

ANNO	AREA	COD	MODULO	ORE	H_AULA	H_LAB	H_FAD	OBIETTIVI	CONTENUTI
1	Trasv	1.01	Inglese tecnico di livello B2	60	60	0	0	Comprendere le idee principali di testi complessi e le discussioni tecniche sul proprio campo di specializzazione; Interagire con una certa scioltezza e spontaneità; Produrre testi chiari su diversi argomenti; Spiegare un punto di vista su un argomento specifico fornendo i pro e i contro delle varie opzioni	Acquisire conoscenze e capacità di comprensione, espressione e produzione scritta in lingua inglese per il superamento dell'Esame di Livello B2/C1
1	Trasv	1.02	Raccordo ICT: la competenza digitale	24	0	24	0	Identificare, organizzare e analizzare informazioni digitali; Comunicare e collaborare in ambienti digitali, condividendo risorse attraverso strumenti online come Google Suite; Creare e modificare nuovi contenuti digitali; Garantire la sicurezza dei dati e delle persone a cui essi si riferiscono; Risolvere problemi utilizzando creativamente le tecnologie	Motori di ricerca e tecniche di raccolta e classificazione dati; Strumenti software e piattaforme online per la comunicazione tra persone e per la condivisione di informazioni; Netiquette; Safety; Identità digitale; Software per lo sviluppo e l'elaborazione di contenuti digitali; coding e robotica; Tecniche di protezione dei dati personali e della privacy; Strumenti per l'uso creativo delle tecnologie digitali; Digital soft skills; Google Suite: Google Documenti e Google Moduli
1	Tec	1.03	MS Office e GWS	28	0	28	0	Utilizzare in autonomia le principali applicazioni di Office365 e Google Workspace utili per la specifica figura professionale	Pacchetti applicativi di MS Office: Word, Excel, Powerpoint, cenni ad Access, cenni a Copilot, complementi su GWS come strumento per supportare la collaborazione all'interno di un team

1	Trasv	1.04	Elementi di diritto: privacy e GDPR, diritto d'autore, codice IAP	12	12	0	0	<p>Riconoscere i risvolti tecnologici e informatici connessi all'applicazione delle normative sulla privacy, con particolare riferimento al Regolamento Europeo 679/2019 (GDPR); Offrire un quadro generale in materia di diritto d'autore sulla base della normativa vigente; Conoscere il codice IAP Istituto della Disciplina Pubblicitaria</p>	<p>Introduzione al GDPR; Privacy e rispettivo valore; I soggetti della "privacy" e della protezione dati; Principio di "accountability"; Trasparenza e diritti dell'interessato; Valutazione d'Impatto e Action Plan; Data Breach; Normative su privacy e raccolta dati online; Normativa sulla protezione del diritto d'autore e altri diritti connessi al suo esercizio (L.633/41 e successive integrazioni e modifiche); Fonti del diritto d'autore; Tipologie di opere protette, strumenti di tutela e requisiti per l'applicabilità del diritto; Categorie particolari di opere dell'ingegno ritenute proprietà intellettuale; Disposizioni speciali; Pubblicazione dell'opera: contratto di edizione, esecuzione, rappresentazione e diritti complementari; enti di diritto pubblico (S.I.A.E.): ruolo e funzioni, poteri e attività svolte; Sanzioni e reati di violazione previsti dalla normativa; Codice IAP Istituto della Disciplina Pubblicitaria</p>
---	-------	------	---	----	----	---	---	--	--

