



# e-COMMA

## Curricula Formativi



Titolo del progetto:	e-COMMA
Tipo di progetto:	Partnership Strategiche Erasmus +
Programma:	Erasmus +
Accordo No:	2015-1-PL01-KA202-016959

Autore: Consorzio eComma

Il progetto e-COMMA è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. Questa comunicazione è il solo dell'autore, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

## **Prefazione**

Questo documento è stato redatto nell'ambito del progetto e-COMMA, Convenzione n. 2015-1-PL01-KA202-016959, sotto gli auspici dei partenariati strategici Erasmus + Programma. E 'stato scritto in collaborazione con uscita 4: finale versione del Curriculum per l'e-commerce e delle professioni di e-marketing tra cui materiali per la formazione.

## Sommario

<b>1. INTRODUZIONE A PROJECT .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PANORAMICA .....</b>	<b>6</b>
2.1 I PROFILI PROFESSIONALI E-LCOMMA	6
2.2 ULTERIORE AZIONE	7
2.3 CONCETTO DI FORMAZIONE	9
UNITÀ DI APPRENDIMENTO .....	9
MATERIALE .....	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
TEMPORALE DELLA FORMAZIONE .....	10
<b>3. RUOLO DI LAVORO: COMMUNITY MANAGER.....</b>	<b>12</b>
3.1 SFONDO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.2 OBIETTIVI DI FORMAZIONE	12
3.3 PROGRAMMA SCOLASTICO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.4 CONSEGNA	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.5 ATTESTAZIONE	20
<b>4. RUOLO LAVORO: SPECIALISTA DATI.....</b>	<b>21</b>
4.1 SFONDO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
4.2 OBIETTIVI DI FORMAZIONE	21
4.3 PROGRAMMA SCOLASTICO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
4.4 CONSEGNA	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
4.5 ATTESTAZIONE	29
<b>5. RUOLO DI LAVORO: E-COMMERCE DEVELOPER.....</b>	<b>30</b>
5.1 SFONDO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
5.2 OBIETTIVI DI FORMAZIONE	30
5.3 PROGRAMMA SCOLASTICO	32
5.4 CONSEGNA	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
5.5 ATTESTAZIONE	38
<b>6. JOB RUOLO: E-MARKETER.....</b>	<b>39</b>
6.1 SFONDO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
6.2 OBIETTIVI DI FORMAZIONE	39
6.3 PROGRAMMA SCOLASTICO	41
6.4 CONSEGNA	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
6.5 ATTESTAZIONE	47

<b>7.</b>	<b>RUOLO DI LAVORO: CONTENT MANAGER .....</b>	<b>48</b>
<b>7.1</b>	<b>SFONDO</b>	<b>48</b>
<b>7.2</b>	<b>OBIETTIVI DI FORMAZIONE</b>	<b>48</b>
<b>7.3</b>	<b>PROGRAMMA SCOLASTICO</b>	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
<b>7.4</b>	<b>CONSEGNA</b>	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
<b>7.5</b>	<b>ATTESTAZIONE</b>	<b>55</b>
<b>8.</b>	<b>ANNESSO.....</b>	<b>ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.</b>
<b>8.1</b>	<b>TABELLA 1</b>	<b>57</b>
<b>8.2</b>	<b>TAVOLO 2</b>	<b>59</b>
<b>8.3</b>	<b>TABELLA 3</b>	<b>61</b>
<b>8.4</b>	<b>TABELLA 4</b>	<b>63</b>
<b>8.5</b>	<b>TABELLA 5</b>	<b>65</b>

## 1. Introduzione al progetto

Nel corso degli ultimi anni, Internet ha cambiato il modo in cui gli europei comprano e vendono, comunicano, interagiscono, pubblicizzano e promuovono. I nuovi media e le continue innovazioni nei dispositivi elettronici stanno cambiando il mercato dalle strade ai computer, cellulari e altri nuovi schermate delle applicazioni. L'ultima comunicazione della Commissione europea [COM (2011) 942] in materia di e-commerce e servizi on-line afferma che "Il commercio elettronico e dei servizi on-line, nel senso più ampio sono ora al centro della vita dei consumatori, delle imprese (dal più grande al il più piccolo) e dei cittadini in generale".

Il progetto e-COMMA è stato finanziato nell'ambito del programma Erasmus +, sotto l'azione chiave 2, al fine di far fronte a questa nuova realtà. Il progetto e-COMMA avrà uno sguardo in profondità su due in rapida crescita e in rapida evoluzione categorie di lavoro: marketing on-line e di e-commerce. Possibilità d'impiego in queste categorie sono abbondanti e l'Europa ha un reale vantaggio competitivo se l'educazione e ambiente di formazione riesce a fornire le competenze migliori che si trovano sulla domanda nel settore.

e-COMMA ha sviluppato profili specialistici europei, in conformità alla norma europea EN 16.234-1: 2016 in base a meta quadri europei EQF / e-CF e ECVET, e imposta le linee guida di formazione per lo sviluppo di ulteriori misure di formazione professionale per il marketing on-line e delle professioni e-commerce.

I partner del progetto:

- Uniwersytet Ekonomiczny wrocławiu - Wrocław, Polonia - [www.ue.wroc.pl](http://www.ue.wroc.pl)
- Guimel SAS - La Teste-de-Buch, Francia - [www.guimel.eu](http://www.guimel.eu)
- CIAPE - Centro Italiano per l'Apprendimento Permanente - Roma, Italia - [www.ciape.it](http://www.ciape.it)
- Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach - Katowice, Polonia - [www.ue.katowice.pl](http://www.ue.katowice.pl)
- FOM Hochschule für Oekonomie & Management - Essen, Germania - [www.fom.de](http://www.fom.de)

## 2. Panoramica

Dopo l'attività di ricerca desk e sul campo, svolta dalla partnership internazionale e-COMMA, i cinque più importanti ruoli di lavoro legati al commercio elettronico e del marketing on-line sono stati identificati e sono stati sviluppati profili dettagliati di ruolo. Questi profili di ruolo si riferiscono alle piccole e medie imprese (PMI) che non operano nel settore Information and Communication Technology (ICT).

### 2.1 I profili professionali e-COMMA

I dipendenti di piccole e medie imprese di solito hanno le qualifiche di base e competenze che non sono direttamente collegate al settore ICT. I profili dei ruoli sono quindi da intendersi come valore aggiunto e non sostitutivi di qualifiche professionali. Come i profili sono stati preparati da esperti dopo aver analizzato con attenzione le esigenze del mercato dal punto di vista del datore di lavoro, i profili dei ruoli contengono attuali competenze demand-driven.

I ruoli di lavoro si accordano ad un quadro di riferimento europeo, sviluppato dal gruppo di lavoro europeo di normalizzazione delle skill ICT ([Gruppo di lavoro CEN sulla ICT Skills](#)). I ruoli di lavoro riflettono i livelli di competenza di competenza derivati dal Quadro europeo di e-Competence ([e-CF](#)) che è uno standard europeo dal 2016 e viene pubblicato come [EN 16.234-1: 2016](#). Appare come la prima implementazione del quadro europeo delle qualifiche (EQF) per uno specifico settore industriale; si fa esplicito riferimento alla e-competenze.

La EN 16.234-1: 2016 fa parte della strategia dell'Unione europea per gli e-competenze nel 21 ° secolo. La norma visualizza cinque aree di e-competenze e un totale di 40 E-competenze che sono essenziali per il settore ICT. Esso fornisce in tal modo un linguaggio comune per descrivere i profili di ruolo sviluppati di recente. Questo facilita il riconoscimento dei risultati dell'apprendimento e la loro convalida. La norma si collega posti di lavoro, competenze e qualifiche. Questo porta a un migliore orientamento nel campo delle competenze e la formazione professionale. I risultati sono una maggiore trasparenza, la mobilità e l'efficienza in tutta l'Europa. Le attività di formazione possono essere progettati in modo da soddisfare le esigenze specifiche del settore, senza essere limitato ad un solo paese.

I profili dei ruoli individuati in e-COMMA sono i seguenti (ulteriori descrizioni in allegato):

- Community Manager
- Data Specialist
- E-Commerce Developer
- E-Marketer
- Content Manager

A causa dell'impatto crescente di digitalizzazione, i datori di lavoro nonché i dipendenti devono essere ben preparati ad affrontare le sue sfide. Inoltre, i risultati di digitalizzazione in costante cambiamento ed esorta entrambe, datori di lavoro e dipendenti per mantenere up-to-date. Per affrontare le sfide e soddisfare le esigenze, la formazione per le competenze ICT settore-specifici è stato sviluppato e deve essere aggiornato regolarmente.

