

STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO QUALIFICAZIONE DI TECNICO DELLA COMUNICAZIONE

1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZA E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO:

Unità di Competenza	Unità di Risultati di Apprendimento
--	Inquadramento della professione
Analisi del contesto e della strategia di comunicazione aziendale	Inquadramento del settore della comunicazione e dei media
	Analizzare il contesto e la strategia di comunicazione aziendale
Supporto alla progettazione di soluzioni creative delle campagne di comunicazione	Fondamenti della comunicazione pubblicitaria
	Supportare la progettazione di soluzioni creative di campagne di comunicazione
	Utilizzare applicativi digitali di grafica e web design, a supporto della presentazione
Implementazione e gestione del piano di comunicazione	Tecniche e strumenti di project management
	Programmare piani di comunicazione
	Organizzare il lavoro e gestire le risorse
	Gestire il piano di comunicazione
--	Lingua inglese
--	Sicurezza sul luogo di lavoro

2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 6

3. REQUISITI OBBLIGATORI DI ACCESSO AL PERCORSO:

Titoli di studio:

- Laurea triennale.
- Coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero, devono presentare una dichiarazione di valore che ne attesti l'equipollenza/corrispondenza di valore, con i titoli rilasciati nello Stato di provenienza.

Conoscenza linguistica:

- Per i cittadini italiani, conoscenza della lingua inglese, almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente.
- Per i cittadini stranieri, è indispensabile la conoscenza della lingua italiana, almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente.

Permesso di soggiorno per cittadini extracomunitari:

- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno, valido per l'intera durata del percorso o di dimostrazione dell'attesa di rinnovo, documentata dall'avvenuta presentazione della domanda di rinnovo del titolo di soggiorno.

4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME:

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
1.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientamento al ruolo - Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali 	<i>Inquadramento della professione</i>	12	0	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struttura e organizzazione del settore della comunicazione e dei media - Normativa di settore - Principali riferimenti legislativi e normativi in materia di diritto d'autore, pubblicità ingannevole, proprietà industriale, etc. - Tutela dei dati e normativa sulla privacy 	<i>Inquadramento del settore della comunicazione e dei media</i>	30	Max 10	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali
3.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struttura ed articolazione delle strategie di comunicazione aziendale - Principi di marketing strategico ed operativo - Principi di pianificazione strategica della comunicazione aziendale - Teorie e tecniche di comunicazione di massa e new media - Strategie e tecniche di marketing communication - Corporate communication e brand management - Media e content strategies <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizzare la strategia di comunicazione aziendale, decodificando le scelte compiute in funzione di caratteristiche dei prodotti/servizi offerti, comportamento d'acquisto dei consumatori, tendenze del mercato e strategia di marketing - Focalizzare il messaggio globale e lo style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere - Interpretare le linee guida di immagine, per garantire una comunicazione coordinata, coerente e immediatamente riconoscibile - Analizzare i concorrenti ed individuare la Unique Selling Proposition (USP) su cui si basa la strategia di posizionamento e differenziazione della comunicazione aziendale - Individuare i destinatari, il messaggio 	<i>Analizzare il contesto e la strategia di comunicazione aziendale</i>	42	Max 10	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	e gli aspetti chiave da assumere, al fine della predisposizione del piano operativo di comunicazione				
4.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipologie e caratteristiche dei mezzi di comunicazione on-line ed off-line - Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria - Comunicazione multimediale e social media marketing - I canali di comunicazione e le concessionarie pubblicitarie - Strategie e tecniche di promozione 	<i>Fondamenti della comunicazione pubblicitaria</i>	24	Max 10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
5.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principi e tecniche di progettazione creativa - Principi di semiotica e di socio-linguistica - Principi e tecniche di comunicazione visiva - Caratteristiche degli elementi del messaggio pubblicitario - Strategie di immagine coordinata ed identità visiva <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulare, sulla base di informazioni significative del brief di marketing (obiettivi strategici, target, concorrenza, mercato, etc.), indicazioni per la progettazione di soluzioni creative - Individuare il contenuto e lo stile del messaggio, in funzione del target di pubblico che si desidera raggiungere, in coerenza con vision e mission dell'impresa - Valutare la coerenza delle proposte creative in relazione alle indicazioni fornite - Analizzare e selezionare, in relazione agli obiettivi ed al target individuato, i canali di comunicazione e promozione, off-line ed on-line, più efficaci, in relazione alle caratteristiche del brand/prodotto/servizio ed al budget assegnato (media strategy e communication mix) 	<i>Supportare la progettazione di soluzioni creative di campagne di comunicazione</i>	42	Max 10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
6.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicativi digitali di grafica e web design - Tecniche di presentazione efficace 	<i>Utilizzare applicativi digitali di grafica e web design, a supporto della presentazione</i>	24	Max 15	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	Abilità - Rappresentare e comunicare le proposte creative attraverso l'impiego di strumenti digitali				formali, non formali ed informali
7.	Conoscenze - Tecniche e strumenti di project management - Tecniche e strumenti di budgeting - Tecniche di analisi dei dati e elaborazione report	<i>Tecniche e strumenti di project management</i>	30	Max 10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
8.	Conoscenze - Tecniche di pianificazione e programmazione di piani di comunicazione - Tecniche di media planning - Modelli e strumenti di marketing operativo Abilità - Individuare gli elementi costitutivi del piano di comunicazione in termini di obiettivi, metodologie, strumenti, destinatari, tempi e costi - Selezionare la tipologia di campagna adatta alle esigenze del cliente e alle caratteristiche del prodotto/servizio - Identificare le risorse umane e materiali necessarie per la produzione dei singoli interventi - Definire il piano di azione assegnando compiti e funzioni delle risorse umane impegnate fornendo indicazioni procedurali, output richiesti e dead line delle attività - Programmare le fasi della campagna attraverso la pianificazione temporale dei media (copertura, frequenza, continuità) - Allocare le risorse economiche in relazione agli interventi previsti e gestire il budget assegnato - Organizzare e coordinare le attività delle risorse umane impegnate sul progetto di comunicazione (Creativi, Reparto Media, Produzione, etc.), verificando che vengano rispettati i tempi di realizzazione e i costi	<i>Programmare piani di comunicazione</i>	36	Max 10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
9.	Conoscenze - Principi e tecniche di organizzazione del lavoro - Principi e tecniche di gestione delle risorse umane	<i>Organizzare il lavoro e gestire le risorse</i>	24	Max 10	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	<ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di negoziazione e mediazione - Tecniche di team working e problem solving 				formali, non formali ed informali
10.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecniche di gestione di un piano di comunicazione - Tecniche di monitoraggio di campagne promozionali - Tecniche e strumenti di misura della customer satisfaction e fidelizzazione - Metodi e tecniche di sviluppo di un sistema di monitoraggio e valutazione del piano di comunicazione <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare tecniche di mediazione e negoziazione nella gestione degli accordi commerciali con le concessionarie per l'acquisto degli spazi pubblicitari definendo formati (posizioni) quantità e tempi delle uscite e verificando il rispetto delle condizioni contrattuali pattuite - Individuare indicatori di efficacia ed efficienza al fine di valutare l'impatto del piano di comunicazione - Definire il piano di monitoraggio del piano di comunicazione (indicatori, tempi, modalità di rilevazione e elaborazione dati) - Gestire il budget assegnato in relazione alle risorse umane e strumentali impiegate ed ai costi del piano media - Verificare l'uso del marchio o dei progetti creativi nel rispetto dei diritti di proprietà intellettuale - Monitorare l'avanzamento delle attività e controllare il rispetto del calendario di programmazione e l'efficacia della campagna promozionale/pubblicitaria 	<i>Gestire il piano di comunicazione</i>	30	Max 10	AmMESSO il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
11.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lingua inglese e terminologia di settore 	<i>Lingua inglese</i>	20	Max 15	AmMESSO il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
12.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro 	<i>Sicurezza sul luogo di lavoro</i>	8	Max 4	AmMESSO credito di frequenza con valore a priori,

