



ALTA FORMAZIONE

MASTER

SOCIAL MEDIA E

DIGITAL MARKETING

FORMULA WEEKEND

MASTER@TIMEVISION.IT

I MASTER TIME VISION

Einstein diceva: "Mai memorizzare quello che puoi comodamente trovare in un libro." Ed è questo l'approccio che abbiamo voluto sposare nella fase di progettazione dei percorsi formativi dei nostri Master.

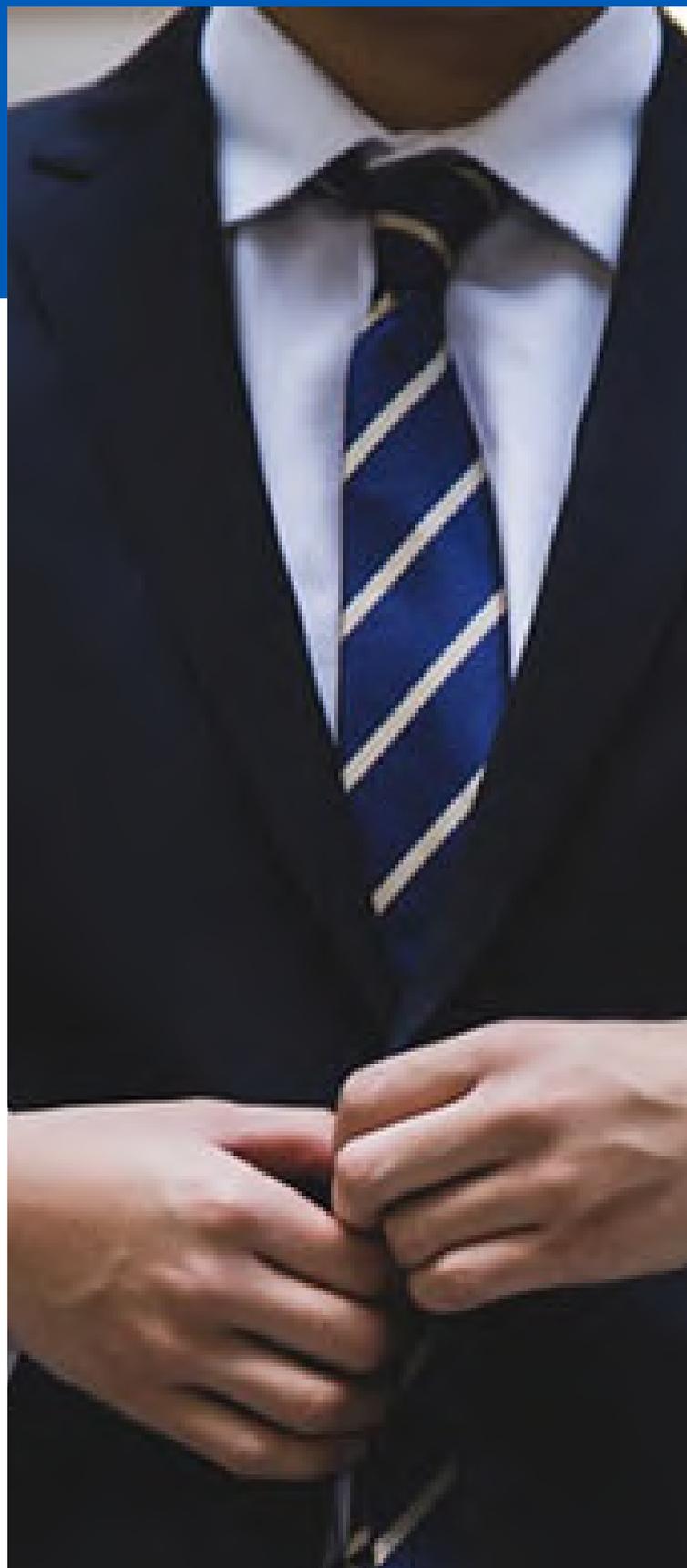
I Master Time Vision sono concepiti per essere dei veri e propri percorsi di apprendimento esperienziale che mixando in maniera equilibrata parte teorica e parte pratica giovano di una logica learning by doing, imparare facendo.

Le Faculty del Master si pregiano di profili altamente specializzati di professionisti, in grado di agevolare già dalla fase d'aula una maggior conoscenza del settore di riferimento.

I Master Time Vision rappresentano per diplomati e laureati una valida opzione per diventare specialisti di settore e inserirsi in qualità di professionisti nel mondo del lavoro.



DOTT. ING.
ANDREA RICCIARDIELLO
DIRETTORE TIME VISION



STATISTICS

Le più grandi aziende, da Accenture ad Autogrill Spa, da Carrefour a Iveco, da Heineken a Unilever e Vodafone, in una recente ricerca, dichiarano che, fatto 100 il peso totale degli elementi formativi che compongono il curriculum, il Master pesa tra il 30% e il 39% nella scelta di un candidato.

PERCHE' UN MASTER OGGI

Ancor più oggi, nell'era della conoscenza, i Master sono per i partecipanti il crocevia per la conquista di una preparazione pratica e mirata alle sfide lavorative odierne. L'approccio multidisciplinare ed esperienziale di tutti i Master Time Vision ti permette di potenziare il tuo profilo personal-professionale, con contenuti non solo teorici, bensì tecnico-pratici, puntando al rafforzamento di quelle soft skills, indispensabili per performare al meglio nel mondo del lavoro.

Orientamento agli obiettivi, interdisciplinarietà, leadership, gestione dei conflitti, negoziazione, problem solving, lavoro in team e comunicazione. La programmazione Time Vision supporta ogni partecipante, nella costruzione del proprio progetto di carriera, sia neolaureati che occupati, che intendono aggiornarsi e rafforzare il proprio ruolo, grazie alla possibilità di partecipare a percorsi di Alta formazione progettati sulle nuove esigenze del mercato del lavoro.

TIENI D'OCCHIO I 5 FATTORI

PER SCEGLIERE UN BUON MASTER

- 1. Recensioni**
- 2. Borse di Studio**
- 3. Formula Stage garantito**
- 4. Tutor e Docenti**
- 5. Placement**

Nella scelta di un Buon Master è necessario valutare che l'offerta formativa tenga conto di alcuni criteri fondamentali



Le recensioni degli ex partecipanti testimoniano l'esperienza fatta da altre persone e aiutano a comprendere i veri punti di forza dell'offerta formativa.



La possibilità di accedere a borse di studio permette di usufruire di agevolazioni economiche.



Lo stage garantito consente di agevolare un ingresso diretto in azienda.



La presenza di un tutor d'aula e una rosa di docenti selezionati tra i migliori professionisti del ramo assicura un'elevato livello dell'offerta formativa.