Come i ruoli di posti di lavoro sono da intendersi come valore aggiunto per i dipendenti esperti, questa la formazione professionale si basa sui principi ECVET-e offre in tal modo le opportunità di mobilità internazionale e il riconoscimento trasparente delle abilità e competenze. Lo sviluppo di corsi di formazione in conformità con i principi ECVET garantisce l'accettazione delle e-competenze in tutta Europa: Le qualifiche sono comparabili e leggibile nella UE. La formazione e-COMMA è fortemente orientata alla qualità e pone quindi l'accento sui risultati dell'apprendimento e la realizzazione delle rispettive competenze ICT secondo la norma EN 16234: 2016.

## 2.2 Ulteriore azione

In questo documento, saranno descritti i risultati di apprendimento attesi della formazione. Ogni profilo ruolo di lavoro combina un certo insieme di competenze e abilità che costituiscono la base per i risultati di apprendimento. Questi sono esplicitamente legati alla norma EN 16234: 2016.

I risultati dell'apprendimento stessi conducono alle rispettive unità di apprendimento dei corsi di formazione. Una serie di risultati di apprendimento costruisce la base per il concetto di unità di apprendimento, cioè i moduli di apprendimento. In questo documento, le unità di risultati di apprendimento sono forniti utilizzando un modello europeo per le unità di apprendimento<sup>1</sup>. Questo garantisce la validità internazionale e offre un elevato livello di trasparenza.

Il risultato di una serie di unità di apprendimento è, infine, il conseguimento del rispettivo titolo di studio, ad esempio, il ruolo lavoro svolto.

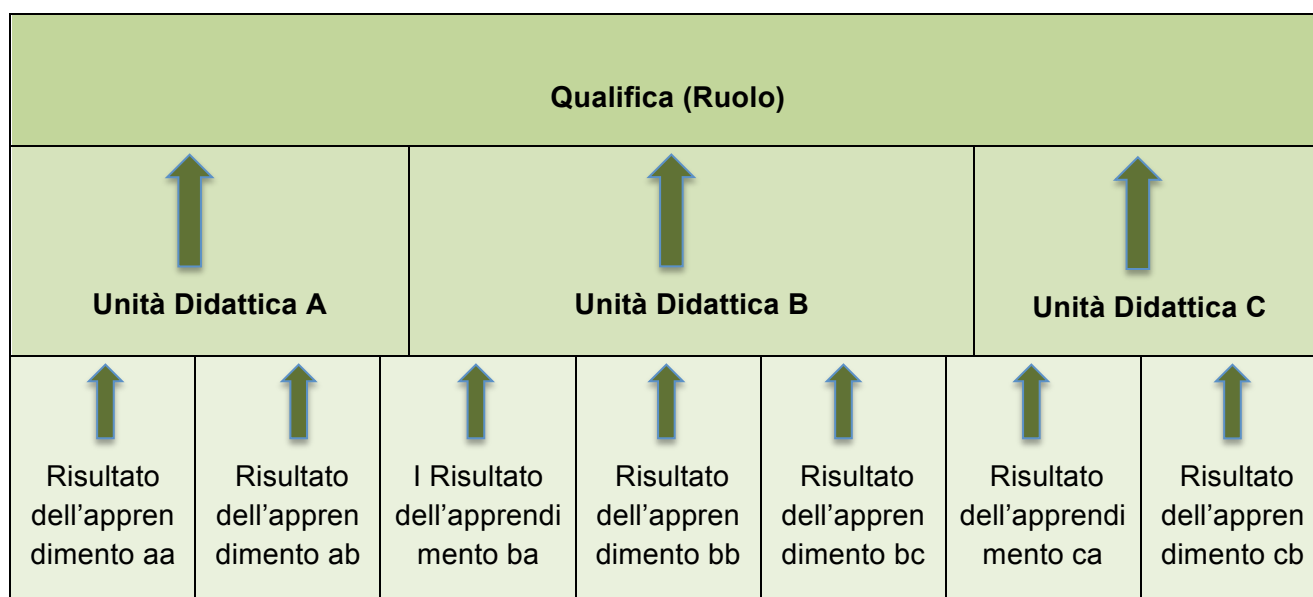


Tabella 1: formazione basata sui risultati di apprendimento, panoramica

<sup>1</sup>Questo modello viene fornito in tedesco e inglese dall'Agencia nazionale tedesca per l'Europa presso l'Istituto federale per la formazione professionale e la formazione (NA a BIBB). E' disponibile online: <https://www.na-bibb.de/erasmus-berufsbildung/mobilitaet/ecvet-und-qualitaet/ecvet-lernergebniseinheiten-von-az/> (2017/10/12)





## 2.3 Concetto di formazione

I corsi di formazione e-COMMA portano a qualifiche professionali che sono appropriati per i professionisti con esperienza così come per chi cerca lavoro o studenti e apprendisti. È fondamentale che gli allenamenti accompagnano l'impegno a tempo pieno. Ecco perché il concetto di formazione si concentra sulla flessibilità e un alto grado di auto-gestione.

Il concetto di blended learning è diventato sempre più popolare negli ultimi anni, in quanto unisce due diverse forme di apprendimento: classica interazione faccia-a-faccia tra docenti e discenti, ma anche l'apprendimento online. Con l'introduzione di blended learning, gli studenti sono in grado di imparare in modo flessibile in termini di tempo e di luogo. Pertanto - e anche per la messa a fuoco transnazionale - che stabilisce blended learning nel progetto e-COMMA sembra essere la migliore soluzione possibile. Con questo concetto, si cerca di regolare fatto per trovare il setup ottimale per la formazione scolastica e professionale, permettendo agli studenti di essere meglio preparati per società attuali e future esigenze di nel settore dell'e-Commerce e Online-Marketing.

### Unità di apprendimento

Ogni profilo dovrebbe essere addestrato in cinque unità di apprendimento rilevanti che consistono di risultati di apprendimento. Le unità sono suddivisi in moduli commerciali (BM) e moduli tecnici (TM), in funzione del rispettivo ruolo professionale. I moduli commerciali si concentrano solo sugli piuttosto contenuti aziendali teorici, mentre i moduli tecnici si concentrano sullo stato dell'arte tecnologico e gli strumenti relativi.

Ogni formazione è composta da cinque moduli di blended learning, che combina presentazioni e altro materiale audiovisivo per l'e-learning e l'apprendimento faccia a faccia. La formazione dovrebbe iniziare con un periodo di e-learning e chiudere con la faccia-a-faccia-sessioni.

Ogni modulo di apprendimento inizia con una panoramica sul contenuto di apprendimento che è rilevante per il rispettivo risultato di apprendimento. Si consiglia di fornire sarà fornito il materiale per la parte di e-learning attraverso una piattaforma di e-learning, che consente l'accesso da parte dei partecipanti solo da password. La disponibilità del materiale di formazione si rivolge le competenze per l'apprendimento auto-responsabile. Le seguenti sessioni faccia a faccia sono destinate ad essere all'estero per rafforzare le competenze sociali dei partecipanti. Questi faccia a faccia sessioni di concentrarsi sulla soluzione casi di studio e una serie di altri esercizi individuali e di gruppo, di applicare le conoscenze acquisite in modo corretto.

### Materiali

L'e-learning va al di là della disponibilità on-line di script di formazione. I corsi di formazione e-COMMA puntano sulla valorizzazione vario materiale didattico che può essere utilizzato singolarmente e quindi adatta al ritmo di apprendimento personale. Le unità di apprendimento possono essere facilmente integrati nel programma di professionisti che lavorano, in quanto possono essere valutati in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo.

Quando si applica l'e-learning, è importante notare che in via di sviluppo semplicemente unità di apprendimento digitale non è la chiave del successo. Al contrario, gli elementi di apprendimento hanno bisogno per soddisfare le esigenze degli studenti. Ciò significa che particolare attenzione deve essere messo sul concetto didattico. Per fare in modo, saranno sviluppate varie forme di elementi di apprendimento: Le presentazioni sono accompagnate da file video, documenti modello,

studi di casi ed esercitazioni. Al fine di prestare attenzione ai bisogni, questi elementi dovrebbero essere disponibili on-line, ma devono anche essere scaricabile per offrire una maggiore flessibilità per l'utente. Sono sviluppati tutti gli elementi per quanto riguarda la massima attenzione gli esseri umani possono pagare. Le seguenti indicazioni sono state rispettate quando si sviluppano gli elementi di apprendimento:

1. Video (screencast o video esistenti YouTube-): 5 per un max. 15 minuti
2. File audio: 5 per un max. 15 minuti
3. Documenti di testo: non più di 15 pagine.
4. Presentazioni: ca. 50 diapositive.

Per ogni profilo, un test dovrebbe essere attuato al fine di valutare il successo di apprendimento. Questa prova deve essere condotta al fine di rilasciare un certificato dopo il completamento.