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	Abilità - Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario				riconosciuto a chi ha già svolto, con idonea attestazione (conformità settore di riferimento e validità temporale), il corso conforme all'Accordo Stato – Regioni del 21/12/2011 – Formazione dei lavoratori, ai sensi dell'art. 37, comma 2 del D.lgs. 81/2008
DURATA MINIMA TOTALE, AL NETTO DEL TIROCINIO CURRICOLARE			322	Max 114	

NOTA:

Le Unità di Risultati di Apprendimento n.1, 2, 3, 4 e 5, vanno svolte antecedentemente alle restanti, nell'ordine indicato. L'Unità n. 8 va svolta antecedentemente all'Unità n.10.

5. TIROCINIO CURRICOLARE:

Durata minima: 80 ore; durata massima: 35% sul totale del percorso.

6. UNITA' DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE:

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 20% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curricolare.

7. METODOLOGIA DIDATTICA:

Le Unità di risultati di apprendimento, vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva, utilizzando, se necessario, laboratori pratici.

8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI:

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti, per singola Unità di risultati di apprendimento.

9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI:

- Credito di ammissione: riconoscibile, attraverso valutazione degli apprendimenti formali, non formali e informali dei richiedenti, svolta da operatore abilitato, in applicazione della procedura regionale, con riferimento a risultati di apprendimento con livello E.q.f.: 6.
- Crediti di frequenza: la percentuale massima riconoscibile è il 30% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; il 100% sul tirocinio curricolare, al netto degli eventuali crediti con valore a priori.

10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI:

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento; presenza di aule e laboratori adeguatamente attrezzati.

11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE:

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso

formativo. È consentita l'ammissione all'esame finale, anche a fronte della frequenza di almeno il 70% delle ore complessive del percorso formativo, previo parere favorevole - documentato – del collegio dei docenti/formatori.

12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO:

Certificato di qualificazione professionale, rilasciato ai sensi del D.lgs. 13/2013.