

## Allegato 4 – Scheda sintetica di presentazione dei percorsi formativi per l'Upskilling e Reskilling

### Presentazione dell'offerta di percorsi di formazione ai fini della costituzione del Catalogo dell'offerta formativa GOL

#### SINTESI

#### A.1 Tipologia di Percorso di riferimento nell'ambito del Programma GOL:

- UPSKILLING  
 RESKILLING

#### A.2 Area di formazione di riferimento (\*con riferimento alle aree di manifestazione per cui si è stati selezionati con DD 1018 del 12.08.2022)

- 1 Efficienza energetica  
 2 Mobilità sostenibile  
 3 Nuove tecnologie della vita  
 4 Nuove tecnologie per il Made in Italy  
 5 Tecnologie innovative per i beni e le attività culturali -Turismo  
 6 Tecnologie della informazione e della comunicazione

#### A.3 Titolo del percorso formativo

Web designer & Content creator

#### A.4. Inquadramento livello EQF

4

#### A.5 Settore economico professionale (SEP) (fare riferimento al SEP prevalente) con riferimento all'articolazione dell'Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni

14. Servizi Digitali

## A.6 Area/aree di attività (ADA) con riferimento all'articolazione dell'Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni

ADA.14.01.12 (ex ADA.16.239.785) - Progettazione e realizzazione di applicativi software multi-tier  
ADA.14.01.14 (ex ADA.16.239.787) - Progettazione e realizzazione dell'interfaccia utente  
ADA.14.01.15 (ex ADA.16.239.788) - Sviluppo di siti web con applicativi CMS/COS (Content Management System e Content Optimization System)  
ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online  
ADA.24.04.08 (ex ADA.25.224.726) - Sviluppo e monitoraggio della rete di vendita online  
ADA.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione / promozione aziendale  
ADA.24.04.17 (ex ADA.25.225.735) - Elaborazioni di progetti grafici per la comunicazione e la pubblicità

## A.7 Classificazione ISTAT CP 2011

3.1.2.3.0 Tecnici web

## A.8 Classificazione ISTAT ATECO 2007

62.01.00 Produzione di software non connesso all'edizione  
62.09.09 Altre attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica nca  
63.11.20 Gestione database (attività delle banche dati)  
63.11.30 Hosting e fornitura di servizi applicativi (ASP)  
63.12.00 Portali web

## A.9 Articolazione del riferimento professionale per Unità di Competenza

Macroprocesso	Unità di competenze
Definire obiettivi e risorse	UC 1 – Identificare la social media strategy
Gestire il sistema cliente	UC 2 – Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente e definire un piano operativo
Produrre beni/erogare servizi	UC 3 – Ideare e realizzare un progetto grafico multimediale
	UC 4 – Sviluppare il sito web
	UC 5 – Sviluppare applicazioni web
	UC 6 – Sviluppare soluzioni e-commerce
	UC 7 – Realizzare campagne social
Gestire i fattori produttivi	UC 8 – Lavorare in sicurezza in ambiente di ufficio

