



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
LAZIO



Figura professionale	Area Tecnologica	Ambito	Figura in uscita dal percorso ITS
Specialista della Digital Transformation	6. Tecnologie della informazione e della comunicazione	6.1 Metodi e tecnologie per lo sviluppo dei sistemi software	6.1.1. Tecnico superiore per i metodi e le tecnologie per lo sviluppo di sistemi software

Articolazione e organizzazione del percorso ITS.

Il percorso ITS è incentrato sul trasferimento di competenze generali e di base e di competenze specialistiche, avanzate e/o trasversali: sviluppo di sistemi software, programmazione di interfacce digitali e di strumenti per la gestione informatica; analisi dei dati, ad esempio per la realizzazione di ricerche di mercato ovvero di piattaforme sicure ed efficaci per i bisogni aziendali; marketing e comunicazione digitali; business intelligence; intelligenza artificiale; cyber security, blockchain, criptovalute e NFT-non-fungible tokens; realtà aumentata e virtualizzazione degli ambienti e delle produzioni.

Il percorso ITS è articolato su due livelli, sulla base di un approccio di tipo modulare.

Il **primo livello** tende a sviluppare le competenze generali e di base (comuni a tutti i percorsi ITS, come previsto anche dall'Allegato 1 al DI n. 8327 del 7 settembre 2011). In particolare, sono previste 4 aree di competenze di base, opportunamente calibrate in relazione al profilo professionale di riferimento: linguistico comunicativo e relazionale; scientifico e tecnologico; giuridico ed economico; organizzativo e gestionale.

Il **secondo livello** riguarda, invece, gli ambiti specifici del profilo professionale prescelto e attengono alle competenze tecnico professionali della Figura definita all'interno del Repertorio Nazionale (*6.1.1 Tecnico superiore per i metodi e le tecnologie per lo sviluppo di sistemi software*), opportunamente integrate e arricchite con le competenze ulteriori e peculiari della figura del Tecnico Specialista della Trasformazione Digitale.

Complessivamente, sono previsti 17 moduli, ulteriormente declinati in unità di apprendimento, ripartiti nei due anni di durata del percorso formativo. Sono, inoltre, previsti un intervento in ingresso di orientamento al percorso formativo e un accompagnamento in uscita per l'empowerment individuale di sostegno all'ingresso attivo nella professione e nel mondo del lavoro.

Complessivamente, **il percorso formativo teorico e pratico (escluso l'orientamento) ha una durata pari a 1.200 ore, cui si aggiungono 800 ore di stage.**

Le conoscenze e le competenze del profilo di riferimento saranno acquisite, oltre che tramite la formazione in aula, attraverso l'approccio laboratoriale per l'addestramento pratico e/o per la soluzione di casi concreti. In particolare, saranno proposti casi-studio (anche attraverso la partecipazione di esperti di settore e rappresentanti delle aziende all'interno o all'esterno del perimetro dell'ITS), workshop e laboratori esperienziali, attraverso i quali i discenti potranno entrare in contatto con soluzioni concrete a problemi reali affrontati da aziende e organizzazioni di diverse dimensioni e in diversi settori. Nel corso dei due anni sono previste, inoltre, visite aziendali in imprese o grandi aziende strategiche nel mercato dell'innovazione digitale, sia interne che esterne al perimetro dell'ITS.

Al fine di rispondere all'esigenza di essere in grado di comunicare in lingua inglese e utilizzare la terminologia tecnica di settore, il percorso prevede, tra le aree di apprendimento dedicate alle competenze di base, una unità di apprendimento interamente dedicata alla Lingua Inglese, generale e tecnica (60 ore).

Saranno ammessi al corso, previa specifica selezione tramite avviso pubblico, **25 studenti** in possesso di diploma di scuola secondaria superiore. Gli ulteriori requisiti per l'accesso al percorso saranno definiti, in coerenza con quanto previsto dalle regole di implementazione degli ITS, in sede di definizione del bando di selezione.

Infine, si conferma che la Fondazione ITS metterà a disposizione un corpo docente proveniente per almeno il 60% dal mondo produttivo e che la fase di stage del percorso formativo avrà una durata pari ad almeno il 35% del monte ore complessivo

I moduli/unità di apprendimento e le modalità formative del percorso formativo sono sintetizzate nel quadro grafico sottostante.

