

**ISTITUTO TECNOLOGICO SUPERIORE ACADEMY**  
**PER LE TECNOLOGIE DELLA INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE**  
**DEL PIEMONTE**

Sede legale: Torino, Piazza Carlo Felice 18

**OGGETTO: PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DI INCARICHI DI DOCENZA PER IL BIENNIO FORMATIVO 2025/2027 RELATIVO AL PROGRAMMA REGIONALE “PR FSE+ 2021/2027. BANDO REGIONALE PERCORSI E ATTIVITA’ DI ISTRUZIONE TECNOLOGICA SUPERIORE (ITS ACADEMY) (D.D. REGIONE PIEMONTE 454/A1513C/2025 DEL 31/07/2025).**

**CORSO “TECNICO SUPERIORE DIGITAL MEDIA SPECIALIST - DIGITAL STRATEGIST”**

**SUDDIVISA IN N. 24 LOTTI (UNITÀ FORMATIVE)**

## **1. PREMESSA**

---

L’Istituto Tecnologico superiore Academy per le Tecnologie della informazione e della comunicazione del Piemonte (nel seguito, “**Fondazione**”) intende espletare, con deliberazione del Consiglio di Amministrazione in data 21/10/2025, una procedura aperta a tutti i soggetti interessati, per l’affidamento di incarichi di docenza relativi al **Corso “TECNICO SUPERIORE DIGITAL MEDIA SPECIALIST - DIGITAL STRATEGIST”** nell’ambito dei Progetti Formativi biennali post-diploma gestiti dalla Fondazione per il Biennio Formativo 2025/2027, relativi al programma regionale PR FSE+ 2021/2027. Bando regionale percorsi e attività di istruzione tecnologica superiore (ITS Academy) D.D. REGIONE PIEMONTE 454/A1513C/2025 DEL 31/07/2025.

Si evidenzia che alla data di pubblicazione del presente Avviso, il processo di approvazione per il finanziamento dei corsi ITS del biennio formativo 2025/2027, avviato da Regione Piemonte mediante apposito atto D.D. REGIONE PIEMONTE 454/A1513C/2025 DEL 31/07/2025 è attualmente in corso.

La Fondazione si riserva di ritirare in tutto o in parte la procedura in caso di mancato finanziamento per qualsiasi motivo, o di esito negativo della valutazione didattica dei Percorsi Formativi da parte della Regione Piemonte, oppure per sopravvenute ragioni di natura didattica od organizzativa il cui apprezzamento è rimesso alla sua esclusiva competenza, senza che i concorrenti possano vantare alcuna pretesa.

La presente procedura è disciplinata in via esclusiva dalle disposizioni contenute nel presente Bando e nei relativi allegati che si ispirano all’applicazione dei principi generali dell’evidenza pubblica come richiamati dal Bando Regionale PR FSE+ 2021/2027. Alla medesima procedura non si applica la disciplina del Codice dei Contratti Pubblici (d.lgs. n. 36/23), se non limitatamente alle disposizioni espressamente richiamate, in quanto non imposta dal suddetto Bando Regionale. Al solo fine di garantire la massima trasparenza e pubblicità della procedura, in ragione della specificità delle attività di docenza da affidare, nonché l’efficienza e tracciabilità di ogni fase, la presente procedura è sottoposta all’acquisizione del CIG e gestita attraverso la piattaforma telematica “Traspare”.

## **2. OGGETTO E LOTTI**

---

### **2.1. Suddivisione in Lotti.**

Gli incarichi oggetto della procedura di selezione si riferiscono al **Corso “TECNICO SUPERIORE DIGITAL MEDIA SPECIALIST - DIGITAL STRATEGIST”**, composto dalle Unità Formative indicate nella successiva Tabella 1. Ciascuna Unità Formativa rappresenta un **Lotto** in cui è suddivisa la procedura. Nella Tabella, per ciascun Lotto (Unità Formativa) è indicata altresì la sede della Fondazione in cui si terrà l’insegnamento.

Tabella 1 - Lotti (Unità Formative)

| LOTTO (Unità Formativa)                                          | SEDE                      |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1. Advanced Data Management and Digital Analytics                | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 2. Content Strategy e Piani Editoriali                           | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 3. Copyright e norme giuridiche del mondo digitale               | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 4. Copywriting & Storytelling                                    | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 5. Design Thinking 4.0                                           | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 6. Digital Advertising (Google Ads & Social Media Ads)           | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 7. Digital Marketing Strategy e Brand Positioning                | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 8. E-commerce & Strategie Omnicanale                             | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 9. Graphic Design & Video Editing                                | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 10. Intelligenza Artificiale Generativa per il Marketing         | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 11. Laboratorio di preparazione project work                     | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 12. Laboratorio integrato                                        | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 13. Learning by Project - Soft Skill                             | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 14. Learning by Project - Tech                                   | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 15. Marketing Automation & CRM                                   | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 16. Orientamento al lavoro                                       | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 17. Percorso di sviluppo Soft-Skill - Project & Time Management  | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 18. Percorso di sviluppo Soft-Skill - Public Speaking e Teamwork | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 19. Ricerche di Mercato e Consumer Insights                      | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 20. SEO & Posizionamento Web                                     | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 21. Sicurezza sul lavoro                                         | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 22. Social Media & Community Management                          | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 23. User Experience Design & CRO                                 | TORINO - Via Bligny. 18/l |
| 24. Web standard e CMS                                           | TORINO - Via Bligny. 18/l |

Ogni concorrente ha facoltà di presentare candidatura **per uno o più Lotti (Unità Formative)**.

Del pari, ogni concorrente che abbia presentato candidatura per uno o più Lotti (Unità Formative) della presente procedura ha facoltà di concorrere anche **in una o più delle ulteriori procedure di selezione docenti** indette dalla Fondazione, relative a Corsi diversi, sempre nel contesto dei Progetti Formativi biennali post-diploma della Fondazione per il Biennio Formativo 2025/2027.

In caso di affidamento dell'incarico di docenza al medesimo concorrente per più Lotti (Unità Formative), **resta ferma la sua facoltà di rinunciare all'affidamento per uno o più dei Lotti**, secondo la disciplina contenuta al successivo articolo 16.

## **2.2. Descrizione dell'attività.**

L'**attività di docenza** consiste nel trasferimento di contenuti e metodi finalizzati a permettere l'acquisizione delle competenze e delle informazioni previste in relazione all'Unità Formativa.

L'attività deve essere svolta in conformità al **"Piano Didattico Percorsi Formativi 2025/2027"** e al **"GANTT del Piano di Studi"** relativi all'Unità Formativa pertinente, allegati al presente Bando Resta fermo che i GANTT sono indicativi e possono subire modificazioni durante il Biennio Formativo per esigenze didattico-organizzative.

Il **luogo di esecuzione** è la sede della Fondazione della città indicata per ciascuna Unità Formativa nella precedente Tabella 1, fatte salve le attività che per ragioni tecnico-organizzative debbano essere svolte presso terzi su indicazione della Fondazione o in accordo con questa.

La più compiuta descrizione degli elementi essenziali dell'attività di docenza, delle sue modalità di esecuzione, nonché delle obbligazioni che ne scaturiscono, è contenuta negli allegati al presente Bando.

Con la presentazione della candidatura si intendono accettate, senza condizione o riserva alcuna, ed anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1341 cod. civ., tutte le clausole e le condizioni riportate nei sopraindicati documenti della procedura.

---

### 3. AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE E RESPONSABILE UNICO DEL PROGETTO

L'Amministrazione Aggiudicatrice è l'Istituto Tecnologico superiore Academy per le Tecnologie della informazione e della comunicazione del Piemonte, con sede legale in Torino, piazza Carlo Felice n. 18, codice fiscale 97734430016, partita iva 10600860018, **sito istituzionale** [www.its-ictpiemonte.it](http://www.its-ictpiemonte.it).

Il **Responsabile Unico del Progetto** (R.U.P.) è Giulio Genti

### 4. PUBBLICITA'

Il presente bando è pubblicato sul sito istituzionale della Fondazione, nella sezione "Avvisi Pubblici" e sulla piattaforma telematica Traspare.

---

### 5. CHIARIMENTI

**5.1.** È possibile ottenere chiarimenti sulla procedura mediante la proposizione di quesiti scritti da inviare mediante la piattaforma Traspare non oltre 7 (sette) giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle candidature, e segnatamente **entro le ore 15:00 del giorno 31/10/2025**. Le risposte alle richieste presentate in tempo utile sono fornite dalla Fondazione almeno 3 (tre) giorni prima della scadenza del termine di presentazione delle candidature, e così entro il **04/11/2025**, mediante pubblicazione sul sito istituzionale della Fondazione, nella sezione dedicata, omettendo ogni riferimento al richiedente.

**5.2.** La Fondazione dà risposta alle richieste di chiarimenti inerenti alle modalità di presentazione delle candidature e ai documenti della procedura.

**5.3.** La presentazione della candidatura equivale a dichiarazione di presa conoscenza delle richieste di chiarimenti e delle relative risposte, nonché di accettazione del loro contenuto, il quale ha valore integrativo dei documenti della procedura.

---

### 6. DURATA E VALORE STIMATO

#### 6.1. Durata.

L'incarico di docenza verrà espletato nel Biennio Formativo 2025/2027, il cui termine è previsto per il 31/08/2027.

Per ciascun Lotto (Unità Formativa) è previsto il numero massimo di ore di docenza assegnabili, indicato nella successiva Tabella 2.

Il numero massimo di ore non costituisce promessa di assegnazione integrale delle medesime, nel senso che, in caso di modificazione della programmazione per motivate esigenze didattico-organizzative, la Fondazione si riserva una loro riduzione, anche in corso di esecuzione degli incarichi, con obbligo dei docenti di adeguarsi alle modificazioni, senza che i docenti incaricati possano perciò vantare diritti o pretese a titolo di compenso, risarcimento, indennizzo, rimborso costi, o a qualsiasi altro titolo.

Altresì la Fondazione si riserva un aumento delle ore di docenza relative a una o più Unità Formative, con assegnazione di quelle eccedenti al di fuori della presente procedura, anche mediante chiamata diretta di esperti di chiara fama o professionisti altamente qualificati o riconosciuti nel settore, o comunque di persone qualificate, osservate le norme vigenti.

#### 6.2. Valore stimato.

Il compenso è stabilito per ogni ora di docenza. È **fisso e non oggetto di ribasso in sede di candidatura**, essendo stabilito sulla base dei seguenti parametri definiti in via generale dalla Fondazione:

- Fascia A: Unità Formative dedicate all'insegnamento delle Competenze Tecniche specialistiche verticali sui percorsi di formazione: € 60,00 / ora;
- Fascia B: Unità Formative dedicate all'insegnamento delle Competenze Trasversali e Tecniche: € 50,00 / ora.

Gli importi sono da intendersi lordi, comprensivi della rivalsa previdenziale se dovuta, oltre IVA.

La Fascia in cui rientra ciascun Lotto (Unità Formativa) è indicata nella successiva Tabella 2.

