

Tecnico superiore per l'organizzazione e la fruizione dell'informazione e della conoscenza



- Digital Strategist -  
Biennio 2022/2024

Fasi / Unità Formative / Argomenti / Saperi	Ore
<b>COMPETENZE TRASVERSALI</b>	
<b>Approfondimenti didattici (Non a Bando)</b>	<b>8</b>
<b>Avvio corso</b>	
Avvio prima annualità, accoglienza gruppo-classe	
Condivisione patto formativo	
<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>20</b>
<b>Diritto d'autore</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>Design Thinking 4.0</b>	<b>20</b>
<b>Design Thinking 4.0</b>	
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	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
Presentazione finale	
<b>Inglese</b>	<b>66</b>
<b>Grammatica</b>	
Modali	
Verbi regolari e irregolari	
Tempi verbali	
Forme verbali	
Frase 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>Orientamento</b>	<b>30</b>
<b>Tematiche e orientamenti ambientali previsti a livello UE, nazionale, regionale e locale</b>	
Rifiuti e risorse materiali	
Neutralità climatica	
Ambiente e salute	
Idrogeno e mobilità elettrica	
Il Green Deal europeo e le strategie UE ad esso correlate	
<b>Vulnerabilità degli ambienti naturali</b>	
Cambiamenti climatici e impatto sui territori	
Biodiversità	
<b>Tecniche di ricerca delle informazioni negli ambienti digitali</b>	
Tecniche e strumenti finalizzati all'avvio di una ricerca efficace di un potenziale candidato in risposta a una job description aziendale	
<b>Elementi di cittadinanza digitale</b>	
Elementi chiave della Carta della cittadinanza digitale	
<b>Concetti di sicurezza, trattamento dell'identità digitale</b>	
Formazione sui diritti/doveri dell'utente e la comunità di utenti in correlazione all'impatto delle azioni on-line e off-line	
<b>Disposizioni aziendali in materia di privacy</b>	
Elementi di base del Regolamento Generale Sulla Protezione Dei Dati – RGPD o GDPR da osservare in un contesto organizzativo aziendale	
<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 <b>competenze</b>	
monitorare la propria esperienza (formativa e non), la propria evoluzione, crescita, <b>cambiamento, durante tutto l'arco del percorso</b>	
aumentare 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 <b>corso</b>	
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, <b>metodologie, regole, vincoli etc. per la partecipazione</b> )	
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

<p>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.</p>	
<p>acquisire conoscenze e competenze di base sul ruolo organizzativo: definizione, aree, obiettivi, funzionalità e relazioni; area prescritta, discrezionale, innovativa; relazioni gerarchiche e funzionali</p>	
<p>sviluppare capacità di condivisione, collaborazione, orientamento agli obiettivi, raggiungimento dei risultati, nel lavoro in staff/team/squadra/gruppo nei contesti organizzativi</p>	
<p>matching tra le competenze personali e professionali raggiunte dallo studente con le posizioni aperte dalle aziende</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Parità fra uomini e donne e non discriminazione</b></p>	<b>8</b>
<p><b>Interculturalità e Pari Opportunità</b></p>	
<p>Origine della distinzione di genere. Affermazione del concetto di pari opportunità.</p>	
<p>Le dinamiche del panorama legislativo comunitario in materia di Pari Opportunità.</p>	
<p>Principi fondamentali delle Pari Opportunità.</p>	
<p>Parità di genere: -Strumenti di conciliazione -Condivisione delle responsabilità</p>	
<p>Valorizzazione ed armonizzazione delle differenze: età, orientamento sessuale ed identità di genere, religione, razza ed etnia, disabilità.</p>	
<p>Identità, stereotipi e adeguamento del linguaggio.</p>	
<p>Elementi normativi e Istituzioni di parità.</p>	
<p>Il sostegno della donna come soggetto di diritto privato, come studente e come madre.</p>	
<p>Cenni del panorama legislativo italiano, strumenti e attori: gli organismi di parità, i consiglieri di Parità, L.125/91.</p>	
<p>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.</p>	
<p>Le esperienze maturate all'interno delle azioni positive promosse dall'Unione Europea (ad esempio progetti NOW) attraverso la diffusione delle BUONE PRASSI.</p>	
<p>La legislazione vigente in materia di imprenditorialità femminile (L.215/92).</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Sicurezza sul lavoro</b></p>	<b>8</b>
<p><b>Organizzazione della sicurezza aziendale</b></p>	
<p>Concetti di rischio</p>	
<p>Danno</p>	
<p>Prevenzione</p>	
<p>Protezione</p>	
<p>Organizzazione della prevenzione aziendale</p>	
<p>Diritti doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali</p>	
<p>Organi di vigilanza, controllo e assistenza</p>	
<p><b>Fattori di rischio generali e specifici</b></p>	
<p>rischi infortuni</p>	
<p>meccanici generali</p>	
<p>elettrici generali</p>	
<p>macchine</p>	
<p>attrezzature</p>	
<p>cadute dall'alto</p>	
<p>rischi fisici</p>	
<p>microclima ed illuminazione</p>	
<p>videoterminali</p>	
<p>ambienti di lavoro</p>	
<p>stress lavoro-correlato</p>	
<p>movimentazione manuale dei carichi</p>	
<p>incidenti e infortuni mancati</p>	
<p><b>Misure e procedure di prevenzione e protezione</b></p>	

