

# FUTURA

# LA SCUOLA PER L'ITALIA DI DOMANI



Data di pubblicazione:  
30/07/2024



## DIGITAL STRATEGIST

Sede di **TORINO**, Via Jacopo Durandi, 10

- Pianificazione e implementazione di strategie di **Marketing Digitale**
- Analisi dei Dati e Ottimizzazione **SEO**
- Gestione delle Campagne **Social Media**

Azienda partner



## VISITA IL SITO E SCOPRI IL CORSO

 [orientamento@its-ictpiemonte.it](mailto:orientamento@its-ictpiemonte.it)

 [info@its-ictpiemonte.it](mailto:info@its-ictpiemonte.it)

 **0110371500**



# FUTURA

# LA SCUOLA PER L'ITALIA DI DOMANI



Data di pubblicazione:  
30/07/2024



## PERCHE SCEGLIERE ITS ICT PIEMONTE

- **14 CORSI** specialistici
- **1800 ORE** di percorso formativo
- **+90%** tasso di occupazione
- **STAGE CURRICULARE** su tutto il territorio EUROPEO
- **+300 AZIENDE** partner
- **V° Lvl EQF** Diploma di Tecnico superiore



## CONTATTACI

[orientamento@its-ictpiemonte.it](mailto:orientamento@its-ictpiemonte.it)

[info@its-ictpiemonte.it](mailto:info@its-ictpiemonte.it)

[www.its-ictpiemonte.it](http://www.its-ictpiemonte.it)

**0110371500**



## PERCORSO INTERAMENTE FINANZIATO!

I Percorsi post-diploma sono interamente finanziati da parte del Ministero dell'Istruzione e del Merito valere sulla Missione 4-Istruzione e ricerca, Componente 1, Investimento 1.5 del PNRR, quindi totalmente gratuiti per i partecipanti. Al termine del percorso biennale si accede all'esame di Stato per il rilascio del Diploma di tecnico Superiore, V° livello EQF. L'accesso ai corsi è consentito previo superamento di test e specifiche prove di valutazione. È prevista la concessione di crediti formativi.





# DIGITAL STRATEGIST



Sede di Torino - Via Jacopo Durandi, 10

Fasi / Unità Formative / Argomenti / Saperi	Ore
<b>COMPETENZE TRASVERSALI</b>	
<b>Approfondimenti didattici e Orientamento</b>	
<b>Avvio corso</b>	<b>12</b>
Avvio prima annualità, accoglienza gruppo-classe	
<b>La Fondazione ITS ICT</b>	
Strumenti didattici della Fondazione	
Rapporto con gli uffici e modalità	
Gestione del piano lezioni	
Scelta Rappresentanti di Classe	
<b>Monitoraggio corso</b>	
Monitoraggio avanzamento della didattica	
Gestione eventuali criticità	
<b>Simulazione prova esame</b>	
Simulazione prova scritta esame finale	
<b>Copyright e norme giuridiche del mondo digitale</b>	
<b>Diritto d'autore</b>	<b>20</b>
Principi generali di diritto - persone e società	
I soggetti del diritto d'autore e le opere tutelate	
I diritti connessi - il software - i database	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Inglese</b>	
<b>Grammatica</b>	<b>66</b>
Modali	
Verbi regolari e irregolari	
Tempi verbali	
Forme verbali	
Fraasi ipotetiche	
Discorso indiretto	
Interrogative	
Sostantivi	
Pronomi	
Articoli e partitivi	
Aggettivi	
Numeri cardinali e ordinali	
Aggettivi e pronomi possessivi, dimostrativi, quantitativi	
Comparativi e superlativi	
Avverbi	
Preposizioni	
Sostantivi, aggettivi e verbi seguiti da preposizione	
Spelling. Punteggiatura e connettivi	
Ordine delle parole e struttura delle frasi	
<b>Conversazione</b>	
Regole di fonetica, intonazione, stili e registri	
La lingua inglese per muoversi all'interno del Mercato del Lavoro	
<b>Terminologia tecnica in lingua inglese</b>	
Vocabolario di settore	
<b>Percorso per il conseguimento della certificazione B2</b>	
Strategie per affrontare i vari esercizi che compongono l'esame	
Lessico adeguato per affrontare la prova scritta e orale	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Orientamento al lavoro</b>	
<b>Le caratteristiche personali</b>	
acquisire e consolidare fiducia in se stessi e consapevolezza	
esplorare ad ampio raggio le esperienze dei partecipanti	
analizzare il proprio presente di vita e lavorativo	
apprendere definizione e proprietà delle competenze: sapere, saper fare, saper essere	
identificare le competenze possedute, anche quelle tacite o inesprese o da potenziare	
sapere individuare, riconoscere, descrivere le proprie conoscenze, capacità, abilità e competenze	
monitorare la propria esperienza (formativa e non), la propria evoluzione, crescita, cambiamento, durante tutto l'arco del percorso	
umentare e consolidare in itinere le acquisizioni e gli apprendimenti in via di sviluppo	
condividere e valorizzare gli apprendimenti acquisiti e sviluppati nell'intero arco del corso	