## C.10 Descrizione delle singole Unità di Competenza (U.C.)

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Identificare la social media strategy
Macroprocesso di riferimento	Definire obiettivi e risorse
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Identificazione della social media strategy" del Repertorio della Regione Campania. UC inclusiva di competenze indispensabili per attuare strategie di comunicazione multicanale e fortemente contestualizzate ai processi di lavoro nei quali si inserisce il profilo di interesse.
Risultato atteso	Individuare le piattaforme e le attività da sviluppare attraverso i canali social coerentemente con gli obiettivi dell'organizzazione di farsi conoscere, di curare la reputazione, di raggiungere e ingaggiare gli stakeholders. Formulare un piano di azione coerente con la strategia di digital marketing. Individuare i più efficaci canali di comunicazione e promozione e i principali contenuti per la promozione dei prodotti o servizi da promuovere sul mercato di riferimento.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecniche di social media strategy</li> <li>- Tecniche di SEO e SEM</li> <li>- Tecniche di analisi di mercato</li> <li>- Elementi di social media management</li> <li>- Principi e tecniche di marketing</li> <li>- Strategie di social media marketing</li> <li>- Elementi di statistica</li> <li>- Elementi di budgeting</li> <li>- Logiche e trend del marketing digitale</li> <li>- Le principali azioni di Social Media Marketing</li> <li>- Tecniche di inbound marketing e marketing mix</li> <li>- Marketing automation</li> <li>- Le tecnologie disponibili, le tattiche e gli strumenti più efficaci da adoperare in ambiente digitale</li> <li>- Fondamenti Google Analytics</li> <li>- Fondamenti SEO</li> <li>- Visibilità sui motori di ricerca</li> <li>- Le architetture tecnologiche e le innovazioni del settore</li> <li>- Contenuto e transmedialità</li> <li>- Brand Content Creation</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare tecniche di social media strategy</li> <li>- Applicare strumenti e tecniche di social media marketing</li> <li>- Tradurre gli obiettivi aziendali nella strategia di social media</li> <li>- Utilizzare le piattaforme social e le nuove tecnologie ICT</li> <li>- Interfacciarsi con le altre funzioni aziendali coinvolte</li> <li>- Applicare tecniche di budgeting per pianificare l'impegno delle risorse</li> <li>- Pianificare le attività di raccolta, analisi e trattamento dei dati</li> <li>- Applicare tecniche di analisi di mercato e di segmentazione degli staholder</li> <li>- Adottare una digital strategist capace di rispondere alle esigenze</li> </ul>

	<p>dell'azienda e di integrarle alle necessità di mercato</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendere le logiche del mercato di riferimento</li> <li>- Individuare le tecnologie disponibili, le tattiche e gli strumenti più efficaci da adoperare in ambiente digitale</li> <li>- Gestire efficacemente il budget, scegliendo le soluzioni e i canali migliori per promuovere il brand</li> <li>- Applicare operativamente le strategie operative in ogni ambito, seguendo la logica del Digital Marketing Funnel</li> <li>- Tracciare e monitorare le metriche fondamentali per misurare le performance e valutare il ROI, padroneggiando l'uso di strumenti per migliorare la visibilità sui motori di ricerca (Google Analytics, SEO ecc.)</li> <li>- Definire i canali e i contenuti più utili e adatti alla azienda, stabilendo obiettivi, tempi e risultati da raggiungere attraverso la realizzazione di specifiche analisi di mercato e di posizionamento, al fine di fidelizzare e acquisire nuovi i clienti, migliorare la visibilità online, implementare attività di engagement per i target-obiettivo</li> <li>- Individuare le architetture tecnologiche da utilizzare e quali innovazioni introdurre, anche grazie a sistemi di marketing automation come Hubspot e strategie di Customer Relationship Management (CRM)</li> </ul>
--	--

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente e definire un piano operativo
Macroprocesso di riferimento	Gestire il sistema cliente
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente" del Reperto Regionale Lombardia
Risultato atteso	Applicare strumenti e metodi per rilevare e definire i bisogni di comunicazione di un cliente/azienda al fine di attuare azioni operative e integrate di digital marketing.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principi della comunicazione con le nuove tecnologie</li> <li>- Elementi di marketing</li> <li>- Elementi di customer care</li> <li>- Elementi di comunicazione</li> <li>- Analisi delle caratteristiche del prodotto</li> <li>- Analisi delle caratteristiche del mercato di riferimento</li> <li>- Analisi di macro-segmentazione</li> <li>- Strumenti e tecniche di analisi del mercato</li> <li>- Canali e strumenti comunicazione online</li> <li>- Tecnologie per la comunicazione</li> <li>- Tecniche e strumenti di segmentazione degli utenti</li> <li>- Tecniche di inbound marketing e marketing mix</li> <li>- Principi e norme sulle reti</li> <li>- Principi di ergonomia delle interfacce</li> <li>- Principi di accessibilità e usabilità web</li> <li>- Aspetti di performance, mantenibilità, estensibilità, scalabilità,</li> </ul>