Il rapporto proposto di elementi di apprendimento online per quanto riguarda il contenuto totale di apprendimento è circa il 50% ancora istituzioni che desiderano utilizzare materiali proposti possano essere determinati altro rapporto. Al fine di arricchire gli elementi di apprendimento online, gli studenti devono anche confrontarsi con problemi di apprendimento stabiliti. Gli studenti possono quindi flessibile lavorare su quei compiti individualmente o in gruppi. È importante notare che gli studenti organizzano queste fasi di apprendimento individuale (ad esempio, fissare appuntamenti, distribuire il lavoro, etc.) per conto proprio al fine di promuovere le competenze di autogestione e soft skills.

Attività di apprendimento in aula possono comprendere il lavoro cooperativo o individuo su studi di casi (ad esempio, lo sviluppo di una strategia, risolvere i problemi organizzativi, concettualizzare e-commerce o soluzioni di marketing online, ecc), la ricerca su un determinato argomento discussioni di gruppo, ecc Il rapporto di faccia a faccia elementi di apprendimento per quanto riguarda il contenuto totale di apprendimento devono essere ~ 50%.

A seguito di questi suggerimenti, il progetto di e-Comma ha sviluppato materiale di formazione di base per tutti i 5 profili di ruolo (materiale di e-learning e una serie di esercizi). Il materiale è a disposizione del pubblico presso [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu). Per la sua implementazione, si richiede l'uso del logo e-COMMA e la citazione della fonte.

## Calendario della formazione

Quando si definisce la durata delle unità di blended learning, delle particolari esigenze dei gruppi target devono essere acquisite. Così, la formazione deve soddisfare due requisiti allo stesso: deve essere abbastanza a lungo al fine di consentire a tutti i contenuti da insegnare e non deve essere troppo ampia come gli studenti sono principalmente adulti che potrebbe lavorare in parallelo alla formazione .

Una durata complessiva di cinque giorni lavorativi con 4-5 ore di formazione pro sono suggeriti minimo. Tuttavia, il contenuto può anche essere offerto in modo flessibile in quanto sarà integrato

nella piattaforma di apprendimento online. Gli studenti saranno tenuti a organizzare il proprio apprendimento.

### **La valutazione, la convalida e il riconoscimento**

Proponiamo che la formazione on-line termini completando un test online per tutti i moduli, un test per ogni ruolo professionale. Passare il test è rilevante per la partecipazione alla seguente mobilità blended learning. Inoltre, le sessioni faccia a faccia devono includere valutazioni.

Suggeriamo che la formazione on-line dovrebbe essere accompagnata da un tutor online che carica il materiale ed una persona di contatto per i partecipanti, se sorgono questioni relative alla formazione online. Il tutor on-line garantisce anche la procedura di riconoscimento.

## 3. Ruolo di lavoro: Community Manager

### 3.1 Panoramica

La tabella 1 in allegato mostra la descrizione ruolo professionale Community Manager come indicato nel progetto e-COMMA. Questo profilo è stato definito in accordo con il quadro europeo e-Competence (e-CF) e comprende feedback dal settore stesso. (Un profilo dettagliato ruolo può essere ispezionato in linea<sup>2</sup>).

Il profilo ruolo riflette cinque aree di e-competenze derivanti dai processi di business ICT: A. Plan, B. Build, C. Run, D. Enable, E. Gestione. Queste aree di competenza sono rispecchiati nella dimensione 1.

Dimensione 2 definisce un insieme di e-competenze per ciascuna area (40 competenze in totale).

Dimension 3 elenca i livelli di competenza per ogni competenza (alto, medio basso).

Dimension 4 contiene le competenze, tra cui soft skills, che qualificano le e-competenze di dimensione 2. Queste ulteriori competenze sono divise in tre categorie: competenze tecniche, comportamentali e di business.

La missione della community manager è descritto come segue:

- Sviluppa e gestisce la comunicazione con i clienti e le prospettive in linea con la strategia di organizzazione.
- Genera “ambasciatori del marchio” e interagisce quotidianamente con tatto e sensibilità con gli utenti.
- Progetta e agisce consapevolmente in comunicazione di crisi.

### 3.2 Obiettivi di formazione

Il Community Manager ha il compito di sviluppare, organizzare e gestire le relazioni online varie comunità delle parti interessate dell'ente / organizzazione che egli rappresenta. Attua le strategie di social media in contributi singoli o serie di contributi e campagne. Agisce con tatto e sensibilità per sviluppare l'e-reputazione dell'organizzazione e interagisce ogni giorno con il pubblico sui social media, anche reagendo alle critiche e lamentele. Fa anche in modo che le piattaforme di social media sono ben tenute e che una cultura della comunicazione rispettosa è assicurata.

Il responsabile della Comunità di solito lavora in stretta collaborazione con i team di comunicazione, marketing e PR. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, lavora a tempo pieno o parziale. Lui / lei è in grado di gestire una squadra e lavora in stretta collaborazione con il team di e-Commerce.

---

<sup>2</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

Il suo / suoi compiti principali sono:


- Sviluppare, organizzare e realizzare la comunicazione on-line dell'organizzazione nell'ambito del marketing digitale
- Analizzare e identificare gli opinion leader e la comunità
- Creare e gestire la comunità online
- Rispondere e seguire le richieste in arrivo e domande
- Moderare forum e social media e interagire con gli utenti
- Condurre analisi web e valutare se gli obiettivi siano raggiunti
- Sostegno alla strategia SEO dell'organizzazione sul web
- Anticipare e pianificare la comunicazione di crisi in collaborazione con altri servizi.

### 3.3 Curriculum

#### Panoramica


Unità di apprendimento	Nome + contenuto principale	Durata	Valutazione
<b>BM 01 (+</b> Introduzione)	<b>Marketing digitale</b> 1. Marketing digitale 2. Tradizionale vs Digital Marketing 3. Tattiche di Marketing e Web Analytics 4. Questioni legali	1 giorno	La qualificazione per il profilo ruolo sarà testato da un quiz online.  Durante le sessioni di apprendimento faccia a faccia i partecipanti lavorano su casi di studio per dimostrare le loro qualifiche ad assumere i ruoli di lavoro in ambienti di business concreti.
<b>BM 02</b>	<b>Strategia d'affari</b> 1. Strategia d'affari 2. Gestione strategica 3. Strumenti 4. Business Strategy e piano d'azione 5. Strategia di gestione della comunità	1 giorno	
<b>BM 04</b>	<b>Relazione e Risk Management</b> 1. Relationship Management 2. Gestione del rischio 3. Gestione della crisi	1 giorno	
<b>BM 03 CM</b>	<b>Gestione problema</b> 1. Gestione problema 2. Standard di documentazione 3. Cambio gestione	1 giorno	
<b>TM 01 CM</b>	<b>Digital Marketing Tools: tendenze e Uso</b> 1. Digital Marketing Tools 2. Canali di comunicazione 3. Valutazione	1 giorno	


I moduli elencati di business (BM) e moduli tecnici (TM) costituiscono la base per le unità di apprendimento che portano alla qualificazione profilo di ruolo. Le unità di apprendimento stessi sono costituiti da una serie di risultati di apprendimento. I risultati di apprendimento previsti su ciascuna unità di apprendimento sono descritti nelle tabelle sottostanti.

Titolo dell'unità: BM 01: Digital Marketing	<b>Applicazione dei concetti chiave del marketing digitale</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Community Manager</b>	EQF livello:  NQF-Livello:	
<p>L'unità di apprendimento è costituita da tre blocchi: (a) la differenziazione tra marketing tradizionale e digitale, (b) le tattiche di marketing e web analytics, (c) le questioni legali. Lo studente capisce la differenza tra marketing tradizionale e digitale. Lo studente sa come applicare i principi fondamentali di marketing digitale, tra cui la comunicazione on-line. Lo studente comprende e si applica la protezione dei dati e la privacy.</p>			
<b>Risultati di apprendimento</b>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprendere i principi fondamentali del marketing digitale - tra cui la comunicazione on-line - a differenza di marketing tradizionale,</li> <li>• applicare le opportune tattiche di marketing digitale,</li> <li>• utilizzare gli strumenti analitici di base con senso critico per valutare l'efficacia delle diverse azioni e il loro impatto sul ROI,</li> <li>• analizzare e monitorare le attività di marketing digitale dell'organizzazione,</li> <li>• valutare il coinvolgimento degli utenti e l'efficacia dei moltiplicatori / influenzatori,</li> <li>• sviluppare obiettivi significativi in conformità con la strategia di marketing dell'organizzazione,</li> <li>• applicare le opportune strategie di marketing digitale coinvolti nella comunicazione dell'organizzazione tra cui la vigilanza di canali digitali dell'organizzazione per rafforzare e-reputazione dell'organizzazione,</li> <li>• identificare le questioni relative alla protezione dei dati e privacy coinvolti nella strategia di gestione della comunità e trattare con cura.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (possono essere valutati insieme a BM-02 di sviluppo di una strategia di gestione della comunità e piano di attività)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