1	Trasv	1.05	Sviluppo di capacità relazionali, gestione colloqui, team working	40	40	0	0	Gestire relazioni e collaborazioni in ambito lavorativo ed esterne – interpersonali e istituzionali; Riconoscere, valutare e risolvere situazioni conflittuali e problemi di lavoro di diversa natura: tecnico-operativi, relazionali e organizzativi; Acquisire elementi utili alla gestione dei colloqui di lavoro, e alle relative situazioni di ansia e di stress; Concertare, negoziare e sviluppare attività in gruppi di lavoro per affrontare problemi, proporre soluzioni, contribuire a produrre, ordinare e valutare risultati	Situazioni negoziali e tecniche di negoziazione; Situazioni conflittuali e tecniche di gestione dei conflitti; Riunioni e uso delle email aziendali; Simulazione di colloqui di lavoro; Situazioni negoziali e conflittuali; Ciclo di vita di un team; Motivazione, ruolo del team leader; Costruzione e gestione del team; Gestione di criticità e conflitti; Gestione delle performance
1	Trasv	1.06	Sicurezza sui luoghi di lavoro	16	16	0	0	Organizzare e gestire in sicurezza, con un buon livello di autonomia e responsabilità, l'ambiente lavorativo, il contesto umano e il sistema tecnologico di riferimento	I soggetti del Sistema di Prevenzione aziendale secondo il D.Lgs. 81/08 ed i relativi compiti; Obblighi e responsabilità civili e penali; Il documento di valutazione dei rischi; I possibili rischi presenti sul luogo di lavoro, da quelli minimi a quelli di incendio ed esplosione; Le norme in materia di salute, rischi e sicurezza nell'utilizzo dei videotermini

1	Tec	1.07	Economia e organizzazione aziendale e marketing	80	40	40	0	Acquisire strumenti per applicare la logica economica nelle decisioni aziendali; Saper analizzare le motivazioni dei comportamenti dei consumatori; Comprendere la segmentazione del mercato, la microsegmentazione e il posizionamento competitivo del prodotto e della marca; Comprendere logiche e differenze nel marketing B2B e B2C; Saper effettuare e analizzare ricerche di marketing e di mercato; Conoscere il marketing mix; Capire come formulare una strategia di business, un business plan e un piano di marketing; Comprendere il concetto di prodotto/servizio/innovazione e le relative dinamiche; Saper attuare politiche di pricing; Gestire budget e realizzare media plan	Tipologie di azienda e relativi assetti istituzionali; Ruolo dell'azienda nel sistema economico; Strategie di business e business plan; Logiche di decisione in riferimento alle scelte operative e alle scelte strategiche; Analisi di mercato, dei comportamenti, dei dati e della concorrenza; Posizionamento; Servizi, prodotti e innovazioni; Pricing; Marketing B2B e B2C; Strategie di marketing; Budget; Media plan
1	Tec	1.08	Pitch e slide efficaci, data visualization	12	8	4	12	Saper progettare una presentazione efficace per presentare un progetto con slide e voce	Cos'è un pitch e come organizzarlo; Pilastri e struttura di una presentazione, Strumenti per costruire presentazioni; Data visualization; Buone pratiche
1	Tec	1.09	Branding e campagne pubblicitarie	36	24	12	0	Saper definire mission, vision di un brand; Conoscere e individuare i principali archetipi ai quali ricondurre la personalità di un marchio e saper mettere a fuoco i valori di riferimento del suo immaginario; Comprendere l'importanza di fare branding; Capire cosa si intende per Civic brand; Fornire una metodologia per identificare la USP (proposta di vendita unica); Sapere come sviluppare una campagna di brand memorabile e distintiva	Il cerchio d'oro, mission, vision, valori, archetipi di brand; Civic brand; Brand Positioning; Tipologie ed esempi di campagne di brand; Struttura di una campagna; Il processo creativo: dal briefing all'esecuzione; Cenni di semiotica applicata alla comunicazione