Tabella 2 - Ore massime previste e compenso lordo orario per ciascun Lotto

| LOTTO (Unità Formativa)                                          | SEDE   | Ore massime (sul Biennio Formativo) | Fascia | Compenso lordo orario | Compenso lordo totale stimato (sul Biennio Formativo) |
|------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------|--------|-----------------------|-------------------------------------------------------|
| 1. Advanced Data Management and Digital Analytics                | TORINO | 100                                 | A      | 60,00 €               | 6.000,00 €                                            |
| 2. Content Strategy e Piani Editoriali                           | TORINO | 60                                  | A      | 60,00 €               | 3.600,00 €                                            |
| 3. Copyright e norme giuridiche del mondo digitale               | TORINO | 20                                  | B      | 50,00 €               | 1.000,00 €                                            |
| 4. Copywriting & Storytelling                                    | TORINO | 60                                  | A      | 60,00 €               | 3.600,00 €                                            |
| 5. Design Thinking 4.0                                           | TORINO | 20                                  | A      | 60,00 €               | 1.200,00 €                                            |
| 6. Digital Advertising (Google Ads & Social Media Ads)           | TORINO | 60                                  | A      | 60,00 €               | 3.600,00 €                                            |
| 7. Digital Marketing Strategy e Brand Positioning                | TORINO | 90                                  | A      | 60,00 €               | 5.400,00 €                                            |
| 8. E-commerce & Strategie Omnicanale                             | TORINO | 40                                  | A      | 60,00 €               | 2.400,00 €                                            |
| 9. Graphic Design & Video Editing                                | TORINO | 60                                  | A      | 60,00 €               | 3.600,00 €                                            |
| 10. Intelligenza Artificiale Generativa per il Marketing         | TORINO | 68                                  | A      | 60,00 €               | 4.080,00 €                                            |
| 11. Laboratorio di preparazione project work                     | TORINO | 18                                  | A      | 60,00 €               | 1.080,00 €                                            |
| 12. Laboratorio integrato                                        | TORINO | 30                                  | A      | 60,00 €               | 1.800,00 €                                            |
| 13. Learning by Project - Soft Skill                             | TORINO | 14                                  | A      | 60,00 €               | 840,00 €                                              |
| 14. Learning by Project - Tech                                   | TORINO | 28                                  | A      | 60,00 €               | 1.680,00 €                                            |
| 15. Marketing Automation & CRM                                   | TORINO | 68                                  | A      | 60,00 €               | 4.080,00 €                                            |
| 16. Orientamento al lavoro                                       | TORINO | 20                                  | B      | 50,00 €               | 1.000,00 €                                            |
| 17. Percorso di sviluppo Soft-Skill - Project & Time Management  | TORINO | 40                                  | B      | 50,00 €               | 2.000,00 €                                            |
| 18. Percorso di sviluppo Soft-Skill - Public Speaking e Teamwork | TORINO | 40                                  | B      | 50,00 €               | 2.000,00 €                                            |
| 19. Ricerche di Mercato e Consumer Insights                      | TORINO | 30                                  | A      | 60,00 €               | 1.800,00 €                                            |
| 20. SEO & Posizionamento Web                                     | TORINO | 50                                  | A      | 60,00 €               | 3.000,00 €                                            |
| 21. Sicurezza sul lavoro                                         | TORINO | 8                                   | B      | 50,00 €               | 400,00 €                                              |
| 22. Social Media & Community Management                          | TORINO | 60                                  | A      | 60,00 €               | 3.600,00 €                                            |
| 23. User Experience Design & CRO                                 | TORINO | 50                                  | A      | 60,00 €               | 3.000,00 €                                            |
| 24. Web standard e CMS                                           | TORINO | 40                                  | A      | 60,00 €               | 2.400,00 €                                            |
| <b>TOTALE</b>                                                    |        | <b>1.074</b>                        |        |                       | <b>63.160 €</b>                                       |

## 7. TERMINE E MODALITÀ DI INVIO DELLE CANDIDATURE

---

Le candidature devono essere inviate tramite la piattaforma “Traspare”, a pena di non ammissione, entro il **termine delle ore 15:00 del giorno 07/11/2025**.

Possono partecipare alla presente procedura tutti i soggetti registrati e abilitati alla sopra indicata piattaforma.

Per procedere alla registrazione e all’abilitazione è necessario accedere attraverso il seguente link di accesso <https://its-ictpiemonte.traspare.com/> selezionare “ACCEDI” e scegliere l’accesso sulla base della natura giuridica del soggetto interessato.

Per partecipare alla procedura, si consiglia di consultare il manuale operativo inserito tra gli allegati pubblicati all’interno della piattaforma. Il manuale di registrazione è scaricabile al seguente link: <https://its-ictpiemonte.traspare.com/>.

## 8. SOGGETTI AMMESSI A PARTECIPARE

---

Sono ammesse la Partecipazione personale e la Partecipazione d’impresa.

Si intende per Partecipazione personale la partecipazione di persone fisiche, dotate o meno di partita iva, che concorrono come docenti.

Si intende per Partecipazione d’impresa la partecipazione di operatori economici di cui all’art. 65, co. 1 e 2, D.Lgs. n. 36/2023 (es. società o altri enti, anche non organizzati in forma di impresa, ovvero professionisti o imprenditori individuali) che candidano come docenti uno o più dei propri dipendenti, soci o amministratori o, in caso di professionisti o imprenditori individuali, uno o più dei propri dipendenti, ai sensi dell’art. 65, co. 3, D.Lgs. n. 36/2023. In tal caso, l’operatore economico in qualità di affidatario si assume tutte le obbligazioni contrattuali e il diritto di percepire il compenso, e anche il candidato docente si obbliga personalmente verso la Fondazione ad adempiere a tutti gli impegni relativi allo svolgimento dell’attività didattica.

Non è ammessa la partecipazione della stessa persona fisica alla procedura in entrambe le forme sopra indicate (Partecipazione personale e candidato in una Partecipazione d’impresa). In tal caso, prevale l’ultima candidatura presentata in ordine di tempo.

## 9. REQUISITI DI ORDINE GENERALE E SPECIALE

---

### 9.1. Requisiti di ordine generale.

I concorrenti, a pena di esclusione, devono essere in possesso dei seguenti requisiti di ordine generale:

assenza di cause di esclusione di cui agli artt. 94 e 95 d.lgs. n. 36/2023, salvo che ricorrano le circostanze di cui all’art. 96, co. 2 e seguenti, del medesimo decreto legislativo.

In caso di Partecipazione d’impresa, i requisiti di ordine generale devono essere posseduti anche dai dipendenti, soci o amministratori candidati dal concorrente come docenti. Il difetto di tali requisiti in capo a uno o più dei candidati non inficia la validità della candidatura del concorrente rispetto agli altri candidati, salvo che si tratti di cause di esclusione che per legge si estendono al concorrente (art. 94, co. 3 e 4, d.lgs. n. 36/2023).

I requisiti di ordine generale devono essere posseduti alla data di presentazione della candidatura ed essere mantenuti fino alla stipulazione del contratto e per tutta la sua durata.

### 9.2. Requisiti di ordine speciale.

I concorrenti, a pena di esclusione, devono essere in possesso dei requisiti di ordine speciale previsti dal presente articolo.

#### 9.2.1. Requisiti di idoneità professionale.

*(solo in caso di impresa)* Il concorrente che sia un’impresa deve essere in possesso, alla data di presentazione della candidatura, dell’iscrizione nel registro della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, o nel registro delle commissioni provinciali per l’artigianato, o ancora, in caso di concorrente di altro Stato membro non residente in Italia, in uno dei registri professionali o commerciali di cui all’Allegato II.11, D.Lgs. n. 36/2023.

### 9.2.2. Requisiti di capacità tecnica e professionale.

Il concorrente, in caso di Partecipazione personale, oppure ciascun dipendente, socio o amministratore candidato come docente in caso di Partecipazione d'impresa, deve possedere alla data di presentazione della candidatura **uno o più dei seguenti requisiti di capacità tecnica e professionale**, riferiti all'insegnamento della materia oggetto dell'Unità Formativa o delle Unità Formative per cui concorre:

- esperienza di docenza pregressa di almeno 3 (tre) anni coerente con l'insegnamento della materia, acquisita nell'ambito del sistema educativo di istruzione e di formazione italiano, pubblico o privato (purché presso organizzazioni riconosciute), ovvero maturata in sistemi analoghi di altri Paesi purché risulti l'equipollenza con il sistema italiano;
- almeno 5 (cinque) anni di esperienza in un settore professionale o produttivo coerente con l'insegnamento della materia;
- laurea coerente con l'insegnamento della materia.

In caso di partecipazione a più Lotti (Unità Formative), il difetto di requisiti di capacità tecnica e professionale in relazione a uno o più Lotti non inficia la validità della candidatura rispetto agli altri.

Inoltre, in caso di Partecipazione d'impresa, il difetto di requisiti di capacità tecnica e professionale in capo a uno o più dei dipendenti, soci o amministratori candidati come docenti non inficia la validità della candidatura del concorrente rispetto agli altri candidati.

### 9.3. Fascicolo Virtuale Operatore Economico

Con la partecipazione alla procedura i concorrenti autorizzano Fondazione a consultare il Fascicolo Virtuale dell'Operatore Economico (F.V.O.E.) per la verifica dei requisiti di cui ai punti 9.1. e 9.2.

## 10. CONTENUTO, SOTTOSCRIZIONE, MODALITÀ E TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE CANDIDATURE

---

### 10.1 Contenuto della candidatura.

La candidatura si compone dei seguenti documenti:

- la **Domanda di partecipazione (Allegato "A")** corredata dalle dichiarazioni relative ai requisiti necessari ai fini dell'ammissione (**datata e firmata digitalmente**);
- il **Curriculum vitae (datato e firmato digitalmente)**;

La domanda di partecipazione dovrà essere redatta secondo il **modello allegato** al presente Bando, ad eccezione del *Curriculum vitae*, da redigersi a cura del concorrente o candidato, preferibilmente in formato europeo, il tutto come meglio precisato nel seguito.

Inoltre, **tali documenti devono essere datati e firmati digitalmente.**

#### 10.1.1. Domanda di partecipazione.

La Domanda di partecipazione, redatta secondo l'Allegato "A", contiene le informazioni sul concorrente, l'indicazione del Lotto o dei Lotti (Unità Formative) ai quali intende partecipare, e le dichiarazioni rese ai sensi del D.P.R. n. 445/2000 circa la sussistenza dei requisiti di ordine generale, di idoneità professionale (in caso di imprese) e di capacità tecnica e professionale. Il documento deve essere **firmato digitalmente dal concorrente e, in caso di Partecipazione d'impresa, anche dai dipendenti, soci o amministratori candidati come docenti.**

#### 10.1.2. Curriculum vitae.

Il *Curriculum Vitae*, contenente le informazioni sui titoli e sulle esperienze che il concorrente o il candidato possiede, **deve essere redatto, preferibilmente in formato europeo (<http://europass.cedefop.europa.eu/>)**, a cura del concorrente, o, in caso di Partecipazione d'impresa, a cura di ciascun dipendente, socio o amministratore candidato come docente.

Il *Curriculum Vitae* deve essere **datato e firmato digitalmente da chi lo presenta.**

**N.B.** Il *Curriculum Vitae* è un elemento della candidatura, quindi la sua **assenza** non può essere sanata con il soccorso istruttorio e determina l'**assegnazione di zero punti** in fase di valutazione della candidatura.

