

DIGITAL MARKETING

HARIM

Accademia
Euromediterranea



**DIGITAL
MARKETING**



DIGITAL MARKETING

DURATA

La durata del Biennio di specializzazione in Digital Marketing è di due anni. L'anno accademico si apre nel mese di ottobre e si chiude nel mese di maggio. L'offerta didattica di 16 ore settimanali è svolta con la formula full immersion di 8 ore al giorno per 2 volte la settimana con l'aggiunta di un monte ore extra per alcune materie dell'area comunicazione. La scelta di questa formula oraria permette agli studenti fuori sede di poter frequentare comodamente le lezioni in sede. Sarà possibile inoltre usufruire della frequenza online in modalità "parziale" o "totale" a seconda delle necessità. Il nostro ufficio informazioni è a disposizione degli allievi per consigli sulla scelta dei corsi e sulla sistemazione logistica dei fuori sede. Nel corso dell'anno accademico, la preparazione raggiunta dall'allievo viene monitorata attraverso verifiche intermedie, esami orali e valutazioni dei lavori pratici.

OBIETTIVI

Il Biennio di specializzazione in Digital Marketing ha l'obiettivo di formare manager della comunicazione, che con una panoramica ampia sulle tendenze e le esigenze contemporanee, siano in grado di sviluppare una strategia competitiva in tutti i segmenti di mercato e nei diversi contesti organizzativi e professionali. Grazie ad una didattica in costante aggiornamento e a docenti altamente qualificati, gli studenti saranno in grado di gestire e padroneggiare gli strumenti della comunicazione digitale e non, e di lavorare a tutto tondo nei settori del marketing e della pubblicità.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

ATTIVITÀ EXTRA-CURRICULARI

L'Accademia prevede diverse attività extra-curricolari, come seminari, fiere di settore, personal project, shooting e workshop professionalizzanti, per far confrontare gli studenti con il mercato già durante l'anno accademici. Inoltre, durante il corso dell'anno, saranno previsti interventi di ospiti influenti nel settore attraverso dirette Instagram e talk con la possibilità di interagire dal vivo.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

1° ANNO



DIGITAL MARKETING

MATERIE - 1°anno

Digital Marketing

Studio delle nuove tecnologie come strumento di sviluppo di un'impresa sempre più interconnessa e digitale. Attraverso le leve del marketing digitale, sarà possibile interpretare le esigenze contemporanea all'interno dei processi strategici che nascono dalla identificazione di K.P.I. specifici. Il corso fornirà la conoscenza dei processi analitici, degli strumenti strategici e di quelli operativi, con particolare riferimento al web e a tutte le tecnologie digitali. L'obiettivo è trasferire un know how di pianificazione e gestione di un piano di marketing digitale completo e integrato. Tecniche di SEO, SEM, DEM e progettazione WEB in ottica UI - UX, con un focus sull'ottimizzazione delle risorse digitali e del budget per un corretto posizionamento sui motori di ricerca e la costruzione della propria presenza online.

Digital Communication

La comunicazione: elementi fondamentali, strumenti e mezzi. Classificazione e analisi dei new media. Studio del linguaggio pubblicitario, strategie di comunicazione e pianificazione delle campagne pubblicitarie. Analisi ed utilizzo dei principali strumenti di comunicazione utilizzati dal panorama del fashion world: piattaforme di blogging, microblogging, social network, siti web, portali e magazine online. Studio e confronto delle strategie di posizionamento sul web dei principali fashion brand. Regole di web writing: editing di testi per il web adeguandoli alle differenze di linguaggio, logiche d'utilizzo e terminologie legate ai differenti strumenti del web. Netiquette e style guide. Media planning e messa in atto di una reale strategia di comunicazione digitale d'impresa. Moderazione di forum e gruppi di discussione, gestione di profili aziendali sui social network, redazione di materiale per attività promozionali tradizionali e sul web, strumenti nell'ambito giornalistico. La politica di vendita: il personal selling, il "quick response". La strategia postvendita e la gestione delle controversie.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 1°anno

Content Design

Il corso permetterà di comprendere e approfondire le dinamiche che attraversano la comunicazione digitale. Gli studenti conosceranno e impareranno ad usare gli strumenti fondamentali per analizzare, pianificare e attuare strategie di comunicazione digitale. Attraverso lo studio delle tecniche di copywriting: gli studenti impareranno ad usare il giusto linguaggio e la giusta forma per i diversi contesti comunicativi. Le competenze acquisite durante il corso permetteranno di sviluppare progetti di comunicazione per il web e i social media, di imparare le tecniche di content design e content curation. Il trasferimento delle competenze avverrà attraverso metodologia learning by doing. Approfondimento della conoscenza e l'uso dei social media e di altri strumenti digitali formando digital strategist, copywriter, social media manager e redattori per contenuti digitali. Produzione di contenuti per siti web, blog e social network, sviluppo di piani editoriali per iniziative digitali ed acquisizione dei fondamenti di SEO e SEO copywriting. Utilizzo dei CMS di WordPress e le principali piattaforme per la promozione a pagamento dei contenuti sui social network. Le competenze acquisite permetteranno agli studenti di produrre un piano di comunicazione completo ed efficace.

