il calendario editoriale: struttura e finalità
Pianificazione dei contenuti per canale e target
Organizzazione della frequenza di pubblicazione
Strumenti per la programmazione dei contenuti
Introduzione al funnel di marketing
Le fasi del funnel: Awereness, Consideration, Conversion, Loyalty
Integrazione tra contenuti organici e campagne sponsorizzate
Definizione dei KPI e monitoraggio dei risultati

METODOLOGIE E STRUMENTI

Le attività formative previste sono lezioni frontali, confronti, analisi e commento di elaborati e documenti. Verranno utilizzate di differenti tipologie di strumenti didattici in funzione dell'efficacia potenziale di ogni singolo strumento rispetto agli obiettivi e all'economia delle unità didattiche. Sono previste inoltre:

- Simulazioni e role play;
- Stesura e preparazione di elaborati
- Laboratorio creativo

Tutto il materiale di approfondimento viene distribuito durante o dopo le lezioni.

MODALITÀ EROGAZIONE E FORMAZIONE

50% webinar sincrono su piattaforma ZOOM
50% presenza in aula a Monza

DESCRIZIONE MODALITÀ EROGAZIONE E FORMAZIONE

Verranno condivisi dei contenuti formativi attraverso slide, lavagne telematiche e file multimediali. Sono previste metodologie formative anche di carattere fortemente interattivo.

Presenza di un tutor d'aula che si occupa del monitoraggio delle presenze dei docenti e dei discenti e della conseguente produzione di specifici report.

In particolare verranno utilizzate le seguenti modalità formative:

- Spiegazione frontale con slide e lavagne
- Storytelling: raccontare sé stessi e la propria storia
- Feedback
- Autocasi
- Role-Play

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Elemento determinante per il rilascio dell'Attestato di partecipazione è la frequenza minima delle ore di corso (12 h su 16h totali).

RISORSE UMANE IMPIEGATE

- Formatori: professionisti con comprovata esperienza e competenza nell'ambito delle locazioni brevi turistiche e non turistiche extra alberghiere, declinata su diverse tematiche.
- Progettista di formazione
- Tutor
- Coordinatore didattico
- Segreteria
- Responsabile della certificazione delle competenze: responsabile del coordinamento e monitoraggio dell'equipe dei formatori dalla progettazione iniziale.

DIRETTORE DELL'ENTE DI FORMAZIONE: DOTT. IVAN GIORDANO, giurista dell'economia e dell'impresa, esperto in gestione immobiliare, Responsabile scientifico dell'Ente di Formazione ICAF, autore per Maggioli Editore di testi in materia di Condominio, Contabilità Condominiale e Revisione Condominiale degli immobili.

REFERENTE DEL CORSO: DOTT.SSA ILARIA GALLI (ilariagalli@istitutoicaf.it oppure 02 67071877)

DOCENTI E FORMATORI: I docenti formatori sono selezionati in conformità con i requisiti richiesti da Regione Lombardia e di accertata competenza in materia. Potrebbero intervenire nel corso delle lezioni esperti qualificati per un confronto su casi pratici. In particolare in questa edizione del corso interverranno in qualità di docenti:

DOTT. ANDREA COLOMBO LOZZA: laureato in comunicazione pubblica e d'impresa, libero professionista, gestisce i diversi profili social online per conto di aziende e associazioni.

ISTITUTO DI CONCILIAZIONE E ALTA FORMAZIONE (ICAF)
Via Oldofredi 9 – 20124 Milano
t 02.67.07.18.77
formazione@istitutoicaf.it – istitutoicaf@pec.it
www.istitutoicaf.it
P.IVA 07378830967