favorire autonomia attraverso una piena presa in carico da parte dei partecipanti del proprio apprendimento successivo al termine del corso
<b>Il contesto di riferimento del percorso formativo</b>
aprire le attività del corso/percorso formativo (obiettivi, contenuti, modalità, metodologie, regole, vincoli etc. per la partecipazione)
conoscere e valorizzare le opportunità offerte dal percorso e dalla struttura proponente (presentazione del gruppo dei partecipanti, conoscenza reciproca dei partecipanti, stipula patto formativo)
motivare all'apprendimento e riflettere sull'apprendere (apprendiamo ad apprendere)
riflettere sul proprio stile di apprendimento (come apprendo, che cosa, cosa mi fa paura, cosa mi aiuta, cosa voglio portare, cosa vorrei trovare)
riconoscere il ruolo dell'apprendimento nella propria vita professionale
creare buone relazioni con lo staff docente e con i compagni di corso
costituire le premesse per un buon apprendimento individuale e collettivo
costituire il gruppo di/in apprendimento
imparare a utilizzare il gruppo come moltiplicatore dell'apprendimento, come opportunità di scambio e confronto, come luogo di sinergie per la propria crescita professionale
sviluppare capacità personali insieme agli altri, con/sul gruppo e sul benessere organizzativo, per lo sviluppo delle capacità relazionali, sociali e professionali
acquisire e consolidare capacità e competenze di comprensione, osservazione, lettura e relazione con e nelle diverse realtà organizzative in cui le persone opereranno nelle loro future esperienze professionali e di vita lavorativa
sviluppare conoscenza e capacità di agire in organizzazioni moderne nelle loro diverse taglie, misure e contesti (impresa artigianale, piccolissime, piccole e medie imprese e/o società di servizi, grandi imprese italiane e multinazionali)
chiudere le attività e prendere commiato dai compagni d'esperienza e dallo staff
<b>Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale</b>
preparazione allo stage
predisposizione di strumenti e attenzioni utili a valorizzare e potenziare l'opportunità di sperimentarsi in un contesto lavorativo reale (diario di stage etc.)
analisi della domanda delle aziende/imprese
approfondire la domanda di lavoro del territorio - scenari e opportunità per valorizzare l'offerta di lavoro dei partecipanti
mettere a fuoco gli strumenti offerti dal territorio per valorizzare, promuovere e divulgare la candidatura dei partecipanti nel mercato del lavoro - i servizi per l'impiego, ruolo delle strutture pubbliche e private per il lavoro e servizi offerti ai cittadini, Garanzia Giovani
cosa vorrei essere (il cv immaginario) per far emergere le proprie potenzialità e le possibilità ("I have a dream")
cosa posso essere (il CV - I can do)
sviluppare la conoscenza e l'utilizzo delle principali tecniche utilizzabili nella ricerca del lavoro
approfondire la ricerca delle informazioni e l'analisi del mercato del lavoro
scrivere lettere di presentazione o/e risposta alle inserzioni di lavoro
come scrivere un curriculum vitae
prepararsi a sostenere un colloquio con un datore di lavoro
definire progetti coerenti alle proprie aspettative/desideri, realistici e adeguati al proprio profilo professionale e alle proprie potenzialità
elaborare un piano di azione individuale
<b>Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale</b>
identificare i principali desideri dei partecipanti
ricostruire le motivazioni e gli elementi di fondo di tali desideri/stimoli/aspettative
riconoscere e appropriarsi delle potenzialità personali collegate a tali desideri/stimoli/aspettative
implementare e consolidare capacità e competenze di sense-making organizzativo, di motivazione e stimolo personale e professionale nelle organizzazioni moderne, di orientamento agli obiettivi specifici di ruolo e/o di funzione org. e di bilanciamento con gli obiettivi generali dell'organizzazione stessa, di visione sistemica e di relazione funzionale nelle organizzazioni del nostro tempo
approfondire la definizione di organizzazione, la sua natura e i suoi paradossi; input, elaborazione/trasformazione output e ciclo aziendale; il sistema impresa e le sue componenti/variabili; strategia, strutture e meccanismi org.
acquisire conoscenze e competenze di base sul ruolo organizzativo: definizione, aree, obiettivi, funzionalità e relazioni; area prescritta, discrezionale, innovativa; relazioni gerarchiche e funzionali
sviluppare capacità di condivisione, collaborazione, orientamento agli obiettivi, raggiungimento dei risultati, nel lavoro in staff/team/squadra/gruppo nei contesti organizzativi
matching tra le competenze personali e professionali raggiunte dallo studente con le posizioni aperte dalle aziende
<b>Verifica finale</b>
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso
<b>Parità fra uomini e donne e non discriminazione</b>
<b>Interculturalità e Pari Opportunità</b>
Origine della distinzione di genere. Affermazione del concetto di pari opportunità.
Le dinamiche del panorama legislativo comunitario in materia di Pari Opportunità.
Principi fondamentali delle Pari Opportunità.
Parità di genere: -Strumenti di conciliazione -Condivisione delle responsabilità
Valorizzazione ed armonizzazione delle differenze: età, orientamento sessuale ed identità di genere, religione, razza ed etnia, disabilità.
Identità, stereotipi e adeguamento del linguaggio.
Elementi normativi e Istituzioni di parità.
Il sostegno della donna come soggetto di diritto privato, come studente e come madre.