Computer Grafica

Nozioni d'informatica applicate alla comprensione e all'utilizzo della computer grafica per il trattamento dei file digitali. Primo approccio con gli strumenti informatici necessari per ritoccare, elaborare, migliorare e applicare effetti speciali alle immagini. Fondamenti della progettazione grafica, della parola scritta, dell'immagine. Il programma si sviluppa con lezioni pratiche al computer, utilizzando il software di fotoritocco.

The logo consists of the word "HARIM" in a bold, white, sans-serif font, centered between two horizontal white lines. The background is a teal circle with a blurred image of a desk with a pen and papers.

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 1°anno

Web Design

Questo corso vi fornirà le competenze tecniche e conoscenze concettuali per creare e gestire siti web professionali. Potrai imparare le basi di web design tra cui HyperText Markup Language (HTML), la creazione di collegamenti e l'applicazione di fogli di stile a cascata (CSS) a pagine web. Potrai inoltre gestire un sito web utilizzando i CMS.

Sociologia dei consumi

I comportamenti di consumo in relazione ai differenti degli stili di vita. La funzione socio - culturale dei consumi e l'iperconsumismo. La psicologia d'acquisto. La consapevolezza del consumo critico. Scelte etiche e sostenibili. Le associazioni e il sistema di protezione del consumatore.

Brand identity and Communication

Analisi dei trend; riflessione su marchi e collezioni d'impatto. Excursus sulla fenomenologia dei grandi brand innovativi. Il percorso per l'ideazione di un trend efficace. Analisi e confronto delle strategie comunicative moderne.

Inglese

Conversazione applicata ai diversi ambiti professionali tra i quali la comunicazione aziendale e pubblicitaria. L'obiettivo è di giungere ad un'avanzata capacità comunicativa, di comprensione e produzione di testi di diversa tipologia (da forme sintetiche e immediate di comunicazione a forme più complesse come l'articolo di giornale, gli articoli per il web, ecc.). Attraverso role-play ed esercitazioni pratiche gli studenti dovranno essere in grado di interagire in base a ruoli assegnati.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 1°anno

Social Media Marketing

Social Network vs. Social Media: panoramica sul vasto mondo dei social: Instagram, Pinterest, Tik Tok. Un percorso formativo finalizzato all'analisi delle dinamiche di funzionamento tecnico dei principali social network. Con particolare attenzione a Facebook e Instagram, ma anche LinkedIn, Twitter e Pinterest. L'obiettivo principale è quello di acquisire le competenze teorico-pratiche per la gestione strategica di pagine ufficiali e profili business. Un modulo didattico di livello avanzato con l'obiettivo di rendere gli studenti autonomi nella realizzazione di una strategia di Social Media Marketing e, capaci di gestire in modo ragionato e funzionale l'uso della piattaforma Facebook Ads per la pianificazione, il monitoraggio e la reportistica di campagna advertising ad obiettivi diversificati. Sito web e blog: differenze tecniche e utilizzo. Brand vs Brand Identity. L'arte del Copy: la creazione di un naming e del suo Pay-off. Il posizionamento di uno sito web, analisi strategica e attività. Influencer Marketing: panoramica su una strategia digitale in ascesa. Mail Marketing: caratteristiche e utilizzo. Facebook Ads: obiettivi, target, creatività. Facebook Ads e Business Manager.



HARIM

Accademia
Euromediterranea



2° ANNO

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 2°anno

Digital Marketing 2

Obiettivi, budget e strumenti di misurazione di un piano strategico di marketing digitale. Il budgeting; la gestione delle campagne di Web Advertising con AdWords, Facebook ADV, Remarketing, Display con tecniche avanzate. Il Funnelling di vendita online: scrivere testi persuasivi e realizzare landing page efficaci per massimizzare le conversioni. L'ottimizzazione di campagne e di azioni mirate per potenziare le performance.

Digital Communication/ Content Design 2

Le competenze acquisite durante il corso permetteranno di sviluppare progetti di comunicazione per il web e i social media, di imparare le tecniche di content design e content curation. Il trasferimento delle competenze avverrà attraverso metodologia learning by doing. Approfondimento della conoscenza e l'uso dei social media e di altri strumenti digitali formando digital strategist, copywriter, social media manager e redattori per contenuti digitali. Produzione di contenuti per siti web, blog e social network, sviluppo di piani editoriali per iniziative digitali ed acquisizione dei fondamenti di SEO e SEO copywriting.

Social Media Marketing 2

Studio dei principali social network quali attuali vettori comunicativi di un mondo caratterizzato dal marketing sempre più orientato al digitale. Analisi delle più importanti piattaforme mediatiche quali strumenti indispensabili per la brand reputation e la brand awareness delle aziende. Studio delle opportunità offerte dal web in tema di advertising, con il supporto di una social media strategy a medio-lungo termine, creata appositamente al fine di promuovere un'azienda, ampliarne i contatti e fidelizzarne i clienti.

