

Piano Emergo 2021
Bando MI272
Costituzione del Catalogo dei corsi di formazione finanziabili attraverso i voucher "Cittadinanza Digitale"

MODULO C - SCHEDA DESCRITTIVA CORSO DI FORMAZIONE
(da ripetere per ciascun corso di formazione candidato a Catalogo)

Titolo	Attività SEO e SEM nel Web marketing e comunicazione multicanale
Classificazione in formazione base/avanzata	Formazione avanzata
Prerequisiti (<i>competenze e abilità già acquisite o titolo di studio indispensabili per affrontare efficacemente il corso</i>)	<p>Titolo di istruzione secondaria di secondo grado oppure</p> <p>Assolvimento del diritto-dovere all'istruzione e alla formazione professionale o proscioglimento, e conoscenze informatiche di livello intermedio secondo la classificazione DiGComp2.1 (corrispondente al livello 3 e livello 4).</p> <p>Le conoscenze informatiche saranno accertate - in assenza di evidenze documentali - tramite test d'ingresso standardizzato sul modello Digital Skills Assesment Tool</p> <p>https://europa.eu/europass/digitalskills/screen/home</p>
Destinatari (<i>tipo di disabilità</i>)	PSICHICA, FISICA E SENSORIALE
Indicazione del gruppo classe di riferimento (<i>min 5-max 12 allievi</i>)	10
Durata (n. ore) <i>Formazione base: min 8 ore - max 25 ore</i> <i>Formazione avanzata: min 8 ore - Max 250 ore</i>	225 ore
Classificazione del corso per aree tematiche Dig. Comp. (<i>Tabella 1</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alfabetizzazione su informazioni e dati <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali 1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali 2. Comunicazione e collaborazione <ol style="list-style-type: none"> 2.6 <i>Gestire l'identità digitale</i> 3. Creazione di contenuti digitali <ol style="list-style-type: none"> 3.1 <i>Sviluppare contenuti digitali</i> 3.2 <i>Integrare e rielaborare contenuti digitali</i>

	<p>3.3 <i>Copyright e licenze</i></p> <p>5. Risolvere i problemi</p> <p>5.3 <i>Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali</i></p> <p>5.3 <i>Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali</i></p>
<p>Principali <i>obiettivi formativi e contenuti</i> del corso</p>	<p>Il corso mira a fornire le competenze necessarie per identificare le esigenze di immagine e comunicazione multicanale di un'organizzazione, definendo inoltre le strategie di web-marketing più appropriate.</p> <p>1) Comunicazione multicanale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di comunicazione d'impresa • Elementi di comunicazione pubblica • Elementi di customer care • Elementi di marketing • E-commerce • E-marketing • Principi della comunicazione con le nuove tecnologie • Principi di accessibilità web • Principi di ergonomia delle interfacce • Principi di usabilità web • Principi e norme sulle reti • Tecnologie per la comunicazione <p>2) Comunicazione Multicanale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione multimediale • Fotografia e composizione dell'immagine • Elementi di grafica computerizzata • Elementi di webdesign • Linguaggi multimediali • Problematiche generali della produzione multimediale • Teorie della comunicazione visiva <p>3) Attività SEO e SEM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Software di analisi di SEO/SEM in rete • Software Web Ceo e Sem Rush • Google analytics • Google trends • Google adwords • Processo di determinazione delle keyword • Analisi delle keyword • Conoscenza dei legami tra e-commerce e adwords
<p>Correlazione della/e competenza/e acquisibile/i attraverso il corso con i profili professionali individuati dal QRSP (<i>solo formazione avanzata</i>)</p>	<p>Il corso prevede l'acquisizione delle seguenti competenze:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ideare un progetto grafico multicanale 2) Realizzare parti grafiche-visive e audio per la comunicazione multicanale 3) Gestire le attività di SEO/SEM al fine di guadagnare visibilità nelle ricerche della rete web <p>Le competenze (1) e (2) sono correlate alla figura di Specialista di applicazioni web multimediali (Digital Media Specialist) presente nel QRSP della Regione</p>

	Lombardia , mentre la competenza (3) rientra nelle “competenze indipendenti”, anch'essa presente nel QRSP Referenziazione: livello EQF 5
Metodologia didattica proposta (tecniche e strumenti), anche in relazione al target specifico individuato	Sarà privilegiata una modalità di formazione in presenza di tipo laboratoriale con l'utilizzo di PC e altra strumentazione ritenuta idonea per l'erogazione dei contenuti. Ci riserviamo la formazione in remoto, in modalità sincrona, al gruppo partecipante, nel caso di impossibilità da parte degli utenti di frequentare il corso in presenza. Rilascio materiale didattico prodotto e condiviso con i partecipanti durante il corso di formazione.
Efficacia potenziale del corso in termini di innalzamento dell'autonomia della persona (<i>formazione di base</i>) o di miglioramento delle chance occupazionali (<i>formazione avanzata</i>)	Le competenze relative alla figura di Digital Media Specialist e più in generale di web marketing, sono estremamente richieste dal mercato del lavoro, per un valore assoluto di fabbisogno di personale che ipotizzato sulle 70 mila unità nel medio periodo. Fonte: Previsione dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine (2022-2026) - Sistema Informativo Excelsior
Patentino, certificazione o attestazione acquisibili al termine del corso	Attestato di acquisizione delle competenze (GEFO) e attestato di frequenza. In caso di mancata acquisizione di una competenza piena, attestazione delle conoscenze e delle abilità acquisite tra quelle che definiscono la competenza e attestato di frequenza.

Ente erogatore del corso	ACCADEMIA DA VINCI
Sede di erogazione del corso (indirizzo)	Via A. Cechov, n.50 MILANO
Contatti per iscrizione (riferimento): mail	politicheattive@ig-samsic.eu
Contatti per iscrizione (riferimento): telefono	0282902532/521

Tabella 1 – Aree tematiche di riferimento – Dig. Comp.

1. Alfabetizzazione su informazioni e dati

1.1 Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali

1.2 Valutare dati, informazioni e contenuti digitali

1.3 Gestire dati, informazioni e contenuti digitali

Accesso digitale – Tutti gli utenti devono avere gli stessi diritti digitali e uguale accesso alle tecnologie. L'obiettivo dei cittadini digitali è impedire l'esclusione digitale che rende difficile la crescita della società utilizzando questi strumenti;

2. Comunicazione e collaborazione

2.1 Interagire attraverso le tecnologie digitali

2.2 Condividere informazioni attraverso le tecnologie digitali

2.3 Esercitare la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali

2.4 Collaborare attraverso le tecnologie digitali

2.5 Netiquette

Netiquette - Tenere un corretto codice di condotta nell'uso delle tecnologie è una questione complessa. Ma esiste un galateo digitale normalmente presente nei forum, nelle community e nei social network. Tali norme e regolamenti garantiscono il rispetto altrui un po' come richiesto dalle situazioni in cui interagiamo con altre persone dal vivo;

2.6 Gestire l'identità digitale

3. Creazione di contenuti digitali

3.1 Sviluppare contenuti digitali

3.2 Integrare e rielaborare contenuti digitali

3.3 Copyright e licenze

3.4 Programmazione

4. Sicurezza

4.1 Proteggere i dispositivi

4.2 Proteggere i dati personali e la privacy

4.3 Proteggere la salute e il benessere

4.4 Proteggere l'ambiente

5. Risolvere i problemi

5.1 Risolvere problemi tecnici

5.2 Individuare fabbisogni e risposte tecnologiche

5.3 Utilizzare in modo creativo le tecnologie digitali

5.4 Individuare divari di competenze digitali