



SOCIAL MEDIA MANAGER

Dalla Base alla Costruzione di una Carriera Online

Durata totale: 90 ore

Obiettivo: Trasforma i social in clienti, anche partendo da zero. Il corso pratico per comunicare e vendere la tua attività online

Obiettivo del Corso nel dettaglio: Formare Social Media Manager in grado di ideare, gestire e analizzare strategie social in completa autonomia, per clienti appartenenti a settori differenti ed essere lui stesso un content creator.

Il corso fornisce strumenti pratici e un metodo strutturato per ottimizzare contenuti, formati e strumenti di lavoro, con particolare attenzione a: la gestione quotidiana dei clienti (brief, approvazioni, revisioni, feedback) la creazione e gestione efficace dei contenuti in base alla piattaforma l'utilizzo professionale di piattaforme chiave come Instagram, Facebook e TikTok lo sviluppo di un progetto editoriale completo (PED) da presentare e replicare in ambito professionale.

MODULO 1 – Fondamenti dei Social Media

- Introduzione del corso e panoramica generale delle varie piattaforme Gruppo Meta
- Storia generale dei social
- Il lavoro del Social Media Manager
- Ruolo e responsabilità: "Cosa fa" un social media manager

MODULO 2 – Instagram/Facebook/TikTok/LinkedIn strategy

- Analisi, ottimizzazione e crescita
- Spiegazione dei vari algoritmi delle diverse piattaforme

MODULO 3 –Tipologie di Contenuti

- Contenuti informativi, promozionali, emozionali, ironici
- Adattamento del contenuto

ATTAL GROUP S.P.A.

Agenzia per il Lavoro
Aut. Min. Prot. N°0013582
del 03/10/2012
C.F. e P.I. 06961760722
R.E.A. Milano n° 1968033

Sede Legale

Via Marco D'Aviano, 2
20131 - Milano (MI)
Tel 02 454320 - info@attalgroup.it
www.attalgroup.it



MODULO 4 – Copywriting per le diverse piattaforme

- Copywriting IG/FB: - Tone of voice, CTA efficaci, caption coinvolgenti Pratica
- Scrittura creativa per caroselli, reel e storie
- Simulazioni di campagne testuali

MODULO 5 - Instagram stories

- Impareremo a usarle in modo strategico, alternando spontaneità e pianificazione.
- Layout delle storie
- Struttura narrativa, format interattivi (quiz, domande, sondaggi), ritmo di pubblicazione e metriche chiave.

MODULO 6 Creazione del Piano Editoriale

- Come trasformare gli obiettivi del brand in un piano editoriale efficace.
- Analisi di target e tone of voice, categorie di contenuti, calendario editoriale e strumenti operativi.

MODULO 7 – Influencer marketing

- Influencer marketing
- Definire gli obiettivi delle campagne
- Fare scouting e negoziare con i talent
- Gestire una campagna

MODULO 8 - Instagram

- Algoritmo, Distribuzione e Contenuti Performanti
- Come funziona davvero l'algoritmo di Instagram
- Struttura di un Reel performante
- Come aumentare la retention

MODULO 9 –Creazione di video con cellulare per TikTok e Instagram

- Perché i contenuti video sono così importanti?
- CapCut: le basi

MODULO 10 – Caroselli e grafiche strategiche

- Gerarchia visiva chiara (titolo, sottotitolo, evidenziazioni).
- Testi leggibili anche da mobile.
- Uso coerente di font e colori.

MODULO 11 – Art Direction & Identità Visiva

- Creare una foto profilo efficace
- Organizzare uno shooting professionale (Moodboard, Palette colori, Scaletta contenuti, Outfit e ambientazione)
- Come organizzare uno shooting efficace a casa
- I colori del brand
- Tips motival coach

MODULO 12 – TIKTOK

- Conoscere le basi strategiche e operativi di tiktok
- Creare un'identità chiara e coerente -costruire una strategia editoriale -creare contenuti che generano attenzione e viralità
- Contenuti informativi, promozionali, emozionali, ironici
- Adattamento del contenuto a IG/FB
- Esercizi di scrittura caption per ogni format
- Creazione di rubriche, serie, appuntamenti digitali
- Community manager

MODULO 13 –LINKEDIN

- Creare una strategia di contenuti per LinkedIn
- Pubblicare contenuti efficaci su LinkedIn
- Rendere il tuo profilo performante per la ricerca del lavoro

MODULO 14– Progetto Finale

- Linee guida e obiettivi progetto finale
- Pratica: Realizzazione e presentazione del progetto completo con PED, strategia e contenuti