**N.B.** Si raccomanda di dare atto nel Curriculum del possesso dei titoli e delle esperienze utili ai fini della sua valutazione, indicate partitamente al successivo articolo 12.2, Tabella 3, lettera A.

## 10.2. Sottoscrizione della candidatura.

La sottoscrizione deve essere **apposta su ciascuno dei documenti costituenti la candidatura di cui al precedente articolo 10.1, dai soggetti ivi individuati.**

Se il concorrente è un ente, la sottoscrizione deve essere apposta dal legale rappresentante o da un altro soggetto dotato dei necessari poteri (es. procuratore generale o speciale) e dal candidato docente.

**La sottoscrizione è apposta con firma digitale, preferibilmente in formato PAdES. Non si accetteranno documenti sottoscritti con la CIE.**

## 10.3. Modalità di presentazione della candidatura.

La candidatura, completa di tutti i documenti indicati al precedente articolo 10.1, debitamente compilati e sottoscritti ai sensi del presente articolo, deve essere **trasmessa tramite Traspare, entro i termini indicati nel paragrafo successivo.**

Non sono valide le candidature presentate con canali diversi.

Con la presentazione della candidatura, il concorrente elegge domicilio presso l'indirizzo di posta elettronica certificata indicato della Domanda di partecipazione o, in difetto, presso quello utilizzato per la partecipazione alla procedura (**domicilio digitale eletto**) e accetta che la Fondazione trasmetta al suddetto domicilio digitale le comunicazioni inerenti alla procedura.

## 10.4. Termine di presentazione delle candidature.

Le candidature devono essere presentate tassativamente entro e non oltre

**le ore 15 :00 del giorno 07/11/2025**

Le candidature pervenute oltre tale termine non sono prese in considerazione.

**Sino alla scadenza del termine di presentazione delle candidature, è consentito sostituire la candidatura**, trasmettendone un'altra e precisando che **LA CANDIDATURA SOSTITUISCE LA PRECEDENTE.**

È fatto salvo, inoltre, il ritiro della candidatura disciplinato al successivo articolo 16.

Resta fermo che, qualora non si raggiungesse un numero adeguato di candidature, o sopravvenissero motivate esigenze didattico-organizzative, la Fondazione si riserva di posticipare il termine di presentazione delle candidature, dandone pubblicità nelle stesse forme previste nel Bando.

## 11. SOCCORSO ISTRUTTORIO

---

La Fondazione assegna un termine per integrare ogni elemento mancante nella documentazione trasmessa nel termine di presentazione delle candidature, o per sanare ogni omissione, inesattezza o irregolarità della documentazione medesima, indicando il contenuto e i soggetti che devono provvedere.

Il concorrente che non adempie alla richiesta nel termine è **escluso** dalla procedura. Ove però il concorrente produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, la Fondazione può chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitati alla documentazione presentata in fase di soccorso istruttorio, fissando un termine a pena di esclusione.

Non sono comunque sanabili le omissioni, inesattezze e irregolarità che rendono assolutamente incerta l'identità del concorrente.

## 12. CRITERIO DI AFFIDAMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA CANDIDATURA

---

### 12.1 Criterio di affidamento.

Essendo il compenso per ogni ora di docenza fisso e non oggetto di ribasso (precedente articolo 6.2), ciascun Lotto (Unità Formativa) è affidato al concorrente che ottenga il maggior punteggio, espresso in centesimi, sulla base dei criteri qualitativi di valutazione della candidatura indicati nel seguito.

### 12.2. Criteri di valutazione della candidatura.

Il punteggio della candidatura è attribuito in modo discrezionale sulla base dei criteri e sotto-criteri di valutazione elencati nella sottostante Tabella 3, con la relativa ripartizione dei punteggi.

Tabella 3 - Criteri e punteggi di valutazione della candidatura

| CRITERI DI VALUTAZIONE                               | PUNTI MAX  | SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE                                                                                                                                                                                                                                                  | PUNTI MAX |
|------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>A. Curriculum Vitae</b>                           | <b>40</b>  | A.1. Titolo di studio conseguito                                                                                                                                                                                                                                            | <b>10</b> |
|                                                      |            | A.2. Master o corsi di specializzazione coerenti con la materia dell'Unità Formativa                                                                                                                                                                                        | <b>4</b>  |
|                                                      |            | A.3. Esperienza lavorativa nel settore                                                                                                                                                                                                                                      | <b>12</b> |
|                                                      |            | A.4. Esperienza di docenza                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>10</b> |
|                                                      |            | A.5. Esperienza di docenza coerente con la materia dell'Unità Formativa (da cumularsi con il sub-criterio A.4)                                                                                                                                                              | <b>4</b>  |
| <b>B. Colloquio motivazionale e di presentazione</b> | <b>60</b>  | B.1. "Competenze in esito" Adeguatezza e completezza delle competenze e delle conoscenze che il candidato intende far raggiungere agli allievi al termine dell'Unità Formativa                                                                                              | <b>10</b> |
|                                                      |            | B.2. "Progettazione delle attività didattiche" – Strutturazione didattica con analisi degli obiettivi e degli argomenti che il candidato intende far raggiungere agli allievi durante lo svolgimento dell'Unità Formativa                                                   | <b>15</b> |
|                                                      |            | B.3. "Modalità di valutazione proposte" – Modalità di valutazione che il Docente intende utilizzare in relazione all'Unità Formativa al fine di verificare il raggiungimento effettivo delle competenze in coerenza con gli obiettivi formativi del percorso.               | <b>7</b>  |
|                                                      |            | B.4 "Efficacia delle metodologie e risorse da utilizzare" - Adeguatezza, completezza e coerenza delle proposte metodologiche delle principali attività d'aula che il candidato intende svolgere in relazione all'Unità Formativa (lezioni frontale, attività pratiche, ...) | <b>10</b> |
|                                                      |            | B.5. Motivazione all'insegnamento                                                                                                                                                                                                                                           | <b>10</b> |
|                                                      |            | B.6. Tecniche di comunicazione verbale e non verbale                                                                                                                                                                                                                        | <b>8</b>  |
| <b>TOTALE</b>                                        | <b>100</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                             |           |

**Il Colloquio motivazionale e di presentazione è unico** anche nel caso in cui il concorrente o candidato partecipi per più Lotti (Unità Formative).

Sono previste soglie minime di sbarramento, nel senso che è escluso il concorrente o candidato che non raggiunga il punteggio minimo previsto nel seguito per uno o più dei criteri di valutazione:

- Curriculum vitae: punteggio inferiore a 10 punti.
- Colloquio motivazionale e di presentazione: punteggio inferiore a 35 punti.

### 13. COMMISSIONE GIUDICATRICE

---

La commissione giudicatrice è nominata dalla Fondazione dopo la scadenza del termine di presentazione delle candidature ed è composta da una figura professionale interna alla Fondazione, da un esperto del settore professionale o produttivo di riferimento e da un docente della scuola esperto di metodologie didattiche.

In capo ai commissari non devono sussistere cause ostative alla nomina ai sensi dell'art. 93, co. 5, d.lgs. n. 36/2023. A tal fine, i medesimi rilasciano apposita dichiarazione alla Fondazione, resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000.

La Fondazione pubblica sul proprio sito istituzionale, nella sezione dedicata, la composizione della commissione giudicatrice e i *curricula* dei componenti.

La commissione può riunirsi con modalità telematiche che salvaguardino la riservatezza delle comunicazioni.

### 14. SVOLGIMENTO DELLE OPERAZIONI DI GARA

---

All'esito delle verifiche e della procedura di soccorso istruttorio, il R.U.P. propone agli organi competenti della Fondazione l'adozione degli eventuali provvedimenti di esclusione dei concorrenti o candidati, e provvede alla loro pubblicazione per estratto sul sito istituzionale della Fondazione, nella sezione dedicata, comunicandoli altresì ai concorrenti esclusi tramite Traspare entro cinque giorni dall'adozione.

La prosecuzione della procedura è limitata ai soli concorrenti ammessi.

In una o più sedute riservate la commissione giudicatrice procede per ciascun Lotto all'esame e alla valutazione dei *Curricula Vitae*, nonché, a seguire, svolge i Colloqui motivazionali e di presentazione e assegna i relativi punteggi.

La Fondazione si riserva la possibilità di far sottoporre alla Commissione giudicatrice l'esame e la valutazione di singoli lotti in modo scaglionato e con tempistiche diverse.

**La data, l'ora e il luogo dei Colloqui sono comunicati agli interessati almeno 3 (tre) giorni prima del loro svolgimento. Per sopravvenute ragioni di urgenza, che rendano impossibile il rispetto del termine minimo di cui sopra, è ammessa la riduzione di detto termine.**

All'esito delle operazioni di cui sopra, la commissione giudicatrice redige le graduatorie. Nel caso in cui in un Lotto le candidature di due o più concorrenti o candidati ottengano lo stesso punteggio complessivo, ma punteggi parziali differenti, è collocato primo in graduatoria il concorrente o candidato che abbia ottenuto il maggior punteggio per il Colloquio motivazionale e di presentazione; in caso di ulteriore parità, quello che abbia ottenuto il maggior punteggio per il *Curriculum Vitae*; in caso di ulteriore parità, quello che abbia ottenuto il maggior punteggio nel sub-criterio "esperienza lavorativa nel settore". Nel caso di parità di tutti i punteggi parziali, è collocato primo il concorrente o candidato più giovane in età.

Con la redazione delle graduatorie di ciascun Lotto la commissione chiude le operazioni e trasmette al R.U.P. le graduatorie medesime unitamente a tutti gli atti e i documenti, ai fini dei successivi adempimenti.

Le graduatorie sono pubblicate per estratto sul sito istituzionale della Fondazione, nella sezione dedicata al Bando.

### 15. AFFIDAMENTO

---

Sulla base delle graduatorie, Fondazione adotta il provvedimento di aggiudicazione individuando per ciascun Lotto il/i docente/i affidatario/i degli incarichi.

L'affidamento è comunicato a ciascun affidatario al domicilio digitale eletto e si perfeziona attraverso la piattaforma di approvvigionamento digitale TRASPARE della Fondazione (nel seguito, la "**Piattaforma**").

Nei confronti degli affidatari delle attività di docenza sarà attivata la verifica dei requisiti autodichiarati in gara tramite il FVOE e laddove tali requisiti non fossero confermati si provvederà alla revoca dell'affidamento.

Resta fermo che, qualora in relazione a uno o più Lotti (Unità Formative) nessuna candidatura dovesse risultare conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto, la Fondazione si riserva la facoltà di non procedere all'affidamento, senza che i concorrenti o candidati possano vantare diritti o aspettative di sorta.

## 16. RITIRO DELLA CANDIDATURA E RINUNCIA ALL’AFFIDAMENTO

---

### 16.1 Ritiro della candidatura.

Prima della comunicazione di affidamento di cui al precedente articolo 15, è ammesso il ritiro della candidatura, comunicandolo alla Fondazione a mezzo PEC all’indirizzo [docenti-its-ictpiemonte@pec.it](mailto:docenti-its-ictpiemonte@pec.it).

