



DOSSIER TECNICO DIDATTICO E DI VALUTAZIONE

Digital Marketing e Social Media Marketing – Esame

Prezzo / emissione attestato

50,00 €

IVA/VAT esclusa

Codice corso

DM_SMM_LA

Durata minima

60 min

Soglia finale

70%

Edizione scheda

13/10/2026

1. Identità, finalità e perimetro del percorso

Il corso "Digital Marketing e Social Media Marketing – Esame" è progettato per valutare le competenze avanzate nell'ambito del marketing digitale e della gestione dei social media. Durante l'esame, i candidati dovranno dimostrare una conoscenza approfondita dei principali strumenti e strategie di digital marketing, inclusi SEO, SEM, content marketing, insieme alle dinamiche di social media su piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok e YouTube. Il percorso copre aspetti fondamentali quali la definizione di obiettivi e KPI, l'analisi del target e del customer journey, la pianificazione editoriale, la creazione di contenuti e campagne pubblicitarie, nonché l'analisi e l'ottimizzazione dei risultati attraverso strumenti di tracking e analytics. Particolare attenzione è riservata alle normative sulla privacy, il GDPR e la trasparenza nella gestione delle campagne pubblicitarie. L'esame include scenari realistici focalizzati su casi di studio che coinvolgono situazioni complesse come gestione della reputazione, ottimizzazione del funnel di vendita, pubblicità social avanzata e gestione di crisi. La prova ha una durata di 60 minuti con una soglia di superamento fissata al 70%. Questo corso è indicato a professionisti che desiderano convalidare le proprie competenze pratiche di Digital Marketing e Social Media Marketing in contesti dinamici e regolamentati.

La presente scheda tecnica estesa descrive il percorso così come pubblicato nella CIWZ Academy alla data di emissione. Riunisce finalità, riferimenti, architettura didattica, contenuti dei moduli, sistema delle verifiche, criteri di superamento e condizioni di attestazione. Il documento non sostituisce i testi ufficiali delle norme, delle leggi, delle linee guida o degli schemi richiamati.

2. Riferimenti normativi, regolamentari e tecnici

Fondamenti di digital marketing + definizione obiettivi e KPI + analisi target, buyer persona e customer journey + strategie e canali (SEO, SEM/PPC, display, email marketing, content marketing) + social media marketing (Facebook/Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube) + piano editoriale, copywriting e creatività + advertising e campagne (Meta Ads, Google Ads, LinkedIn Ads) + targeting, segmentazione e retargeting + tracking e analytics (pixel, UTM, Google Analytics) + ottimizzazione conversioni (CRO, landing page, A/B test) + community management e social listening + influencer marketing + gestione budget e reporting + normativa e

compliance (privacy/cookie, GDPR, trasparenza ADV)

I riferimenti sono utilizzati come quadro di studio e di valutazione nei limiti del contenuto pubblicato e delle fonti disponibili. Per l'applicazione professionale prevalgono sempre le versioni ufficiali e vigenti dei documenti richiamati.

3. Architettura didattica e sistema di verifica

- tempo minimo tracciato: 60 min
- banca esame finale attiva: 200 quesiti
- esame finale: 30 quesiti selezionati dalla banca
- soglia di superamento: 70%
- Accesso diretto alla prova finale secondo le regole pubblicate per il percorso “solo test”.
- Composizione dell'esame dalla banca attiva del corso e valutazione secondo la soglia pubblicata.
- Registrazione dell'esito e, quando previsto, richiesta dell'attestato finale.

4. Informazioni tecniche ufficiali di catalogo

Obiettivi formativi

Valutare conoscenze e competenze pratiche avanzate nel digital marketing e social media marketing, incluse strategie, strumenti e normative.

Competenze acquisite

- Pianificazione e gestione di campagne SEO, SEM, content e social media marketing
- Analisi target, buyer persona e customer journey
- Creazione e ottimizzazione di piani editoriali e advertising
- Utilizzo di strumenti di tracking e analytics per ottimizzare le performance
- Gestione di compliance normativa (privacy, GDPR, trasparenza ADV)
- Capacità di gestire scenari complessi come crisi reputazionali e ottimizzazione funnel

Destinatari

Professionisti e marketer con esperienza base-intermedia in digital marketing e social media marketing desiderosi di certificare le proprie competenze.