Cenni del panorama legislativo italiano, strumenti e attori: gli organismi di parità, i consiglieri di Parità, L.125/91.	
La disciplina giuridica del rapporto di lavoro e dell'attività sindacale, finalizzata all'acquisizione di una maggiore consapevolezza del contenuto del contratto di lavoro subordinato in particolare tenendo in considerazione l'appartenenza ad un sesso piuttosto che ad un altro.	
Le esperienze maturate all'interno delle azioni positive promosse dall'Unione Europea (ad esempio progetti NOW) attraverso la diffusione delle BUONE PRASSI.	
La legislazione vigente in materia di imprenditorialità femminile (L.215/92).	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Percorso di sviluppo Soft-Skill - Project &amp; Time Management</b>	
<b>Concetti fondamentali di Project &amp; Time Management</b>	
Identificazione degli obiettivi e definizione delle milestone	
Suddivisione delle attività e stesura di piani dettagliati	
Gestione delle risorse e assegnazione dei compiti	
Priorizzazione delle attività e gestione del tempo	
Valutazione dei rischi e problem-solving	
Comunicazione efficace e collaborazione nel team	
Utilizzo di strumenti software per il project management	
Monitoraggio e controllo dell'avanzamento dei progetti	
Valutazione dei risultati e miglioramento continuo	
Autoimprenditorialità e economia d'impresa	
<b>Autoimprenditorialità</b>	
Business Planning e Analisi di Mercato	
Gestione Finanziaria	
Ricerca fondi e finanziamenti	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Percorso di sviluppo Soft-Skill - Public Speaking e Teamwork</b>	
<b>Fondamenti della comunicazione persuasiva e public speaking</b>	
Gestione dell'ansia e miglioramento della fiducia in pubblico	
Tecniche di storytelling per coinvolgere l'audience	
Strutturazione di discorsi efficaci e presentazioni chiare	
Utilizzo di linguaggio non verbale e voce in public speaking	
Comunicazione interpersonale e ascolto attivo	
Dinamiche di gruppo e ruoli all'interno di un team	
Risoluzione dei conflitti e gestione delle diversità	
Collaborazione remota e comunicazione virtuale	
Feedback costruttivo e miglioramento continuo delle abilità comunicative e di teamwork.	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Sicurezza sul lavoro</b>	
<b>Organizzazione della sicurezza aziendale</b>	
Concetti di rischio	
Danno	
Prevenzione	
Protezione	
Organizzazione della prevenzione aziendale	
Diritti doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali	
Organi di vigilanza, controllo e assistenza	
<b>Fattori di rischio generali e specifici</b>	
rischi infortuni	
meccanici generali	
elettrici generali	
macchine	
attrezzature	
cadute dall'alto	
rischi fisici	
microclima ed illuminazione	
videoterminali	
ambienti di lavoro	
stress lavoro-correlato	
movimentazione manuale dei carichi	
incidenti e infortuni mancati	
<b>Misure e procedure di prevenzione e protezione</b>	
etichettatura	
DPI e organizzazione del lavoro	
segnaletica	
emergenze	
procedure di sicurezza con riferimento al profilo di rischio specifico	
procedure esodo ed incendi	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>COMPETENZE INFORMATICHE/DIGITALI</b>	
<b>Prototipazione e Progettazione interfacce</b>	
<b>Architettura dell'informazione</b>	
Benchmarking, moodboard e analisi critica delle interfacce	
L'interaction design e i suoi 5 principi cardine	
	39
	39
	8