I docenti primi in graduatoria per più Unità Formative, considerando anche le ulteriori procedure di selezione indette dalla Fondazione per Corsi diversi, hanno facoltà di rinunciare all’incarico per uno o più Lotti (Unità Formative), comunicandolo alla Fondazione entro il terzo giorno successivo alla pubblicazione delle graduatorie di cui al precedente articolo 14.

La mancata partecipazione ingiustificata al Colloquio motivazionale e di presentazione vale come ritiro.

In difetto di rinuncia conforme a quanto sopra previsto, l’affidatario è tenuto alla sottoscrizione del contratto ed all’esatta esecuzione di tutti gli incarichi a lui conferiti.

### 16.2 Rinuncia all’affidamento

Dopo l’aggiudicazione, l’affidatario di ciascun lotto ha facoltà di rinunciare all’incarico, comunicandolo alla Fondazione a mezzo PEC all’indirizzo [docenti-its-ictpiemonte@pec.it](mailto:docenti-its-ictpiemonte@pec.it).

La rinuncia all’affidamento dopo la pubblicazione della graduatoria è ammessa nel caso in cui sussistano giustificati e comprovati motivi.

## 17. OBBLIGHI DI TRACCIABILITÀ’ DEI FLUSSI FINANZIARI

---

Il contratto è soggetto agli obblighi in materia di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all’art. 3, Legge n. 136/2010.

Il contraente deve comunicare alla Fondazione gli estremi identificativi dei conti correnti bancari o postali dedicati, con l’indicazione del servizio a cui sono dedicati, le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare sugli stessi, nonché ogni modificazione relativa ai dati trasmessi, nei termini previsti dalla legge.

Il mancato adempimento agli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari relativi al contratto comporta la sua risoluzione di diritto.

## 18. DEFINIZIONE DELLE CONTROVERSIE

---

Per tutte le controversie relative alla validità, interpretazione, esecuzione, o risoluzione del contratto che non dovessero risolversi in via bonaria è competente esclusivamente il Foro di Torino, salva la giurisdizione del Giudice Amministrativo.

Nel contratto non è inclusa alcuna clausola compromissoria.

## 19. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

---

"I dati raccolti saranno trattati da ITS ACADEMY ICT PIEMONTE quale responsabile del trattamento della Giunta Regionale, secondo quanto indicato nell’infomativa di cui all’**Allegato "B"** di questo Bando".

Torino, 22/10/2025

Il Presidente

---

### Allegati:

- 1) Allegato “A” - Domanda di partecipazione (da firmare digitalmente);
- 2) Allegato “B” - Informativa sul trattamento dei dati personali (da firmare digitalmente);
- 3) Allegato “C” - “Piani Didattici Percorsi Formativi 2025/2027”;
- 4) Allegato “D” - “GANTT del Piano di Studi”.

**ISTITUTO TECNOLOGICO SUPERIORE ACADEMY**  
**PER LE TECNOLOGIE DELLA INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE**  
**DEL PIEMONTE**

Sede legale: Torino, Piazza Carlo Felice 18

**ALLEGATO "A"**

**DOMANDA DI PARTECIPAZIONE**

Alla Spett.le Fondazione Istituto Tecnologico Superiore  
Academy per le Tecnologie della Informazione  
e della Comunicazione  
Sede legale: Torino, Piazza Carlo Felice n. 18

**OGGETTO: PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DI INCARICHI DI DOCENZA PER IL BIENNIO FORMATIVO 2025/2027 RELATIVO AL PROGRAMMA REGIONALE “PR FSE+ 2021/2027. BANDO REGIONALE PERCORSI E ATTIVITA’ DI ISTRUZIONE TECNOLOGICA SUPERIORE (ITS ACADEMY) (D.D. REGIONE PIEMONTE 454/A1513C/2025 DEL 31/07/2025).**

**PERCORSO FORMATIVO “Tecnico superiore Digital Media Specialist – DIGITAL STRATEGIST”**

Il sottoscritto **(compilare)** \_\_\_\_\_, nato/a a \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) il  
\_\_\_\_\_, residente in \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_), via \_\_\_\_\_, n. \_\_\_\_\_, CAP  
\_\_\_\_\_, codice fiscale \_\_\_\_\_, nella sua qualità di **(fleggare l'ipotesi pertinente):**

- ☐ Persona fisica
- ☐ Titolare **(es. impresa individuale, professionista singolo)** di \_\_\_\_\_, con  
sede legale in \_\_\_\_\_, via \_\_\_\_\_, P.IVA \_\_\_\_\_
- ☐ Legale rappresentante **(es. amministratore unico o amministratore delegato di società)** della  
società \_\_\_\_\_, con sede legale in  
\_\_\_\_\_, via \_\_\_\_\_, P.IVA \_\_\_\_\_
- ☐ Procuratore speciale della società \_\_\_\_\_, con sede legale in  
\_\_\_\_\_, via \_\_\_\_\_, P.IVA \_\_\_\_\_
- ☐ Altro \_\_\_\_\_ soggetto \_\_\_\_\_ munito \_\_\_\_\_ di \_\_\_\_\_ poteri \_\_\_\_\_ di \_\_\_\_\_ rappresentanza \_\_\_\_\_ della  
società \_\_\_\_\_, con sede legale in  
\_\_\_\_\_, via \_\_\_\_\_, P.IVA \_\_\_\_\_

Intervento realizzato da

## CHIEDE DI PARTECIPARE

alla procedura aperta indicata in oggetto, nella seguente forma:

*(barrare l'ipotesi pertinente tra Partecipazione personale e Partecipazione d'impresa)*

Non è ammessa la partecipazione della stessa persona fisica alla procedura in entrambe le forme sopra indicate (Partecipazione personale e candidato in una Partecipazione d'impresa).

### IPOTESI 1 - PARTECIPAZIONE PERSONALE

- ☐ in forma personale, candidando sé medesimo quale docente per il seguente o per i seguenti Lotti (Unità Formative) *(barrare il Lotto o i Lotti per cui ci si candida)*:

|                          | Lotto (Unità Formativa) | SEDE |
|--------------------------|-------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> |                         |      |
| <input type="checkbox"/> |                         |      |

### IPOTESI 2 - PARTECIPAZIONE DI IMPRESA

- ☐ in forma di operatore economico ai sensi dell'art. 65, co. 1 e 2, D.Lgs. n. 36/2023, candidando come docente o come docenti il seguente o i seguenti propri dipendenti, soci o amministratori, ai sensi dell'art. 65, co. 3, D.Lgs. n. 36/2023:

*(compilare)* sig./sig.ra \_\_\_\_\_, nato/a a \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) il \_\_\_\_\_, codice fiscale \_\_\_\_\_, residente in \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_), via \_\_\_\_\_ n. \_\_\_\_\_, per il seguente o per i seguenti Lotti (Unità Formative) *(barrare il Lotto o i Lotti per cui si candida il dipendente, socio o amministratore)*:

|                          | Lotto (Unità Formativa) | SEDE |
|--------------------------|-------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> |                         |      |
| <input type="checkbox"/> |                         |      |

*(ove vi siano ulteriori dipendenti, soci o amministratori candidati come docenti, ripetere la dichiarazione con i dati sopra previsti)*

## E DICHIARA

ai sensi degli artt. 46 e 47, D.P.R. n. 445/2000, consapevole che le falsità in atti e le dichiarazioni mendaci comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 e la decadenza dai benefici eventualmente ottenuti ai sensi dell'art. 75 del medesimo decreto,

1. che non sussiste alcuna delle cause di esclusione di cui agli artt. 94 e 95 del d.lgs. n. 36/2023 nei propri confronti o nei confronti del candidato proposto;
2. *(in caso di impresa)* che è iscritto nel Registro delle Imprese della C.C.I.A.A. di \_\_\_\_\_ al n. \_\_\_\_\_ oppure nel Registro delle Commissioni Provinciali per l'Artigianato di \_\_\_\_\_ al n. \_\_\_\_\_;

3. che sono veri gli stati, le qualità personali e i fatti riportati nel proprio Curriculum Vitae o in quello del candidato proposto presentato in sede di partecipazione alla presente procedura;
4. che alla data di presentazione di questa domanda di partecipazione possiede uno o più dei seguenti requisiti, riferiti all'insegnamento della materia oggetto dell'Unità Formativa o delle Unità Formative per cui presenta domanda di partecipazione *(barrare l'ipotesi o le ipotesi pertinenti)*:
- ☐ esperienza di docenza pregressa di almeno 3 anni coerente con l'insegnamento della materia, acquisita nell'ambito del sistema educativo di istruzione e di formazione italiano, pubblico o privato (purché presso organizzazioni riconosciute), ovvero maturata in sistemi analoghi di altri Paesi purché risulti l'equipollenza con il sistema italiano;
- ☐ almeno 5 anni di esperienza in un settore professionale o produttivo coerente con l'insegnamento della materia;
- ☐ laurea coerente con l'insegnamento della materia;
5. che appartiene, come principale occupazione, al seguente settore *(barrare l'ipotesi pertinente)*:
- ☐ Sistema di Istruzione (pubblico o paritario)  
*(indicare Istituto)* \_\_\_\_\_
- ☐ Università  
*(indicare Ateneo e Dipartimento di appartenenza)* \_\_\_\_\_
- ☐ Sistema della Formazione Professionale  
*(indicare soggetto)* \_\_\_\_\_
- ☐ Impresa (es. imprenditore, dipendente o collaboratore o consulente di imprese, libero professionista)  
*(indicare impresa)* \_\_\_\_\_

#### E DICHIARA INOLTRE

**sempre ai sensi degli artt. 46 e 47, D.P.R. n. 445/2000, consapevole che le falsità in atti e le dichiarazioni mendaci comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 e la decadenza dai benefici eventualmente ottenuti ai sensi dell'art. 75 del medesimo decreto:**

6. di non partecipare a questa procedura in altra forma (Partecipazione personale o Partecipazione d'impresa);
7. di non essere a conoscenza di conflitti di interesse, anche potenziali, di cui all'art. 16, D.Lgs. n. 36/2023, legati alla partecipazione alla procedura, e di impegnarsi a comunicare l'emergere di potenziali conflitti di interesse rispetto ai soggetti che interverranno nella procedura medesima e a fornire gli elementi utili a consentire la valutazione della Fondazione;
8. di accettare, senza condizione o riserva alcuna, anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1341 cod. civ., tutte le clausole e le disposizioni contenute nel Bando e nei suoi allegati, e di impegnarsi, in caso di affidamento, a rendere le prestazioni nel rispetto delle stesse e delle norme vigenti;
9. di autorizzare Fondazione a consultare il Fascicolo Virtuale dell'Operatore Economico (F.V.O.E.) per la verifica dei requisiti di cui ai punti 9.1. e 9.2 del Bando;
10. di ritenere remunerativo il compenso previsto dal Bando, tenuto conto delle condizioni contrattuali, degli oneri (compresi quelli eventuali in materia di sicurezza, di assicurazione, di condizioni di lavoro e di previdenza e assistenza in vigore nel luogo dove devono essere svolte le prestazioni), e di tutte le circostanze generali, particolari e locali che possono influire sulla prestazione del servizio;
11. di impegnarsi, in caso di affidamento, ad assumere gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari previsti dall'art. 3, Legge n. 136/2010, sanzionati dall'art. 6 della medesima legge, ed a comunicare gli estremi identificativi del conto corrente bancario o postale dedicato anche in via non esclusiva alla commessa in oggetto, nonché le

generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di esso, oltre ad ogni modificazione relativa ai dati trasmessi;

12. di essere consapevole, se dipendente pubblico, che il conferimento dell'incarico è subordinato all'autorizzazione da parte dell'amministrazione di appartenenza ai sensi del D.Lgs. n. 165/2001, e di impegnarsi in caso di affidamento ad ottenerla;
13. di essere edotto che l'offerta non è vincolante per la Fondazione, che si riserva di sospendere, interrompere o annullare in qualsiasi momento la procedura, o di non addivenire all'affidamento, qualora nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto, in tutti i casi senza che i Candidati possano vantare diritti o aspettative di sorta;
14. di eleggere domicilio all'indirizzo di posta elettronica certificata indicato in epigrafe, o, in difetto, a quello utilizzato per la partecipazione a questa procedura (**domicilio digitale eletto**);
15. di essere a conoscenza e di accettare che la Fondazione trasmetterà al suddetto domicilio digitale le comunicazioni inerenti a questa procedura;
16. di essere informato, ai sensi e per gli effetti dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 e del D.lgs. 196/2003, che i dati personali raccolti nell'ambito del procedimento per il quale è presentata la domanda di partecipazione saranno trattati nelle modalità e per le finalità espresse nell'Allegato "B" al Bando e di prestarvi assenso.

