

Corsi di alta specializzazione con aziende e formatori esterni in cui va inserito anche questo testo

In collaborazione con Fondazione Francolini e Comune di Santarcangelo è stato realizzato a febbraio 2018 un percorso di formazione di 80 ore di social media marketing realizzato da Alessandro Tempesta, esperto di promozione digitale e socio del coworking ZonaMoka. Gli studenti hanno realizzato un piano di digital marketing per il mercato ortofrutticolo della Coldiretti del sabato mattina a Santarcangelo. Nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro i ragazzi della classe 4 B dell'istituto Molari hanno scandagliato il mercato dei consumatori del mondo Km0 e realizzato delle campagne di digital marketing, cinque di loro (Mattia Eusebi, Matteo Pellegrini, Claudio Iuli, Alessandro Bartoli, Pietro Ricci) si sono conquistati 1 Kindle paperwhite messo a disposizione dalla Fondazione Francolini.

vedi [<video>](#)