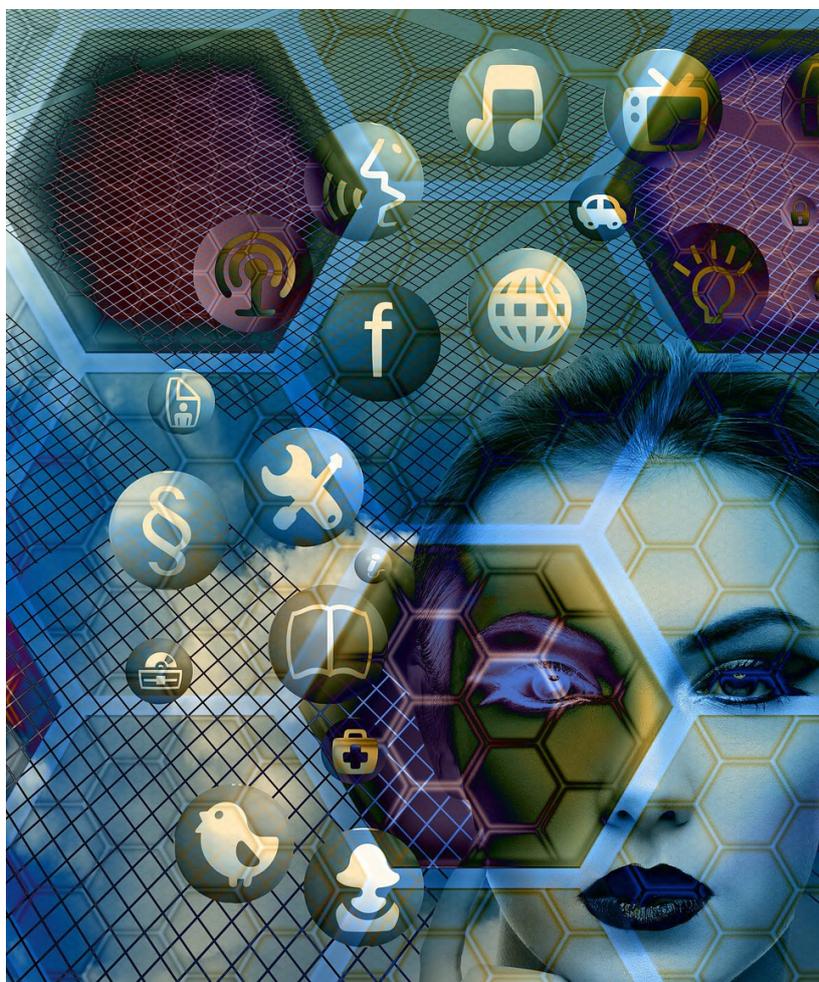
La percentuale di placement generata da un master indica l'effettiva possibilità di collocazione lavorativa post master a vantaggio dei partecipanti e dipende dalla capacità dell'azienda di formazione di intrattenere relazioni vitali con le aziende.

MASTER SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING

La digital transformation ha coinvolto aziende di diversi settori professionali, che continuano ad implementare le risorse (economiche ma anche umane) da destinare alla comunicazione digitale, al fine di raggiungere un numero sempre maggiore di potenziali consumatori e clienti. In Italia, infatti, sono ormai quasi 50 milioni le persone online e più di 35 milioni sono gli utenti dei social network. E questi numeri sono destinati a crescere. In generale, più del 60% della popolazione mondiale è connessa e, di questi, 9 su 10 navigano tramite smartphone. I dati sono piuttosto chiari: nessuna impresa può ignorare quello che è un dato di fatto, ovvero che è fondamentale, per sopravvivere oltre che per crescere, avere sul web il proprio business. Il percorso di alta formazione di Time Vision tiene conto di queste tendenze e offre ai partecipanti la possibilità di implementare le proprie competenze digitali e, nello specifico, di conoscere strumenti e strategie per poter intraprendere percorsi professionali in ambito social e digital. Abbiamo strutturato un Master che non solo risponde in modo efficace alle reali esigenze del mercato del lavoro,

RESPONSABILE SCIENTIFICO
DOSSA ALESSIA
PASSATORDI
ESPERTO IN MARKETING E
COMUNICAZIONE

ma tiene conto anche di tutte le evoluzioni di un settore che cambia continuamente, proponendo un costante aggiornamento, a livello didattico, per ogni nuova edizione. Frequentare il Master in Social Media e Digital Marketing di Time Vision significa acquisire tutte le capacità e le conoscenze necessarie per diventare digital worker e operare in qualità di social media manager, community manager, digital strategist, blogger, influencer e digital PR.





ORIENTATI, SCEGLI, APPRENDI, LAVORA

Il Master Social Media & Digital Marketing Time Vision ti offre la possibilità di diventare uno specialista del settore, pronto ad operare fin da subito in aziende, agenzie di comunicazione, società di consulenza o multiservizi, PA, o ancora di intraprendere una carriera come libero professionista.

In Italia sono 43 milioni le persone connesse, ovvero il 73% della popolazione, con una crescita del 10% rispetto al 2017. 34 milioni di italiani hanno almeno un profilo attivo sui social media e trascorrono circa 6 ore al giorno online. Questa trasformazione digitale coinvolge anche le aziende che stanno aumentando sempre più le risorse destinate alla comunicazione digitale, per raggiungere i propri potenziali consumatori.

Nuove le competenze e i profili richiesti: Social Media Manager, Community Manager, Digital Strategist, Blogger, Influencer, Digital PR.

LA NOSTRA OFFERTA FORMATIVA

Il Master in Social Media e Digital Marketing di Time Vision si svolge in **formula weekend** (sabato e domenica) e si articola in **244 ore totali**.

Le lezioni, frontali o in FAD - Formazione a Distanza, sono ripartite in 14 moduli.

Il percorso di formazione è arricchito da testimonianze aziendali, esercitazioni individuali, di gruppo e project-work.

La Faculty del Master è composta di esperti del settore in grado di apportare un taglio tecnico-operativo oltreché professionalizzante.

Il percorso di alta formazione Time Vision è strutturato sulla base delle reali esigenze espresse oggi dal mercato del lavoro.

A seguito dell'ultimo aggiornamento, infatti, il Master è stato arricchito con moduli dedicati al **Business English** e all'**Excel avanzato**, fornendo così ai partecipanti la possibilità di acquisire due delle competenze più richieste dalle aziende che assumono.

Tutti i Master Time Vision si chiudono con il modulo di **Job Placement e Career Support**; una scelta di campo dettata dalla volontà di fornire ai partecipanti, oltre alla formazione tecnico-specialistica, relativa al percorso prescelto, una formazione trasversale per diventare dei veri e propri professionisti.

Ad oggi risulta irrinunciabile, infatti, per le aziende avere del personale qualificato, non solo in termini di competenze tecniche, bensì abilità trasversali che pongono l'accento sul come si fanno le cose, e non solo sul cosa si fa; ciò vale ancor più se si tratta di costruirsi una carriera da libero professionista.

"Formazione a 360° per un profilo personal-professionale ben formato"

A tal fine è necessario che le new entries nel mondo del lavoro costruiscano un profilo ben formato e focalizzato sugli obiettivi, a partire da una maggiore consapevolezza di sé, da una spiccata propensione all'apprendimento continuo, in una logica **Life Long Learning**, specie se maturato in modalità **Learning by doing**.

Il Master in Social Media e Digital Marketing prevede, un momento aggregativo finale, sotto forma di **Outdoor Training**, ovvero, una giornata di formazione esperienziale che consente al partecipante di sperimentarsi in una vera e propria esperienza di apprendimento on field in gruppo.

L'ultimo modulo dedicato al **Career support e Job Placement**, completa il percorso di costruzione di un profilo personal-professionale ben formato, offrendo una giornata di approfondimento finalizzata alla costruzione di un proprio piano di carriera, destinando particolare attenzione alla persona, in una prospettiva di self-marketing.