<p>Concept design</p> <p>Wireframe</p> <p>Tecniche di progettazione agile</p> <p>Introduzione a Invision e altri tool di progettazione rapida</p> <p><b>Verifica finale</b></p> <p>Valutazione sulle competenze apprese durante il corso</p>	<b>50</b>
<b>Strumenti AI e Prompt Engineering</b>	
<p><b>Introduzione ai sistemi di intelligenza Artificiale</b></p> <p>Applicazioni dell'AI nella creazione di contenuti e pubblicità personalizzate</p> <p>Utilizzo di chatbot e assistenti virtuali per l'interazione con i clienti</p> <p>Analisi predittiva e segmentazione del target basata sull'AI.</p> <p><b>Fondamenti di Prompt Engineering</b></p> <p>Introduzione al Prompt Engineering</p> <p>Tipologie di Prompt</p> <p>Design di Prompt Efficaci</p> <p>Testing e Valutazione di Prompt</p> <p>Ottimizzazione dei Prompt</p> <p><b>Applicazioni Pratiche di Prompt Engineering con Strumenti AI</b></p> <p>Uso di GPT-3 e altri modelli LLM.</p> <p>Generazione di Contenuti con AI</p> <p>Interazione con Modelli Visivi (es. DALL-E, VQ-GAN)</p> <p>Impiego in Ambienti Non Creativi</p> <p>Considerazioni Etiche e Future Direzioni</p> <p><b>Verifica finale</b></p> <p>Valutazione sulle competenze apprese durante il corso</p>	<b>40</b>
<b>Video Editing - Produzione e Post</b>	
<p><b>La produzione videografica</b></p> <p>Le inquadrature, luci e color correction</p> <p>Le attrezzature per ripresa professionale</p> <p>Tipologie e nozioni sul montaggio</p> <p>Teoria del suono e editing audio</p> <p>Motion graphic (Tloli, Intro, Animazioni)</p> <p><b>Verifica finale</b></p> <p>Valutazione sulle competenze apprese durante il corso</p>	<b>30</b>
<b>Visual and graphic Design</b>	
<p><b>Anatomia dei caratteri tipografici</b></p> <p>Teoria delle famiglie di caratteri</p> <p>Studio sul corretto utilizzo dei font</p> <p>Gestione dei caratteri</p> <p><b>Fondamenti di tipografia</b></p> <p>Storia della tipografia</p> <p>Analisi ed esempi</p> <p><b>Elementi di impaginazione</b></p> <p>Teoria delle griglie</p> <p>Introduzione a Illustrator e Indesign</p> <p>Lezioni teoriche su gabbia ed impaginazione</p> <p><b>Gestione dei caratteri</b></p> <p>Analisi in classe degli elaborati</p> <p><b>Il visual design</b></p> <p>Principi di usabilità</p> <p>Benchmarking, moodboard e analisi critica delle interfacce</p> <p>Architettura dell'informazione</p> <p>L' interaction design e i suoi 5 principi cardine</p> <p>Concept design</p> <p>Wireframe</p> <p><b>Verifica finale</b></p> <p>Valutazione sulle competenze apprese durante il corso</p>	<b>90</b>
<b>Web standard e CMS</b>	
<p><b>Le basi</b></p> <p>I linguaggi HTML/XHTML/HTML5, CSS e Javascript</p> <p>Strutturazione della pagina web e fogli stile</p> <p>Come rendere interattiva una paginaweb o un'applicazione web-based</p> <p><b>CMS e Strumenti</b></p> <p>Principali CMS disponibili sul mercato e loro differenze</p> <p>Architettura delle informazioni, tassonomie, categorie, tag e ottimizzazione SEO</p> <p>Sviluppo sito web base</p> <p>Sviluppo e-commerce base</p> <p><b>Componenti aggiuntivi</b></p> <p>Definizione, utilizzo, dove si trovano e come si scelgono</p> <p>Configurazioni avanzate e customizzazioni</p> <p><b>Verifica finale</b></p> <p>Valutazione sulle competenze apprese durante il corso</p>	<b>40</b>
<b>MARKETING</b>	
<b>Advanced Data Management and Digital Analytics</b>	
<p><b>Concetti fondamentali del Data Management e il suo ruolo nelle organizzazioni</b></p> <p>Ricerca, raccolta e archiviazione di dati</p> <p>Normalizzazione e pulizia dei dati per garantirne la qualità</p> <p>Utilizzo di database relazionali e sistemi di gestione dei dati</p>	

