

# STRUTTURA DEL CORSO

TITOLO: **GraficoMultimediale**

DURATA TOTALE: **500 ore**

REQUISITI DI AMMISSIONE: **compimento del 18° anno di età e diploma di scuola secondaria superiore o titolo equipollente**

UNITA' DI COMPETENZA	CAPACITA'	CONOSCENZE	MODULI DIDATTICI	Totale ORE	MODALITA' DIDATTICA	ORE
<b>1. INTRODUZIONE AL DIGITAL MARKETING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdurre al mondo di internet e del marketing digitale</li> <li>- Capire le basi dello sviluppo sul web (HTML, CSS, CMS)</li> <li>- Introduzione al web design e al marketing online con riferimento in particolare alle e-mail e al mondo dei motori di ricerca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principi di sviluppo sul web</li> <li>- Concetti base di marketing tradizionale</li> <li>- Dimestichezza con il mondo del web e l'uso di internet e web browser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet e l'evoluzione del marketing digitale</li> <li>• HTML</li> <li>• CSS</li> <li>• Strumenti per lo sviluppo dei siti web                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prova pratica</li> </ul> </li> <li>• CMS                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wordpress                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Come creare un sito web e una landing page</li> <li>▪ Come creare un e-commerce</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Introduzione al web design                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Principi base di usabilità</li> <li>➤ Elementi di persuasione grafica</li> </ul> </li> <li>• Direct Email Marketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Come impostare graficamente un'email</li> <li>➤ Strumenti per la creazione di email marketing</li> <li>➤ Funnel email marketing</li> </ul> </li> <li>• Introduzione all'advertising                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Google ADS</li> <li>➤ Bing ADS</li> <li>➤ Native Advertising</li> </ul> </li> <li>• Introduzione alla web analytics                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Google Analytics</li> <li>➤ Google Data Studio</li> </ul> </li> </ul>	150	AULA GRAFICA	150

Maspro consulting srl

Sede legale: Via Antonino Bongiorno n.80 - 00155 Roma

Sede didattica: Viale della Bella Villa n. 94 - 00172 Roma

CF e P.IVA 10516871000 -

www.maspro.it E-mail: info@maspro.it

			<ul style="list-style-type: none"><li>• Test finale</li></ul>			
--	--	--	---	--	--	--

## 2. SOCIAL MEDIA MARKETING

- Introdurre al mondo dei social media
- Capire come funziona Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter
- Essere in grado di impostare una campagna e gestire agevolmente pagine e inserzioni sui social media

- Conoscenza base dei social media e delle loro logiche di funzionamento
- Concetti base di marketing associato ai social media
- Logiche associate alla targetizzazione degli utenti attraverso il canale social.

- Introduzione ai Social Media
- Principi di usodei social
  - Storytelling: narrazione sui social
  - Advertising sui social
  - Community e influencer
- Strategie
  - Personal branding
  - Vendere sui social
  - Casi studio
- Facebook
  - Storia
  - Differenzatraprofilo e pagina
  - Pagine
    - Insights
    - Pixel
    - Pubblico
    - Modelli di inserzione
    - Settaggio di una campagna
- Instagram
  - Storia
  - Funzionamento
  - Gestione hashtag
  - Influencer marketing
- LinkedIn
  - Storia
  - Differenzatraprofilo e pagina
  - Pagine
    - Insights
    - Pixel
    - Pubblico
    - Modelli di inserzione
    - Settaggio di una campagna
- Twitter
  - Storia
  - Funzionamento
  - Hashtag
- Youtube
  - Perché creare un canale