Luogo e data \_\_\_\_\_

FIRMA DEL TITOLARE / LEGALE RAPPRESENTANTE / PROCURATORE DEL CONCORRENTE \_\_\_\_\_

*(per la sottoscrizione seguire le istruzioni riportate in fondo)*

### **COMPILARE IN CASO DI PARTECIPAZIONE DI IMPRESA**

La presente domanda di partecipazione è firmata altresì dai dipendenti, soci o amministratori del Concorrente, candidati dallo stesso come docenti, i quali con la sottoscrizione:

- accettano la propria candidatura come docenti fatta dal Concorrente in questa istanza di partecipazione;
- dichiarano di aver compreso e di accettare che, in caso di affidamento, loro stessi unitamente al Concorrente si assumeranno personalmente verso la Fondazione tutti gli impegni relativi allo svolgimento dell'attività didattica;
- dichiarano di aver compreso e di accettare che, in caso di affidamento, il compenso per l'incarico di docenza sarà pagato dalla Fondazione al Concorrente che li ha candidati come docenti;
- dichiarano di essere consapevoli che, a norma degli artt. 46 e 47, D.P.R. n. 445/2000, le falsità in atti e le dichiarazioni mendaci comportano l'applicazione delle sanzioni penali previste dall'art. 76 e la decadenza dai benefici eventualmente ottenuti ai sensi dell'art. 75 del medesimo decreto

Luogo e data \_\_\_\_\_

NOME E COGNOME DEL DIPENDENTE, SOCIO O AMMINISTRATORE CANDIDATO COME DOCENTE

\_\_\_\_\_

FIRMA

\_\_\_\_\_

*(per la sottoscrizione seguire le istruzioni riportate in fondo)*

#### ISTRUZIONI PER LA SOTTOSCRIZIONE

Il presente documento deve essere sottoscritto **con firma digitale, preferibilmente in formato PAdES**, sia **dal Candidato**, sia, in caso di Partecipazione d'impresa, **dai dipendenti, soci o amministratori candidati come docenti**.

In caso di pluralità di firme, tutte devono essere dello **stesso tipo** (evitare di firmare il documento sia in PAdES sia in CAdES).

## INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ad uso dei **RESPONSABILI ESTERNI** ai sensi dell'art. 13 GDPR 2016/679

*Gestione rapporto Collaboratori e Docenti*

La informiamo che i dati personali da Lei forniti saranno trattati secondo quanto previsto dal "Regolamento UE 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati, di seguito GDPR)".

### Titolare del trattamento

Il Titolare del trattamento dei dati personali è la **Giunta regionale**, il Delegato al trattamento dei dati è il Direttore "pro tempore" della Direzione Istruzione, Formazione e Lavoro della Regione Piemonte.

I dati di contatto del Responsabile della protezione dati (DPO) del Titolare del trattamento sono: [dpo@regione.piemonte.it](mailto:dpo@regione.piemonte.it).

### Responsabile del trattamento

I Responsabili (esterni) del trattamento sono:

- la **ITS ACADEMY ICT PIEMONTE**, di seguito ITS-ICT, con sede legale in Torino (TO), Piazza Carlo Felice n. 18, che può essere contattata al numero di telefono (+39) 011 0371500 e alla mail [privacy-ict@its-ictpiemonte.it](mailto:privacy-ict@its-ictpiemonte.it).

La Fondazione ITS-ICT ha nominato un Responsabile per la protezione dei Dati Personali (RPD/DPO) che può essere contattato alla mail [dpo-ict@its-ictpiemonte.it](mailto:dpo-ict@its-ictpiemonte.it).

- il Consorzio per il Sistema Informativo Piemonte (CSI), ente strumentale della Regione Piemonte, pec: [protocollo@cert.csi.it](mailto:protocollo@cert.csi.it);

### Tipologia dei dati trattati

I Suoi dati personali verranno raccolti mediante la compilazione di un modulo pdf e l'allegazione di alcuni documenti, i quali si riferiscono alle seguenti tipologie di dati:

1. dati anagrafici (cognome, nome, genere, nazione di nascita, cittadinanza, stato civile, data di nascita, provincia e comune di nascita, codice fiscale);
2. dati di contatto (telefono, cellulare, e-mail, fax, indirizzo di residenza o di domicilio);
3. dati relativi alla formazione e all'attività lavorativa (informazioni contenute nel CV);
4. dati relativi al datore di lavoro (ragione sociale e relativi dati di contatto aziendali o della pubblica amministrazione di appartenenza, ruolo ricoperto);
5. dati per il pagamento (n. partita iva, banca di appoggio, agenzia, intestatario, IBAN)
6. dati relativi al regime fiscale (aliquota INPS o altra cassa previdenziale, in alcuni casi stato civile e dati relativi al coniuge e/o figli a carico, reddito complessivo, pensione complessiva);

7. altre informazioni contenute nei documenti da allegare (Carta d'Identità, Codice Fiscale, Permesso di soggiorno, Curriculum Vitae, Lettera di motivazione, Certificazioni);
8. firma olografa del candidato.

### **Finalità del trattamento**

I dati personali a Lei riferiti verranno raccolti e trattati nel rispetto dei principi di correttezza, liceità e tutela della riservatezza, con modalità informatiche ed esclusivamente per finalità di trattamento dei dati personali dichiarati nella domanda e comunicati alla Direzione Istruzione, Formazione e Lavoro. Il trattamento è finalizzato all'espletamento delle funzioni istituzionali definite nei Regolamenti UE n. 1303/2013 e n. 1304/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 e s.m.i.;

In particolare, i Suoi dati personali verranno trattati per:

- a. **gestire ogni aspetto del rapporto di collaborazione professionale tra Lei ed ITS-ICT** (a titolo esemplificativo: comunicazioni, organizzazione attività, rilevazione delle presenze, quantificazione del compenso, pagamenti e fatturazione) anche relativo alla Sua attività in qualità di docente dei corsi.

L'attività di trattamento si basa sulla necessità di eseguire misure precontrattuali richieste dall'interessato (art. 6.1.b GDPR) e per l'esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri di cui è investito il Titolare del trattamento (art. 6.1.e GDPR);

Eventuali informazioni appartenenti a categorie particolari di dati, ad esempio dati relativi allo stato di salute, possono risultare necessarie per assolvere gli obblighi ed esercitare i diritti specifici del titolare del trattamento o dell'interessato in materia di diritto del lavoro e della sicurezza sociale e protezione sociale (art. 9.2.b GDPR).

L'acquisizione dei Suoi dati e il relativo trattamento sono obbligatori in relazione alle finalità sopradescritte, ne consegue che l'eventuale rifiuto a fornirli potrà determinare l'impossibilità del Titolare del trattamento di erogare il servizio richiesto.

### **Modalità di trattamento e misure di sicurezza**

Il trattamento verrà effettuato con strumenti cartacei o informatici nel rispetto delle norme in vigore e dei principi di correttezza, liceità, trasparenza, pertinenza, completezza e non eccedenza, esattezza e con logiche di organizzazione ed elaborazione strettamente correlate alle finalità perseguite.

I Suoi dati personali saranno utilizzati esclusivamente per le finalità per cui sono stati raccolti e per quelle strettamente compatibili ai sensi delle leggi vigenti.

I Suoi dati personali saranno trattati esclusivamente da soggetti incaricati e Responsabili (esterni) individuati dal Titolare o da soggetti incaricati individuati dal Responsabile (esterno), autorizzati e istruiti in tal senso, adottando tutte quelle misure tecniche ed organizzative adeguate a tutelare i diritti, le libertà e i legittimi interessi che Le sono riconosciuti per legge in qualità di Interessato.

I Suoi dati personali non saranno oggetto di processo decisionale automatizzato o di profilazione.

I Suoi dati, resi anonimi, potranno essere utilizzati anche per finalità statistiche (D.Lgs. 281/1999 e s.m.i.).

### **Periodo di conservazione dei dati**

I Suoi dati personali verranno conservati per un periodo di 10 anni a partire dalla conclusione del rapporto con ITS-ICT.

Al termine del suddetto periodo di conservazione i Suoi dati personali saranno distrutti o resi anonimi.

### **Luogo di conservazione dei dati**

I Suoi dati personali verranno conservati presso i sistemi informatici del Responsabile (esterno) del trattamento.

### **Destinatari dei dati**

I Suoi dati personali non saranno in alcun modo oggetto di trasferimento in un Paese terzo extraeuropeo, né di comunicazione a terzi fuori dai casi previsti dalla normativa in vigore.

I Suoi dati personali potranno essere comunicati ai seguenti soggetti:

- Autorità di Audit e Autorità Contabile del Programma FSE+ della Regione Piemonte;
- Soggetti/autorità nei confronti dei quali la comunicazione e/o l'eventuale diffusione sia prevista da disposizione di legge, da regolamenti o dalla normativa comunitaria;
- Soggetti pubblici e organi di controllo in attuazione delle proprie funzioni previste per legge (ad es. in adempimento degli obblighi di certificazione o in attuazione del principio di leale cooperazione istituzionale, ai sensi dell'art. 22, c. 5 della L. 241/1990) e per lo svolgimento delle loro funzioni istituzionali quali Commissione europea ed altri Enti e/o autorità con finalità ispettive, contabile-amministrative e di verifica (es Istituti di credito, autorità di audit, ANAC, GdF, OLAF, Corte dei Conti europea- ECA, procura Europea EPPO ecc);
- Soggetti privati richiedenti l'accesso documentale (art. 22 ss. L.241/1990) o l'accesso civico (art. 5 D.Lgs. 33/2013), nei limiti e con le modalità previsti dalla legge;
- Altre Direzioni/Settori della Regione Piemonte per gli adempimenti di legge o per lo svolgimento delle attività istituzionali di competenza

Ai sensi dell'articolo 74, paragrafo 1, lettera c) del Regolamento (UE) 2021/1060 i dati contenuti nelle banche dati a disposizione della Commissione Europea saranno utilizzati attraverso l'applicativo informatico ARACHNE, fornito all'Autorità di Gestione dalla Commissione Europea, per l'individuazione degli indicatori di rischio di frode.

