

CORSO DI FORMAZIONE

“Digital Marketing Specialist - Management di Strategie Digitali Marketing” (QUALIFICAZIONE TECNICO COMMERCIALE MARKETING - TCM H4.4)

Corso di Formazione autorizzato dalla Regione Lazio con Esame di Qualificazione Professionale

DESCRIZIONE

Il Corso **DIGITAL MARKETING SPECIALIST** con rilascio della **Qualifica professionale di Tecnico Commerciale Marketing** intende preparare **professionalità da inserire nell'area aziendale Marketing e Comunicazione d'impresa**. Il corso consente di acquisire le **competenze tecnico-specialistiche per la comunicazione e il marketing digitale**: questo significa essere in grado di tradurre in azioni di marketing e vendita, gli obiettivi strategico - commerciali prefissati, analizzando lo scenario complessivo del mercato di riferimento, in funzione dell'offerta e del posizionamento dei prodotti/servizi, nonché provvedendo alla organizzazione della rete vendite e alle modalità contrattualistiche per la gestione dei clienti.

Al termine del percorso formativo, il partecipante avrà un quadro completo e aggiornato sulle principali metodologie per le **ricerche di mercato**, il **benchmarking** e l'**elaborazione dei dati** raccolti per analizzare il mercato di riferimento. Il partecipante, inoltre, saprà definire l'offerta del proprio prodotto/servizio, sviluppare un piano di marketing operativo e applicare le tecniche del trade marketing.

DESTINATARI

Giovani e adulti non qualificati, occupati con necessità di upskilling o reskilling, disoccupati di lunga durata con competenze informatiche di base.

REQUISITI OBBLIGATORI

- Titoli di Studio:
 - Diploma di scuola secondaria di secondo grado
- In caso di titolo di studio conseguito all'estero, è necessario presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente, che ne attesti la corrispondenza di valore con i titoli rilasciati nello Stato di provenienza, ai fini della verifica dei livelli di scolarizzazione.
- Per i cittadini stranieri, conoscenza della lingua italiana almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, ferma restando l'obbligatorietà delle prove valutative in sede di selezione, qualora il candidato non disponga già di attestazione di valore equivalente.
- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno, valido per l'intera durata del percorso.

STRUTTURA DEL CORSO

Durata ore:

- **276 ore Corso Digital Marketing Specialist**, parte in presenza e parte in e-learning sincrono
- **80 ore Tirocinio Curriculare**
- **30 ore Modulo Integrativo di Coaching & Job Placement**, di cui:
 - 8 ore Orientamento Specialistico
 - 22 ore Accompagnamento al Lavoro

Durata complessiva: 386 ore / 5 mesi

Le lezioni in aula si svolgono con una frequenza di **3 gg a settimana tra il lunedì e il venerdì, e hanno durata da 4 o 6 ore.**

Un numero limitato di ore di didattica potrà svolgersi in modalità Formazione a Distanza (FAD) in e-learning sincrono. Il Calendario Didattico è suscettibile di variazioni. Eventuali cambiamenti verranno comunicati agli Allievi e alla Regione Lazio.

ESAME DI QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE

Gli allievi sono ammessi **all'esame finale** a condizione di avere frequentato almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo.

Le prove finali si svolgono di fronte ad una **Commissione** Esaminatrice composta da un rappresentante della **Regione Lazio**, che la presiede; due rappresentanti dei docenti; il Responsabile Didattico; un rappresentante del **Ministero dell'Istruzione** e un rappresentante del **Ministero del Lavoro**, oltre ai rappresentanti dalle organizzazioni degli imprenditori e dei lavoratori.

LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE: 5

Codice Profilo: H4.4 - Tecnico Commerciale Marketing

Diploma finale in esito ad esame ai sensi del D.lgs. 13/2013

MODALITA' DIDATTICHE

Lezioni frontali, esercitazioni guidate individuali e di gruppo, simulazioni, analisi di casi e problem solving. Le aule sono dotate di:

- Postazioni docenti con leggio interattivo, computer MSI All-in-one Adora24G 2NC e sgabello;
- Computer per gli studenti MSI All-in-one Adora20G;
- LIM (Lavagna Interattiva Multimediale), munita di pennarello elettronico e collegate a videoproiettori Epson ultracorto EB 585 Wi.