1	Tec	1.10	Strategia digitale	28	20	8	0	Acquisire competenze per creare e attuare una strategia di comunicazione digitale e web marketing capace di ottimizzare tempo e denaro	Digital strategy: a cosa serve, quando e a chi serve e come costruirla; Contesto, obiettivi e KPI, Studio del target; Touchpoint; Canali; Contenuti; Budget; Linee guida per l'esecuzione; Differenze fra B2B e B2C
1	Tec	1.11	Digital advertising	88	44	40	0	Fornire gli elementi necessari per creare, pianificare e gestire una strategia di digital advertising, integrandola in una strategia ad ampio spettro; Essere in grado di creare e ottimizzare un account pubblicitario e misurare i risultati anche in relazione al budget disponibile; Saper costruire e gestire una campagna promozionale su Google, TikTok e altre piattaforme	Strategie di ADV online; Scelta del canale e posizionamento degli annunci; KPI; la Buyer Persona; BIAS cognitivi e strategia adv; Lead generation; Distribuzione del budget in base al traffico; Misurazione delle conversioni; Ottimizzazione delle campagne; Landing page; CRO; Remarketing; Google Ads: contesti adatti, creazione, gestione, criteri per la scelta del budget e miglioramento di campagne; Campagne su TikTok, Spotify e altre piattaforme digitali
1	Tec	1.12	ADV gruppo Meta	28	16	12	0	Saper costruire e gestire una campagna promozionale sui canali del gruppo Meta (Facebook e Instagram)	Settare Facebook Business Suite; Settare account pubblicitari, campagne e inserzioni; Facebook e Instagram ADS: formati, buone pratiche; KPI e insight; Report
1	Tec	1.13	Social media e piattaforme di content discovery	64	40	24	0	Conoscere le caratteristiche delle odierne piattaforme di Social Media, content discovery e messaggistica e saper utilizzare quelle principali; Saper realizzare un Piano Editoriale; Saper individuare e realizzare contenuti di valore adatti alle rispettive piattaforme; Saper gestire community e reputazione online	Piani editoriali e contenuti per i social; Instagram; Facebook; Tik Tok; LinkedIn; Cenni di Pinterest, YouTube, Twitch, Twitter, Whatsapp, Telegram, BeReal; Community management; Reputazione online

1	Tec	1.14	Web copywriting	28	16	12	0	Scrivere in modo efficace e coinvolgente sul web ed essere in grado di scegliere e applicare un Tono di Voce	Buone pratiche per scrivere online; Scrivere in modo emozionale; Tono di Voce; Manuale di Tono di Voce; Struttura di un testo web; Storytelling; Testi persuasivi; Content design base di un testo online; Post; Script; Testi dei siti web
1	Tec	1.15	Digital PR	12	12	0	0	Conoscere come funziona l'influencer marketing per integrarlo nella strategia promozionale di un brand	Cos'è l'influencer marketing, quali strumenti usare; Come scegliere e collaborare con content creator; Come realizzare una campagna di Influencer marketing; Stabilire dei KPI e valutare gli insight
1	Tec	1.16	Graphic design	60	20	40	0	Padroneggiare fondamenti di visual design e saper utilizzare in modo base Adobe Creative Suite e altri software per realizzare elaborati grafici	Conoscenze di base per lavorare sulla grafica; Font, profili di colore e tipi di file; Grafica vettoriale e raster; Basi di Adobe Photoshop; Illustrator e Indesign; Animazione grafica per il web
1	Tec	1.17	Architettura informazioni di un sito web	8	8	0	0	Fornire un modello architettonico di sito web idoneo a evidenziare e rendere facilmente fruibili le informazioni principali	Identificazione delle informazioni principali da inserire in un sito; Stesura della mappa di navigazione con creazione di "flusso ideale" dell'utente; Architettura della Home Page e pagine interne; Strutturazione delle categorie di contenuto; Posizionamento delle Call to Action
1	Tec	1.18	UX e UI di siti web	8	4	4	0	Fornire alcuni elementi fondamentali per la progettazione dell'esperienza utente e di interfacce di siti web sulla base dei bisogni degli utenti	Introduzione a UX/UI, user stories & user flow; Strumenti e tecnologie per UX/UI; User interface; Usability test; Realizzazione di prototipi navigabili