Lo scopo è quello di orientare meglio il partecipante al mondo del lavoro, attraverso un percorso intensivo di assistenza e tutoraggio, in modalità coaching, rispetto al confezionamento del proprio kit di candidatura, Curriculum Vitae, lettera di presentazione e preparazione del colloquio di lavoro, attraverso simulazioni in aula. Un momento importante che fa da ponte con la successiva fase di stage in azienda, garantita da contratto.

Lo scopo è quello di orientare meglio il partecipante al mondo del lavoro, attraverso un percorso intensivo di assistenza e tutoraggio, in modalità coaching, rispetto al confezionamento del proprio kit di candidatura, Curriculum Vitae, lettera di presentazione e preparazione del colloquio di lavoro, attraverso simulazioni in aula. Un momento importante che fa da ponte con la successiva fase di stage in azienda, garantita da contratto.

Il percorso di Alta Formazione professionale, infatti, prosegue con uno **stage a partire da 300 ore garantite da contratto**, che favorisce il placement del Masterino Time Vision; un'esperienza che nell'80% dei casi si tramuta in un inserimento lavorativo, reale obiettivo di un percorso di Alta Formazione.





PROGRAMMA DIDATTICO

MASTER SOCIAL MEDIA & DIGITAL MARKETING

MODULO 1

Introduzione al digitale (8h)

MODULO 2

Organizzazione aziendale e social media marketing (8h)

MODULO 3

Marketing & Communication Management (8h)

MODULO 4

Digital Strategy I parte: mezzi e strumenti (8h)

MODULO 5

Digital Strategy II parte: engagement della community (8h)

MODULO 6

Branded content e Digital storytelling (8h)

MODULO 7

Media Planning (16h)

MODULO 8

Facebook (32h)

MODULO 9

Instagram (24h)

MODULO 10

Twitter, TikTok, WA Business, Pinterest (8h)

MODULO 11

Linkedin (8h)

MODULO 12

Business English (30h)

MODULO 13

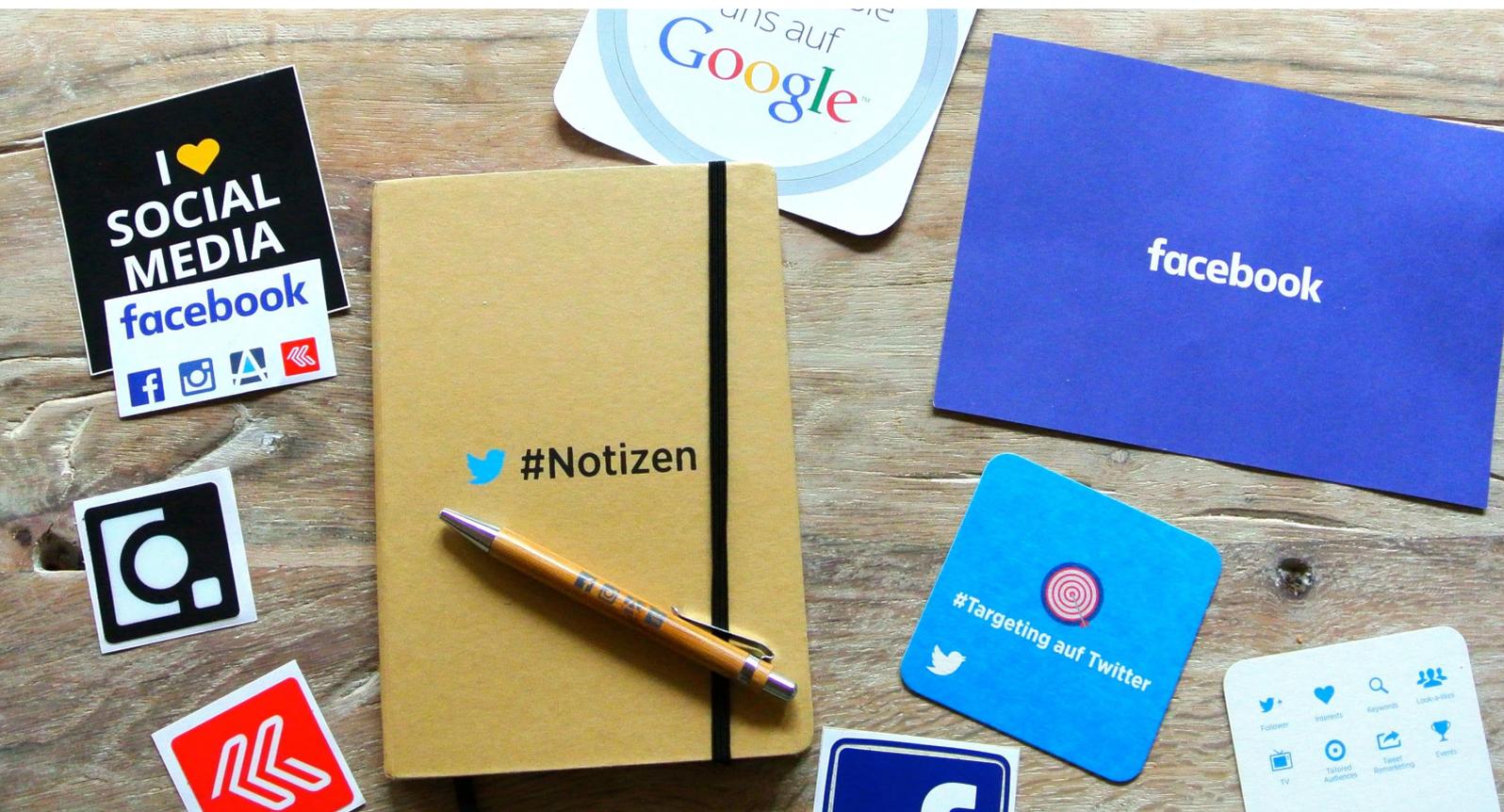
Excel avanzato (30h)

MODULO 14

Career Support e Job Placement (20h)

Outdoor training (8h)

Project work (20h)



MODULO 1 8 ORE

INTRODUZIONE AL DIGITALE

- Le nuove frontiere della comunicazione aziendale e il ruolo dei social media
- Social presence: identificazione dei social in relazione agli obiettivi e al settore merceologico
- Ideazione e sviluppo della social media strategy
- Analisi dei principali social network: performance e utilizzi.
- Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Vkontakte, Tumblr, Snapchat, WhatsApp Business, WhatsApp, WeChat, Messenger, Line, Telegram, Periscope, Google my Business
- Definizione del social media plan
- Social commerce: tecniche e strumenti di selling e customer care

"Social Media Plan e social media strategy"

Se Facebook fosse una nazione, oggi sarebbe la più popolosa al mondo, con oltre 2 miliardi di "residenti". Questo modulo analizza lo scenario social e digital costituito dai principali canali del digital marketing e in particolare quello relativo ai social network più interessanti in termini di business. Permette di comprendere le piattaforme più in linea con le esigenze strategiche di comunicazione del brand e di progettare una social media strategy che tenga conto della natura dei differenti canali, delle differenti audience e del budget.