### **Diritti degli interessati**

Ogni Interessato potrà esercitare i diritti previsti dagli artt. da 15 a 22 del Regolamento (UE) 2016/679, quali: la conferma dell'esistenza o meno dei suoi dati personali e la loro messa a disposizione in forma intellegibile; avere la conoscenza delle finalità su cui si basa il trattamento; ottenere la cancellazione, la trasformazione in forma anonima, la limitazione o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché l'aggiornamento, la rettifica o, se vi è interesse, l'integrazione dei dati; opporsi, per motivi legittimi, al trattamento stesso, rivolgendosi al Titolare, al Responsabile della protezione dati (DPO) o al Responsabile del trattamento, tramite i contatti di cui sopra o il diritto di proporre reclamo all'Autorità di controllo competente.

Torino, \_\_\_\_\_

Per presa visione

\_\_\_\_\_



# 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>                                     |           |
| Avvio prima annualità, accoglienza gruppo-classe       |           |
| <b>La Fondazione ITS Academy 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>                                |           |
| 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>                                      |           |
| Percorso di miglioramento personalizzato               |           |
| Alternanza dei tempi verbali                           |           |
| Grammatica come uso vs Grammatica come regole          |           |
| <b>Conversazione</b>                                   |           |
| Crowdfunding settoriale                                |           |
| Panoramica tecnica globale                             |           |
| Rapporti su incidenti e procedure                      |           |
| Descrizioni funzionali e operative                     |           |
| Processi e sistemi                                     |           |
| Interpretazione di testi e dati tecnici                |           |
| Linguaggio digitale                                    |           |
| Colloquio di lavoro (CV e profilo LinkedIn)            |           |
| <b>Terminologia tecnica in lingua inglese</b>          |           |
| Vocabolario settoriale                                 |           |
|                                                        | <b>12</b> |
|                                                        | <b>20</b> |
|                                                        | <b>66</b> |

|                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comprensione di termini e conversazioni specifici del settore                                                                               |
| Gergo professionale                                                                                                                         |
| <b>Valutazione</b>                                                                                                                          |
| Valutazione intermedia                                                                                                                      |
| Valutazione finale                                                                                                                          |
| <b>Orientamento al lavoro</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 competenze                                           |
| monitorare la propria esperienza (formativa e non), la propria evoluzione, crescita, cambiamento, durante tutto l'arco del percorso         |
| 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 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 professio</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                                                                                                                                                                                                       | 8  |
| 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                                                                                                                                                                                                                                  | 40 |
| <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                                                                                                                                                                                                                                      |    |
| Prioritizzazione 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                            | 40 |
| 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                                                                     | 8  |
| 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>Graphic Design &amp; Video Editing</b>                                               |    |
| <b>Fondamenti di Graphic Design</b>                                                     |    |
| Principi di composizione, equilibrio e gerarchia visiva                                 |    |
| Teoria del colore e abbinamenti cromatici efficaci                                      |    |
| Tipografia: scelta e utilizzo dei font                                                  |    |
| Uso di immagini, icone e illustrazioni nel design digitale                              |    |

|                                                                         |  |
|-------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Strumenti di Graphic Design</b>                                      |  |
| Utilizzo di software professionali (Adobe Photoshop, Illustrator)       |  |
| Uso di strumenti online (Canva, Figma) per progetti rapidi              |  |
| Gestione di formati, risoluzioni e proporzioni per il web e i social    |  |
| Salvataggio ed esportazione ottimizzata per diversi canali              |  |
| <b>Fondamenti di Video Editing</b>                                      |  |
| Principi di montaggio video e narrazione visiva                         |  |
| Tipologie di inquadrature e movimenti di camera                         |  |
| Gestione dell'audio: musica, effetti sonori e voice-over                |  |
| Storyboard e pianificazione della produzione video                      |  |
| <b>Strumenti di Video Editing</b>                                       |  |
| Utilizzo di software di editing (Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve)   |  |
| Editing mobile e tool rapidi per contenuti social (CapCut, Canva Video) |  |
| Inserimento di titoli, sottotitoli e grafiche in sovraimpressione       |  |
| Esportazione e compressione video per diverse piattaforme               |  |
| <b>Ottimizzazione e AI nel Design</b>                                   |  |
| Adattamento dei contenuti grafici e video per diversi canali digitali   |  |
| Creazione di asset visivi con AI generativa (es. Midjourney, DALL·E)    |  |
| Integrazione di contenuti generati da AI nel flusso di lavoro creativo  |  |
| Best practice per mantenere coerenza visiva e di brand                  |  |
| <b>Verifica finale</b>                                                  |  |
| Realizzazione di un progetto integrato di grafica e video               |  |
| Applicazione delle competenze apprese a un brief reale o simulato       |  |
| Presentazione e motivazione delle scelte creative                       |  |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                   |  |
| <b>User Experience Design &amp; CRO</b>                                 |  |
| <b>Fondamenti di UX Design</b>                                          |  |
| Principi di usabilità e user-centered design                            |  |
| Architettura dell'informazione e navigazione                            |  |
| Elementi di UI: layout, tipografia, colori e icone                      |  |
| Accessibilità e conformità agli standard WCAG                           |  |
| <b>Progettazione e Prototipazione</b>                                   |  |
| Analisi dei requisiti e definizione delle personas                      |  |
| Creazione di wireframe a bassa e alta fedeltà                           |  |
| Utilizzo di tool di prototipazione (Figma, Adobe XD)                    |  |
| Iterazione del design basata sul feedback degli utenti                  |  |
| <b>Fondamenti di CRO (Conversion Rate Optimization)</b>                 |  |
| Definizione e calcolo delle metriche chiave di conversione              |  |
| Analisi del funnel e identificazione dei colli di bottiglia             |  |
| Strategie di ottimizzazione basate sui dati                             |  |
| Tecniche di persuasione e psicologia applicata alle conversioni         |  |

60

50

|                                                                                                                |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Analisi e Test di Ottimizzazione</b>                                                                        |  |
| Metodologia e strumenti per A/B e multivariate testing                                                         |  |
| Heatmap, session recording e analisi del comportamento utente                                                  |  |
| Interpretazione dei risultati e decisioni basate sui dati                                                      |  |
| Integrazione delle modifiche nel ciclo di sviluppo del sito                                                    |  |
| <b>Verifica finale</b>                                                                                         |  |
| Realizzazione di un progetto di redesign o ottimizzazione                                                      |  |
| Applicazione pratica di principi UX e tecniche CRO                                                             |  |
| Presentazione dei risultati e motivazione delle scelte progettuali                                             |  |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                                                          |  |
| <b>Web standard e CMS</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>Verifica finale</b>                                                                                         |  |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                                                          |  |
| <b>MARKETING E DATA MANAGEMENT</b>                                                                             |  |
| <b>Advanced Data Management and Digital Analytics</b>                                                          |  |
| <b>Soluzioni e tecnologie per il risparmio di risorse e l'efficientamento 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>Fondamenti di Digital Analytics e Data Management</b>                                                       |  |
| Ruolo dell'analisi dati nel marketing digitale                                                                 |  |
| Tipologie di dati: quantitativi, qualitativi, strutturati, non strutturati                                     |  |
| Fonti di dati online e offline                                                                                 |  |
| Strumenti e tecnologie per la gestione dei dati                                                                |  |

|                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Configurazione di Google Analytics 4</b>                                       |
| Creazione e gestione delle proprietà e dei flussi di dati                         |
| Impostazione di eventi e conversioni personalizzate                               |
| Configurazione di parametri e dimensioni personalizzate                           |
| Analisi di base e avanzata con i report GA4                                       |
| <b>Implementazione con Google Tag Manager</b>                                     |
| Concetti base e struttura di GTM                                                  |
| Creazione e configurazione di tag, trigger e variabili                            |
| Tracciamento di clic, scroll, download e altre interazioni                        |
| Debug e verifica della corretta implementazione                                   |
| <b>Script di Tracciamento e Monitoraggio Avanzato</b>                             |
| Introduzione a JavaScript per il tracciamento personalizzato                      |
| Implementazione di script per eventi complessi                                    |
| Integrazione con pixel di advertising (Meta, LinkedIn, Google Ads)                |
| Monitoraggio cross-domain e multi-device                                          |
| <b>Raccolta e Pulizia dei Dati</b>                                                |
| Strumenti per l'estrazione dati da diverse fonti                                  |
| Tecniche di pulizia e normalizzazione dei dataset                                 |
| Gestione di dati mancanti, duplicati o incoerenti                                 |
| Utilizzo di fogli di calcolo avanzati per il data cleaning                        |
| <b>Integrazione Dati da Fonti Multiple</b>                                        |
| Collegamento di database e API a strumenti di analisi                             |
| Unione di dati provenienti da canali diversi (CRM, e-commerce, adv)               |
| Automazione dell'aggiornamento dei dati                                           |
| Gestione dei formati e compatibilità tra sistemi                                  |
| <b>Data Visualization e Dashboard</b>                                             |
| Principi di design per dashboard efficaci                                         |
| Creazione di dashboard interattive con Looker Studio e Power BI                   |
| Visualizzazione di KPI e metriche di marketing                                    |
| Aggiornamento e condivisione dei report                                           |
| <b>Analisi Avanzata e Insight</b>                                                 |
| Analisi di funnel e comportamento utente                                          |
| Segmentazione avanzata e analisi delle coorti                                     |
| Individuazione di anomalie e trend emergenti                                      |
| Tecniche di attribuzione delle conversioni                                        |
| <b>Data Storytelling e Presentazione dei Risultati</b>                            |
| Strutturare una narrazione basata sui dati                                        |
| Uso di visual e infografiche per comunicare insight                               |
| Adattare il messaggio a stakeholder diversi                                       |
| Redazione di report esecutivi per decision maker                                  |
| <b>Verifica finale</b>                                                            |
| Progettazione di un sistema di tracciamento completo per un caso reale o simulato |
| Creazione di dashboard e presentazione di insight                                 |
| Discussione delle scelte tecniche e strategiche adottate                          |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                             |
| <b>Content Strategy e Piani Editoriali</b>                                        |