	<p>disponibilità, sviluppabilità, sicurezza ed accessibilità</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La creazione di contenuti e la multicanalità</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Applicare modalità di analisi dei bisogni di comunicazione Utilizzare strumenti di marketing sul web</li> <li>- Analizzare delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche di azienda, prodotto, servizio</li> <li>- Applicare tecniche di segmentazione utenti web</li> <li>- Definire il messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere</li> <li>- Formulare le indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative</li> <li>- Individuare gli elementi per la definizione del brief di marketing</li> <li>- Definire i più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato</li> <li>- Sviluppare soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni ecc.)</li> <li>- Progettare una content strategy</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Ideare e realizzare un progetto grafico multimediale
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Ideare un progetto grafico multimediale" del Reperto Regionale Lombardia
Risultato atteso	<p>Utilizzare metodi e strumenti per produrre un progetto grafico multicanale adeguato alle esigenze del cliente/mercato.</p> <p>Utilizzare metodi e strumenti per realizzare parti grafiche, visive e audio adeguate per i diversi canali implementati.</p> <p>Sviluppare contenuti efficaci.</p>
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Applicazioni web e mobile</li> <li>- Teorie della comunicazione visiva</li> <li>- Tecniche di comunicazione per il commercio elettronico</li> <li>- Linguaggi multimediali</li> <li>- Sistemi di content management</li> <li>- Problematiche generali della produzione multimediale</li> <li>- Elementi di web design (animazioni 2D, organizzazione contenuti, elementi 3D e virtual, ecc.)</li> <li>- Elementi di progettazione grafica</li> <li>- Elementi di grafica computerizzata</li> <li>- Principi di usabilità web e mobile</li> <li>- Principi di accessibilità web e mobile</li> <li>- Problematiche generali della produzione multimediale</li> <li>- Tecniche generali della produzione multimediale</li> <li>- Tecniche di scrittura</li> <li>- Sistemi software di gestione dei contenuti</li> <li>- Processi di elaborazione di contenuti informativi</li> <li>- Elementi di produzione video</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi di fotografia</li> <li>- Elementi di web design e business writing</li> <li>- Normativa sulla protezione della proprietà intellettuale (diritto d'autore) e privacy</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizzare software grafica-impaginazione</li> <li>- Applicare tecniche di progettazione grafica</li> <li>- Utilizzare software animazione</li> <li>- Utilizzare software grafica vettoriale</li> <li>- Utilizzare software elaborazione e ritocco immagini</li> <li>- Applicare le tecniche di grafica Web</li> <li>- Elaborare immagini statiche</li> <li>- Acquisire immagini attraverso software dedicati</li> <li>- Trattare immagini attraverso programmi specifici</li> <li>- Disegnare ex novo o modificare immagini, utilizzando editor grafici di largo mercato</li> <li>- Utilizzare software elaborazione e ritocco immagini</li> <li>- Utilizzare software grafica vettoriale</li> <li>- Applicare tecniche di computer grafica</li> <li>- Creare animazioni e video</li> <li>- Preparare lo storyboard per la progettazione di filmati e animazioni</li> <li>- Utilizzare software montaggio video</li> <li>- Utilizzare software animazione</li> <li>- Padroneggiare le diverse tipologie di contenuti digitali</li> <li>- Stendere un piano di Content Marketing</li> <li>- Creare contenuti multimediali</li> <li>- Applicare tecniche di progettazione di prodotti multimediali</li> <li>- Utilizzare software di manipolazione di componenti multimediali</li> <li>- Applicare tecniche di graphic, audio e video editing con software dedicati</li> <li>- Utilizzare software grafica-impaginazione</li> <li>- Applicare procedure per la sicurezza dei dati e diritti collegati ai materiali</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Sviluppare il sito web
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni / erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	<p>Riprende e integra la UC "Sviluppo del sito web" del Repertorio della Regione Toscana.</p> <p>Include conoscenze e abilità necessarie per progettare, implementare e sviluppare soluzioni software e applicativi che rappresentano il "core ICT" per le aziende umbre per realizzare una comunicazione multicanale (web ed e-commerce) e risultano coerenti con le componenti tecnologiche driver di evoluzione.</p>
Risultato atteso	<p>Scrivere il codice delle pagine web e delle procedure previste in fase di progettazione del sito in maniera efficace ed efficiente, riducendo i costi e i tempi di sviluppo e rispettando le scadenze previste.</p> <p>Redigere il documento di progettazione sito web (in cui vengono stabilite le migliori soluzioni tecniche e la struttura da dare al progetto web) e realizzare un sito web, nel rispetto dei principi di usabilità e facilità della navigazione.</p>