1	Tec	1.19	Web design	56	24	36	0	Conoscere varie tipologie di siti web e di piattaforme ecommerce; Conoscere il backend e frontend di Wordpress, la principale piattaforma di content management attualmente in uso, e padroneggiare le sue funzionalità base per essere in grado di gestirne i contenuti	Hosting e dominio; I tipologie di siti web; Responsività; Cos'è un CMS; Analisi e moodboard; Wordpress: impostazioni, scelta e installazione e personalizzazione di un template grafico, creazione di menu, pagine e articoli, plugin, inserimento e impaginazione di contenuti, ottimizzazioni; Woocommerce; Cenni di Joomla, Shopify, Magento e Prestashop
1	Tec	1.20	Basi di html e css	8	8	0	8	Conoscere le basi dei linguaggi HTML e CSS per personalizzare siti web	Funzionamento di internet, client - server, IP, DNS; Funzionamenti di browser e software per lavorare con HTML (es: FTP); Codice HTML; Codice CSS; Creazione di form in HTML
1	Tec	1.21	Email marketing	20	12	8	0	Conoscere utilità, dinamiche, strumenti e funzionalità dell'email marketing	Cos'è l'email marketing e come inserirlo nella propria strategia; DEM; Newsletter; Architettura di una email promozionale / editoriale; Strumenti; CRM; Automazioni; Insight
1	Tec	1.22	Gestione progetti e lanci digitali	24	16	8	0	Saper organizzare e gestire un progetto di digital marketing; Sostruire una strategia di lancio per prodotti digitali	Come gestire un progetto digitale; Strumenti; Prodotti digitali; Come funziona il lancio di un prodotto digitale; Pianificazione; Contenuti per un lancio; Freebie; KPI e insight; Casi di studio
1	Tec	1.23	SEO e local SEO	28	16	12	0	Capire le dinamiche di posizionamento su Google per analizzare e individuare le parole migliori chiave e integrarle nei testi di un sito web; Conoscere come funzionano le ricerche sulle mappe su Google; Predisporre e ottimizzare un profilo business di un brand su Google	Fattori di ranking su Google; Keyword; Strumenti di keyword research; SEO in pagina; Come integrare le keyword in un articolo di blog; Local search; Posizionamento locale; Google My Business; NAP; Local SEO strategy; Cenni di omnicanalità

1	Tec	1.24	Foto, video, audio e podcast	80	32	48	0	Conoscere le basi teorico e pratiche dell'arte fotografica, finalizzate alla comprensione delle tecniche di comunicazione moderna; Acquisire competenze sulle principali tecniche cinematografiche, dalla grammatica registica fino all'editing dinamico, con una base di storytelling per contenuti social; Conoscere gli strumenti e le modalità per realizzare un podcast	Studio pratico del funzionamento di un macchina fotografica digitale; Visione e produzione pratica di numerosi progetti fotografici di esempio; Funzionamento di una videocamera digitale; Teoria e pratica sui movimenti di camera; Basi di sceneggiatura e storytelling; Software di video editing quali Adobe Premiere; Case history di podcast di successo
1	Tec	1.25	Specializzazioni copywriting	20	12	8	0	Saper scrivere un comunicato stampa e conoscerne le dinamiche di distribuzione; Saper scrivere in modo inclusivo/ampio per far sentire tutte le persone incluse nella comunicazione; Saper scrivere microcopy chiari, efficaci e creativi in grado di guidare utenti a compiere azioni e comprendere concetti all'interno di un sito web o una app	Cos'è una cartella stampa; Cos'è un comunicato stampa, come si scrive e come si invia; Scrivere tenendo conto di disabilità, genere, orientamento, etnia e neurodivergenze; UX writing: principi, esempi e buone pratiche
1	Tec	1.26	Specializzazioni digital marketing	24	16	8	0	Sviluppare strategie di digital marketing specifiche per diversi settori di riferimento: turismo, sport, cultura, ecommerce, politica e onlus, fundraising	Casi di studio ed esempi di Digital Marketing applicato per promuovere una destinazione o qualsiasi altro servizio/prodotto correlato al turismo; Promuovere un evento sportivo; Sostenere un evento culturale; Sostenere una realtà che opera in politica; Promuovere un'iniziativa no-profit a carattere sociale
1	Tec	1.27	Public speaking e uso della voce	8	4	4	0	Saper parlare in pubblico con un efficace uso della voce	Studio del pubblico; Costruzione del discorso; Gestione delle emozioni connesse al public speaking; Tecniche e pratica di uso della voce