Modalità di valutazione degli apprendimenti

Test a risposte multiple e discussione in aula al termine di ogni unità didattica, realizzazione di un Project Work e simulazione di casi.

SEDE DEI CORSI

Viale Filippo Tommaso Marinetti, 221 - 00143 Roma

Tel: 06 39746618 | Fax: 06 97749271 - www.accademiiinformatica.com/corsi/

E-mail: info@accademiiinformatica.com

DOCENTI DEL CORSO

Matteo Manganelli, *Esperto Sales & Digital Marketing, Social Media Management, Comunicazione Digitale*

Beatrice Letizia, *Web Marketing Specialist, esperta di e-commerce*

Pierpaolo Pompa, *Esperto di comunicazione, Personal Branding, Marketing Analitico Strategico Operativo*

Emanuele Ruggiero, *Docente in Social Media & Digital Marketing*

Simone Ferretti, *Consulente e Formatore in sicurezza sul lavoro (d. lgs 81/08)*

Laura Spila, *Orientatore Professionale e Operatore del Mercato del Lavoro Specialistico*

SELEZIONE E AMMISSIONE

L'ammissione al Corso è subordinata ad una positiva valutazione del titolo di studio richiesto come Requisito di ammissione e del curriculum del candidato nonché al successivo superamento di un test informatico di base e un colloquio motivazionale/attitudinale.

La Direzione del Corso nominerà un'apposita Commissione, incaricata di valutare preventivamente i titoli presentati dai candidati e di svolgere le prove. Al termine di ciascuna selezione i candidati riceveranno, tramite l'utilizzo dell'indirizzo di posta elettronica fornito, nota della loro ammissione o esclusione ad insindacabile giudizio della Commissione.

COSTO DEL CORSO

€ 3.750,00

10% di sconto in caso di pagamento in un'unica soluzione

PROGRAMMA DIDATTICO		
MODULO	DURATA	CONTENUTI
MODULO INTRODUTTIVO Inquadramento della professione	20 ore	Inquadramento della professione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Orientamento al ruolo ▪ Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali ▪ Fondamenti di organizzazione aziendale: struttura, funzioni, processi lavorativi
MODULO 1. Analisi del mercato di riferimento	20 ore	Elementi di statica ed economia <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di base di statistica ed economia
	32 ore	Analizzare il mercato di riferimento <ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ecc. ▪ Metodologie e strumenti di benchmarking ▪ Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti
MODULO 2. Configurazione offerta di prodotto/servizio	32 ore	Definire l'offerta di prodotto/servizio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studio del prodotto/servizio in funzione della strategia commerciale ▪ Modalità di definizione di un target di utenza ▪ Usi e costumi dei potenziali target di riferimento ▪ Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti
MODULO 3. Posizionamento offerta di prodotto/servizio	52 ore	Sviluppare un piano di marketing operativo <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'inventario Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, ecc. ▪ Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale, etc. ▪ La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc. ▪ Terminologia tecnica di settore in inglese
	20 ore	Esercitazioni su Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di base di applicazioni software del sistema Windows e servizi e funzioni internet ▪ Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing
MODULO 4. Conversione operativa strategia commerciale	52 ore	Gestire la rete di vendita <ul style="list-style-type: none"> ▪ I sistemi di distribuzione: GDO, vendita in franchising, etc. ▪ Sviluppo della rete di vendita ▪ Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita ▪ Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro ▪ Norme sulla gestione della qualità ISO 9000 nella versione corrente ▪ Contrattualistica e tutela dei crediti ▪ Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti: marketing/sell-in ▪ Gestione delle relazioni con l'area produzione
	40 ore	Applicare tecniche di trade marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le leve del trade marketing
MODULO SICUREZZA Sicurezza sul Lavoro	8 ore	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro <ul style="list-style-type: none"> ▪ Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

Totale corso	276 ore	Gli allievi sono ammessi all'esame finale per l'acquisizione della Qualifica Professionale di "Tecnico Commerciale Marketing" (H4.4 del Repertorio Regionale del Lazio) a condizione di avere frequentato almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo
Tirocinio Curriculare	80 ore	
MODULO Integrativo Coaching & Job Placement	30 ore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 ore Orientamento Specialistico ▪ 22 ore Accompagnamento al Lavoro
Totale percorso	386 ore	

