

Unità Formative / Argomenti	Ore
<b>Approfondimenti didattici</b>	
Esercitazioni	
Incontro con il mondo del lavoro	<b>34</b>
Indicatori, strumenti e buone prassi per la sostenibilità ambientale	
Principi dello sviluppo sostenibile e governance globale dell'ambiente	
<b>Copywriting (creativo, persuasivo, SEO Oriented)</b>	
Copywriting	<b>40</b>
SEO Copywriting	
<b>Copyright e norme giuridiche del mondo digitale</b>	
Diritto d'autore	<b>20</b>
<b>Digital Soup - Altri canali di Marketing</b>	
Youtube video marketing e case history	
Email marketing: piattaforme principali e best practice	<b>60</b>
Altre soluzioni pubblicitarie (display, video, annunci personalizzati, DSP)	
Preparazione all'esame finale	
<b>Il mondo Google</b>	
Aspetti legati alla sostenibilità in diverse situazioni tipo (gestione dei rifiuti, difesa del suolo, tutela delle acque, qualità dell'aria e dell'ambiente costruito)	
SEO - Search Engine Optimization	
SEO - Offsite	<b>80</b>
SEM - Search Engine Marketing	
Google Ads	
Local Marketing: Google Maps e Google My Business	
<b>Inglese</b>	
Grammatica	
Conversazione	<b>70</b>
Terminologia tecnica in lingua inglese	
Percorso per il conseguimento della certificazione B2	
<b>Introduzione alla Digital Marketing Strategy</b>	
Una visione globale del Digital Marketing (opportunità, criticità, strumenti e metodo)	<b>40</b>
Preparazione all'esame finale	
<b>Laboratorio di ideazione/progettazione</b>	
Ideazione	<b>50</b>
Concept design	
<b>Laboratorio di preparazione project work</b>	
Project work	<b>20</b>
<b>Laboratorio Integrato</b>	
KickOff/Brainstorming	
Applicazione delle Soft Skill	<b>30</b>
Realizzazione della componente Digital e Visual	
Presentazione finale	
<b>Marketing automation</b>	
Cos'è la Marketing Automation	<b>20</b>
<b>Marketing e Brand Positioning</b>	
Marketing	<b>50</b>
Brand positioning	

<b>Orientamento</b>		
Le caratteristiche personali		
Il contesto di riferimento del percorso formativo		36
Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale		
Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale		
<b>Pari opportunità</b>		
Interculturalità e Pari Opportunità		8
<b>Project management</b>		
Project Management		40
<b>Public speaking e relazione con il cliente</b>		
Risorse, consumi e risparmio energetico		30
Public Speaking		
<b>Piani editoriali e content strategy</b>		
Blogging: il fenomeno e la sua evoluzione		40
<b>Prototipazione e Progettazione interfacce</b>		
Architettura dell'informazione		50
<b>Reporting e data visualization</b>		
Reporting e data visualization		40
Preparazione all'esame finale		
<b>Ricerca e analisi qualitativa</b>		
Introduzione allo user-centered design		20
Tecniche di ricerca		
<b>Sicurezza sul lavoro</b>		
Organizzazione della sicurezza aziendale		8
Fattori di rischio generali e specifici		
Misure e procedure di prevenzione e protezione		
<b>Social Media Marketing</b>		
Facebook e social media management		80
Facebook ads e Instagram Ads: come scegliere la giusta tipologia di campagna in base ai tuoi obiettivi		
<b>Teamwork e Leadership</b>		
Team working		30
<b>Time management</b>		
Gestire il tempo		20
<b>Tipografia e griglie</b>		
Anatomia dei caratteri tipografici		
Fondamenti di tipografia		50
Elementi di impaginazione		
Gestione dei caratteri		
<b>Video Editing - Produzione e Post</b>		
La produzione videografica		50
<b>Visual Design</b>		
Il visual design		50
<b>Web Analytics</b>		
Analisi dei dati		50
<b>Web standard e CMS</b>		
Le basi		70
CMS e Strumenti		
<b>Professionale</b>		
Stage		600

<b>Esame</b>	
Esame	<b>14</b>
<b>Ore Totali percorso</b>	<b>1.800</b>