MODULO/UNITA' DI APPRENDIMENTO	ANNUALITA'	DURATA	MODALITÀ FORMATIVE
A. COMPETENZE GENERALI DI BASE: ambito linguistico, comunicativo e relazionale - Omogeneizzazione delle competenze informatiche in ingresso (20 ore); - Tecniche di comunicazione (10 ore); - Team working, problem solving e decision making (10 ore); - Inglese, generale e tecnico (60 ore).	1	100 ore	- Lezione in aula - Soluzioni di casi - Project work
B. COMPETENZE GENERALI DI BASE: ambito scientifico e tecnologico - Elementi di matematica e statistica (25 ore); - Strumenti e metodi per la ricerca operativa (15 ore); - Innovation management techniques (10 ore).	1	50 ore	- Lezione in aula - Soluzioni di casi - Project work
C. COMPETENZE GENERALI DI BASE: ambito giuridico ed economico - Elementi di diritto societario e del lavoro (10 ore); - Sicurezza sul lavoro (10 ore); - Normativa in materia di trattamento dei dati (10); - Economia e gestione d'impresa e autoimprenditorialità (20 ore).	1	50 ore	- Lezione in aula - Soluzioni di casi - Project work
D. COMPETENZE GENERALI DI BASE: ambito organizzativo e gestionale - Business models in ambito ICT (20 ore); - Sistemi di qualità aziendale (10 ore); - Gestione dei processi produttivi secondo principi di eco-compatibilità e sostenibilità (10 ore); - Principali programmi e finanziamenti per l'innovazione e la transizione digitale (10 ore).	1	50 ore	- Lezione in aula - Soluzioni di casi - Project work
TOTALE		250 ore	

COMPETENZE SPECIALISTICHE

Nel primo anno sono proposti e approfonditi gli elementi di comunicazione digitale già ampiamente diffusi e inclusi nei processi di aziende e organizzazioni: progettazione wireframe, selezione CMS e plug-in per siti e portali e-commerce, promozione di beni e servizi mediante attività di content marketing, SEO e campagne adv web, in particolare Google e Facebook. La figura associa competenze trasversali, dal copywriting al design, per utilizzare gli strumenti tecnici in una prospettiva di conversione del traffico generato, in lead, prospect qualificati o vendite online. La figura acquisisce competenze specifiche relative alle infrastrutture tecniche, per comprendere potenzialità e funzioni degli hardware utilizzati, degli spazi e degli applicativi in cloud. Inoltre, il discente gestirà il flusso informativo/promozionale mediante automazioni, dal CRM alle triggered email, progettando workflow adeguati alla tipologia di business e di intervento richiesto.

Nel secondo anno saranno introdotte le aree attualmente cosiddette “di frontiera”, destinate a diventare nuovo standard progettuale e operativo nel prossimo futuro. La risorsa padroneggerà i modelli funzionali della Business Intelligence, dell’Intelligenza Artificiale e del Machine Learning, per saper indirizzare la trasformazione aziendale nella direzione adeguata, oltre che per coordinare singole competenze specifiche interne o esterne all’organizzazione. Sul fronte visual, il discente conoscerà i più recenti programmi per realtà aumentata, digitalizzazione e virtualizzazione del prodotto. Rispetto al tema cyber security e blockchain, saprà filtrare le opportunità realmente applicabili e declinarle in progetti concreti, di effettiva applicazione.

MODULO/UNITA' DI APPRENDIMENTO	ANNUALITA'	DURATA	MODALITÀ FORMATIVE
1.1 Fondamenti della comunicazione digitale: siti web, e-commerce, social	1	50 ore	- Lezione in aula - Soluzioni di casi
1.2 Elementi di marketing e advertising web	1	50 ore	- Lezione in aula - Soluzione di casi
1.3 Fondamenti di infrastruttura digitale: touch point client e server, connettività, gestione email	1	100 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi - Laboratorio
1.4 Introduzione agli applicativi in cloud: erp e software sas	1	80 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi - Laboratorio
1.5 SEO, SEM, content marketing	1	50 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
1.6 Email marketing	1	40 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
1.7 CRM e customer service online	1	50 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
2.1 Elementi di Business Intelligence	2	90 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
2.2 Intelligenza Artificiale applicata al marketing digitale: automazione dinamica, in funzione dei target clusterizzati	2	90 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi - Project Work
2.3 Machine Learning	2	90 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi - Laboratorio
2.4 Cyber Security e valutazione del rischio digitale	2	90 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
2.5 Criptovalute, blockchain, NFT	2	50 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi
2.6 Graphic design, Realtà aumentata e produzione virtuale	2	120 ore	- Lezioni in aula - Presentazione di Casi - Project Work
TOTALE		950 ore	

STAGE	800 ore	Studio e addestramento presso aziende operanti in diversi settori
--------------	----------------	--

Le performance di apprendimento saranno verificate tramite applicazione di indicatori specifici elaborati per ciascuna unità di apprendimento e per le tematiche specifiche. Al termine di ciascuna unità di apprendimento e/o cluster di tematiche, saranno somministrati questionari semi-strutturati. È atteso un livello minimo di successo del 75%. Performance inferiori attiveranno momenti di integrazione personalizzata (studio individuale). Si prevede, inoltre, lo svolgimento di prove pratiche in situazione. Rispetto a tali prove, al docente sarà richiesta una valutazione qualitativa (su una scala da 1 a 10) sia del livello di partecipazione degli allievi sia del livello di riuscita della prova.

La qualità dell'insegnamento sarà valutata dagli allievi e dal tutor attraverso appositi strumenti elaborati ad hoc e/o facenti parte dei sistemi di qualità adottati dagli enti di formazione, che saranno opportunamente tarati e condivisi tra i soggetti responsabili dell'erogazione (soglia di accettabilità: almeno 75% di risposte positive).

Sede operativa:

Via Angelo Emo 23 F – 00136 Roma (RM).