80

AULA  
GRAFICA

230

Maspro consulting srl

Sede legale: Via Antonino Bongiorno n.80 - 00155 Roma

Sede didattica: Viale della Bella Villa n. 94 - 00172 Roma

CF e P.IVA 10516871000 -

www.maspro.it E-mail: info@maspro.it

			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Funzionalità di Youtube</li> <li>➤ Format</li> <li>➤ Community</li> <li>➤ Analytics</li> <li>➤ Strumenti Youtube</li> <li>• Strumenti per il lavoro e la strategia</li> <li>• Provapratica</li> </ul>			
<b>3. SEO E DIGITAL MARKETING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Essere in grado di ottimizzare un sito web per i motori di ricerca (in particolare Google)</li> <li>- Adottare tecniche per analizzare e interpretare i dati</li> <li>- Utilizzare strumenti per l'ottimizzazione SEO</li> <li>- Essere in grado di usare i principali tool e strumenti per la searchengineoptimization</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecniche di ottimizzazione di un sito web con riferimento ai vari fattori di posizionamento sia onsite che offsite.</li> <li>- Funzionalità dei browser più diffusi: accesso ai motori di ricerca.</li> <li>- Tecniche di strutturazione logica dei contenuti con riferimento ai motori di ricerca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduzione ai motori di ricerca</li> <li>• Google e suoi update</li> <li>• Introduzione alla Search Engine Optimization</li> <li>• Architettura e struttura di un sito web SEO friendly</li> <li>• Fattori di posizionamento SEO</li> <li>• Ricerca delle parole chiave</li> <li>• Fattori onsite</li> <li>• Fattori offsite</li> <li>• Link building</li> <li>• Link earning</li> <li>• SEO e scrittura per il web</li> <li>• SEO per attività locali</li> <li>• Penalizzazioni Google <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Penalizzazioni algoritmiche</li> <li>➤ Penalizzazioni Manuali</li> </ul> </li> <li>• Ottimizzazioni SEO su Wordpress</li> <li>• SEO e strumenti di web analytics <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Search Console</li> <li>➤ Google Analytics</li> <li>➤ Google Data Studio</li> <li>➤ Google Trend</li> </ul> </li> <li>• Microdati e Microformati</li> <li>• Cos'è una SEO audit e come farla</li> <li>• Strumenti SEO più usati</li> <li>• Provapratica</li> </ul>	150	AULA GRAFICA	380

<b>4. GRAFICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduzione ai principi basilari della grafica multimediale</li> <li>- Essere in grado di usare in modo basilare il software Photoshop e le sue funzioni principali</li> <li>- Sviluppo delle capacità di progettare e implementare un mockup grafico</li> </ul>	- Principali conoscenze legate alla grafica sul web e all'utilizzo degli applicativi base e agli strumenti correlati.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Photoshop <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Introduzione a Photoshop</li> <li>➢ Gli strumenti di selezione</li> <li>➢ Utilizzo dei livelli</li> <li>➢ Utilizzo dei pennelli</li> <li>➢ Filtri e miglioramento immagini</li> <li>➢ Le maschere</li> <li>➢ Gli strumenti vettoriali</li> <li>➢ Librerie creative</li> </ul> </li> <li>• Interazione Photoshop, Illustrator e altri software</li> <li>• Creazione di un mockup web</li> <li>• Prova pratica</li> </ul>	40	AULA GRAFICA	420
<b>5. WEB DESIGN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduzione ai principi basilari del web design</li> <li>- Essere in grado di progettare la struttura di un sito web e gli elementi principali</li> <li>- Sviluppo delle capacità di utilizzo degli strumenti dello sviluppo sul web e della grafica di un sito (con particolare riferimento al CMS Wordpress)</li> </ul>	- Principali conoscenze legate al web design, allo sviluppo di un sito web, alla sua usabilità e alla sicurezza informatica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progettazione e creazione di un sito web <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ La scelta dell'hosting</li> <li>➢ La scelta del nome del dominio</li> <li>➢ La scelta del template e del design</li> <li>➢ Organizzazione struttura del sito web</li> <li>➢ Archivi e Tassonomie</li> <li>➢ Il blog</li> <li>➢ I plugin Wordpress imprescindibile</li> <li>➢ Siti responsive e adaptive</li> </ul> </li> <li>• Come migliorare le performance e la velocità di un sito web</li> <li>• Come mettere in sicurezza un sito web Wordpress</li> <li>• Prova finale</li> </ul>	80	AULA GRAFICA	500