	Realizzare le singole pagine, attraverso l'uso di linguaggi ed editor di largo mercato, ed assemblarle. Testare il sito e supportare la sua messa in esercizio.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caratteristiche e funzionalità dei linguaggi di scripting, per utilizzarne al meglio le potenzialità in fase di sviluppo delle procedure del sito Web</li> <li>- Concetti relativi allo sviluppo di un sito web mediante strumenti applicativi dedicati, per ridurre costi e tempi di sviluppo</li> <li>- Caratteristiche, strutture di controllo ed istruzioni del linguaggio Html, per utilizzarlo in maniera evoluta nella definizione delle pagine Web</li> <li>- Linguaggio xml: caratteristiche e funzionalità</li> <li>- Tecniche di documentazione delle procedure, per inserire nel codice la documentazione ed i commenti utili a ridurre i tempi in caso di successive modifiche del codice o di correzione degli errori</li> <li>- Programmi di elaborazione grafica delle pagine web per definire una forma di presentazione gradevole ed efficace dei contenuti del sito web</li> <li>- Tools di sviluppo per ridurre i tempi di scrittura e testing delle procedure</li> <li>- Programmi di creazione e gestione di file multimediali, e l'inserimento di musica, filmati, animazioni, ecc. nel sito web</li> <li>- Tecniche di redazione del documento di progettazione web: le soluzioni tecniche e la struttura del progetto</li> <li>- Criteri guida per la scelta di un tema esistente da utilizzare per la realizzazione del sito web</li> <li>- Tipologie di servizi offerti dai differenti web hosting (es. Altrivista, Netsons)</li> <li>- Criteri guida per la scelta del Content Management System (es. Wordpress; Joomla; Drupal)</li> <li>- Caratteristiche dei diversi componenti aggiuntivi installabili all'interno di un CMS</li> <li>- Importanza e problematiche legate agli aggiornamenti del software</li> <li>- Tecniche di inserimento di componenti multimediali (es. link su proprio server, link su piattaforme esterne)</li> <li>- Modalità di acquisizione di temi e componenti aggiuntivi (es. librerie pubbliche, librerie a pagamento, sottoscrizione di abbonamenti)</li> <li>- Logiche di organizzazione dei contenuti nelle pagine</li> <li>- Principi e norme di usabilità, accessibilità, navigabilità, interazione persona-computer</li> <li>- Principi e tecniche di misura delle prestazioni</li> <li>- Strumenti di CMS – Content Management System e personal publishing e loro uso</li> <li>- Linguaggi di markup, Fogli di stile a cascata</li> <li>- Uso di RSS feed</li> <li>- Principali editor commerciali per la redazione di pagine web; loro funzioni</li> <li>- Indicizzazione dei contenuti del sito e motori di ricerca interni</li> <li>- Principi e tecniche di misura degli accessi e delle prestazioni di un sito</li> <li>- Ottimizzazione del sito rispetto ai motori di ricerca</li> <li>- Implementazione di un sito Web</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creare e gestire connessioni a basi di dati e archivi</li> <li>- Creare e pubblicare su web documenti Xml</li> <li>- Documentare in maniera completa e comprensibile le procedure</li> </ul>

	<p>inserendo note e commenti all'interno del codice e stendendo la necessaria documentazione relativa al loro sviluppo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creare form per la raccolta di informazioni all'interno del sito Web</li> <li>- Leggere e comprendere documentazione e manualistica di supporto</li> <li>- Implementare gli scripting previsti, tanto dal lato server, che dal lato client, utilizzando i linguaggi più adatti in maniera efficiente e corretta</li> <li>- Realizzare le pagine web del sito utilizzando il linguaggio HTML in maniera rapida ed efficiente</li> <li>- Creare file multimediali di differenti tipologie, per inserire nel sito immagini, filmati, suoni, musica, animazioni, ecc.</li> <li>- Creare marchi, icone, loghi, banner e altri elementi grafici in grado di caratterizzare la grafica del sito per renderlo attraente senza penalizzarne le prestazioni in termini di navigabilità</li> <li>- Definire l'organizzazione delle pagine del sito</li> <li>- Disegnare la struttura del sito in termini logici e funzionali, attraverso l'uso di strumenti di CSM e personal publishing</li> <li>- Definire la linea grafica del sito e le caratteristiche delle singole pagine</li> <li>- Disegnare le singole pagine ed assemblare il sito</li> <li>- Disegnare, attraverso specifico editor, le singole pagine, utilizzando un linguaggio di markup</li> <li>- Assemblare le pagine secondo il disegno logico e funzionale del sito</li> <li>- Testare il sito ed ottimizzarne il funzionamento</li> <li>- Testare il sito nel suo complesso, a valle della inclusione nelle pagine di eventuali animazioni, contenuti multimediali ed applicativi</li> <li>- Supportare la fase di messa in produzione del sito, anche verso il cliente</li> <li>- Esaminare nel tempo le performance del sito e definire azioni rivolte alla ottimizzazione di web presence e web audience.</li> <li>- Effettuare le operazioni di manutenzione e aggiornamento del sito web</li> </ul>
--	--