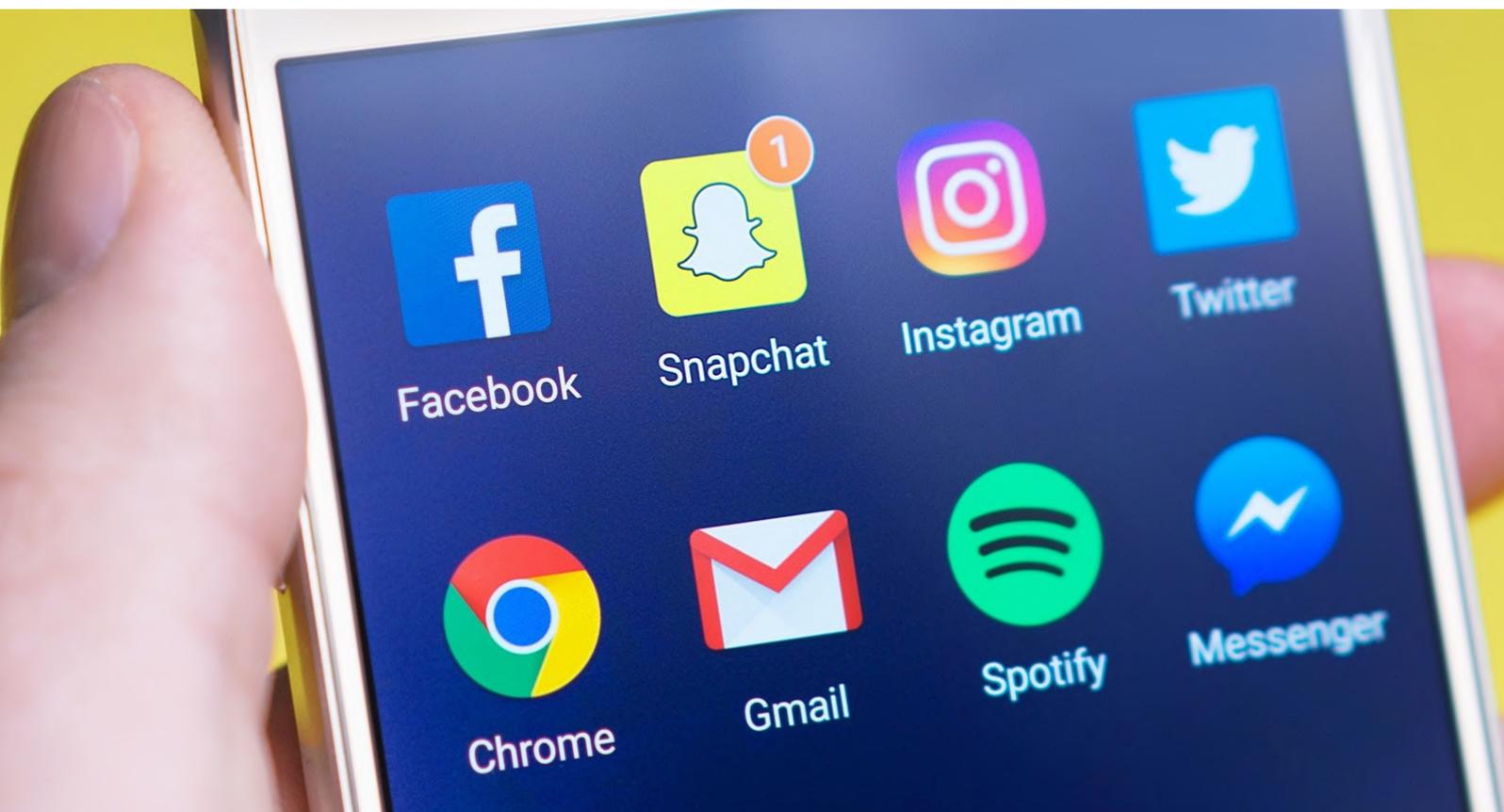
MODULO 2 8 ORE

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E SOCIAL MEDIA MARKETING

- Social Media Organization: ruoli e relazioni interne
- La creazione del team di lavoro
- Policy e processi di lavoro
- Software per la gestione integrata delle piattaforme social
- Software per editing grafici e video

"Social Media Organization e team di lavoro"

Questo modulo aiuta a comprendere quali sono le figure professionali in uscita dal Master e come si inseriscono all'interno dei diversi scenari professionali (azienda, agenzia o centro media). Fornisce le basi per la progettazione dei processi di lavoro e per la creazione e la gestione del team e delle sue relazioni intra e inter aziendali. Consegna, inoltre, gli strumenti per scegliere e utilizzare i principali tools per la gestione coordinata e integrata delle piattaforme social da un lato, e del team, dall'altro.



MODULO 3 8 ORE

MARKETING & COMMUNICATION MANAGEMENT

- Marketing analitico, strategico e operativo
- Analisi del consumatore
- Analisi dei competitor
- Targeting e Posizionamento
- Brand Identity
- Il piano di comunicazione integrata: mezzi tradizionali e innovativi
- Strategia di comunicazione

"Marketing e Comunicazione tra mezzi tradizionali e innovativi"

Il modulo ha l'obiettivo di fornire i principali asset del Marketing consegnando gli strumenti analitici, strategici e operativi, in relazione al consumer e ai competitor, propedeutici alla definizione del posizionamento di marca e alla costruzione della Brand Identity. L'obiettivo finale è quello di inserire il tema del Social Media Management, in un'ottica più ampia di marketing e communication management aziendale.



MODULO 5 8 ORE

DIGITAL STRATEGY II PARTE: ENGAGEMENT DELLA COMMUNITY

- Realtime Marketing
- Community & Crisis Management
- Social Event Management
- UGC e Contest
- Social Media Plan

"Digital Strategy: engagement della community"

Questo modulo approfondisce le attività di una Social media strategy ad alto tasso di engagement della community. Vengono approfondite tecniche di content curation orientate alla creazione di contenuti virali e di Realtime Marketing. Sono, inoltre, analizzate case history di attività di Unconventional Marketing, relative a come progettare un evento non convenzionale che integri un piano di social event management. Di centrale importanza all'interno del modulo anche il tema del coinvolgimento degli utenti e gli strumenti e le tecniche per trasformarli da consumer a prosumer, attraverso tecniche di User Generation Content.



MODULO 6 8 ORE

BRANDED CONTENT E DIGITAL STORYTELLING

- Il branded entertainment nella strategia di comunicazione
- La narrazione d'impresa
- I diversi tipi di racconto
- SEO Copywriting
- Video storytelling

"Digital storytelling: seo copywriting e narrazione d'impresa"

Come parlare del brand senza parlare del brand: le tecniche di Branded Content, dalla carta stampata a youtube, rappresentano il tema di questo modulo, completamente nuovo, che ha un forte carattere editoriale. Esso intende fornire le conoscenze tecniche per la creazione di un corretto processo di storytelling, attraverso l'individuazione del più appropriato tone of voice del brand, per conferirgli riconoscibilità e comunicarne in maniera immediata la personalità. Vengono analizzati diversi linguaggi, da quello scritto a quello visual, e chiariti i criteri per selezionare i più adeguati rispetto, al target e agli obiettivi di comunicazione.



