

CORSO: OMNICHANNEL EXPERIENCE MANAGER

UNITÀ FORMATIVE DIVISE PER AREE DI ATTIVITÀ

FONDAMENTI DI MARKETING E COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	ORE
Introduzione all'Omnichannel Experience Management	30
Il consumatore: caratteristiche ed evoluzione dei comportamenti	30
Fondamenti di marketing digitale	60
Customer relationship management (CRM) e Customer Experience (CX)	60
Visual merchandising	60

TECNOLOGIE E STRUMENTI	ORE
Gestione e analisi dei dati, statistica	80
Tecnologie e strumenti per l'Omnichannel	60
Software, Architettura cloud e Sistemi distribuiti	80

STRATEGIE OMNICHANALE E COMUNICAZIONE INTEGRATA	ORE
Progettazione e sviluppo di strategie omnicanale	60
E-commerce e vendite online	60
Strategie di comunicazione integrata	80

GESTIONE DEI SOCIAL MEDIA E BRAND REPUTATION	ORE
Gestione dei social media e delle community online	60
Gestione della reputazione online e del brand	40

GESTIONE DEI PROGETTI E ANALISI DEI RISULTATI	ORE
Metodologie di gestione dei progetti: project management, agile	40
Gestione dei progetti omnicanale	60
Analisi dei risultati e ottimizzazione delle strategie	60

LOGISTICA, ECONOMIA AZIENDALE E LINGUA STRANIERA	ORE
Gestione degli ordini e della logistica	60
Economia e Organizzazione aziendale	40
Inglese	80

SICUREZZA E PREVENZIONE	ORE
Sicurezza e Prevenzione	20

PROGETTO FINALE E STAGE	ORE
Project work	40
Stage presso aziende del settore	800

TOTALE ORE 2.000