The logo consists of the word "HARIM" in a bold, white, sans-serif font, centered within a white rectangular box. The background of the entire page is a teal-colored circular graphic containing a faint image of a computer monitor displaying "DIGITAL MARKETING" and a keyboard, with a book titled "BUSINESS PLAN SCHEDULE" and a graph titled "SCALE" visible in the foreground.

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 2°anno

Computer grafica 2 / Portfolio

Creazione di un portfolio creativo attraverso l'utilizzo del software di Indesign. Studio preliminare per la selezione dei contenuti e scelta dei criteri di progettazione, che forniranno le chiavi interpretative per la presentazione del candidato come professionista nel settore di riferimento, in occasione di project works, colloqui ed assessment nel mondo lavorativo.

Web Design 2

Obiettivo del corso è quello di guidare lo studente alla realizzazione di un ecommerce. Per fare ciò, la parte iniziale del corso prevedrà delle nozioni teoriche sullo sviluppo del commercio elettronico, su quali elementi chiave puntare per un eshop di successo e quali errori non commettere. Successivamente si studieranno gli elementi distintivi di un'ecommerce e si procederà all'installazione e configurazione di un sito ecommerce. La parte conclusiva sarà riservata alle diverse tecniche utili per pubblicizzare un eshop.

E-Commerce

Studio degli aspetti strategici e operativi legati all'adozione di nuovi modelli di business focalizzati sul mondo digitale, concentrandosi in particolare sul ruolo delle tecnologie internet-based nell'impresa e nelle relazioni con gli stakeholder. Dal marketing plan alla piattaforma di vendita online si passerà agli strumenti di email marketing, content marketing e digital advertising. Attraverso lo studio di casi pratici, la partecipazione a lavori di gruppo e l'incontro con consulenti e manager attivi nei contesti digitali, il corso consentirà di sviluppare le competenze necessarie per un efficace utilizzo delle tecnologie nel business di impresa, oggi imprescindibile nell'acquisizione di nuovi canali di vendita globali.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 2°anno

Neuromarketing

Fondamenti e applicazioni di neuroscienze al marketing. Elementi di economia comportamentale e psicologia cognitiva e sociale. Lo studio dei processi inconsapevoli nella mente del consumatore e le fasi della decisione di acquisto. Il processo razionale e il coinvolgimento emotivo. Decisioni di consumo cosce ed inconsce. Analisi delle risposte emotive e cognitive dei consumatori ai diversi stimoli di marketing. Metodologia di raccolta dati. L'imaging cerebrale. L'utilizzo del neuromarketing ai fini commerciali e dibattito sul suo uso etico.

Gestione aziendale

Studio delle principali tematiche legate alla strategia e all'organizzazione, per comprendere a fondo cosa sia il "sistema impresa", i motivi per i quali le imprese nascono, i modi in cui interagiscono con l'ambiente esterno e come si articolano all'interno, con una panoramica delle diverse aree funzionali.

Imprenditorialità

Aspetti strategici del business plan: la fattibilità economica e finanziaria. La pianificazione delle risorse e la valutazione degli investimenti e dei rischi. Il piano di marketing. Il capital budgeting. La valutazione del business plan per l'ottenimento di capitale. Sistemi di finanziamento innovativi. Il crowdfunding: aspetti tecnici, economici, finanziari e normativi. Le piattaforme più affidabili e i modelli più efficaci. Imprenditorialità digitale e dispositivi digitali innovativi. Nuovi modelli imprenditoriali.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

MATERIE - 2° anno

Event Management

L'organizzazione di un evento: target e tipologie. Le fasi progettuali, creative e organizzative. Location, allestimenti, fornitori, logistica, budget. La realizzazione operativa, il programma e la gestione del personale. Fundraising, sponsorizzazioni e network. Regia e coordinamento. Verifica dei risultati e report post - evento.

Self-Marketing & Soft Skills

Strategie e tecniche necessarie per creare e moltiplicare le proprie occasioni professionali. La gestione della propria immagine sui social network. La ricerca attiva del lavoro, il CV efficace in italiano e in inglese, le PR e la gestione dei contatti. La preparazione al colloquio di selezione e le tipologie di colloquio: individuale, di gruppo e in assessment. Le soft skills, le competenze più ricercate dalle aziende. Applicazione delle soft skills ai colloqui di selezione: comunicazione assertiva, leadership, team building, decision making e problem solving.



HARIM

Accademia
Euromediterranea

DIGITAL MARKETING

CONTATTI



HARIM

Accademia
Euromediterranea


 **Harim - Sede Centrale**

Via Gabriele D'Annunzio, 31 - 95128, Catania (CT)
Tel/ Fax (+39) 095 7164138

 **Harim Hub**

Via Pietro Toselli, 31 - 95129, Catania (CT)
Tel (+39) 0952866357

 info@harim.it

 www.harim.it
www.castdiva.com
www.harimag.com
www.madeinmedi.org