

Piano formativo

del Corso* di Formazione in:

Web e Social Media Marketing (CORSO BASE)

Anno Accademico	2021/2022
Dipartimento	Comunicazione e ricerca sociale
Data Delibera approvazione di attivazione del corso in Dipartimento	20/12/2021
Direttore del Corso	Giovanni Ciofalo
Numero minimo di ammessi	15
Numero massimo di ammessi	40
Requisiti di ammissione	Diploma di Maturità
Obiettivi formativi	Acquisire tecniche e know-how per raccogliere le sfide poste dalla comunicazione digitale e dal web 2.0. Conseguire capacità specifiche per progettare, pianificare e monitorare attività di marketing online e strategie social, attraverso l'utilizzo di strumenti funzionali alle aziende.
Risultati di apprendimento attesi	Acquisizione delle competenze teoriche e pratiche, immediatamente spendibili nell'ambito del marketing e del social advertising

* Art. 1 punto 4 del Regolamento in Materia di Corsi di Master, Corsi di Alta Formazione, Corsi di Formazione, Corsi Intensivi D.R. 915/2018

- per Corso di Alta Formazione (CAF) il corso post - lauream professionalizzante di perfezionamento o approfondimento specialistico istituito in base alla L. 341/1990 art. 6. Vi si accede con la laurea, ha durata inferiore all'anno, consente l'acquisizione di massimo 20 Cfu e alla sua conclusione è rilasciato un attestato di frequenza;
- per Corso di Formazione (CF), il corso di aggiornamento professionale di durata inferiore all'anno che conferisce fino a un massimo di 10 Cfu. Vi si accede anche con il solo diploma di scuola media superiore e alla sua conclusione è rilasciato un attestato di frequenza;
- per Corsi Intensivi Summer/Winter School) i corsi, di norma residenziali, destinati a soggetti in possesso dei requisiti di cui all'art. 29 del presente regolamento, della durata da una a quattro settimane, connotati internazionalmente che conferiscono fino a un massimo di 10 Cfu e si concludono con il rilascio di un attestato di frequenza

Data di inizio delle lezioni	Da definire in funzione della pubblicazione del bando
Calendario didattico	Allegare o linkare
Stage	Non previsto
Modalità di erogazione della didattica	telematica
CFU assegnati	5
Docenti Sapienza responsabili degli insegnamenti e relativi curricula brevi (max mezza pagina)	Giovanni Ciofalo e docenti esterni al Dipartimento (consulenti e professionisti di settore).
Eventuali partner convenzionati	Non previsti
Sede di svolgimento Sapienza o sedi esterne (obbligo di Convenzione)	Dipartimento CORIS
Quota di iscrizione prevista ripartita massimo in due rate	800 euro
Eventuali quote di esenzioni parziali o totali dal pagamento della parte di quota di pertinenza del Dipartimento espresse in percentuali rispetto alla quota di iscrizione (max due tipi di esenzioni)	Eventuale riduzione per iscrizione "early bird" fino a un massimo di un terzo della quota di pertinenza del Dipartimento.
Contatti di Segreteria	websocialmedia@uniroma1.it

Piano delle Attività Formative

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

Denominazione attività formativa	Responsabile insegnamento	Settore scientifico disciplinare (SSD)	CFU	Ore	Tipologia	Lingua
Modulo I - Social Media Management - Social Media Marketing	Giovanni Ciofalo	Sps/08	1	8	Lezioni a distanza / on line	ITA
Modulo II - Strumenti e tecniche SEO - Strumenti di Google: Analytics	Angelo Laudati Rocco Teora	Sps/08	1,5	12	Lezioni a distanza / on line	ITA
Modulo III - Google Ads e AdSense - Facebook Ads - Instagram Marketing e Tik Tok - Lead Generation	Angelo Laudati Gian Luca Comandini Luca Rallo Federico Massi	Sps/08	2,5	20	Lezioni a distanza / on line	ITA
Altre attività Prevista attività di laboratorio e esercitazione guidata che andranno ad affiancarsi alle attività di didattica frontale dei Moduli 1, 2 e 3.					Esercitazioni a distanza / on line	ITA
TOTALE CFU				5		