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Sviluppare applicazioni web
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni / erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Realizzare semplici funzioni ed applicazioni web" del Repertorio Regionale Umbria.
Risultato atteso	Integrare le pagine web con applicativi rivolti all'accesso a basi di dati o alla esecuzione di funzioni avanzate, attraverso il ricorso a linguaggi e strumenti per le web e mobile application.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi di basi di dati e di programmazione</li> <li>- Uso di linguaggi e librerie (quali, a titolo esemplificativo, PHP, MySQL, JavaScript, JQuery ecc.)</li> <li>- Fondamenti della programmazione PHP per lo sviluppo di plug in.</li> <li>- Database MYSQL e linguaggio di accesso ai dati</li> <li>- Modalità di integrazione con i linguaggi di markup</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzare semplici applicazioni web</li> <li>- Definire le caratteristiche del problema e scegliere il linguaggio/lo</li> </ul>

	<p>strumento di supporto alla programmazione</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzare semplici applicazioni, avvalendosi di librerie disponibili</li> <li>- Realizzare applicazioni Web customizzate per l'ottimizzazione delle funzionalità del sito</li> </ul>
--	---

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Sviluppare soluzioni e-commerce
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni / erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Sviluppare soluzioni di e-commerce" del Repertorio Regionale Campania.
Risultato atteso	Realizzare un sito e-commerce per la vendita on line coerente con le strategie commerciali e gli obiettivi di business aziendali.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemi di content management</li> <li>- Elementi di sicurezza informatica</li> <li>- Piattaforme per e-commerce: caratteristiche e personalizzazioni</li> <li>- Customer e user experience in ambito e-commerce</li> <li>- Caratteristiche e trend dell'e-commerce</li> <li>- Progettazione di soluzioni di e-commerce</li> <li>- Normativa civilistica e fiscale del commercio on-line e diritti del consumatore</li> <li>- Elementi di customer care</li> <li>- Integrazione funzionalità dei pagamenti on line</li> <li>- Strumenti e tecniche di monitoraggio dei sistemi e-commerce</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modellare soluzioni di e-commerce</li> <li>- Selezionare e gestire i contenuti della piattaforma e-commerce (prodotti, foto, video, guide, FAQ, infografiche ecc.)</li> <li>- Individuare strumenti e metodologie per la definizione di una soluzione in termini di requisiti, vincoli, risorse e schedulazione</li> <li>- Individuare soluzioni per l'implementazione di siti dedicati congruenti con la strategia aziendale</li> <li>- Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni</li> <li>- Predisporre le regole per la gestione dei rapporti con i clienti (customer care) in relazione a pagamenti, resi e rimborsi</li> <li>- Curare la user e customer experience al fine di indurre l'utente ad effettuare almeno un acquisto</li> <li>- Modellare soluzioni di e-commerce (front-end e back-end) in funzione del target e degli obiettivi di business</li> <li>- Individuare soluzioni per l'implementazione di siti dedicati congruenti con la strategia aziendale (piattaforme e funzionalità)</li> <li>- Contestualizzare la normativa riferita all'e-commerce</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Realizzare campagne social