etichettatura	
DPI e organizzazione del lavoro	
segnaletica	
emergenze	
procedure di sicurezza con riferimento al profilo di rischio specifico	
procedure esodo ed incendi	
<b>COMPETENZE INFORMATICHE/DIGITALI</b>	
<b>EXCEL Managment</b>	<b>40</b>
<b>Microsoft Excel: storia e utilizzo</b>	
Fogli di Lavoro	
Gestione dei dati	
Funzioni Base	
Funzione Cerca Verticale	
Funzione Somma, Somma Se, Somma Più Se	
Funzione Conta, Conta Se, Conta Più Se	
<b>Tabelle Pivot</b>	
Formattazione condizionale	
Regole di gestione fogli multi	
Presenza dati per gestione da file differenti	
<b>Tabelle formattate</b>	
Creazione di una tabella formattata Formattazione condizionale ed evidenziazione celle dinamica Formule su colonne a cascata	
<b>Funzioni Macro</b>	
Creazione di uno script Macro con elementi interni ed esterni	
Accesso a repository esterni e/o DBMS	
Accessi e permessi di editing sugli script	
<b>Google</b>	
Implementazione dati con Google Sheet Analisi cloud con integrazione a Google Analytics	
<b>Prototipazione e Progettazione interfacce</b>	<b>40</b>
<b>Architettura dell'informazione</b>	
Benchmarking, moodboard e analisi critica delle interfacce	
L'interaction design e i suoi 5 principi cardine	
Concept design	
Wireframe	
Tecniche di progettazione agile	
Introduzione a Invision e altri tool di progettazione rapida	
<b>Reporting e data visualization</b>	<b>30</b>
<b>Reporting e data visualization</b>	
Data Storytelling	
Google Data studio	
Powerpoint / Google Presentazioni	
<b>Preparazione all'esame finale</b>	
Ripasso generale ed esercitazioni sugli argomenti del corso	
<b>Video Editing - Produzione e Post</b>	<b>50</b>
<b>La produzione videografica</b>	
Le inquadrature, luci e color correction	
Le attrezzature per ripresa professionale	
Tipologie e nozioni sul montaggio	
Teoria del suono e editing audio	
Motion graphic (Tioli, Intro, Animazioni)	
<b>Visual and graphic Design</b>	<b>90</b>
<b>Soluzioni e tecnologie per il risparmio di risorse e l'efficiamento energetico</b>	
Smart working: tecnologie e ambiti di applicazione nel comparto IT	
Smart grid: la gestione IT delle reti di distribuzione dell'energia	
La diffusione dei sensori in rete per il monitoraggio ambientale	
<b>Principi fondamentali della gestione dei rifiuti e di materiali da riciclo, in un'ottica di circolarità</b>	
Estendere la vita utile di prodotti, componenti e materiali	

Gestione e smaltimento dei rifiuti e dei componenti elettrici ed elettronici (RAEE)	
<b>Anatomia dei caratteri tipografici</b>	
Teoria delle famiglie di caratteri	
Studio sul corretto utilizzo dei font	
Gestione dei caratteri	
<b>Fondamenti di tipografia</b>	
Storia della tipografia	
Analisi ed esempi	
<b>Elementi di impaginazione</b>	
Teoria delle griglie	
Introduzione a Illustrator e Indesign	
Lezioni teoriche su gabbia ed impaginazione	
<b>Gestione dei caratteri</b>	
Analisi in classe degli elaborati	
<b>Il visual design</b>	
Principi di usabilità	
Benchmarking, moodboard e analisi critica delle interfacce	
Architettura dell'informazione	
L'interaction design e i suoi 5 principi cardine	
Concept design	
Wireframe	
<b>Preparazione all'esame finale</b>	
Ripasso generale ed esercitazioni sugli argomenti del corso	
<b>Web standard e CMS</b>	<b>88</b>
<b>Le basi</b>	
I linguaggi HTML/XHTML/HTML5, CSS e Javascript	
Strutturazione della pagina web e fogli stile	
Come rendere interattiva una paginaweb o un'applicazione web-based	
<b>CMS e Strumenti</b>	
Principali CMS disponibili sul mercato e loro differenze	
Architettura delle informazioni, tassonomie, categorie, tag e ottimizzazione SEO	
Sviluppo sito web base	
Sviluppo e-commerce base	
<b>Componenti aggiuntivi</b>	
Definizione, utilizzo, dove si trovano e come si scelgono	
Configurazioni avanzate e customizzazioni	
<b>Preparazione all'esame finale</b>	
Ripasso generale ed esercitazioni sugli argomenti del corso	
<b>DIGITAL MARKETING</b>	
<b>Copywriting (creativo, persuasivo, SEO Oriented)</b>	<b>50</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>Data Analytics</b>	<b>42</b>
<b>Analisi dei dati</b>	
KPI e analisi quantitativa/qualitativa di un progetto digital	
Google Analytics base	
Impostare eventi e obiettivi su Google Analytics	
<b>Preparazione all'esame finale</b>	