2	Tec	2.01	Figure professionali del settore	12	4	8	0	Conoscere da vicino il mondo delle agenzie di marketing e comunicazione e alcune delle professioni chiave in esse presenti	Creative director; account e project manager; graphic designer; advertiser; altre figure professionali
2	Trasv	2.02	Orientamento al lavoro, CV, Bilancio di competenze	12	12	0	0	Produrre e revisionare il proprio CV, rendendolo chiaro, leggibile e di facile comprensione per chi lo legge; Esprimere al meglio le proprie competenze e i propri punti di forza; Diventare consapevoli degli errori da evitare in fase di scrittura; Acquisire strumenti pratici per la gestione del processo di valutazione delle competenze; Favorire la coerenza tra obiettivi di business, processo valutativo e sviluppo delle competenze	L'impostazione del CV ed i suoi vari formati e modelli: italiano, europeo, estero; le fondamenta di un CV: formazione e le esperienze; I pilastri di un CV: le competenze tecniche e trasversali; Il valore aggiunto di un CV: motivazioni e aspirazioni; Esempi e modelli di CV; Il metodo e gli strumenti operativi per la costruzione di un bilancio delle competenze
2	Trasv	2.03	Contratti di lavoro	4	4	0	0	Conoscere e valutare le diverse tipologie di contratto offerte dall'ordinamento; Leggere un contratto di lavoro e le relative clausole	Il Jobs Act; contratto di lavoro subordinato a tempo determinato e indeterminato; Contratto di apprendistato; Contratto di somministrazione di lavoro; Contratto di collaborazione; Contratti di lavoro e le clausole speciali: periodo di prova, trasferta, trasferimento, riservatezza, tutela della proprietà intellettuale; Forme di retribuzione; Maternità e congedi parentali; Procedimento disciplinare; Licenziamento; Specificità del contratto d'assunzione; Risoluzione del rapporto di lavoro

2	Trasv	2.04	Creazione di impresa	8	8	0	0	Acquisire le competenze chiave per analizzare e approfondire la propria idea d'impresa e modello di business; Analizzare la domanda e la concorrenza; Comprendere le normative e le procedure contabili, fiscali, contributive e previdenziali per gestire l'attività d'impresa in modo conforme alla legge; Organizzare l'attività e il controllo operativo ed economico in un'impresa	Come si fa un conto economico e un piano di Business autoimprenditoriale; Gli aspetti legali e finanziari per l'avvio di una Start Up e di una Partita IVA; Essere imprenditore
2	Trasv	2.05	Tutele legali in preventivi e contratti	4	4	0	0	Saper realizzare preventivi e contratti che tutelino sia il fornitore che il cliente	Diritti e clausole legali in preventivi e contratti
2	Prog	2.06	Progetto Industriale: organizzazione, contesto, obiettivi, specifiche	48	0	48	0	Applicare il paradigma della didattica laboratoriale per sviluppare in piena autonomia, suddivisi in gruppi di lavoro, un "progetto industriale" proposto da un'azienda singola o da un pool di aziende	Lavoro assistito in aula dedicato allo sviluppo del progetto.
2	Stage	2.07	Stage in azienda	800	0	800	0	Consolidare le conoscenze tecnico-specialistiche acquisite nel percorso, finalizzandole allo sviluppo di un project-work concordato con l'azienda	Applicazione a un contesto reale di concetti, tecniche e metodi acquisiti nel biennio; sviluppo completo e autonomo di un project-work
2	Trasv	2.08	Verifica fine corso, verifica Project Work, avvio Placement	12	12	0	0	Impostare il project-work; Completare la valutazione degli apprendimenti, Simulare il colloquio d'esame, Finalizzare il percorso per l'inserimento lavorativo	Impostazione, verifica ed esposizione del project work; presentazione del placement e delle caratteristiche del servizio offerto