**Riepilogo percorso:      Durata totale: 500 ore      dicui:      Aula: 500 ore      Stage: 0 ore      Project work: 0 ore**

## MODALITA' DI VALUTAZIONE

UNITA' DI COMPETENZA	OGGETTO DI OSSERVAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	MODALITA'	DURATA DELLA PROVA	PROFILO VALUTATORE
<b>1. INTRODUZIONE AL DIGITAL MARKETING</b>	Le operazioni di implementazione di una campagna di marketing a livello base	<ul style="list-style-type: none"> <li>- raccolta, organizzazione e razionalizzazione delle esigenze comunicative e di marketing</li> <li>- capacità di adattarsi alle diverse esigenze e problematiche</li> <li>- elaborazione piani di marketing e strategie</li> </ul>	Capacità di interpretare, progettare e implementare compagna di digital marketing	Prova scritta, Colloquio teorico, Prova pratica in situazione	45 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diplomato con almeno 10 anni di esperienza professionale nel settore</li> <li>• Diplomato con almeno 10 anni di esperienza professionalenel settore di cui 4 anni di docenza</li> <li>• Diplomato + attestato di qualifica professionale con almeno 2 anni di esperienza professionale nel settore</li> </ul>
<b>2. SOCIAL MEDIA MARKETING</b>	Le operazioni di pianificazione e implementazion e gestione di contenuti sui social network	<ul style="list-style-type: none"> <li>- elaborazione piano di lavorazione: risorse, tempi e vincoli diprogetto</li> <li>- selezione prospect e tipo di offerta</li> <li>- redazione progetto di dettaglio con relazione a contenuti e creatività</li> </ul>	Capacità pianificare e gestire attività di marketing con riferimento ai social media	Prova scritta, Colloquio teorico, Prova pratica in situazione	45 min	
<b>3. SEO E DIGITAL MARKETING</b>	Le operazioni di ottimizzazione e posizionamento di un sito web con riferimento ai motori di ricerca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- acquisizione ed elaborazione testi, tag, elementi grafici</li> <li>- realizzazione e strutturazione di un sito web performante</li> <li>- capacità di problem solving e public relation digitali</li> </ul>	Comprendere le linee guida di un motore di ricerca ed essere in gradi di implementarl e	Prova scritta, Colloquio teorico, Prova pratica in situazione	45 min	

Maspro consulting srl

Sede legale: Via Antonino Bongiorno n.80 - 00155 Roma

Sede didattica: Viale della Bella Villa n. 94 - 00172 Roma

CF e P.IVA 10516871000 -

www.maspro.it E-mail: info@maspro.it

<b>4. GRAFICA</b>	Le operazioni di convalida del layout grafico del prodotto multimediale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verifica qualità e risoluzione dei modelli grafici del prodotto grafico</li> <li>- esecuzione di test di verifica della qualità del prodotto grafico</li> <li>- dimestichezza con software e strumenti della grafica multimediale</li> </ul>	Essere in grado di sviluppare mockup e layout grafici anche complessi	Prova scritta, Colloquio teorico, Prova pratica in situazione	45 min
<b>5. WEB DESIGN</b>	Le operazioni di progettazione e sviluppo del layout grafico e della struttura di un sito web	<ul style="list-style-type: none"> <li>- capacità di utilizzare strumenti di web design anche complessi</li> <li>- esecuzione di test di verifica della qualità del prodotto di design realizzato</li> <li>- problem solving e adattamento alle diverse esigenze e necessità di personalizzazione</li> </ul>	Essere in grado di progettare, implementare ed adattare modelli di design e sviluppo sul web	Prova scritta, Colloquio teorico, Prova pratica in situazione	45 min