Macroprocesso di riferimento	Produrre beni / erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Riprende e integra la UC "Elaborazione e gestione del social media communication plan" del Repertorio Regionale Campania.
Risultato atteso	Progettare e realizzare campagne sui principali social media coerenti con il piano di marketing e di comunicazione multicanale pianificate in relazione agli obiettivi di promozione di beni e servizi.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondamenti di Social Media Management</li> <li>- Classificazione dei Social Media</li> <li>- Metodologie di integrazione tra sito Web e Social Media</li> <li>- Fondamenti delle tecniche di social media communication</li> <li>- Fondamenti di Content strategy e Content management</li> <li>- Fondamenti di Social analytics</li> <li>- Piano di comunicazione</li> <li>- Principi e fondamenti degli strumenti e delle tecniche di analisi delle performance dei social network</li> <li>- Principi e fondamenti degli strumenti e delle tecniche di monitoraggio dei social media</li> <li>- Tecniche di copywriting</li> <li>- Tecniche di scrittura creativa</li> <li>- Strumenti di comunicazione tradizionale e online</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tradurre la social media strategy in attività di comunicazione</li> <li>- Applicare tecniche di social media communication</li> <li>- Applicare tecniche di content management</li> <li>- Applicare tecniche di copywriting e scrittura creativa</li> <li>- Utilizzare le piattaforme di social network</li> <li>- Gestire strumenti di online advertising e programmatic marketing</li> <li>- Gestire strumenti per campagne Social</li> <li>- Sviluppare contenuti multimediali adeguati alle esigenze dell'azienda di riferimento e agli obiettivi di comunicazione fissati</li> <li>- Utilizzare strumenti di pubblicazione per il web</li> <li>- Utilizzare le piattaforme di social network</li> <li>- Utilizzare strumenti di analisi delle performance delle piattaforme sociali</li> <li>- Elaborare report di analisi dei dati raccolti</li> <li>- Controllare il raggiungimento degli obiettivi</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Lavorare in sicurezza in ambiente d'ufficio
Macroprocesso di riferimento	Gestire i fattori produttivi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Reperto Regionale Umbria
Risultato atteso	Identificare i soggetti della sicurezza del sistema aziendale. Rispettare la normativa di riferimento relativa alla sicurezza sul luogo di lavoro.

Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normative vigenti in materia di sicurezza, prevenzione infortuni, prevenzione incendi e igiene del lavoro, urbanistica, anche con riferimento agli obblighi previsti dal T.U.81/08 Fattori di rischio professionale ed ambientale, e successive disposizioni integrative e correttive</li> </ul>
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario</li> <li>- Adottare stili e comportamenti per salvaguardare la propria salute e sicurezza e per evitare incidenti, infortuni e malattie professionali</li> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio elettrico</li> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio derivato dall'utilizzo di oggetti taglienti</li> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione degli incendi</li> </ul>

### **A.11 Destinatari del percorso formativo – eventuali requisiti di accesso**

*Indicare puntualmente eventuali requisiti di ammissione dei partecipanti in relazione al titolo di studio e/o ad altre conoscenze/competenze richieste.*

<p>Per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti dal percorso, in relazione all'utenza GOL a cui lo stesso si rivolge, sono state definite le caratteristiche dei destinatari in termini di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- livello di istruzione</li> <li>- competenze necessarie per la partecipazione.</li> </ul> <p>Rappresentano dunque requisiti di accesso al percorso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'assolvimento del diritto-dovere di istruzione e formazione</li> <li>- il possesso di competenze di base nell'utilizzo del PC e delle sue principali applicazioni (ICDL Computer Essentials) e il possesso di competenze di base degli strumenti per la navigazione in rete, l'efficace utilizzo del web per la ricerca di informazioni e la loro organizzazione, la comunicazione online (ICDL Online Essentials), da accertarsi tramite test in ingresso o tramite acquisizione da parte del candidato di specifica attestazione</li> <li>- per i cittadini stranieri: la conoscenza della lingua italiana almeno al livello B2 del Quadro comune europeo per la conoscenza delle lingue (QCER), da accertarsi tramite lo svolgimento di specifiche prove valutative in ingresso o tramite l'acquisizione da parte del candidato di specifica attestazione</li> <li>- per i cittadini extracomunitari: possesso di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso.</li> </ul>
--

### **A.12 Durata complessiva del percorso (distinguere le ore di aula, FAD e tirocinio curricolare)**

<p>202 ore, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 102 ore aula</li> <li>- 100 ore FAD</li> </ul>
---