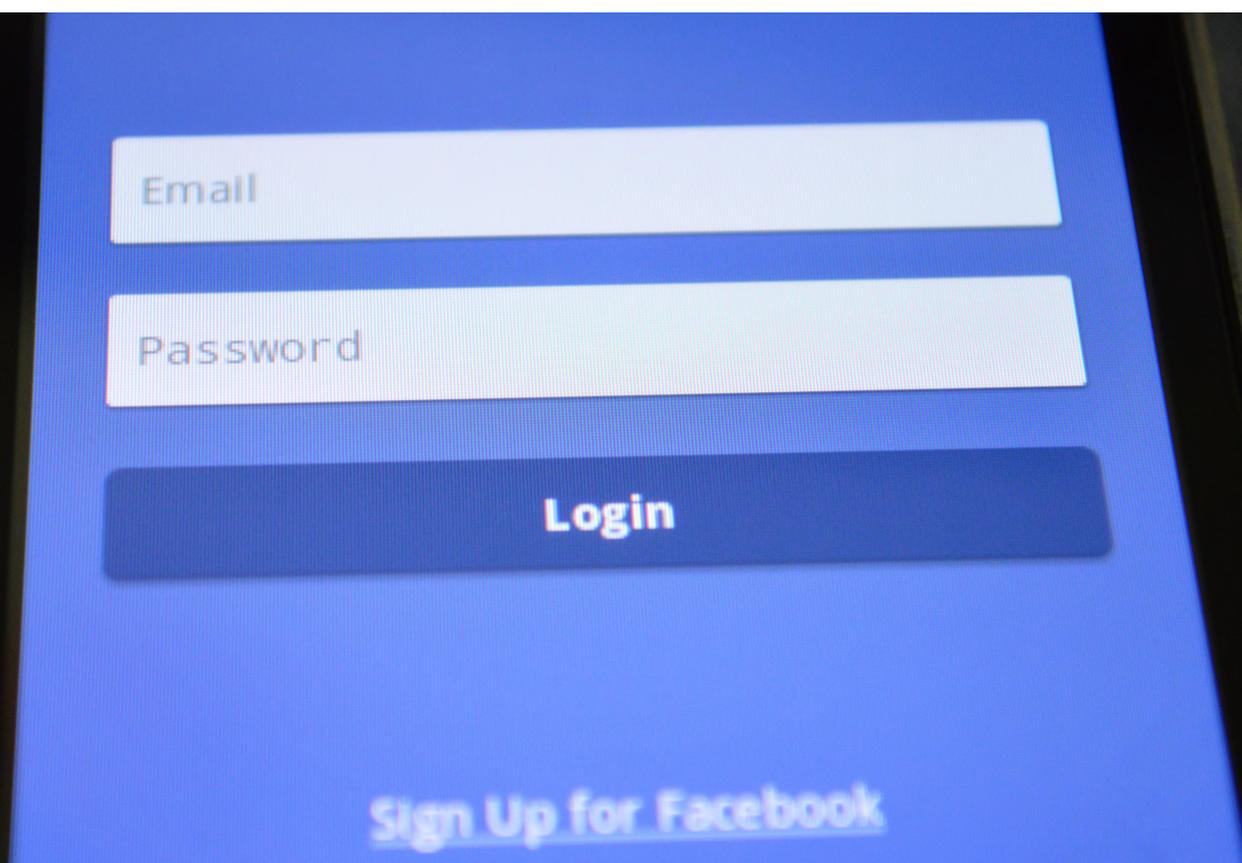
MODULO 7 16 ORE

MEDIA PLANNING

- I formati pubblicitari
- Media planning tradizionale e digitale
- Mobile engagement, adv e gamification: le strategie di comunicazione adattate al device
- Google AdS
- Retargeting
- KPI
- ROI

"Media planning: KPI e ROI"

Il media planning è il processo di pianificazione delle campagne pubblicitarie sui mezzi di comunicazione. Scopo primario dell'attività di media planning è l'elaborazione e la realizzazione di un piano mezzi ottimale per una specifica campagna, in grado di generare la maggior pressione pubblicitaria possibile con il budget disponibile, massimizzando le impression, la reach e la frequency nelle attività pianificate, parametri necessari per analizzare rispettivamente, il numero di possibilità che il contenuto strategico venga visto, il numero degli utenti unici che hanno visualizzato il contenuto stesso e la frequenza di consultazione. Durante questo modulo si approfondiscono le tecniche di media buying, gli obiettivi (KPI) e le metriche per misurare il Return On Investment (ROI). Focus su tecniche di SEM (Search Engine Marketing) e laboratorio Google AdSense. Novità del modulo: formati pubblicitari, media planning tradizionale e digitale, mobile engagement.