Strumenti di data visualization per presentare informazioni in modo chiaro	90
Analisi statistica e interpretazione dei risultati	
Tecniche di data mining per estrarre conoscenze nascoste	
Introduzione al machine learning e all'intelligenza artificiale	
Privacy e sicurezza dei dati: normative e best practices	
Applicazioni pratiche in contesti aziendali e decisionali	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	48
<b>Content creation e new media</b>	
<b>Fondamenti della Creazione di Contenuti</b>	
Teoria della Comunicazione Digitale	
Scrittura per il Web	
Progettazione Grafica e Multimediale	
Podcasting e Produzione Audio	
<b>Nuovi Media e Tecnologie Emergenti</b>	
Realtà Virtuale e Aumentata	
Streaming Video e Webcasting	
Intelligenza Artificiale nella Creazione di Contenuti	
Mobile Journalism (MoJo)	
<b>Strategie di Engagement e Analisi dei Media</b>	
Social Media Strategy	
Content Marketing	
SEO e Content Optimization	
Analisi dei Dati e Feedback del Pubblico	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	60
<b>Copywriting (creativo, persuasivo, SEO Oriented)</b>	
<b>Copywriting</b>	
La scrittura per il web: quando tecnica e creatività si incontrano per conquistare il tuo pubblico	
Advertising copy: dagli annunci di Google Ads alle inserzioni sui social	
Blogging: scrivere articoli (non) è un gioco da ragazzi	
<b>SEO Copywriting</b>	
Progettazione contenuti ottimizzati per il motore di ricerca	
Ricerca di spunti e materiale online per la redazione di contenuti efficaci	
Monitoraggio dei risultati e dei concorrenti	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	70
<b>Digital Marketing Strategy e Brand Positioning</b>	
<b>Concetti fondamentali di Digital Marketing e del posizionamento del brand</b>	
Analisi del mercato e definizione del target di riferimento	
Creazione di una strategia di contenuti e pianificazione editoriale	
Utilizzo di social media per la promozione e l'interazione con il pubblico	
SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing)	
Email marketing: progettazione e pianificazione di campagne efficaci	
Digital advertising: tipologie, pianificazione e analisi dei risultati	
Web analytics e KPI (Key Performance Indicators)	
Costruzione dell'identità del brand e storytelling	
Gestione delle crisi online e reputazione digitale	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	30
<b>Google Ads</b>	
<b>Introduzione a Google Ads</b>	
Creazione e gestione di campagne, gruppi di annunci e annunci	
Ricerca delle parole chiave efficaci e strategie di targeting	
Utilizzo delle estensioni degli annunci per migliorare la visibilità	
Monitoraggio e analisi delle performance delle campagne	
Utilizzo di strumenti di pianificazione del budget e offerte	
Creazione di annunci visivi e annunci testuali	
Strategie di Remarketing per il coinvolgimento dei visitatori	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	40
<b>Marketing Automation &amp; CRM</b>	
<b>Cos'è la Marketing Automation</b>	
Definizione e ambiti di applicazione	
Logiche e dinamiche sulla marketing automation	
Principali piattaforme e servizi disponibili	
Strumenti a disposizione per applicare MA a progetti Digital	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	30
<b>Piani editoriali e content strategy</b>	
<b>Blogging: il fenomeno e la sua evoluzione</b>	
Piano editoriale per il blog	
Piano editoriale social su Facebook e Instagram	
Dal blog ai social: strategia cross-media	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Ricerca e analisi qualitativa</b>	
<b>Introduzione allo user-centered design</b>	