### A.13 Articolazione del percorso formativo

N.	Titolo UFC/segmento/ tirocinio curriculare	Denominazione UC di riferimento	Durata (ore)	di cui FAD
1	Segmento di accoglienza e messa a livello		2	0
2	Strategie di digital e social media management	Identificare la social media strategy	8	4
3	Definizione del piano operativo di digital marketing e communication	Analizzare il bisogno di comunicazione multicanale di un cliente e definire un piano operativo	16	8
4	Sviluppo del progetto grafico multicanale	Ideare e realizzare un progetto grafico multimediale	40	20
5	Creazione di siti web	Sviluppare il sito web	40	20
6	Sviluppo di applicazioni web	Sviluppare applicazioni web	40	20
7	Sviluppo di soluzioni e-commerce	Sviluppare soluzioni e-commerce	24	12
8	Realizzazione di campagne social	Realizzare campagne social	24	12
9	Lavorare in sicurezza in ambiente di ufficio	Sicurezza sul luogo di lavoro	8	4
Totale			102	100

### A.14 Tipo di attestazione prevista

ATTESTAZIONE DI MESSA IN TRASPARENZA DEGLI APPRENDIMENTI

QUALIFICAZIONE REGIONALE ex DGR n. 834/2016

ABILITAZIONE

ALTRO (indicare): \_\_\_\_\_

Eventuali Note:

### A.15 Riferimenti del soggetto richiedente l'inserimento della proposta nel Catalogo dell'offerta formativa GOL

Denominazione e ragione sociale	ZEFIRO SISTEMI E FORMAZIONE SRL
Referente	Cognome e nome SIMONELLI MARCELLO Tel. 075/8042416 E-mail m.simonelli@zefiro.org Indirizzo PEC (del soggetto richiedente in cui ricevere eventuali comunicazioni da parte di ARPAL Umbria) zefirosistemi@pec.it

**in partenariato con** (compilare se necessario)

Denominazione e ragione sociale	
Referente	Cognome e nome _____ Tel. E-mail

**A.19 Sedi di svolgimento del percorso** (fare riferimento esclusivamente alle sedi indicate nelle manifestazioni d'interesse in risposta all'Avviso ex DGR 627/2022)

N. sede	1
Indirizzo	Via Patrono d'Italia, 58 – 06081 Assisi (PG)

N. sede	2
Indirizzo	Piazzetta del Reclusorio, 1 – 06034 Foligno (PG)

N. sede	3
Indirizzo	Via Brunelleschi, snc – 06024 Gubbio (PG)

N. sede	4
Indirizzo	Via Santa Maria di Sette – 06014 Montone (PG)

N. sede	5
Indirizzo	Via Don Lorenzo Milani, 9F – 06012 Città di Castello (PG)

N. sede	6
Indirizzo	Via Casentino, 13 – 06024 Gubbio (PG)

N. sede	7
Indirizzo	Via Santa Maria delle Rose, 17 – 06081 Assisi (PG)

N. sede	8
Indirizzo	Via dell'Osteria, 5 – 06073 Corciano (PG)

N. sede	9
Indirizzo	Via Gerardo Dottori, 85 – 06132 Perugia (PG)
N. sede	10
Indirizzo	Via Patrono d'Italia, 12 – 06081 Assisi (PG)
N. sede	11
Indirizzo	Via Pietro Cestellini, 17 – 06135 Perugia (PG)
N. sede	12
Indirizzo	Fraz. Costa di Trex, 37 – 06081 Assisi (PG)
N. sede	13
Indirizzo	Via XXV Aprile, 5 – 06059 Todi (PG)
N. sede	14
Indirizzo	Via Andrea Vici, 20 – 06034 Foligno (PG)
N. sede	15
Indirizzo	Via dell'Artigianato, 1 – 06034 Foligno (PG)
N. sede	16
Indirizzo	Via Saragat, 16 – 06049 Spoleto (PG)
N. sede	17
Indirizzo	Piazza San Giovanni Decollato 1 – 05100 Terni (TR)
N. sede	18
Indirizzo	Piazza Enrico Fermi, 2/3/4 – 05100 Terni (TR)
N. sede	19
Indirizzo	Via Donato Bramante, 103 – 05100 Terni (TR)

N. sede	20
Indirizzo	Via I Maggio, 224 – 05022 Amelia (TR)
N. sede	21
Indirizzo	Via delle Acacie, 12 – 05018 Orvieto (TR)

(ripetere se necessario)