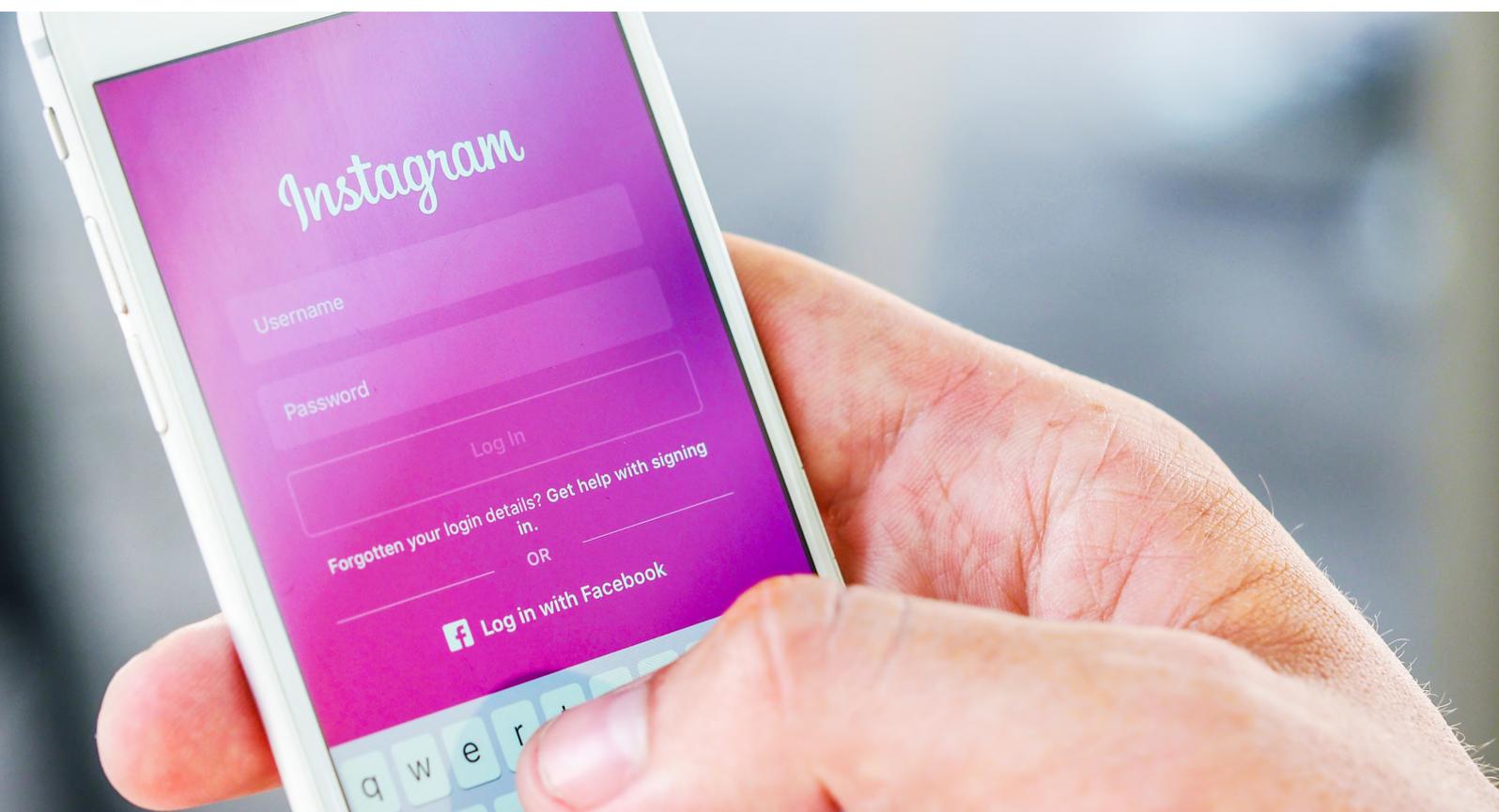
MODULO 8 32 ORE

FACEBOOK

- Identikit del canale Facebook: Business Manager, Algoritmo Facebook, Engagement strategy
- Implementazione di chatbot
- Adv: criteri di profilazione, definizione budget, creazione dell'inserzione analisi delle performance
- Social commerce: tecniche di selling e customer care

"Facebook: engagement strategy"

Il modulo parte con l'introduzione al canale, così come previsto per ogni modulo tecnico specifico sul singolo social network, approfondendo target, dinamiche e funzionamenti tipici della popolazione del canale stesso. La parte centrale del modulo verte sugli strumenti e sulle tecniche mirate alla comprensione del funzionamento dell'algoritmo e, attraverso un laboratorio pratico, consegna la cassetta degli attrezzi per l'utilizzo della piattaforma Adv del canale (Facebook Business Manager) e approfondisce gli obiettivi delle campagne, la tipologia delle inserzioni, la definizione del pubblico e dell'audience, sulla base del contenuto da sponsorizzare e del budget di spesa.



MODULO 9

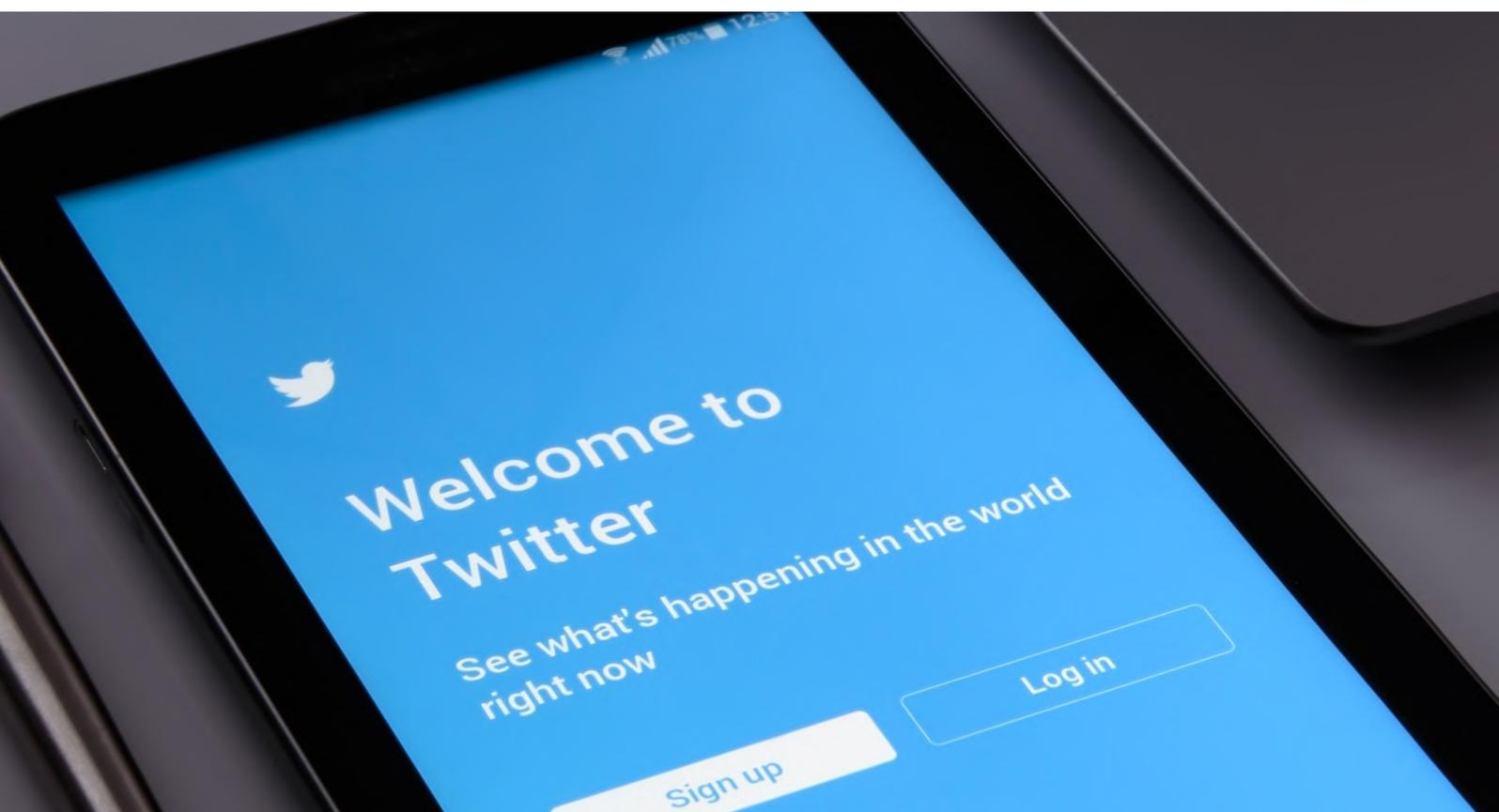
24 ORE

INSTAGRAM

- Identikit del canale Visual storytelling
- Scouting degli hashtag
- Implementazione dei bot
- Adv: struttura dell'annuncio e analisi delle performance
- Laboratorio Photoshop
- Social commerce: tecniche di selling e customer care

"Instagram: hashtag e bot"

Il modulo intende approfondire il carattere del canale, la tipologia del linguaggio utilizzato e le attività, in linea con gli obiettivi di business, attuabili sulla base delle feature, ovvero le caratteristiche dei mezzi e la loro personalizzazione, attraverso specifiche funzionalità messe a disposizione dal canale (feed, stories, IGTV). I partecipanti avranno modo di tradurre nel linguaggio visual, il tono di voce del brand declinando graficamente e fotograficamente lo storytelling scelto per il brand, in relazione al target di riferimento e del canale. Novità del modulo: hashtag Scouting, laboratorio Photoshop, bot assistance. Il laboratorio Photoshop permette di comprendere e utilizzare gli strumenti grafici per progettare e attuare una content strategy che possa coinvolgere la community, anche attraverso uno scouting mirato degli hashtag. Vengono, inoltre, approfondite le innovative tecniche di social commerce e di implementazione di bot che offrono assistenza automatizzata, con l'obiettivo di aumentare la brand awareness.



