**Scheda di apprendimento**

|  |  |
| --- | --- |
| Titolo | Marketing digitale per l'offerta IFP |
| Rif. DigCompEdu  | Area 1: Impegno professionale |
| Parole chiave (meta tag) | Marketing, Internet, user, website, social networks, email, SEO, SEM, VET |
| Lingua | Italiano |
| Obiettivi / Finalità / Risultati di apprendimento | * Migliorare la comunicazione online per promuovere l'offerta formativa dell'IFP.
* Conoscere le possibilità del marketing e le sue tipologie.
* Saper creare, progettare e posizionare un sito web per promuovere i propri servizi.
 |
| Descrizione | Internet è un ottimo mezzo per promuovere i servizi educativi della formazione professionale: non solo ci permette di far conoscere la nostra offerta formativa, ma consente anche di entrare in contatto con potenziali clienti e apre nuove possibilità di marketing digitale. In questo corso imparerete a mettere in pratica queste strategie e a promuovere i vostri servizi educativi su Internet. |
| Contenuti organizzati su 2 livelli | **Marketing digitale per l'offerta IFP****1 Comunicazione online per l'IFP**1.1 L'offerta di IFP1.2 La comunicazione online**2 Marketing online**2.1 Cos'è il marketing online?2.2 Il sito web 2.3 SEO e SEM2.4 Marketing via e-mail2.5 I social media |
| Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla) | **1. Quale di questi è un vantaggio di Internet?**a. L'immediatezzab. Versatilitàc. Entrambi sono corretti**2. Quale di questi social network è usato per postare immagini e brevi video?**a. Facebookb. LinkedInc. Instagram**3. Quale dovrebbe essere l'obiettivo principale della nostra strategia di marketing digitale?**a. I nostri social networkb. Le nostre e-mailc. Il nostro sito web**4. A cosa serve il SEO?** a. A posizionare un sito webb. A creare un sito webc. Strutturare un sito web**5. Che cosa deve avere il nostro sito web?**a. Pubblicitàb. Informazioni di contattoc. Video |
| Toolkit (linee guida, buone pratiche, checklist, lezioni apprese…) | Nome  | Strumento di SWOT Analysis |
| Descrizione | L'analisi SWOT è uno strumento strategico per comprendere i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce di un progetto, di una situazione, di un'impresa o di un business. È uno strumento utilizzato dai professionisti per esaminare le possibilità e considerare in modo ottimale i possibili sbocchi. |
| Nome File |  |
| Risorse (video, link di riferimento)  |  |
| Materiali correlati |  |
| PPT correlato |  |
| Bibliografia | <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online> <https://learndigital.withgoogle.com/activate/course/digital-marketing> <https://blog.hootsuite.com/es/estrategias-de-marketing-en-redes-sociales/> <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/> <https://www.cyberclick.es/sem/sem-y-seo> <https://rockcontent.com/es/blog/como-crear-un-sitio-web/> |
| Fornito da  | Internet Web Solutions |