La ricerca qualitativa: definizione, tecniche e metodi di ricerca	40
La ricerca qualitativa orientata al design	
<b>Tecniche di ricerca</b>	
L'interpretazione dei dati Realizzazione di un progetto di ricerca	
<b>Verifica finale</b>	20
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>SEO</b>	
<b>SEO - Search Engine Optimization</b>	
Cos'è la SEO? SEO ONSITE e keyword research Ottimizzazioni tecniche (rudimenti di HTML, Javascript, PHP e CSS)	30
<b>SEO - Offsite</b>	
SEO Offsite e strategie link Link popularity e Link earning. Il contenuto conta Conoscere gli strumenti per tenere traccia delle attività offsite	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	50
<b>Social Ads</b>	
<b>Introduzione al Social Advertising</b>	
Selezione delle piattaforme social più adatte ai propri obiettivi. Creazione di annunci visuali e testuali su diverse piattaforme. Definizione dei target di pubblico e strategie di segmentazione. Utilizzo delle opzioni di targeting avanzato, tra cui interessi, comportamenti e demografia. Pianificazione del budget e delle offerte per ottimizzare le performance. Utilizzo delle opzioni di Remarketing per coinvolgere gli utenti già interessati. Analisi dei dati e delle metriche per valutare l'efficacia delle campagne. Strategie di A/B testing per ottimizzare annunci e landing page.	
<b>Verifica finale</b>	50
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Social Commerce &amp; integrazione CMS avanzati</b>	
<b>Fondamenti del Social Commerce</b>	
Panoramica del Social Commerce Piattaforme di Social Commerce Strategie di Vendita sui Social Media Customer Journey nel Social Commerce	50
<b>Integrazione di CMS Avanzati</b>	
Panoramica sui CMS Personalizzazione dei CMS Integrazione E-commerce e CMS Sicurezza e Performance dei CMS	
<b>Ottimizzazione e Analisi delle Campagne di Social Commerce</b>	
Ottimizzazione del Contenuto per il Social Commerce Analisi dei Dati di Social Commerce Tendenze e Innovazioni nel Social Commerce Case Study e Best Practices	50
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Social Media &amp; Community Management</b>	
<b>Social Media Management</b>	50
Scelta delle piattaforme social più rilevanti per il brand e i target di riferimento Creazione di contenuti coinvolgenti e strategie di storytelling Pianificazione e calendario editoriale per garantire una presenza costante e coesa Interazione e gestione delle interazioni con i follower e i potenziali clienti Utilizzo degli strumenti per la pianificazione e l'automazione dei post Monitoraggio delle performance e analisi dei dati delle pagine social Gestione delle criticità e risposte alle recensioni e feedback degli utenti Creazione e gestione di contest e iniziative per coinvolgere la community Costruzione di un'identità digitale coesa e costruzione di un rapporto autentico con gli utenti	
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Voice Search Optimization and AI-Powered SEO</b>	30
<b>Fondamenti di Voice Search Optimization</b>	
Introduzione alla Voice Search Comportamento degli Utenti Ottimizzazione del Contenuto per Voice Search Tecnologia e Strumenti per l'Ottimizzazione	
<b>AI-Powered SEO</b>	
Applicazione dell'IA nel SEO Automazione e Personalizzazione Advanced Analytics Etica e Futuro del SEO AI-Powered	LABORATORI
<b>Verifica finale</b>	
Valutazione sulle competenze apprese durante il corso	
<b>Design Thinking 4.0</b>	
<b>Design Thinking 4.0</b>	LABORATORI
La metodologia progettuale Design Thinking	

