

Fasi / Unità Formative / Argomenti / Saperi	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	
Design Thinking 4.0		
La metodologia progettuale Design Thinking	20	
Applicazione delle Soft Skill		
Progetto 4.0		
Finalizzazione		
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	
Misure e procedure di prevenzione e protezione		
COMPETENZE INFORMATICHE/DIGITALI		
EXCEL Management		
Microsoft Excel: storia e utilizzo	40	
Tabelle Pivot		
Tabelle formattate		
Funzioni Macro		
Google	40	
Prototipazione e Progettazione interfacce		
Architettura dell'informazione	40	
Reporting e data visualization		
Reporting e data visualization	40	
Preparazione all'esame finale		
Video Editing - Produzione e Post		
La produzione videografica	50	
Visual and Graphic Design		
Anatomia dei caratteri tipografici	90	
Fondamenti di tipografia		
Elementi di impaginazione		
Gestione dei caratteri		
Il visual design	90	
Web standard e CMS		
Le basi		
CMS e Strumenti		
Componenti aggiuntivi	50	
DIGITAL MARKETING		
Copywriting (creativo, persuasivo, SEO Oriented)		
Copywriting	50	
SEO Copywriting		
Data Analytics		
Analytys aziendale	60	
Analisi dei dati		
Digital Soup - Altri canali di Marketing		
Youtube video marketing e case history	30	
Email marketing: piattaforme principali e best practice		
Altre soluzioni pubblicitarie (display, video, annunci personalizzati, DSP)		
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		
Marketing	40	
Brand positioning		
Piani editoriali e content strategy		
Blogging: il fenomeno e la sua evoluzione	30	
Ricerca e analisi qualitativa		
Introduzione allo user-centered design	30	
Tecniche di ricerca		
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)		
Social Media Management		
Social media management: cos'è e come farlo al meglio	30	
Storytelling		
DIGITAL MARKETING		

Project management		40
Project Management		
Public speaking e relazione con il cliente		40
Risorse, consumi e risparmio energetico		
Public Speaking		
Teamwork e Leadership		20
Team working		
Time management		20
Gestire il tempo		
LABORATORI DIGITALI		
Laboratorio di ideazione - progettazione		30
Ideazione		
Concept design		
Laboratorio di preparazione project work		20
Project work		
Laboratorio Integrato		30
KickOff/Brainstorming		
Applicazione delle Soft Skill		
Realizzazione della componente Digital e Visual		
Presentazione finale		
Learning by Project		30
Self empowerment e team building		
Technical sessions		
KickOff/Brainstorming		
Applicazione delle Soft Skill		
Presentazione finale		
PROFESSIONALE		
Stage		600
Esame		
Esame		14
Ore Totali percorso		1.800