Prerequisiti

Conoscenze di base delle strategie e strumenti di digital marketing e social media, esperienza pratica preferibile.

Programma

- Fondamenti di digital marketing
- Definizione obiettivi e KPI
- Analisi target, buyer personas, customer journey
- Strategie e canali: SEO, SEM/PPC, display, email, content marketing

- Social media marketing su principali piattaforme
- Piano editoriale, copywriting e creatività
- Advertising e campagne: Meta Ads, Google Ads, LinkedIn Ads
- Targeting, segmentazione, retargeting
- Tracking e analytics (pixel, UTM, Google Analytics)
- Ottimizzazione conversioni (CRO, landing page, A/B test)
- Community management e social listening
- Influencer marketing
- Gestione budget e reporting
- Normativa e compliance (privacy, cookie, GDPR, ADV)

Metodologia didattica

Valutazione tramite esame a tempo con domande teoriche e casi pratici simulati per testare capacità di problem solving e applicazione.

Modalità di valutazione

Esame scritto della durata di 60 minuti, superamento con almeno il 70% delle risposte corrette.

Durata

60 minuti

Attestazione

Rilascio attestato di superamento esame (previo pagamento tassa certificazione).

Risultati attesi

Certificazione delle competenze avanzate di digital marketing e social media marketing, capacità di analisi critica e decisione in contesti professionali complessi.

7. Sistema di verifica, esame finale e criteri di superamento

- La prova finale è composta da 30 quesiti selezionati dalla banca attiva del corso. La piattaforma applica una logica anti-ripetizione per i nuovi tentativi quando la consistenza della banca lo consente.
- Consistenza della banca finale rilevata al momento della generazione: 200 quesiti attivi.
- Soglia di superamento pubblicata per il corso: 70%.
- Le domande sono finalizzate a verificare non soltanto il richiamo mnemonico, ma anche interpretazione, applicazione, selezione delle evidenze, valutazione di scenari e qualità della decisione, in funzione della materia trattata.

8. Tracciamento, continuità didattica e integrità della sessione

- Lo stato del percorso, i moduli completati e il tempo registrato sono gestiti lato server quando il corso utilizza la modalità formativa Academy.
- La piattaforma consente la ripresa del percorso dal punto registrato e conserva gli esiti delle verifiche previste.
- Le sessioni di verifica possono essere soggette ai controlli di integrità e proctoring attivati dalla piattaforma e descritti nelle regole di utilizzo applicabili.
- Gli eventi tecnici e di integrità sono elementi di supporto alla valutazione e non sostituiscono il giudizio professionale quando è prevista una revisione umana.

9. Attestazione, utilizzo e limiti del documento

L'attestato CIWZ, quando previsto dal percorso e richiesto dopo il superamento, documenta il risultato ottenuto nel percorso o nella prova CIWZ indicata. Non sostituisce automaticamente certificazioni di persona, iscrizioni ad albi, abilitazioni professionali, qualifiche legali o credenziali rilasciate da organismi o soggetti terzi quando tali requisiti sono previsti dallo schema applicabile.

10. Condizioni economiche e fiscali

- Prezzo / emissione attestato: 50,00 € IVA/VAT esclusa.
- La UAE VAT viene applicata ai clienti UAE secondo i dati di fatturazione e la normativa fiscale applicabile.
- Eventuali condizioni commerciali specifiche, convenzioni o ordini aziendali prevalgono sul prezzo pubblico solo se formalmente accettati da Certificato IWZ FZCO.

11. Controllo documentale della scheda

- Documento generato automaticamente dalla CIWZ Academy sulla base dei dati del corso pubblicati al momento della richiesta.
- Codice corso: DM_SMM_LA

- Lingua documento: IT
- Data di generazione: 13/10/2026
- Per l'applicazione normativa e professionale fanno fede le fonti ufficiali vigenti e le eventuali procedure/schema applicabili.