La storia: da Stanford a Industria 4.0	
Le fasi del modello	
Applicazione del metodo	
Finding, Insight e sfide di progetto	
Concept idea, selezione e sviluppo delle idee	
Applicazione delle Soft Skill	
Public Speaking	
Leadership	
Time management	
Project/Team management	
Progetto 4.0	
Fase 1: Empatia	
Fase 2: Definizione	
Fase 3: Ideazione	
Fase 4: Prototipazione	
Fase 5: Test	
Finalizzazione	
<b>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>Laboratorio di preparazione project work</b>	
<b>Project work</b>	
Rielaborazione dell'esperienza di stage	
individuare le opportunità di inserimento lavorativo	
Ricerca del materiale e delle fonti	
Linguaggio tecnico da utilizzare	
La stesura	
<b>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>Laboratorio Integrato</b>	
<b>KickOff/Brainstorming</b>	
Finding, Insight e sfide di progetto	
Concept idea, selezione e sviluppo delle idee	
<b>Applicazione delle Soft Skill</b>	
Public Speaking	
Leadership	
Time management	
Project/Team management	
<b>Realizzazione della componente Digital e Visual</b>	
Studio e realizzazione della parte Visual (Wireframes, UX, UI)	
Strutturazione strategia Digital Marketing (SEO, SEM, SEA) per la sponsorizzazione del progetto	
<b>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>Learning by Project - Soft Skill</b>	
<b>Comunicazione e Interazione Interpersonale</b>	
Comunicazione efficace	
Tecniche di negoziazione e persuasione	
Gestione e risoluzione dei conflitti	
Leadership e Gestione del Team	
<b>Creatività e Innovazione</b>	
Metodi per il pensiero creativo	
Strategie per la promozione dell'innovazione nel team	
Tecniche di problem solving	
<b>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>Learning by Project - Tech</b>	
<b>Progettazione e Pianificazione del Progetto</b>	
Selezione del progetto	
Definizione degli obiettivi e pianificazione	
Assegnazione dei ruoli e responsabilità nel team	
Monitoraggio e aggiornamento del piano di progetto	
<b>Sviluppo e Implementazione Tecnica</b>	
Analisi dei requisiti e specifiche tecniche	
Scelta delle tecnologie e degli strumenti	
Codifica e sviluppo del software ove necessario	
Testing e qualità della soluzione adottata	
Documentazione tecnica e reportistica	
<b>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>PROFESSIONALE</b>	
<b>Stage</b>	<b>630</b>
<b>Esame Finale</b>	
<b>Esame Finale</b>	<b>10</b>
<b>Ore Totali percorso</b>	<b>1.800</b>