Ripasso generale ed esercitazioni sugli argomenti del corso	
<b>Digital Soup - Altri canali di Marketing</b>	<b>40</b>
<b>Youtube video marketing e case history</b>	
Come si sceglie l'attrezzatura giusta in base all'obiettivo di Video Marketing	
Tecniche di ottimizzazione delle informazioni e pubblicazione	
<b>Email marketing: piattaforme principali e best practice</b>	
Differenti tipi di comunicazione email (email, newsletter, DEM)	
Come impostare una comunicazione email efficace	
<b>Altre soluzioni pubblicitarie (display, video, annunci personalizzati, DSP)</b>	
Linkedin Advertising: finalità dello strumento e pianificazione item	
Amazon Advertising: Sponsored Products, Brands e Stores	
Snapchat, Wechat e altri strumenti di comunicazione istantanea	
<b>Google Ads + Facebook Ads</b>	<b>40</b>
<b>Google Ads</b>	
SEA - Search Engine Advertising	
Google Display Network	
Remarketing Google	
<b>Facebook ads e Instagram Ads: come scegliere la giusta tipologia di campagna in base ai tuoi obiettivi</b>	
FB e Instagram Ads	
Come scegliere il target e la creatività più adatta alla tua campagna	
Consigli pratici per Facebook ads performanti	
<b>Local Marketing: Google Maps e Google My Business</b>	
Local advertising: tra SEO, SEA, Facebook Ads e Google My Business	
Come fare Local Marketing	
Esempi pratici e esercitazioni	
<b>Introduzione alla Digital Marketing Strategy</b>	<b>60</b>
<b>Legislazioni ambientali e incentivazioni economiche di settore</b>	
La normativa RAEE	
<b>Principali strumenti e tecniche di osservazione</b>	
L'impronta ambientale delle organizzazioni produttive in ambito IT	
I fattori che influiscono sulla sostenibilità dei processi	
Il monitoraggio degli asset IT in ottica di consumo energetico	
<b>Legame di causa/effetto delle azioni umane sull'ambiente</b>	
L'efficienza energetica delle soluzioni hardware e software utilizzate	
Buone prassi per l'utilizzo eco-compatibile delle tecnologie informatiche	
<b>Una visione globale del Digital Marketing (opportunità, criticità, strumenti e metodo)</b>	
Competitor analysis e preanalisi tecnica	
Gli strumenti per la preanalisi di un sito	
Gli strumenti per la preanalisi di un mercato	
<b>Strumenti a disposizione del Marketing digitale</b>	
Mappatura strumenti del digital marketer	
Le cose da sapere prima di partire	
Esempi pratici di applicazione degli strumenti	
<b>Analisi e ricerca</b>	
Ecosistema di riferimento	
Metodologia pratica per il reperimento di informazioni per le analisi	
Strumenti digitali per le analisi	
<b>Marketing automation</b>	<b>32</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>Marketing e Brand Positioning</b>	<b>40</b>
<b>Marketing</b>	

