



Corso di Social Marketing Intelligence (SMAI)

A chi è rivolto:

Marketer, Brand Strategist, Data Scientist, IT Manager, Consulenti e Liberi Professionisti, Giornalisti, Social Media Manager, Imprenditori.

Scopo del corso:

Il corso insegnerà ai partecipanti un approccio sistematico e metodologico per condurre un'analisi di mercato con gli strumenti tipici del **Social Media Marketing** e della **Social Media Intelligence**.

La sinergia tra le due discipline permetterà agli allievi di padroneggiare i tool di analisi di Facebook (e altri social) per rilevare l'audience e pianificare campagne di Marketing, nonché svolgere vere e proprie attività di **MARKETING INTELLIGENCE** per comprendere in maniera granulare e dettagliata le caratteristiche del proprio pubblico di riferimento:

1. Eseguire query di ricerca avanzata su più motori di ricerca
2. Verificare i contenuti e le informazioni presenti sui social network
3. Analizzare i trend di crescita dell'audience sui social
4. Monitorare i contenuti live e la comunicazione su tutti i social network
5. Condurre estese ricerche su tutti i social network
6. Geolocalizzare e profilare gli utenti
7. Creare Buyer Personas utili agli obiettivi di business

Durata: 3 giornate - 18 ore

Prerequisiti:

Buona conoscenza del sistema operativo e del browser, conoscenza di base di internet

Argomenti:

1. Capire Facebook
2. Inside Facebook Graph
3. Facebook Analytics
4. Introduzione a Twitter
5. Twitter: profilazione degli utenti e geolocalizzazione
6. Twitter: motori di ricerca e ricerca avanzata
7. Usare Maltego e Creepy per analizzare i profili Social
8. Profilare Buyer Personas con i dati ottenuti

Software da scaricare e installare

1. Creepy: [link](#)
2. Epic Browser: [link](#)

Docenti:

Leonida Reitano

Dottore di ricerca in sociologia della comunicazione e McLuhan fellow dal febbraio 2003. Esperto nazionale di Open Source Intelligence (OSINT) e Personal Digital Security. È l'autore del primo manuale italiano di OSINT: "Esplorare Internet, manuale di investigazioni digitali e Open Source Intelligence"

Andrea Paternostro

Giornalista professionista, direttore del quotidiano Milano Weekend e del network editoriale nazionale Italia Weekend, a lungo collaboratore del Sole-24 Ore e di numerose testate di economia e tecnologia. Consulente e formatore (SEO e Social Media) è stato research analyst Bocconi sui rapporti tra business, tecnologia e organizzazione aziendale.

Contatti:

Leonida Reitano
389 9280813
agi@fastmail.fm

NB: per lo svolgimento dell'attività didattica è necessario che tutti i discenti abbiano a disposizione un computer collegabile a Internet, con installati i software su indicati e degli account Facebook e Twitter attivi.