|                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fondamenti di Content Strategy</b>                                       |
| Ruolo della content strategy nel marketing digitale                         |
| Allineamento dei contenuti agli obiettivi di business                       |
| Identificazione e analisi del target audience                               |
| Definizione del tone of voice e della brand identity                        |
| <b>Pianificazione Editoriale</b>                                            |
| Struttura di un piano editoriale multi-canale                               |
| Selezione dei canali e delle tipologie di contenuti                         |
| Definizione di frequenza, timing e formato dei post                         |
| Integrazione di campagne e contenuti organici                               |
| <b>Storytelling e Formati Digitali</b>                                      |
| Principi di storytelling applicati al digital marketing                     |
| Narrazione coerente e coinvolgente per il brand                             |
| Adattamento del contenuto ai diversi formati (blog, social, video, podcast) |
| Utilizzo di elementi visuali e multimediali per supportare il racconto      |
| <b>SEO e Ottimizzazione dei Contenuti</b>                                   |
| Principi base di SEO applicata ai contenuti                                 |
| Keyword research e inserimento strategico nei testi                         |
| Struttura e formattazione per la leggibilità e il ranking                   |
| Link building e internal linking per valorizzare i contenuti                |
| <b>Strumenti e AI per la Content Strategy</b>                               |
| Utilizzo di tool di programmazione e social media management                |
| Analisi delle performance con strumenti di analytics                        |
| Supporto dell'AI generativa nella creazione di contenuti e piani editoriali |
| Best practice per mantenere qualità e coerenza                              |
| <b>Verifica finale</b>                                                      |
| Creazione di un piano editoriale completo per un brand                      |
| Applicazione delle tecniche di storytelling e SEO                           |
| Presentazione e motivazione delle scelte strategiche                        |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                       |
| <b>Copywriting &amp; Storytelling</b>                                       |
| <b>Fondamenti di Copywriting</b>                                            |
| Ruolo e obiettivi del copywriting nel marketing digitale                    |
| Differenze tra scrittura creativa, pubblicitaria e giornalistica            |
| Analisi del pubblico e definizione del messaggio chiave                     |
| Principali leve persuasive e call-to-action efficaci                        |
| <b>Tecniche di Scrittura Persuasiva</b>                                     |
| Struttura del testo: apertura, sviluppo, chiusura                           |
| Uso strategico di titoli, sottotitoli e paragrafi brevi                     |
| Tecniche di "scansione" per la lettura online (eye tracking, pattern F)     |
| Adattamento del linguaggio in base al target e al contesto                  |
| <b>Storytelling di Brand</b>                                                |
| Elementi fondamentali di una storia efficace                                |
| Creazione di narrazioni coerenti con la brand identity                      |
| Uso di archetipi narrativi e storytelling emozionale                        |

|                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------|
| Tecniche per coinvolgere e fidelizzare il pubblico                           |
| <b>Scrittura per Canali Digitali</b>                                         |
| Copy per siti web e landing page orientate alla conversione                  |
| Testi per social media: adattamento per piattaforma e formato                |
| Email marketing: oggetti, preheader e testi corpo persuasivi                 |
| Script per video brevi, podcast o formati audio                              |
| <b>Laboratorio pratico e revisione</b>                                       |
| Esercitazioni di scrittura su brief reali o simulati                         |
| Revisione e ottimizzazione di testi esistenti                                |
| Scrittura collaborativa e brainstorming creativo                             |
| Feedback strutturato su testi individuali e di gruppo                        |
| <b>Verifica finale</b>                                                       |
| Realizzazione di un elaborato di copywriting e storytelling integrato        |
| Applicazione pratica delle tecniche apprese a un caso di studio              |
| Presentazione e motivazione delle scelte linguistiche e stilistiche          |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                        |
| <b>Digital Advertising (Google Ads &amp; Social Media Ads)</b>               |
| <b>Fondamenti di Digital Advertising</b>                                     |
| Ruolo e obiettivi della pubblicità digitale nel marketing mix                |
| Differenze tra campagne di awareness, consideration e conversion             |
| Canali e formati dell'advertising online                                     |
| KPI principali per valutare le performance (CTR, CPC, CPA, ROAS)             |
| <b>Google Ads – Rete di Ricerca e Display</b>                                |
| Struttura di account, campagne, gruppi di annunci e keyword                  |
| Creazione di annunci di testo efficaci e pertinenti                          |
| Strategie di offerta e gestione del budget                                   |
| Ottimizzazione della pertinenza e del Quality Score                          |
| <b>Google Ads – Campagne Avanzate</b>                                        |
| Annunci Display e Display Responsive                                         |
| Campagne Shopping e Performance Max                                          |
| Remarketing e pubblicità dinamica                                            |
| Strumenti di monitoraggio e conversion tracking                              |
| <b>Social Media Ads – Meta, LinkedIn, TikTok</b>                             |
| Creazione di campagne su Meta Ads Manager                                    |
| Targeting e segmentazione del pubblico per interessi e comportamenti         |
| Creazione di creatività per social ads (immagini, video, caroselli)          |
| Ottimizzazione di campagne per obiettivi specifici (lead, vendite, traffico) |
| <b>Analisi e Ottimizzazione delle Campagne</b>                               |
| Lettura e interpretazione dei report di performance                          |
| A/B testing di creatività, copy e segmentazioni                              |
| Allocazione e riallocazione del budget in base ai risultati                  |

60

60

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Best practice per la gestione multi-canale e l'attribuzione delle conversioni                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Verifica finale</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Sviluppo e presentazione di un piano di digital advertising integrato                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Implementazione di una campagna demo su Google Ads e social media                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Analisi e interpretazione dei risultati ottenuti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Digital Marketing Strategy e Brand Positioning</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>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>Fondamenti della tecnologia dell'informazione</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ICT: storia e utilizzi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipologia di trasporto flussi di dati                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Funzioni di base del sistema operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Tipologie di OS: Windows, Apple, Linux                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Elementi di basi dati</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Organizzazione dati in Database relazionali e Tabelle                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Concetti e termini relativi ad Internet</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Internet: storia e nascita                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Evoluzione dei sistemi online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                               |  |
|-------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Canali e Tattiche di Marketing Digitale</b>                                |  |
| Panoramica dei canali digitali (SEO, SEM, Social, Email, Display, ecc.)       |  |
| Integrazione di canali organici e a pagamento                                 |  |
| Pianificazione di campagne multi-canale coerenti con la strategia             |  |
| Scelta dei canali in base a target, obiettivi e budget                        |  |
| <b>Piano di Marketing Digitale Integrato</b>                                  |  |
| Strutturazione di un piano integrato step-by-step                             |  |
| Allocazione del budget e gestione delle risorse                               |  |
| Pianificazione temporale e coordinamento operativo                            |  |
| Gestione del piano in contesti diversi (PMI, grandi aziende, agenzia)         |  |
| <b>Casi Studio ed Esercitazioni Pratiche</b>                                  |  |
| Analisi di casi reali di successo e insuccesso                                |  |
| Simulazione di definizione strategica per un brand reale o fittizio           |  |
| Adattamento della strategia a scenari imprevisti o mutati                     |  |
| Lavoro di gruppo per presentazione e difesa della strategia                   |  |
| <b>Verifica finale</b>                                                        |  |
| Realizzazione e presentazione di un piano di digital marketing                |  |
| Integrazione della strategia di posizionamento di marca                       |  |
| Discussione critica delle scelte effettuate                                   |  |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                         |  |
| <b>E-commerce &amp; Strategie Omnicanale</b>                                  |  |
| <b>Fondamenti di E-commerce</b>                                               |  |
| Modelli di e-commerce (B2C, B2B, D2C, marketplace) e relative caratteristiche |  |
| Ruolo dell'e-commerce nella strategia aziendale                               |  |
| Fattori critici di successo di un progetto e-commerce                         |  |
| Analisi dei principali KPI di vendita online                                  |  |
| <b>Strategie Omnicanale</b>                                                   |  |
| Definizione e obiettivi di una strategia omnicanale                           |  |
| Mappatura della customer journey tra touchpoint fisici e digitali             |  |
| Integrazione tra e-commerce, social commerce e punti vendita                  |  |
| Sinergie tra campagne online e iniziative in-store                            |  |
| <b>Pianificazione e Integrazione</b>                                          |  |
| Scelta e gestione delle piattaforme e-commerce in ottica integrata            |  |
| Integrazione di CRM e sistemi di marketing automation per il retail           |  |
| Allineamento tra logistica, customer care e marketing                         |  |
| Uso dei dati cross-canale per personalizzazione e remarketing                 |  |
| <b>Verifica finale</b>                                                        |  |
| Sviluppo di un concept strategico omnicanale per un brand                     |  |
| Integrazione di e-commerce e touchpoint fisici nel piano                      |  |
| Presentazione delle scelte strategiche e dei KPI previsti                     |  |

|                                                                                       |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                                 |  |
| <b>Intelligenza Artificiale Generativa per il Marketing</b>                           |  |
| <b>Fondamenti di AI Generativa e MarTech</b>                                          |  |
| Cos'è l'intelligenza artificiale generativa e come funziona                           |  |
| Principali tipologie di AI generativa (testo, immagini, video, audio)                 |  |
| Piattaforme e strumenti leader di mercato in ambito marketing                         |  |
| Applicazioni strategiche nel ciclo di vita del cliente                                |  |
| <b>Prompt Engineering per il Marketing</b>                                            |  |
| Struttura di un prompt efficace per ottenere output pertinenti                        |  |
| Tecniche avanzate per personalizzare testi, immagini e video                          |  |
| Uso di prompt chaining e interazioni iterative                                        |  |
| Errori comuni e come interpretarli/correggerli                                        |  |
| <b>Creazione di Contenuti AI-driven</b>                                               |  |
| Generazione di copy ottimizzati per diversi canali                                    |  |
| Produzione di immagini e grafiche con generatori AI                                   |  |
| Scripting e creazione di video brevi con AI                                           |  |
| Adattamento automatico dei contenuti per target differenti                            |  |
| <b>Integrazione dell'AI nei Processi di Marketing</b>                                 |  |
| Automazione di flussi editoriali e creativi con AI                                    |  |
| Utilizzo di AI per customer care (chatbot intelligenti)                               |  |
| Integrazione con CRM e marketing automation                                           |  |
| Creazione di assistenti virtuali per il supporto interno ai team marketing            |  |
| <b>Personalizzazione e Analisi Predittiva</b>                                         |  |
| Raccomandazioni di prodotto basate su AI                                              |  |
| Segmentazione dinamica del pubblico con algoritmi di machine learning                 |  |
| Predizione di trend e comportamenti d'acquisto                                        |  |
| Analisi automatizzata dei feedback e delle recensioni                                 |  |
| <b>Etica, Privacy e Governance dell'AI</b>                                            |  |
| Bias e rischi nell'uso dell'AI generativa                                             |  |
| Normative emergenti e regolamentazioni (es. AI Act)                                   |  |
| Trasparenza e dichiarazione dell'uso di AI nei contenuti                              |  |
| Linee guida per mantenere coerenza e autenticità di brand                             |  |
| <b>Verifica finale</b>                                                                |  |
| Realizzazione di un progetto integrato che includa output testuali e visual AI-driven |  |
| Implementazione in un flusso di marketing reale o simulato                            |  |
| Presentazione e discussione dei risultati                                             |  |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                                 |  |
| <b>Marketing Automation &amp; CRM</b>                                                 |  |
| <b>Fondamenti di Marketing Automation e CRM</b>                                       |  |
| Differenze e sinergie tra marketing automation e CRM                                  |  |
| Ruolo dei due strumenti nel ciclo di vita del cliente                                 |  |
| Panoramica delle principali piattaforme sul mercato                                   |  |
| Terminologia e concetti chiave (lead, deal, pipeline, workflow)                       |  |
| <b>Segmentazione e Targeting Avanzato</b>                                             |  |
| Raccolta e gestione dei dati dei contatti                                             |  |
| Criteri di segmentazione e profilazione dinamica                                      |  |

