

Fase / Unità Formative / Argomenti	Ore
COMPETENZE TRASVERSALI	
Approfondimenti didattici	
Esercitazioni	34
Incontro con il mondo del lavoro	
Indicatori, strumenti e buone prassi per la sostenibilità ambientale	
Principi dello sviluppo sostenibile e governance globale dell'ambiente	
Copyright e norme giuridiche del mondo digitale	
Diritto d'autore	20
Inglese	
Grammatica	70
Conversazione	
Terminologia tecnica in lingua inglese	
Percorso per il conseguimento della certificazione B2	
Orientamento	
Le caratteristiche personali	36
Il contesto di riferimento del percorso formativo	
Definizione e valutazione dei propri progetti: personale e professionale	
Valorizzazione dei propri progetti: personale e professionale	
Pari opportunità	
Interculturalità e Pari Opportunità	8
Sicurezza sul lavoro	
Organizzazione della sicurezza aziendale	8
Fattori di rischio generali e specifici	
Misure e procedure di prevenzione e protezione	
CROSS VISUAL-DIGITAL	
Laboratorio di ideazione/progettazione	
Ideazione	50
Concept design	
Laboratorio di preparazione project work	
Project work	20
Laboratorio Integrato	
KickOff/Brainstorming	30
Applicazione delle Soft Skill	
Realizzazione della componente Digital e Visual	
Presentazione finale	

Learning by Project	
Self empowerment e team building	30
Technical sessions	
KickOff/Brainstorming	
Applicazione delle Soft Skill	
Presentazione finale	
Web standard e CMS	
Le basi CMS e Strumenti Componenti aggiuntivi	86
DIGITAL	
Copywriting (creativo, persuasivo, SEO Oriented)	
	40
Copywriting	
SEO Copywriting	
Digital Soup - Altri canali di Marketing	
Youtube video marketing e case history	60
Email marketing: piattaforme principali e best practice	
Altre soluzioni pubblicitarie (display, video, annunci personalizzati, DSP)	
Preparazione all'esame finale	
SEO	
SEO - Search Engine Optimization	20
SEO - Offsite	
Aspetti legati alla sostenibilità in diverse situazioni tipo (gestione dei rifiuti, difesa del suolo, tutela delle acque, qualità dell'aria e dell'ambiente costruito)	
Google Ads + Facebook Ads	
Google Ads	30
Facebook ads e Instagram Ads: come scegliere la giusta tipologia di campagna in base ai tuoi obiettivi	
Local Marketing: Google Maps e Google My Business	
Introduzione alla Digital Marketing Strategy	
Una visione globale del Digital Marketing (opportunità, criticità, strumenti e metodo)	60
Strumenti a disposizione del Marketing digitale	
Analisi e ricerca	
Preparazione all'esame finale	
Marketing automation	
Cos'è la Marketing Automation	30
Marketing e Brand Positioning	
	48
Marketing	
Brand positioning	
Piani editoriali e content strategy	
	30
Blogging: il fenomeno e la sua evoluzione	

Reporting e data visualization	
Reporting e data visualization	30
Preparazione all'esame finale	
Social Media Marketing	
Social media management: cos'è e come farlo al meglio	56
Storytelling	
Web Analytics	
Analisi dei dati	40
PEOPLE BUILDING	
Project management	
Project Management	40
Public speaking e relazione con il cliente	
Risorse, consumi e risparmio energetico	30
Public Speaking	
Teamwork e Leadership	
Team working	30
Time management	
Gestire il tempo	20
VISUAL/UI/UX	
Prototipazione e Progettazione interfacce	
Architettura dell'informazione	50
Ricerca e analisi qualitativa	
Introduzione allo user-centered design	30
Tecniche di ricerca	
Tipografia e griglie	
Anatomia dei caratteri tipografici	50
Fondamenti di tipografia	
Elementi di impaginazione	
Gestione dei caratteri	
Video Editing - Produzione e Post	
La produzione videografica	50
Visual Design	
Il visual design	50
Professionale	
Stage	600

Esame	
Esame	14
Ore Totali percorso	1.800