MODULO 10 8 ORE

TWITTER, TIKTOK, WHATSAPP BUSINESS, PINTEREST

- Identikit del canali social
- Twitter: Live tweet, tendenze, Twitter Ads, tweet sponsorizzati, campagne di interazione
- TikTok: fenomeno, i numeri, lip-syc, duetti, le challenge
- Whatsapp business: funzionalità, automations, integrazioni
- Pinterest: per le aziende, shopping search, e-commerce

"Twitter, Tik Tok, Whatsapp Business, Pinterest: identikit dei canali"

Il modulo intende fornire un identikit approfondito dei canali, facendo una panoramica sul tono di voce da utilizzare e come trasformare il messaggio quanto più in target possibile. Mira a sviluppare un senso critico rispetto a quali obiettivi e strategie di brand awareness è possibile raggiungere con l'integrazione dei seguenti canali in un social media plan e quali tipologie di messaggi scegliere di comunicare su strumenti molto diversi tra loro.

Parte del modulo è dedicato all'approfondimento delle tecniche di sponsorizzazione, all'analisi degli insight generati, alle integrazioni di WA Business e delle potenzialità per l'e-Commerce di Pinterest.



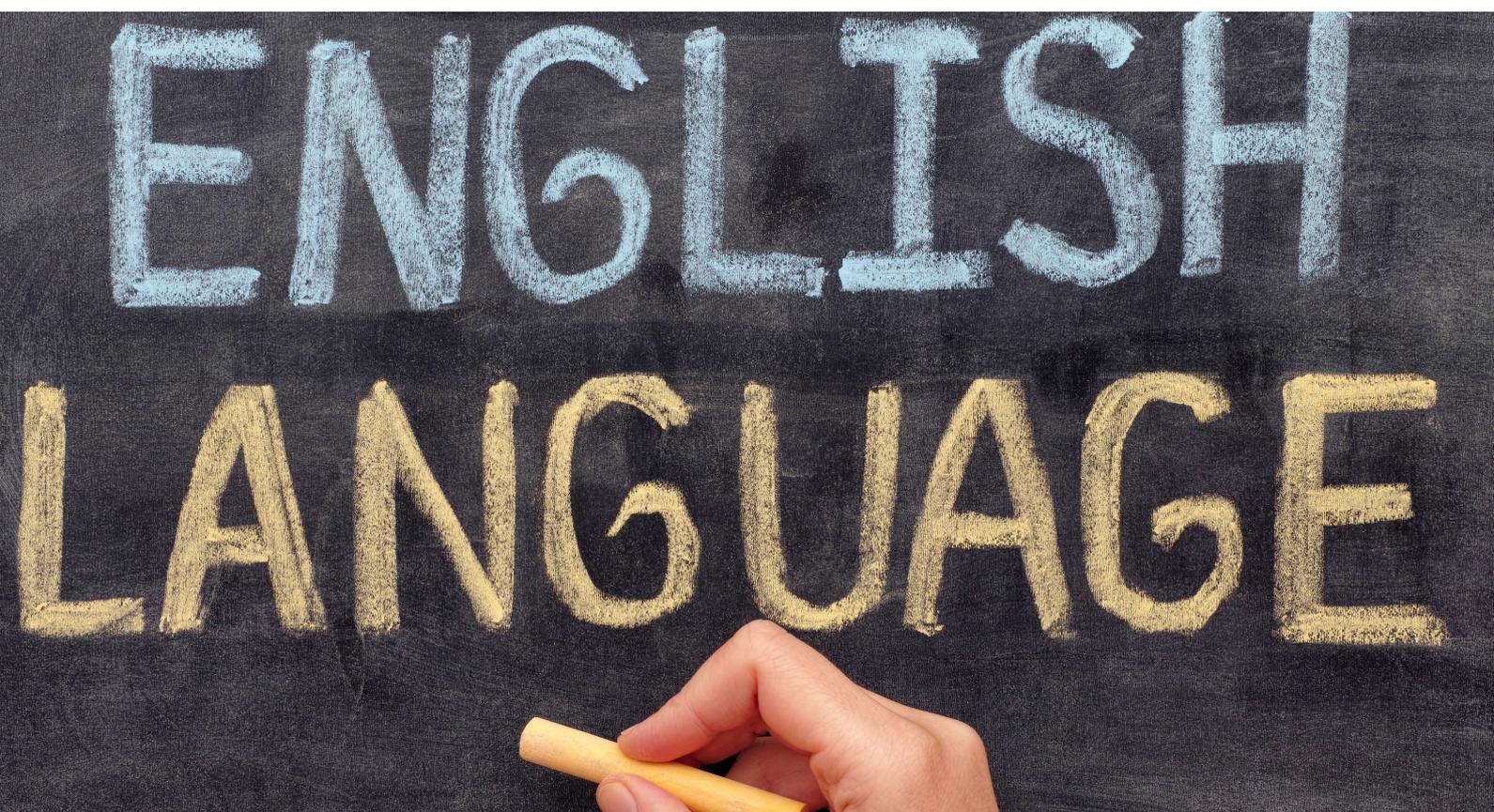
MODULO 11 8 ORE

LINKEDIN

- Identikit del canale
- Employer branding
- Adv: creare un business account, utilizzo di Pulse, creazione campagne

"LinkedIn: employer branding"

Il modulo aiuta a comprendere i molteplici e particolareggiati utilizzi del canale in relazione alla sua natura professionale. Esso approfondisce gli obiettivi delle piattaforme che lo costituiscono (LinkedIn Pulse, LinkedIn for Business, LinkedIn Ads) definendone le modalità di impiego in maniera coerente alla corporate image e al professional branding. Attraverso un laboratorio di Social Media Advertising, inoltre, il modulo conferisce gli strumenti per creare differenti tipi di campagne, matched audiences e tracciare conversazioni. Novità del modulo: employer branding, con il suo specifico carattere LinkedIn è considerato il social delle aziende e dei professionisti. È importante comprendere prima, e definire, poi, un piano di employer branding, ovvero il marketing associato all'immagine aziendale veicolata, attraverso diversi canali, per attrarre i talenti, nell'ottica della costruzione del know how aziendale qualificato e competente.



MODULO 12 30 ORE

BUSINESS ENGLISH

- Introduzione alla lingua inglese, struttura generale, ripasso, esempi, strategie di applicazione pratica
- Espressioni di Business English applicabili a tutti i settori, comunicazione scritta, produzione orale, comunicazione telefonica, video chiamata, video conferenza
- Tecniche Mastermind, preparazione di forme espressive in macro categorie
- Tecniche pratiche di memorizzazione, consolidamento, allenamento, auto osservazione e mantenimento per non perdere le capacità acquisite
- Tecniche di allenamento mentale per gestire e superare i blocchi emotivi e ottimizzare il risultato della performance
- Esercitazioni pratiche esperienziali

"Competenze linguistiche avanzate"

Questo corso intende offrire una panoramica nozionistica della lingua inglese con attenzione al mondo business e tecniche di apprendimento, memorizzazione, allenamento, consolidamento e mantenimento. Tutti gli argomenti verranno proposti con metodi di semplice applicazione pratica per l'espressione e la comprensione con tecniche di fluency (cioè padronanza), volti non solo al miglioramento nozionistico ma anche e soprattutto per valorizzare e ottimizzare le risorse per l'utilizzo ottimale a qualunque livello di conoscenza. Verrà dato spazio anche alle importanti e fondamentali tecniche di comunicazione emozionale per l'individuazione, la gestione e la rimozione dei blocchi emotivi che spesso frenano le capacità comunicative di espressione, comprensione e utilizzo, nonostante un'ottima conoscenza della lingua straniera.

