

E-COMMERCE DIGITAL MARKETING E WEB DESIGN EXPERT

Contesto di riferimento e profilo professionale

La trasformazione digitale sta determinando una domanda sempre più sostenuta di professionisti ICT alla quale, tuttavia, si fatica a rispondere. Secondo l'Osservatorio delle competenze digitali (*Anitec-Assinform, AICA, Assintel - ICT: Talenti cercasi, 2023*), **nel 2022 nel mercato italiano sono mancati circa 175.000 professionisti dell'ICT e la domanda di mercato è arrivata a valere quasi cinque volte l'offerta**. Sempre secondo l'Osservatorio, la Lombardia ed il Lazio rappresentano il 54% di tutti gli annunci di lavoro per professioni ICT (rispettivamente 38% e 16%). Tale domanda è sostenuta soprattutto dalle grandi imprese "tecnologiche" (ad es. Amazon, IBM, Accenture), tuttavia, è in forte crescita anche presso le piccole imprese "digital" (meno di 10 addetti), che peraltro rappresentano circa il 94% del comparto ICT italiano. Più in generale, **la crescita della domanda di competenze digitali specialistiche è un fenomeno ormai trasversale a tutti i settori economici**. Rispetto a tendenze più specifiche, si segnala, in particolare, la forte crescita dell'e-commerce che sta trasformando radicalmente il modo cui le persone acquistano. Il mercato globale dell'E-commerce nel 2024 sfiorerà i 7 mila miliardi di dollari di fatturato e, più in generale, secondo uno studio di McKinsey si prevede che entro il 2025 un quarto di tutte le vendite globali saranno effettuate online. In Italia il valore del fatturato E-commerce nel 2023 è stimato in 80,5 miliardi di euro, con una crescita annuale di circa il 27% (*Casaleggio Associati, E-commerce Italia 2024*).

In questo contesto, dunque, è in forte crescita la domanda di figure professionali afferenti all'ambito tecnologico dei "Contenuti digitali e creativi" tra cui il "Digital Media Specialist", figura specializzata nella **definizione e attuazione di strategie di marketing digitale e di progetti di comunicazione integrata e multicanale** (cfr. DM n. 203 del 20/10/2023 *Disposizioni concernenti le aree tecnologiche, le figure professionali nazionali di riferimento degli ITS Academy e gli standard minimi delle competenze tecnologiche e tecnico-professionali, Allegato 1, Figura nazionale 10.4.3 "Tecnico superiore Digital Media Specialist"*). In particolare, la figura professionale proposta - "**E-commerce digital marketing e web design specialist**" - oltre che per le macro-competenze previste per il "Digital Media Specialist" si caratterizza per competenze avanzate in materia di **web design**, per il miglioramento della user experience, e per una specifica focalizzazione sull'**e-commerce**, strumento sempre più importante per raggiungere una base di clienti più ampia, a livello nazionale ed internazionale, e per stimolare l'innovazione nei modelli di business secondo i trend dell'integrazione phygital (physical e virtual).

Articolazione del percorso formativo

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

- Il primo livello sviluppa competenze generali e di base (cfr. DM n. 203 del 20/10/2023, *Allegato 2 - Profilo culturale e professionale dei diplomati delle ITS Academy - Competenze generali comuni a tutti i percorsi*). In particolare, sono previsti quattro ambiti di competenze opportunamente calibrati rispetto al profilo professionale di riferimento: *Linguistico, comunicativo e relazionale; Scientifico e tecnologico; Giuridico ed economico; Organizzativo e gestionale*.
- Il secondo livello riguarda gli ambiti specifici del profilo professionale ed attengono alle macro-competenze tecnico-professionali della figura nazionale di riferimento (10.4.3 "Tecnico superiore Digital Media Specialist"), opportunamente integrate ed arricchite con competenze ulteriori peculiari della figura del "*E-commerce digital marketing e web design specialist*".

Complessivamente il percorso formativo, che si sviluppa in due annualità, ha una durata di **1.080 ore** a cui si aggiungono **720 ore di tirocinio curriculare**, pari al 40% del corso nel suo complesso. Potranno essere previste anche lezioni a distanza in modalità "sincrona" nei limiti della vigente normativa. Sono previsti, inoltre, un intervento in ingresso di orientamento al percorso formativo ed un accompagnamento in uscita per l'empowerment individuale ed il sostegno all'ingresso attivo nella professione e nel mondo del lavoro.

Al fine di contestualizzare le competenze e le conoscenze nelle situazioni reali, almeno il 60% del corpo docente proverrà

dal mondo produttivo, inoltre, la formazione sarà declinata prevalentemente attraverso un **approccio di tipo laboratoriale**. Il percorso sarà arricchito da casi-studio (anche attraverso la partecipazione di esperti di settore e rappresentanti delle aziende all'interno o all'esterno del perimetro dell'ITS Academy), workshop e laboratori esperienziali ed immersivi attraverso i quali gli allievi potranno entrare in contatto con soluzioni concrete a problemi reali affrontati da aziende ed organizzazioni di diverse dimensioni e settori. Nel corso dei due anni potranno essere previste anche visite ad aziende del territorio, sia interne che esterne al perimetro dell'ITS Academy.