Titolo del pezzo: BM 02: Strategia Aziendale	<b>Sviluppo e applicazione di strategia di gestione della comunità</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Community Manager</b>	EQF livello:  NQF-Livello:	
Lo studente è in grado di comprendere diverse strategie di business e strategie di comunicazione digitale e di sviluppare una strategia di gestione della comunità, nonché un piano di attività operativa su questa base, al fine di rafforzare e-reputazione dell'organizzazione.			
<b>Risultati di apprendimento</b>			
Lui / lei è in grado di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• trasferire strategia di comunicazione dell'organizzazione strategia di business / digitale per la gestione della comunità,</li> <li>• identificare i rischi e le opportunità, presenti e future dimensioni del mercato e le esigenze per mezzo di un'analisi SWOT,</li> <li>• creare un piano strategico di attività di gestione della comunità tra cui pietre miliari precise che si adatta strategia a lungo termine dell'organizzazione,</li> <li>• valutare e implementare gli standard e le migliori pratiche per garantire gli standard di qualità,</li> <li>• creare concetti di comunicazione e marketing con la produzione di piani adeguati e offrendo orientamenti per l'attuazione.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (vale a dire lo sviluppo della strategia di gestione della comunità e piano di attività)			
Ulteriori informazioni: L'Unità di apprendimento fa riferimento al curriculum e-COMMA.			
Sviluppato da: e-COMMA consorzio			



Titolo del pezzo: BM 04: Relazione e Risk Management	<b>Applicazione dei concetti chiave della Relationship Management e Risk Management</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Community Manager</b>	EQF livello:  NQF-Livello:	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) la gestione delle relazioni, (b) la gestione del rischio, (c) principi fondamentali in comunicazione di crisi Lo studente mantiene autonomamente relazioni d'affari positivi in base alla strategia di comunicazione dell'organizzazione. Analizza le tendenze del mercato per fornire una politica adeguata per la gestione del rischio per quanto riguarda i suoi processi di lavorazione. Agisce e comunica con attenzione e sensibilità in situazioni di crisi in accordo con la strategia di comunicazione dell'organizzazione.</p>			
<b>Risultati di apprendimento</b>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stabilire e applicare procedure per mantenere rapporti commerciali positivi per le diverse parti interessate (interno / esterno),</li> <li>• l'indirizzo delle parti interessate bisogni, preoccupazioni e lamentele con l'empatia e in conformità con la strategia di comunicazione dell'organizzazione,</li> <li>• proporre investimenti in relazioni esistenti e nuovi,</li> <li>• analizzare le tendenze di mercato attuali e future e dei rischi connessi, utilizzando strumenti adeguati in modo auto-iniziativa,</li> <li>• fornire una politica di gestione dei rischi da includere nelle strategie ufficiali,</li> <li>• comprendere situazioni critiche e di impegnarsi in modo appropriato / con cura e sensibilità in base alla strategia dell'organizzazione per supportare e-reputazione dell'organizzazione.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (vale a dire lo sviluppo della strategia di comunicazione e di adattamento alla situazione critica)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 03 CM: Problem Management</p>	<p><b>Gestire i problemi e ad apportare modifiche / miglioramenti</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Community Manager</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) gestione dei problemi, (b) gli standard di documentazione, (c) gestione del cambiamento Lo studente si applica il pensiero soluzione concentrata quando si verificano problemi in linea con gli standard dell'organizzazione. Mantiene autonomamente la documentazione aggiornata. Lui / lei è in grado di identificare le esigenze di miglioramento e di adattarsi piani di formazione per il personale di conseguenza in modo che i cambiamenti sono implementati.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare le cause alla radice di incidenti nelle relazioni e la comunicazione on-line in modo proattivo e orientato agli standard di qualità previsti,</li> <li>• risolvere o degenerare incidenti in seguito la strategia dell'organizzazione in maniera sensibile.</li> <li>• risolvere i problemi di assistenza degli utenti in conformità con la Service Level Agreement (SLA) regole di ingaggio,</li> <li>• negoziare e attuare modifiche relative all'applicazione SLA e garantire l'applicazione appropriata,</li> <li>• elaborare e documenti di progettazione e le linee guida per l'utilizzo appropriato di strumenti rilevanti in conformità con gli standard stabiliti,</li> <li>• mantenere tali documenti e tenerli up-to-date in modo auto-dipendente,</li> <li>• identificare le esigenze di miglioramento e di formazione e di contribuire all'adattamento dei piani di formazione, riflettendo le ultime modifiche.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la comunicazione del problema, conseguenze per problemi relativi alla documentazione e di formazione)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: TM 01 CM: Strumenti di marketing digitale: tendenze e utilizzo</p>	<p><b>Strumenti di marketing digitale e la loro applicazione</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Community Manager</b></p>	<p>EQF livello: NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento introduce gli standard di strumenti di marketing digitale. Lo studente ha familiarità con gli strumenti attualmente più comuni digitali di marketing, il loro utilizzo e il loro valore / impatto per le vendite / marketing dell'organizzazione. Li applica correttamente al fine di attuare la strategia di comunicazione on-line dell'organizzazione e di rafforzare e-reputazione dell'organizzazione.</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizzare diverse applicazioni di comunicazione on-line in modo affidabile per supportare la comunicazione on-line dell'organizzazione,</li> <li>• analizzare il loro impatto sull'organizzazione, in particolare su vendite e marketing,</li> <li>• monitorare le tendenze nella comunicazione on-line e consigliare il team di comunicazione nella scelta strategica di strumenti adeguati per le future / bisogni emergenti.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la selezione e l'utilizzo corretto degli strumenti di comunicazione)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

### **3.4 Rilascio**

A seguito di questo approccio formativo, gli studenti raggiungeranno i suddetti risultati di apprendimento di auto-apprendimento responsabile e valutazione. Gli elementi di e-learning sarà completata con l'applicazione delle conoscenze e delle competenze nei casi di studio durante i faccia a faccia sessioni.

Queste sessioni faccia a faccia si svolgono all'estero e quindi un valore aggiunto in più. Gli studenti potranno rafforzare le loro competenze nel lavoro di squadra, le loro competenze trasversali e sociali e, naturalmente, le loro competenze linguistiche, come la formazione è stato progettato in inglese. Inoltre, le competenze interculturali sarà migliorata. I partecipanti potranno facilmente riconoscere e accettare le differenze culturali. Si impegnano in team multiculturali. Gli studenti ottenere l'indipendenza e l'autosufficienza e dimostrano di applicare conoscenze multidisciplinari.

### **3.5 Attestazione**

I risultati della formazione saranno valutati e sanzionati da diversi mezzi. I partecipanti dovranno passare valutazioni online e dimostrare le loro nuove competenze, impegnandosi in sessioni faccia a faccia.

Questi risultati potranno finalmente essere attestate dal Europass. Questo documento internazionale è fornito dall'Unione europea per la visualizzazione delle competenze acquisite in modo semplice e in modo adeguato. Il documento dimostra l'alta qualità delle competenze e li visualizza in modo trasparente in quanto si concentra sui risultati dell'apprendimento concreti. L'Europass è un beneficio per tutti i partecipanti, in quanto contribuisce a dimostrare l'alta qualità dei titoli di studio conseguiti all'estero.

## 4. Profilo: Specialista dati

### 4.1 Panoramica

La tabella 2 in allegato mostra la descrizione ruolo professionale dei dati specialista come indicato nel progetto e-COMMA. Questo profilo è stato definito in base al Quadro europeo delle e-Competence (e-CF) e include feedback da parte del settore stesso. (Un profilo dettagliato ruolo può essere ispezionato in linea.<sup>3</sup>)

Il profilo ruolo riflette cinque aree di e-competenze derivanti dai processi di business ICT: A. Plan, B. Build, C. Run, D. Enable, E. Gestione. Queste aree di competenza sono rispecchiati nella dimensione 1.

Dimensione 2 definisce un insieme di e-competenze per ciascuna area (40 competenze in totale).

Dimension 3 elenca i livelli di competenza per ogni competenza (alto, medio basso).

Dimension 4 contiene le competenze, tra cui soft skills, che qualificano le e-competenze di dimensione 2. Queste ulteriori competenze sono divise in tre categorie: competenze tecniche, comportamentali e di business.