|                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------|
| Creazione di liste e audience personalizzate                                   |
| Utilizzo dei dati per campagne mirate e personalizzate                         |
| <b>Progettazione di Customer Journey Automatizzati</b>                         |
| Mappatura del percorso cliente e punti di contatto                             |
| Definizione di trigger e azioni automatiche                                    |
| Creazione di flussi per lead nurturing e retention                             |
| Personalizzazione dei messaggi in base al comportamento                        |
| <b>Campagne Multi-canale Automatizzate</b>                                     |
| Email marketing automation: sequenze, drip e trigger-based                     |
| Automazione per SMS, notifiche push e messaggistica istantanea                 |
| Integrazione con social ads e retargeting automatizzato                        |
| Sincronizzazione dei canali per un'esperienza coerente                         |
| <b>Integrazione con Altri Strumenti e Sistemi</b>                              |
| Collegamento del CRM con e-commerce, helpdesk e strumenti di vendita           |
| Utilizzo di API e connettori no-code per integrazioni rapide                   |
| Automazione dei processi interni di sales e marketing                          |
| Monitoraggio delle interazioni cross-canale                                    |
| <b>Analisi e Ottimizzazione delle Performance</b>                              |
| Lettura e interpretazione dei report di automazione e CRM                      |
| Misurazione di KPI come tasso di apertura, CTR, conversioni                    |
| Identificazione di colli di bottiglia e punti di miglioramento                 |
| Test A/B e ottimizzazione continua dei flussi                                  |
| <b>Verifica finale</b>                                                         |
| Realizzazione di un flusso automatizzato completo per un caso reale o simulato |
| Configurazione e utilizzo di segmentazioni e integrazioni                      |
| Presentazione delle scelte operative e dei risultati attesi                    |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                          |
| <b>Ricerche di Mercato e Consumer Insights</b>                                 |
| <b>Fondamenti di Ricerca di Mercato</b>                                        |
| Ruolo e obiettivi della ricerca di mercato nel marketing                       |
| Differenze tra ricerca qualitativa e quantitativa                              |
| Definizione degli obiettivi di ricerca                                         |
| Individuazione del target e del campione di riferimento                        |
| <b>Metodologie e Strumenti Operativi</b>                                       |
| Creazione di questionari e interviste efficaci                                 |
| Conduzione di focus group e interviste in profondità                           |
| Utilizzo di strumenti digitali per sondaggi (Google Forms, SurveyMonkey)       |
| Tecniche di osservazione diretta e social listening                            |
| <b>Analisi e Interpretazione dei Dati</b>                                      |
| Pulizia e organizzazione dei dati raccolti                                     |
| Analisi statistica di base per ricerche di marketing                           |
| Identificazione di pattern e insight rilevanti                                 |
| Presentazione dei risultati in forma visiva e strategica                       |
| <b>Verifica finale</b>                                                         |
| Sviluppo di una mini-ricerca di mercato su caso reale o simulato               |

68

30

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Sintesi e presentazione degli insight emersi                                        |    |
| Discussione delle implicazioni strategiche per il marketing                         |    |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                               |    |
| <b>SEO &amp; Posizionamento Web</b>                                                 | 50 |
| <b>Fondamenti di SEO e Nuovo Scenario della Ricerca Online</b>                      |    |
| Concetti base di SEO e fattori di ranking principali                                |    |
| Evoluzione della search: da Google Search a chatbot e metamotori AI                 |    |
| Differenze tra SEO tradizionale e AIO (Artificial Intelligence Optimization)        |    |
| Ruolo della SEO/AIO nel funnel di marketing digitale                                |    |
| <b>Keyword Research e Analisi dell'Intenzione di Ricerca</b>                        |    |
| Strumenti per la ricerca e l'analisi delle entità semantiche                        |    |
| Identificazione dell'intento di ricerca (informativo, transazionale, navigazionale) |    |
| Analisi delle query conversazionali tipiche degli assistenti AI                     |    |
| Selezione e priorità delle entità semantiche ottica SEO e AIO                       |    |
| <b>Ottimizzazione On-page e Tecnica</b>                                             |    |
| Struttura di pagina SEO-friendly: meta tag, heading, URL, immagini                  |    |
| Ottimizzazione dei contenuti per motori di ricerca e chatbot AI                     |    |
| Implementazione di dati strutturati e schema markup                                 |    |
| Miglioramento delle performance e Core Web Vitals                                   |    |
| <b>Strategie Off-page e Presenza negli Ecosistemi AI</b>                            |    |
| Link building etico e digital PR                                                    |    |
| Ottimizzazione per Google Business Profile e SEO locale                             |    |
| Presidio di piattaforme e database consultati dagli AI agent                        |    |
| Creazione di contenuti autorevoli e citabili nelle risposte AI                      |    |
| <b>Verifica finale</b>                                                              |    |
| Sviluppo di un progetto SEO/AIO per un caso reale o simulato                        |    |
| Applicazione delle tecniche di ottimizzazione on-page, off-page e AI-based          |    |
| Presentazione e motivazione delle scelte strategiche                                |    |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                               |    |
| <b>Social Media &amp; Community Management</b>                                      |    |
| <b>Gestione Operativa dei Canali Social</b>                                         |    |
| Configurazione e ottimizzazione dei profili social                                  |    |
| Pubblicazione e scheduling di contenuti su piattaforme diverse                      |    |
| Uso delle funzionalità native di ciascun social per massimizzare l'engagement       |    |
| Coordinamento tra canali per campagne multi-piattaforma                             |    |
| <b>Community Management e Moderazione</b>                                           |    |
| Ruolo del community manager e competenze chiave                                     |    |
| Creazione e mantenimento di community attive                                        |    |
| Tecniche di moderazione e gestione delle interazioni quotidiane                     |    |
| Gestione dei feedback e interazioni sensibili                                       |    |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Social Listening e Monitoraggio</b>                                 | 60 |
| Strumenti di social listening e analisi conversazionale                |    |
| Identificazione di trend e argomenti emergenti                         |    |
| Monitoraggio della reputazione online del brand                        |    |
| Analisi qualitativa delle conversazioni e insight per il marketing     |    |
| <b>Engagement e Attività di Coinvolgimento</b>                         |    |
| Tecniche per stimolare interazione e partecipazione                    |    |
| Contest, sondaggi e iniziative di co-creazione con la community        |    |
| Collaborazione con ambassador, fan e micro-influencer                  |    |
| Attività speciali per fidelizzare la community                         |    |
| <b>Gestione delle Situazioni Critiche</b>                              |    |
| Identificazione e prevenzione delle crisi sui social                   |    |
| Procedure per la gestione delle crisi in tempo reale                   |    |
| Comunicazione trasparente e gestione delle aspettative del pubblico    |    |
| Analisi post-crisi e azioni correttive                                 |    |
| <b>Verifica finale</b>                                                 |    |
| Simulazione di gestione completa di un canale social e della community |    |
| Applicazione delle tecniche di moderazione, engagement e listening     |    |
| Presentazione delle scelte operative e dei risultati attesi            |    |
| Valutazione sulle competenze apprese durante il corso                  |    |
| <b>LABORATORI</b>                                                      | 20 |
| <b>Design Thinking 4.0</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                                                         |    |
| <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                                                                                   | 18 |
| 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                                                                                                       | 30 |
| 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>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                                                                  | 14 |
| <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>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>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</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |              |
| <b>Esame Finale</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>10</b>    |
| <b>Ore Totali percorso</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>1.800</b> |

Sede di **Torino** - Via Jacopo Durandi, 10

|    |                                                              |              | 1° anno    |            |            | 2° anno    |            |            |
|----|--------------------------------------------------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|    | MATERIE                                                      | HH<br>totali | HH 1°a     | 1° sem     | 2° sem     | HH<br>2°a  | 3° sem     | 4° sem     |
| 1  | Advanced Data Management and Digital Analytics               | 100          | 0          | 0          | 0          | 100        | 96         | 4          |
| 2  | Approfondimenti didattici e Orientamento                     | 12           | 8          | 4          | 4          | 4          | 2          | 2          |
| 3  | Content Strategy e Piani Editoriali                          | 60           | 60         | 60         | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 4  | Copyright e norme giuridiche del mondo digitale              | 20           | 20         | 20         | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 5  | Copywriting & Storytelling                                   | 60           | 60         | 60         | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 6  | Design Thinking 4.0                                          | 20           | 20         | 8          | 12         | 0          | 0          | 0          |
| 7  | Digital Advertising(Google Ads & Social Media Ads)           | 60           | 56         | 0          | 56         | 4          | 0          | 4          |
| 8  | Digital Marketing Strategy e Brand Positioning               | 90           | 86         | 38         | 48         | 4          | 0          | 4          |
| 9  | E-commerce & Strategie Omnicanale                            | 40           | 0          | 0          | 0          | 40         | 40         | 0          |
| 10 | Graphic Design & Video Editing                               | 60           | 60         | 36         | 24         | 0          | 0          | 0          |
| 11 | Inglese                                                      | 66           | 66         | 44         | 22         | 0          | 0          | 0          |
| 12 | Intelligenza Artificiale Generativa per il Marketing         | 68           | 56         | 28         | 28         | 12         | 8          | 4          |
| 13 | Laboratorio di preparazione project work                     | 18           | 0          | 0          | 0          | 18         | 4          | 14         |
| 14 | Laboratorio integrato                                        | 30           | 0          | 0          | 0          | 30         | 30         | 0          |
| 15 | Learning by Project - Soft Skill                             | 14           | 14         | 4          | 10         | 0          | 0          | 0          |
| 16 | Learning by Project - Tech                                   | 28           | 28         | 7          | 21         | 0          | 0          | 0          |
| 17 | Marketing Automation & CRM                                   | 68           | 64         | 54         | 10         | 4          | 0          | 4          |
| 18 | Orientamento al lavoro                                       | 20           | 10         | 0          | 10         | 10         | 10         | 0          |
| 19 | Parità fra uomini e donne e non discriminazione              | 8            | 8          | 8          | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 20 | Percorso di sviluppo Soft-Skill - Project & Time Management  | 40           | 40         | 22         | 18         | 0          | 0          | 0          |
| 21 | Percorso di sviluppo Soft-Skill - Public Speaking e Teamwork | 40           | 40         | 20         | 20         | 0          | 0          | 0          |
| 22 | Ricerche di Mercato e Consumer Insights                      | 30           | 0          | 0          | 0          | 30         | 30         | 0          |
| 23 | SEO & Posizionamento Web                                     | 50           | 50         | 0          | 50         | 0          | 0          | 0          |
| 24 | Sicurezza sul lavoro                                         | 8            | 8          | 8          | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 25 | Social Media & Community Management                          | 60           | 56         | 56         | 0          | 4          | 0          | 4          |
| 26 | User Experience Design & CRO                                 | 50           | 50         | 50         | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 27 | Web standard e CMS                                           | 40           | 40         | 40         | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 28 | Stage                                                        | 630          | 0          | 0          | 0          | 630        | 273        | 357        |
| 29 | Esame Finale                                                 | 10           | 0          | 0          | 0          | 10         | 0          | 10         |
|    | <b>Totale percorso</b>                                       | <b>1800</b>  | <b>900</b> | <b>567</b> | <b>333</b> | <b>900</b> | <b>493</b> | <b>407</b> |