Di seguito la struttura modulare del percorso formativo

MODULI DEL PERCORSO FORMATIVO E DURATA IN ORE

(A-D: Competenze generali di base; 1-10: -competenze tecnico-professionali)

A. COMPETENZE GENERALI DI BASE: AMBITO LINGUISTICO, COMUNICATIVO E RELAZIONALE. Omogeneizzazione delle competenze informatiche in ingresso; tecniche di comunicazione; team working; problem solving; decision making; life skills; inglese, generale e tecnico.	100
B. COMPETENZE GENERALI DI BASE: AMBITO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO. Elementi di matematica e statistica; strumenti e metodi per la ricerca operativa; innovation management techniques.	50
C. COMPETENZE GENERALI DI BASE: AMBITO GIURIDICO ED ECONOMICO. Elementi di diritto societario e del lavoro; sicurezza sul lavoro; normativa in materia di trattamento dei dati; economia e gestione d'impresa; competenze imprenditoriali.	50
D. COMPETENZE GENERALI DI BASE: AMBITO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE. Business models in ambito ICT; sistemi di qualità aziendale; gestione dei processi produttivi secondo principi di eco-compatibilità e sostenibilità; principali programmi e finanziamenti per l'innovazione e la transizione digitale.	50
1 - FONDAMENTI DI INFRASTRUTTURA DIGITALE E INTRODUZIONE AGLI APPLICATIVI IN CLOUD. Networking e infrastrutture di rete; strutturazione di sistemi client-server; sistemi operativi e introduzione alle tecnologie cloud; tecnologie server e-mail e MS Outlook; introduzione ai sistemi ERP; strutturazione di un workflow ERP; piattaforme ERP; introduzione al software SAS - Statistical Analysis System.	120
2 - MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO. Il marketing: definizione e campi di applicazione; il processo di marketing: situation/strategia/implementazione/monitoraggio; le decisioni strategiche di marketing; strategie di sviluppo vs. strategie competitive; segmentazione e posizionamento; il marketing mix.	80
3 - DIGITAL MARKETING. Il paradigma digitale e la comunicazione multimediale: trend, modelli di business, analytics e impatto sul funnel di marketing; canali di acquisizione utenti nel panorama multidevice e multiplatforma; fondamenti di SEO; analisi del posizionamento SEO di un sito web e tecniche di base per la SEO optimization; fondamenti di SEM; impostazione e sviluppo di una campagna SEM; Advertising tramite AdWords, Facebook e altri Social; marketplaces (es. Amazon, eBay, etc.); email marketing: tecniche di base di una campagna DEM.	120
4- WEB DESIGN. Principi e tecniche di progettazione, sviluppo e gestione di siti web, portali e web applications; principali linguaggi di riferimento (ad es. (X)HTML, CSS 2.0, Javascript, PHP, etc.); realizzare un sito web curando l'aspetto grafico, la semplicità di navigazione e la compatibilità con i vari dispositivi (es. DreamWeaver, Photoshop, Flash, Joomla, Wordpress, Drupal, etc.); principali strumenti di UI/UX design (es. Figma); sviluppo di un'architettura e-commerce tramite CMS (es. Prestashop, Symfony); software, applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing.	120
5 - CUSTOMER EXPERIENCE & CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. Metodologie e principali strumenti di digital customer experience management integrando i diversi touchpoint (online e offline); introduzione al CRM - Customer Relationship Management: piattaforme e tecnologie; integrazione tra CRM e piattaforme di digital marketing; relazione tra digital customer experience e conversion optimization nelle attività di marketing.	80
6 - E-COMMERCE: PIANIFICAZIONE, PROMOZIONE E LOGISTICA. La value proposition aziendale; l'assortimento di vendita; shop-online vs. marketplace; le piattaforme e-commerce; sistemi di pagamento a confronto; allestire e gestire lo shop on line in ottica di user experience; funnel di vendita per l'e-commerce; canali e strategie per acquisire traffico sullo shop on line; affiliate marketing; digitalizzazione del tracking di spedizione come strumento di marketing; modelli logistici nell'e-commerce.	120
7 - E-COMMERCE: PRINCIPALI ASPETTI NORMATIVI. Principale normativa per il commercio on line: Direttiva 2000/31/CE e D. Lgs. 70/2003; Codice del Consumo; Regolamento Europeo in materia Privacy ("GDPR"); Direttiva 2002/58/CE ("Direttiva e-Privacy"); norme sulla proprietà intellettuale e sulla proprietà industriale.	30
8 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MARKETING DIGITALE. Introduzione all'AI e al machine learning; principi di applicazione dell'IA al marketing; IA in facebook ADS e google ADS: analisi di case study; piattaforme di Marketing automation e di Advertising automation.	80
9 - ELEMENTI DI BUSINESS INTELLIGENCE. Tipologie di dati a supporto del business; strumenti e tecniche per la raccolta e l'analisi dei dati; strutturazione di un framework per la business intelligence; definizione e monitoraggio di KPI (economici, tasso di conversione, di user experience, logistici, etc.); predisposizione periodica di reportistica e tecniche di data visualization; introduzione a Microsoft Power BI.	80
10 - TIROCINIO. Il tirocinio fornirà agli allievi la possibilità di sperimentare e sviluppare, in un contesto "operativo", le competenze acquisite in aula. Allo stesso tempo, il tirocinio vuol far entrare in contatto gli allievi con realtà attive negli ambiti lavorativi di riferimento del profilo professionale creando una concreta occasione di	720

“matching” tra domanda/offerta di competenze specialistiche.	
TOTALE	1.800

Sede operativa: Via Angelo Emo 23/13 – 00136 Roma (RM)