La missione dello specialista dei dati è descritto come segue:

- Gestisce e mantiene i database e seleziona dell'organizzazione, riduce, interpreta e trasforma i dati in informazioni al fine di rispondere a una domanda specifica di rilevanza per l'organizzazione.
- Identifica, analizza e interpreta le tendenze e modelli di clienti, in modo che le raccomandazioni possono essere date per la gestione futura (marketing) dell'organizzazione.
- Fornisce recensioni e rapporti con altre interfacce importanti all'interno dell'organizzazione.
- Analizza i database interni dell'organizzazione, tra cui le informazioni sul traffico ad aumentare il fatturato, le quote di mercato, etc.
- Analizza i database disponibili al di fuori dell'organizzazione e distilla le informazioni pertinenti.
- Partecipa alla raffinazione e l'attuazione della strategia SEO analizzando il ritorno degli investimenti (ROI) delle azioni precedenti e partecipa alla valutazione del ROI delle azioni future.
- Automatizza azioni di marketing quali email (prospettive, i clienti o gli utenti che non hanno completato il processo di acquisto).

### 4.2 Obiettivi di formazione

Lo specialista di dati raccoglie, prepara, a confronto, e organizza gruppi di dati che supportano lo sviluppo organizzativo. Questo professionista è in grado di identificare e banche dati di ricerca che sono rilevanti per le azioni programmate. Nutre database dell'organizzazione con i dati raccolti al di fuori dell'organizzazione (dati aperti o meno). Applica metodi analitici e statistici al fine di

---

<sup>3</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

raccogliere le informazioni dai database di marketing dell'organizzazione che potrebbero contribuire a migliorare lo sviluppo commerciale di una società o organizzazione.

Usa anche le statistiche interne, il traffico, le origini, la localizzazione degli utenti e migliora le entrate generate dal traffico

Lo specialista dei dati di solito lavora in stretta collaborazione con il team di vendita e marketing. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, opera pieno o part-time. Può gestire un team.

Il suo / suoi compiti principali sono:


- Identificazione, selezione, organizzazione di grandi database aperti / da utilizzare in un processo di sviluppo marketing e vendite
- La creazione, l'implementazione delle routine di marketing, utilizzando i dati disponibili
- Caratterizzazione del ROI delle azioni di marketing e di vendita
- Definizione e gestione di analisi
- Creazione e condivisione di rapporti
- Contributo alla Search Engine Optimization (SEO), e-reputazione analisi
- Parole chiave: AARRR (acquisizione, attivazione, ritenzione, di riferimento, i ricavi)

## 4.3 Curriculum


### Panoramica

unità di apprendimento	Nome + contenuto principale	Durata	Valutazione
<b>BM 01</b> (+ Introduzione)	<b>Marketing digitale</b> 1. Marketing digitale 2. Tradizionale vs Digital Marketing 3. Tattiche di Marketing e Web Analytics 4. Questioni legali	1 giorno	La qualificazione per il profilo ruolo sarà testato da un quiz online.  Durante le sessioni di apprendimento faccia a faccia i partecipanti lavorano su casi di studio per dimostrare le loro qualifiche ad assumere i ruoli di lavoro in ambienti di business concreti.
<b>TM 02</b>	<b>Elementi tecnici di base:</b> 1. Specialista dei dati: Introduzione 2. I dati in e-Commerce 3. Banche dati	1 giorno	
<b>BM 04</b>	<b>La gestione del rischio per i dati Specialists</b> 1. Gestione del rischio 2. I rischi nella gestione dei dati 3. Gestione della crisi	1 giorno	
<b>BM 03</b>	<b>Gestione problema</b> 1. La gestione dei problemi 2. Best Practices in Problem Management Per gli specialisti di dati 3. Gli standard di documentazione 4. Cambio gestione	1 giorno	
<b>TM 03</b>	<b>Sviluppo tecnico e adattamento:</b> Strumento web per la gestione dei dati - Google Analytics	1 giorno	

I moduli elencati di business (BM) e moduli tecnici (TM) costituiscono la base per le unità di apprendimento che portano alla qualificazione profilo di ruolo. Le unità di apprendimento stessi sono costituiti da una serie di risultati di apprendimento. I risultati di apprendimento previsti su ciascuna unità di apprendimento sono descritti nelle tabelle sottostanti.

<p>Titolo del pezzo: BM 01: Marketing digitale</p>	<p><b>Applicazione dei concetti chiave del marketing digitale</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Data Specialist</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) la differenziazione tra marketing tradizionale e digitale, (b) le tattiche di marketing e web analytics, (c) le questioni legali. Lo studente capisce la differenza tra marketing tradizionale e digitale. Lo studente sa come applicare i principi fondamentali di marketing digitale, tra cui la comunicazione on-line. Lo studente comprende e si applica la protezione dei dati e la privacy.</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprendere i principi fondamentali del marketing digitale tra cui la comunicazione online a differenza di marketing tradizionale,</li> <li>• applicare le opportune tattiche di marketing digitale,</li> <li>• utilizzare gli strumenti analitici di base con senso critico per valutare l'efficacia delle diverse azioni e il loro impatto sul ROI,</li> <li>• analizzare e monitorare le attività di marketing digitale dell'organizzazione,</li> <li>• valutare il coinvolgimento degli utenti e l'efficacia dei moltiplicatori / influenzatori,</li> <li>• sviluppare obiettivi significativi in conformità con la strategia di marketing dell'organizzazione,</li> <li>• applicare le opportune strategie di marketing digitale coinvolti nella comunicazione dell'organizzazione tra cui la vigilanza di canali digitali dell'organizzazione per rafforzare e-reputazione dell'organizzazione,</li> <li>• identificare le questioni relative alla protezione dei dati e privacy coinvolti nella strategia di gestione della comunità e trattare con cura.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			



<p>Titolo del pezzo: TM 02: Nozioni di base tecniche</p>	<p><b>La conoscenza di soluzioni tecniche e la loro applicazione e l'adattamento in un contesto di gestione dei dati</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Data Specialist</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) le soluzioni tecniche modello (b) competenze tecniche nel contesto della gestione dei dati Lo studente è ben orientata nel campo dei modelli di database, il loro utilizzo e sviluppo. Applica e li sviluppa per fornire informazioni a base di conoscenza del business in modo user-oriented correttamente per comunicare tramite la maggior parte dei canali di comunicazione moderni al fine di rafforzare e-reputazione dell'organizzazione.</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• adattare e validare i database e interfacce al fine di ottimizzare il riutilizzo quelle soluzioni certe,</li> <li>• fornire una guida per anticipare le evoluzioni che utilizzano strutture di database disponibili, tra cui le interfacce,</li> <li>• valutare le soluzioni ICT in materia di sviluppo sostenibile e si adatta politica di sostenibilità dell'organizzazione,</li> <li>• applicare e progettare un'interfaccia appropriata per la gestione dei dati (database di alimentazione ed estrarre i dati) con l'accento sull'orientamento utente,</li> <li>• comprendere strumenti adeguati per essere distribuito per creare, estrarre, mantenere, rinnovare e diffondere la conoscenza del business,</li> <li>• valutare i dati e generare informazioni strutturate per creare valore per il business.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 04: Gestione dei rischi per Specialists dati</p>	<p><b>Applicazione dei concetti chiave e la gestione dei rischi in particolare nel contesto della gestione dei dati</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Data Specialist</b></p>	<p>EQF livello:</p>	
		<p>NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) la strategia di gestione del rischio, (b) la gestione del rischio nel contesto della gestione dei dati</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sviluppare e contribuire a un piano di contenimento dei rischi,</li> <li>• identificare e valutare i rischi nel campo della gestione dei dati utilizzando opportuni strumenti di analisi,</li> <li>• decidere azioni appropriate e contribuire al piano di contenimento del rischio dell'organizzazione in base alla strategia dell'organizzazione,</li> <li>• pianificare, eseguire e documentare le azioni di contenimento del rischio documento nel campo della gestione dei dati,</li> <li>• essere in grado di eseguire in situazioni di crisi.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

Titolo del pezzo: BM 03: Problem Management	<b>Gestire i problemi e realizzare modifiche / migliorie</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Data Specialist</b>	EQF livello:	
		NQF-Livello:	
Lo studente utilizza soluzioni tecnologiche per evitare incidenti con un approccio proattivo. In caso di incidenti che si verificano, s / he si risolve e si intensifica per ottimizzare le prestazioni del sistema e dei componenti. Identifica cause profonde e implementa le modifiche agli standard di qualità e di contenimento del rischio piano dell'organizzazione.			
<b>risultati di apprendimento</b>			
Lui / lei è in grado di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare le cause profonde del inconvenienti nel database in modo proattivo e orientato agli standard qualitativi previsti,</li> <li>• adottare un approccio proattivo all'annullamento di incidenti compreso l'adeguamento della soluzione tecnica dimostrata,</li> <li>• risolvere o degenerare incidenti,</li> <li>• ottimizzare le prestazioni del sistema o dei componenti,</li> <li>• sviluppare e adattare gli standard di qualità per la gestione dei dati e contribuisce a rischiare piano di contenimento.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora)			
Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio			
Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.			
Sviluppato da: e-COMMA consorzio			