RET	BS-950	Finance Leases	
REVS	BS-990	Deferred Tax	
EVO	IS-100	Share Capital	
TIM	IS-105	Retained Earnings - Opening Balance	
TIDV	IS-150	Sales	
TIPP	IS-155	Royalties	
DS	IS-160	Other Income	
	IS-200	Dividends Received	
	IS-305	Profit on Disposal of Assets	
		Cost of Sales	
		Distribution Costs	

MODULO 13

30 ORE

EXCEL AVANZATO

- Sintesi delle funzioni Excel di base
- I riferimenti relativi, misti e assoluti
- La formattazione condizionale
- Le funzioni logico-matematiche
- Le funzioni condizionali
- Le funzioni annidate
- Tutte le funzioni disponibili: data e ora, testo, ricerca riferimento, etc.
- Eseguire calcoli su dati
- Formattazione delle Celle
- La protezione dei fogli e dei dati
- I Filtri (visualizzazione, calcoli, definizione di intervalli)
- Combinare dati da origini diverse (operazioni di riepilogo e raggruppamento)
- Ordinamento di dati
- Analizzare gruppi di dati alternativi
- Importare ed esportare dati
- La convalida dati
- Elenchi dinamici e tabelle pivot
- Creazione, gestione e personalizzazione delle tabelle pivot
- I grafici (creare linee di tendenza, grafici dinamici, ...)
- Excel e il Web (operatori di pubblicazione cartelle sul web, scaricare dati dal web, ...)
- Personalizzare dell'ambiente di lavoro
- Report dinamici sui dati esportati dal gestionale
- Creazione del report dinamico
- Creazione dell'interrogazioni
- Pubblicazione del report dinamici



ingly, ad
excel v.
realizations

"Funzionalità e competenze tecniche operative"

La capacità di utilizzare le funzionalità avanzate di Excel consente di creare strumenti di supporto alle attività lavorative consentendo di conseguire elevate performance di analisi rispondenti ad ampie esigenze di elaborazione dati e simulazione.

L'obiettivo del corso è quello di trasferire ai partecipanti, già in possesso di competenze base nell'utilizzo degli strumenti Excel, le competenze tecnico operative necessarie per utilizzare le numerose funzioni presenti nelle librerie di Excel, con particolare riferimento alle funzionalità per progettare e gestire dei report dinamici sui dati esportati dal gestionale.



MODULO 14 8 ORE

CAREER SUPPORT E JOB PLACEMENT

- S.W.O.T. analysis
- Abilità e competenze manageriali
- Individuazione del proprio asset
- Individuazione dell'obiettivo
- Il processo di empowerment
- Processo di decision making
- Il metodo POLC
- Problem Solving
- Teamworking & Teambuilding
- Il marketing di noi stessi
- Come ed a chi presentare la candidatura
- Head hunting e bet-head hunting
- Eventi del lavoro
- Web reputation
- il curriculum e la lettera di presentazione
- Kit candidatura

"Ricerca del lavoro e web reputation"

Il modulo ha l'obiettivo di fornire al partecipante una cassetta degli attrezzi ricca e multidisciplinare, e una varietà di abilità cognitive, emotive e relazionali di base che lo agevolino nel lavorare con competenza sul piano individuale e sociale, a partire dalle sue basi motivazionali.

Un modulo tra i più nuovi e più utili per la costruzione iniziale del proprio profilo personal-professionale e dei primi step di carriera, che abbraccia, tanto il lavoro sulle caratteristiche individuali, quanto sulle strategie e gli strumenti più idonei a disposizione per promuovere se stessi ed assistere la mission del lavoro. Grazie alle teorie e tecniche più aggiornate del self empowerment, il partecipante migliora il suo livello di gestione di sé, governando al meglio delle sue possibilità i propri talenti, le competenze tecniche e trasversali acquisite ed incrementate, al servizio di uno scopo superiore, ovvero, la crescita personal-professionale.

01
ORIENTATI

02
SCEGLI

03
APPRENDI

04
LAVORA

Attestati e certificazioni

Diploma di MASTER IN SOCIAL MEDIA & DIGITAL MARKETING

Tutoring

Per ogni Master è prevista la presenza di un tutor che, essendo anche un partecipante al percorso formativo, è in grado di assicurare e agevolare i processi di comunicazione interna all'aula, fluidificare le relazioni con i docenti, aggiornare il calendario incontri e, laddove fosse necessario, apportare variazioni in itinere. In generale, la presenza del Tutor favorisce il buon funzionamento tecnico-operativo e organizzativo del corso. Durante il colloquio conoscitivo puoi candidarti per diventare Tu il Tutor del Master e godere della Borsa a copertura Totale.

Modalità di iscrizione

Per accedere al Master Social Media e Digital Marketing è necessario svolgere un test di valutazione e prenotare un colloquio con un Responsabile Time Vision.

Il colloquio, di natura conoscitiva e motivazionale, prevede la consegna del proprio Curriculum Vitae che sarà sottoposto ad ulteriore valutazione da parte della commissione per l'assegnazione di una Borsa di Studio per merito e reddito del valore di 500 o 1000 euro.

Durante il colloquio, inoltre, è possibile ricevere tutte le informazioni relative all'organizzazione dello Stage garantito da contratto.

Sede Didattica

I Master Time Vision si tengono in FAD sulla piattaforma Corsinrete o presso le nostre sedi:

sede Legale e Operativa di Time Vision scarl sita in
Corso A. De Gasperi, 169 Castellammare di Stabia.

sede di Alta Formazione di Time Vision di Napoli
presso il Centro Direzionale, Isola E/5, Scala C.

Organizzazione didattica

Il Master di 244 ore in formula weekend (sabato e domenica) si articola in incontri di 8 ore, dalle 9.30 alle 13.30 e dalle 14.00 alle 18.00.

Agevolazioni economiche

Time Vision, oltre ad assicurare una formazione di alto profilo, supporta economicamente gli studenti attraverso l'assegnazione di borse di studio, dal numero limitato, previa valutazione dei curricula da parte di una Commissione interna. Inoltre, agevola l'investimento, con una comoda dilazione pari alla durata del master.

Per maggior informazioni contatta la segreteria Master
081 3941097 - 351 11 85 026
master@timevision.it



AGENZIA FORMATIVA

Accreditata in Regione Campania - cod. accr. 520-04-05

Accreditata in Regione Lombardia n°1206 Id. Op. 2502999 - Id. Un. Org. 3486542

AGENZIA PER IL LAVORO

Accreditata al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - aut. min. C129S001687

NAPOLI | BARI | MILANO

Castellammare di Stabia (Napoli)

Corso Alcide de Gasperi, 169

Centro Direzionale di Napoli

Isola E/5 Scala C, Napoli

Milano

Viale Monza, 258

081 394 10 97 / 081 871 53 96

351 11 85 026

www.timevision.it
master@timevision.it