Mercato, consumatore e media digitali: il nuovo scenario di riferimento	
Comunicazione persuasiva	
Strumenti per esplorare il mercato	
<b>Brand positioning</b>	
Il rapporto tra marca e consumatore	
Le fasi di costruzione di un brand	
Identità, immagine e notorietà (Brand Identity, Brand Image, Brand Awareness)	
<b>Piani editoriali e content strategy</b>	<b>30</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>Ricerca e analisi qualitativa</b>	<b>40</b>
<b>Introduzione allo user-centered design</b>	
La ricerca qualitativa: definizione, tecniche e metodi di ricerca	
La ricerca qualitativa orientata al design	
<b>Tecniche di ricerca</b>	
L'interpretazione dei dati	
Realizzazione di un progetto di ricerca	
<b>SEO</b>	<b>30</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)	
<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>Social Media Management</b>	<b>30</b>
<b>Social media management: cos'è e come farlo al meglio</b>	
Facebook e il grafo sociale: come funziona il più grande social network al mondo	
Community Management nella terra di mezzo tra social e Digital PR	
<b>Storytelling</b>	
Storytelling: che cos'è, come funziona e come si struttura	
Storylistening: resta in ascolto come, quando e dove	
<b>Preparazione all'esame finale</b>	
Ripasso generale ed esercitazioni sugli argomenti del corso	
<b>DIGITAL MARKETING</b>	
<b>Project management</b>	<b>28</b>
<b>Project Management</b>	
Metodologie di sviluppo progettuale: Metodologia Agile	
Tecnica per l'implementazione della metodologia Agile: Scrum	
Come valutare l'andamento dell'esecuzione del progetto	
Definizione obiettivi, KPI e task management	
Strumenti di project-management e tracking	
Elementi di base di educazione finanziaria	
Cosa significa fare startup	
Il Business model Canvas, esempi di BM Canvas di successo e considerazioni	
Struttura organizzativa delle startup	
Variabili economico/numeriche della gestione	
Modello previsionale per le startup	
Service Design	
<b>Public speaking e relazione con il cliente</b>	<b>36</b>
<b>Public Speaking</b>	
Principali strumenti comunicativi e relazionali efficaci	
Tecniche di costruzione del discorso	



Le regole del successo: la gestione della comunicazione verbale e non verbale	
<b>Teamwork e Leadership</b>	<b>20</b>
<b>Team working</b>	
Definizione del proprio ruolo all'interno dei gruppi	
La comunicazione assertiva	
Come gestire il lavoro di gruppo attraverso la tecnica "sei cappelli per pensare"	
<b>Time management</b>	<b>20</b>
<b>Gestire il tempo</b>	
Il tempo e gli obiettivi individuali	
Il tempo ed il suo ruolo	
La nostra mente e la gestione del tempo	
Ridurre lo stress e l'ansia da prestazione	
<b>LABORATORI DIGITALI</b>	
<b>Laboratorio di ideazione - progettazione</b>	<b>30</b>
<b>Ideazione</b>	
Creare un prodotto multimediale	
Analisi della concorrenza e cross pollination	
Posizionamento e business model	
<b>Concept design</b>	
Progettare in teamwork un prodotto software	
Panoramica sugli aspetti tecnologici	
Presentation skills	
<b>Laboratorio di preparazione project work</b>	<b>18</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	
Presentazione finale	
<b>Laboratorio Integrato</b>	<b>30</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</b>	<b>42</b>
<b>Modalità di gestione delle risorse ambientali ed energetiche</b>	
Efficienza energetica	
Sfruttamento del Suolo	
Utilizzo sostenibile delle risorse idriche	
<b>Nuovi modelli di consumo e di mobilità a basso impatto ambientale</b>	
L'economia circolare	
Nuove forme di mobilità per le persone e le merci	
<b>Problematiche sociali e sanitarie</b>	
Impatto dell'inquinamento sulla salute dei cittadini	

<b>Principi di elaborazione testi</b>	
Elementi teorici e pratici di formattazione e struttura per l'elaborazione di Report di carattere tecnico-scientifico	
<b>Elementi di foglio elettronico</b>	
Elementi teorici e pratici di formattazione e struttura per l'elaborazione di fogli elettronici da utilizzare in contesti di project management al fine di elaborare piani di azione progettuali per garantire cronoprogrammi in coerenza fra l'organizzazione interna del contesto lavorativo e i requirements/desiderata della committenza	
<b>Elementi di presentazione multimediale</b>	
Elementi teorici e pratici di formattazione e struttura per l'elaborazione di presentazioni multimediali da utilizzare in contesti di project management al fine di elaborare pitch finali di progetto efficaci termini di comunicazione e presentazione degli output finali di progetto in coerenza ai requirements di alto livello, deliverables e risultati attesi	
<b>Self empowerment e team building</b>	
Attribuzione dei ruoli all'interno dei gruppi	
Analisi delle dinamiche interpersonali	
Valorizzazione delle proprie attitudini e capacità	
Bilancio finale	
<b>Agile Project Management Tools</b>	
Introduzione agli strumenti per la gestione di progetti (project management tools), focus sugli agile	
Metodologie di lavoro agile: kanban e scrum	
Focus su Jira:	
- Stories, tasks, bugs	
- Stime, story points	
- Board (TODO, IN PROGRESS, DONE)	
- Bitbucket	
- [opzionale] Confluence	
<b>Technical sessions</b>	
Definizione dei progetti	
Pianificazione delle attività	
Fase di sviluppo	
<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>Presentazione finale</b>	
Costruzione e presentazione della relazione di fine progetto	
<b>PROFESSIONALE</b>	
<b>Stage (Non a Bando)</b>	<b>630</b>
<b>Esame</b>	
<b>Esame (Non a Bando)</b>	<b>14</b>
<b>Ore Totali percorso</b>	<b>1.800</b>