Titolo del pezzo: TM 03: Sviluppo tecnico e di adattamento	<b>Applicazione e adattamento di modelli di database</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Data Specialist</b>	EQF livello:	
		NQF-Livello:	
Lo studente ha una profonda conoscenza dei modelli di database correnti e strumenti di interfaccia, il loro utilizzo e sviluppo. Applica in modo corretto per creare, estrarre, mantenere, rinnovare e si propagano conoscenza del business dei dati-based. Adatta soluzioni tecniche secondo i risultati di test regolari.			
<b>risultati di apprendimento</b>			
Lui / lei è in grado di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• applicare diverse soluzioni per la gestione dei dati in modo affidabile per supportare e-competenze dell'organizzazione,</li> <li>• monitorare le tendenze in soluzioni di database e di interfaccia e supporta il processo decisionale strategico,</li> <li>• conoscere e regolarmente applicare strumenti adeguati per creare, estrarre, mantenere, rinnovare e diffondere la conoscenza del business dei dati basata,</li> <li>• adattare modelli di gestione dati esistenti in base all'utilizzo e verifica periodica.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio			
Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.			
Sviluppato da: e-COMMA consorzio			

#### **4.4 Rilascio**

A seguito di questo approccio formativo, gli studenti raggiungeranno i suddetti risultati di apprendimento di auto-apprendimento responsabile e valutazione. Gli elementi di e-learning saranno completati con l'applicazione delle conoscenze e delle competenze nei casi di studio durante le sessioni faccia a faccia.

Queste sessioni faccia a faccia si svolgono all'estero e quindi hanno un valore aggiunto in più. Gli studenti potranno rafforzare le loro competenze nel lavoro di squadra, le loro competenze trasversali e sociali e, naturalmente, le loro competenze linguistiche, dal momento che la formazione è stata progettata in inglese. Inoltre, le competenze interculturali saranno migliorata. I partecipanti potranno facilmente riconoscere e accettare le differenze culturali. Si impegnano in team multiculturali. Gli studenti ottengono l'indipendenza e l'autosufficienza e dimostrano di applicare conoscenze multidisciplinari.

#### **4.5 Attestazione**

I risultati della formazione saranno valutati e sanzionati da diversi mezzi. I partecipanti dovranno passare valutazioni online e dimostrare le loro nuove competenze, impegnandosi in sessioni faccia a faccia.

Questi risultati potranno finalmente essere attestate dal Europass. Questo documento internazionale è fornito dall'Unione europea per la visualizzazione delle competenze acquisite in modo semplice e in modo adeguato. Il documento dimostra l'alta qualità delle competenze e li visualizza in modo trasparente in quanto si concentra sui risultati dell'apprendimento concreti. L'Europass è un beneficio per tutti i partecipanti, in quanto contribuisce a dimostrare l'alta qualità dei titoli di studio conseguiti all'estero.

## 5. Profilo: e-Commerce Developer

### 5.1 Panoramica

La tabella 3 in allegato mostra il profilo dell'e-commerce developer sviluppato nell'ambito del progetto di e-COMMA. Questo profilo è stato definito in base al Quadro europeo delle e-Competence (e-CF) e include feedback da parte del settore stesso. (Un profilo dettagliato ruolo può essere ispezionato in linea.<sup>4</sup>)

Il profilo ruolo riflette cinque aree di e-competenze derivanti dai processi di business ICT: A. Plan, B. Build, C. Run, D. Enable, E. Gestione. Queste aree di competenza sono rispecchiati nella dimensione 1.

Dimensione 2 definisce un insieme di e-competenze per ciascuna area (40 competenze in totale).

Dimension 3 elenca i livelli di competenza per ogni competenza (alto, medio basso).

Dimension 4 contiene le competenze, tra cui soft skills, che qualificano le e-competenze di dimensione 2. Queste ulteriori competenze sono divise in tre categorie: competenze tecniche, comportamentali e di business.

La missione dello sviluppatore di e-commerce è descritto come segue:

- E' responsabile dello sviluppo, progettazione tecnica, e la realizzazione di applicazioni di e-commerce e piattaforme online sulla base delle diverse tecnologie e sistemi di terze parti.
- Progetta, sviluppa e realizza interfacce complesse, consiglia l'ufficio marketing in questioni tecnologiche in materia di e-commerce di soluzioni e progetta e crea il negozio on-line, tra cui l'organizzazione, il layout, la struttura ecc
- Questo include anche il frontend e lo sviluppo back-end e di design, e le routine da sfamare, se necessario, il sistema di gestione della supply-chain e / o sistema di contabilità

### 5.2 Obiettivi di formazione

I disegni di sviluppo e-commerce, crea e mantiene e-shop e sviluppa l'infrastruttura del negozio on-line sulla base di diverse tecnologie, e sistemi di terze parti per ottimizzare le entrate del negozio on-line.

Lo sviluppatore di e-commerce di solito lavora in stretta collaborazione con il team di reparto vendite, marketing e PR. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, opere pieno o part-time. Può gestire un team

---

<sup>4</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

I suoi compiti principali sono:

- Progettazione, organizzazione, realizzazione di layout, la struttura e le funzioni del negozio on-line
- Realizzazione di prototipi, mock up
- L'uso del feedback dei clienti per migliorare la fruibilità del e-shop
- Set-up di applicazioni di test
- Gestione delle sessioni di test, la valutazione del feedback e reporting
- Set-up di strumenti per analizzare l'efficienza del negozio
- Search engine optimization (SEO) del negozio
- Documentazione di codice
- Documentazione e manuale utente
- Gestione dei subappaltatori / compagni di squadra


## 5.3 programma scolastico


### Panoramica


Unità di apprendimento	Nome + contenuto principale	Durata	Valutazione
<b>BM 01</b> (=Introduzione)	<b>Pianificazione del progetto</b> 1. E-Commerce 2. Strumenti e soluzioni di e-commerce 3. Standard di Project Management	1d	<p>La qualificazione per il profilo ruolo sarà testato da un quiz online.</p> <p>Durante le sessioni di apprendimento o faccia a faccia i partecipanti lavorano su casi di studio per dimostrare le loro qualifiche ad assumere i ruoli di lavoro in ambienti di business concreti.</p>
<b>BM 05</b>	<b>La gestione del rischio per l'e-commerce sviluppatori</b> 1. Gestione del rischio 2. Gestione del rischio nel contesto di e-commerce di sviluppo	1d	
<b>BM 03</b>	<b>Problem Management</b> 1. La gestione dei problemi 2. Gli standard di documentazione 3. Cambio gestione	1d	
<b>TM 04</b>	<b>Elementi tecnici di base</b> 1. Soluzioni tecniche rilevanti 2. Competenze di programmazione 3. Abilità manageriali	1d	
<b>TM 05</b>	<b>Sviluppo tecnico e l'adattamento</b> 1. L'integrazione dei componenti 2. Analisi	1d	

I moduli elencati di business (BM) e moduli tecnici (TM) costituiscono la base per le unità di apprendimento che portano alla qualificazione profilo di ruolo. Le unità di apprendimento stessi sono costituiti da una serie di risultati di apprendimento. I risultati di apprendimento previsti su ciascuna unità di apprendimento sono descritti nelle tabelle sottostanti.



Titolo del pezzo: BM 01: Product Planning	<b>Progettare servizi ed architettura di soluzioni e-shop</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>e-Commerce Developer</b>	EQF livello:  NQF-Livello:	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) le norme di gestione dei progetti e (b) le soluzioni di pianificazione e-shop. Lo studente ha una conoscenza completa di diversi strumenti di e-commerce e soluzioni, il loro uso e l'ulteriore sviluppo. Definisce lo stato attuale e futuro, considera SWOT delle soluzioni implementate e future e identifica e piani modifiche e adattamenti delle soluzioni di e-commerce. Per questo, egli si riferisce al progetto standard di gestione.</p>			
<b>Risultati di apprendimento</b>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• creare un piano di attività tra cui pietre miliari precise che si adatta alla strategia a lungo termine dell'organizzazione,</li> <li>• creare e mantenere i documenti strategici, tra cui le linee guida per una corretta manipolazione dei prodotti in conformità con le normative vigenti e quadri giuridici,</li> <li>• definiscono l'architettura, la tecnologia e le specifiche da impiegare nella costruzione di un e-shop,</li> <li>• suggerire e selezionare soluzioni tecnologiche rilevanti in base alle esigenze dell'organizzazione e in conformità con diritti di proprietà intellettuale,</li> <li>• tener conto interoperabilità, la scalabilità, l'usabilità e la sicurezza delle soluzioni distribuite,</li> <li>• monitorare lo sviluppo tecnologico e di business e allineare,</li> <li>• definire la strategia per le soluzioni di e-Commerce attuata nel rispetto con la strategia aziendale / bisogni.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 05: Gestione dei rischi per l'e-commerce sviluppatori</p>	<p><b>Gestire i rischi in un contesto di sviluppo e-commerce</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Commerce Developer</b></p>	<p>EQF livello:</p>	
		<p>NQF-Livello:</p>	
<p>Lo studente analizza i rischi concernenti la pianificazione e l'applicazione di soluzioni di e-shop, tra cui la tecnica e il contesto di business. Egli contribuisce al piano di contenimento del rischio dell'organizzazione e decide sulle azioni appropriate in anticipo.</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare e valutare i rischi nel campo dello sviluppo e-shop utilizzando opportuni strumenti di analisi,</li> <li>• decidere azioni appropriate e contribuire al piano di contenimento del rischio dell'organizzazione in base al piano di strategia dell'organizzazione, eseguire e le azioni di contenimento del rischio documento nel campo dello sviluppo e-shop.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (vale a dire lo sviluppo di piani di contenimento del rischio)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 03: Problem Management</p>	<p><b>Gestire i problemi e attuare modifiche / miglioramenti</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Commerce Developer</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) le basi della gestione dei problemi, (b) i requisiti di documentazione. Lo studente si applica alla soluzione concentrata di pensiero quando si verificano problemi tecnologici. Egli mantiene autonomamente la documentazione aggiornata. Egli è in grado di identificare i bisogni di miglioramento e adattare piani di formazione per il personale di conseguenza in modo che i cambiamenti possono essere implementate</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare le cause alla radice di incidenti / fallimenti in soluzioni di e-shop in modo proattivo,</li> <li>• risolvere con un'interruzione minima e minimo impatto aziendale (riparazione, sostituzione, riconfigurare),</li> <li>• classificare e registrare i tipi di incidenti e interruzioni di servizi e nel loro catalogo dal sintomo e la risoluzione (knowledge base), in modo che le risorse ei processi appropriati possono essere applicati a tutti i problemi che si verificano,</li> <li>• identificare in mancanza d'elementi / select alternative, implementare modifiche pertinenti all'applicazione e garantire l'applicazione appropriata. Gli accantonamenti per i tempi di inattività minimo di servizio anticipando fallimenti (rischi),</li> <li>• elaborare e documenti di progettazione e le linee guida per l'utilizzo appropriato di strumenti rilevanti in conformità con gli standard stabiliti,</li> <li>• mantenere tali documenti e tenerli up-to-date in modo auto-dipendente.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (vale a dire risolvere un problema, conseguenze per problemi relativi alla documentazione e di formazione)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

Titolo del pezzo: TM 04: Nozioni di base tecniche	<b>Applicazione e adattamento di soluzioni di e-commerce</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>e-Commerce Developer</b>	EQF livello:	
		NQF-Livello:	
L'unità di apprendimento allena le competenze tecniche necessarie per progettare in modo appropriato, sviluppare o adattare una soluzione di e-commerce / e-shop, in linea con i requisiti di business e dei clienti. A tal fine, ottimizza l'efficienza, costi e qualità. Convalida risultati con i rappresentanti degli utenti.			
<b>risultati di apprendimento</b>			
Lui / lei è in grado di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• attuare stato dell'arte delle tecnologie,</li> <li>• applicare le competenze di programmazione, al fine di progettare, sviluppare ulteriormente o adattare le soluzioni di e-shop esistente in base alle esigenze aziendali e dei clienti,</li> <li>• ottimizzare l'efficienza, costi e qualità,</li> <li>• convalidare i risultati con rappresentanti utente.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la selezione e l'uso corretto delle architetture e-shop e strumenti di e-commerce)			
Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.			
Sviluppato da: e-COMMA consorzio			

<p>Titolo del pezzo: TM 05: Sviluppo tecnico e di adattamento</p>	<p><b>Integrazione e collaudo di componenti innovativi in nuove/esistenti soluzioni e-shop</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Commerce Developer</b></p>	<p>EQF livello:</p>	
		<p>NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) test (b) l'integrazione dei componenti. Lo studente identifica più recenti sviluppi tecnologici per l'integrazione in e-shop esistenti, nuove soluzioni o estensione. Si integra componenti aggiuntivi o sottosistemi ad una soluzione esistente o un nuovo e-shop garantire la compatibilità, l'integrità del sistema, l'interoperabilità e la sicurezza delle informazioni. Costruisce ed esegue procedure di test sistematici per gli e-shop sotto gli aspetti di usabilità e contro gli standard interni ed esterni.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• costruire ed eseguire procedure di test sistematici per la sicurezza e la fruibilità delle soluzioni di e-shop,</li> <li>• garantire aggiornamenti e revisioni secondo i test e fornisce report,</li> <li>• fornire la documentazione valida e user-oriented per ottimizzare l'utilizzo da parte di altri membri dell'organizzazione,</li> <li>• individuare le esigenze di cambiamento attraverso approfondita trend-monitoraggio e definire una strategia adeguata per integrare nuovi componenti,</li> <li>• selezionare, sviluppare e implementare soluzioni e componenti disponibili nel e-shop, garantendo nel contempo l'integrità del sistema con cura.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora)</p>			
<p>Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

## **5.4 Rilascio**

A seguito di questo approccio formativo, gli studenti raggiungeranno i suddetti risultati di apprendimento di auto-apprendimento responsabile e valutazione. Gli elementi di e-learning saranno completati con l'applicazione delle conoscenze e delle competenze nei casi di studio durante le sessioni faccia a faccia.

Queste sessioni faccia a faccia si svolgono all'estero e quindi hanno un valore aggiunto in più. Gli studenti potranno rafforzare le loro competenze nel lavoro di squadra, le loro competenze trasversali e sociali e, naturalmente, le loro competenze linguistiche, in quanto la formazione è stata progettata in inglese. Inoltre, le competenze interculturali saranno migliorate. I partecipanti potranno facilmente riconoscere e accettare le differenze culturali. Si impegnano in team multiculturali. Gli studenti ottengono l'indipendenza e l'autosufficienza e dimostrano di applicare conoscenze multidisciplinari.

## **5.5 Attestazione**

I risultati della formazione saranno valutati e sanzionati da diversi mezzi. I partecipanti dovranno passare valutazioni online e dimostrare le loro nuove competenze, impegnandosi in sessioni faccia a faccia.

Questi risultati potranno finalmente essere attestate dal Europass. Questo documento internazionale è fornito dall'Unione europea per la visualizzazione delle competenze acquisite in modo semplice e in modo adeguato. Il documento dimostra l'alta qualità delle competenze e li visualizza in modo trasparente in quanto si concentra sui risultati dell'apprendimento concreti. L'Europass è un beneficio per tutti i partecipanti, in quanto contribuisce a dimostrare l'alta qualità dei titoli di studio conseguiti all'estero.

## 6. Profilo: e-Marketer

### 6.1 Panoramica

La tabella 4 in allegato mistral la descrizione finale del profilo di 'e-Marketer sviluppatanel progetto e-COMMA. Questo profilo è stato definito in base al Quadro europeo delle e-Competence (e-CF) e include feedback da parte del settore stesso. (Un profilo dettagliato ruolo può essere ispezionato in linea.<sup>5</sup>)

Il profilo ruolo riflette cinque aree di e-competenze derivanti dai processi di business ICT: A. Plan, B. Build, C. Run, D. Enable, E. Gestione. Queste aree di competenza sono rispecchiati nella dimensione 1.

Dimensione 2 definisce un insieme di e-competenze per ciascuna area (40 competenze in totale).

Dimension 3 elenca i livelli di competenza per ogni competenza (alto, medio basso).

Dimension 4 contiene le competenze, tra cui soft skills, che qualificano le e-competenze di dimensione 2. Queste ulteriori competenze sono divise in tre categorie: competenze tecniche, comportamentali e di business.

La missione della e-Marketer è descritto come segue:

- Elabora e implementa la strategia online-marketing dell'organizzazione.
- Sviluppa campagne di online-marketing tra cui SEO, SEM / SEA, banner, e-mail, newsletter e social media marketing in base agli strumenti rilevanti per la strategia adottata.
- Sviluppa anche collaborazioni dell'organizzazione e partnership (rete di affiliazione, tra cui influenzatori e referenti ...). Obiettivo principale è quello di aumentare la visibilità, notorietà, sensibilizzazione e il pubblico, così come per migliorare l'e-reputazione e l'immagine globale dell'organizzazione data su internet.
- Collabora con il responsabile marketing, gestione generale, e l'analista dati per definire obiettivi e di selezionare gli investimenti (personale, subappaltatori, fornitori) che siano adatte per raggiungere gli obiettivi

### 6.2 Obiettivi di formazione

L'e-Marketer è responsabile delle attività di marketing digitale e co-responsabile della rappresentanza dell'organizzazione su internet con l'obiettivo di acquisire nuove prospettive e clienti.

L'e-marketing lavora in collaborazione con il marketing, la comunicazione, e reparti di vendita ei rapporti a loro o alla direzione generale

---

<sup>5</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

I suoi compiti principali sono:

- Definizione della strategia di marketing online, in generale (concetto olistico)
- Progettazione e gestione di campagne di web marketing in conformità con la strategia dell'organizzazione
- Definizione delle strategie di conversione e miglioramenti
- L'applicazione di web analytics e trarre conclusioni
- sostenere SEO
- Messa a punto di campagne di acquisizione
- Definizione, gestione e analisi dei pubblicitari dei motori di ricerca (SEA) campagne
- Contributo alla produzione di contenuti
- Ottimizzazione dell'interfaccia cliente





## 6.3 programma scolastico


### Panoramica


unità di apprendimento	Nome + contenuti	Durata	Valutazione
<b>BM 01 (+</b> Introduzione)	<b>Marketing digitale</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing digitale</li> <li>2. Tradizionale vs Digital Marketing</li> <li>3. Tattiche di Marketing e Web Analytics</li> <li>4. Questioni legali</li> </ol>	1d	<p>La qualificazione per il profilo ruolo sarà testato da un quiz online.</p> <p>Durante le sessioni di apprendimento o faccia a faccia i partecipanti lavorano su casi di studio per dimostrare le loro qualifiche ad assumere i ruoli di lavoro in ambienti di business concreti.</p>
<b>BM 02</b>	<b>Strategia d'affari</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategia d'affari</li> <li>2. Gestione strategica</li> <li>3. Strumenti</li> <li>4. Business Strategy e piano d'azione</li> </ol>	1d	
<b>BM 04</b>	<b>Relazione e Risk Management</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La gestione delle relazioni</li> <li>2. Gestione del rischio</li> <li>3. Gestione della crisi</li> </ol>	1d	
<b>BM 07</b>	<b>Capacità analitiche</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisogni del cliente</li> <li>2. Necessità di analisi</li> <li>3. Strumenti di analisi</li> <li>4. La comunicazione e la collaborazione (interna)</li> </ol>	1d	
<b>TM 01</b>	<b>Strumenti di marketing digitale: tendenze e utilizzo</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digital Marketing Tools</li> <li>2. Canali di comunicazione</li> <li>3. Valutazione</li> </ol>	1d	


I moduli elencati di business (BM) e moduli tecnici (TM) costituiscono la base per le unità di apprendimento che portano alla qualificazione profilo di ruolo. Le unità di apprendimento stessi sono costituiti da una serie di risultati di apprendimento. I risultati di apprendimento previsti su ciascuna unità di apprendimento sono descritti nelle tabelle sottostanti.

<p>Titolo del pezzo: BM 01: Marketing digitale</p>	<p><b>Applicazione dei concetti chiave del marketing digitale</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Marketer</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) la differenziazione tra marketing tradizionale e digitale, (b) le tattiche di marketing e web analytics, (c) le questioni legali. Lo studente capisce la differenza tra marketing tradizionale e digitale. Lo studente sa come applicare i principi fondamentali di marketing digitale, tra cui la comunicazione on-line. Lo studente comprende e si applica la protezione dei dati e la privacy.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprendere i principi fondamentali del marketing digitale tra cui la comunicazione online a differenza di marketing tradizionale,</li> <li>• applicare le opportune tattiche di marketing digitale,</li> <li>• utilizzare gli strumenti analitici di base con senso critico per valutare l'efficacia delle diverse azioni e il loro impatto sul ROI,</li> <li>• analizzare e monitorare le attività di marketing digitale dell'organizzazione,</li> <li>• valutare il coinvolgimento degli utenti e l'efficacia dei moltiplicatori / influenzatori,</li> <li>• sviluppare obiettivi significativi in conformità con la strategia di marketing dell'organizzazione,</li> <li>• applicare le opportune strategie di marketing digitale coinvolti nella comunicazione dell'organizzazione tra cui la vigilanza di canali digitali dell'organizzazione per rafforzare e-reputazione dell'organizzazione,</li> <li>• identificare le questioni relative alla protezione dei dati e privacy coinvolti nella strategia di gestione della comunità e trattare con cura.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 02: Strategia Aziendale</p>	<p><b>Sviluppo e applicazione della strategia di e-Marketing</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Marketer</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) basi della strategia di business, (b) lo sviluppo della strategia di e-marketing. Lo studente è in grado di comprendere diverse strategie di business e strategie di comunicazione digitale e di sviluppare una strategia di e-marketing, nonché un piano di attività operativa su tale base.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare i rischi e le opportunità, presenti e future dimensioni del mercato e le esigenze per mezzo di un'analisi SWOT,</li> <li>• valutare e implementare gli standard e le migliori pratiche per garantire gli standard di qualità,</li> <li>• stima diritti di proprietà intellettuale e le questioni legali che devono essere rispettati in e-marketing,</li> <li>• trasferire strategia di comunicazione dell'organizzazione strategia di business / digitale per e-marketing azioni,</li> <li>• creare un piano strategico di attività di e-marketing tra cui pietre miliari precise che si adatta strategia a lungo termine dell'organizzazione,</li> <li>• creare concetti di marketing con la produzione di piani adeguati e offrendo orientamenti per l'attuazione.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (vale a dire lo sviluppo della strategia di e-marketing e piano di attività)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di apprendimento fa riferimento al curriculum e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

Titolo del pezzo: BM 04: Relazione e Risk Management	<b>Applicazione dei concetti chiave della gestione delle relazioni e gestione del rischio</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>e-Marketer</b>	EQF livello:	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) la gestione delle relazioni, (b) la gestione del rischio, (c) principi fondamentali in comunicazione di crisi Lo studente mantiene autonomamente relazioni d'affari positivi in base alla strategia di comunicazione dell'organizzazione. Egli analizza le tendenze del mercato per fornire una politica adeguata per la gestione del rischio per quanto riguarda le sue / suoi processi di lavorazione. Egli agisce e comunica con attenzione e sensibilità in situazioni di crisi in accordo con la strategia di comunicazione dell'organizzazione.</p>			
<b>risultati di apprendimento</b>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stabilire e applicare procedure per mantenere rapporti commerciali positivi per le diverse parti interessate (interno / esterno),</li> <li>• l'indirizzo delle parti interessate bisogni, preoccupazioni e lamentele con l'empatia e in conformità con la strategia di comunicazione dell'organizzazione,</li> <li>• proporre investimenti in relazioni esistenti e nuovi,</li> <li>• analizzare le tendenze di mercato attuali e future e dei rischi connessi, utilizzando strumenti adeguati in modo auto-iniziativa,</li> <li>• fornire una politica di gestione dei rischi da includere nelle strategie ufficiali,</li> <li>• comprendere situazioni critiche e di impegnarsi in modo appropriato / con cura e sensibilità in base alla strategia dell'organizzazione per supportare e-reputazione dell'organizzazione.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 07: Competenze analitiche</p>	<p><b>Analizzare i clienti e le esigenze aziendali</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Marketer</b></p>	<p>EQF livello: NQF-Livello:</p>	
<p>Lo studente identifica e comunica le esigenze dei clienti e li confronta con le esigenze di business, al fine di trovare soluzioni a supporto agli utenti e di comunicare loro.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• individuare le esigenze degli utenti interni ed esterni, identifica, articola e chiarisce le esigenze,</li> <li>• sfruttare le conoscenze specialistiche sulle esigenze del cliente, al fine di offrire soluzioni adeguate,</li> <li>• organizzare la collaborazione tra i reparti interni per sostenere le azioni di e-marketing,</li> <li>• fungere da interfaccia tra reparti interni e clienti.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: TM 01: Strumenti di marketing digitale: tendenze e utilizzo</p>	<p><b>Applicazione di strumenti di marketing digitale</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>e-Marketer</b></p>	<p>EQF livello:</p>	
		<p>NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento introduce lo stato dell'arte degli strumenti di marketing digitale. Lo studente ha familiarità con gli strumenti attualmente più comuni digitali di marketing, il loro utilizzo, e il loro valore / impatto per le vendite / marketing dell'organizzazione. Egli li applica correttamente al fine di attuare la strategia di marketing on-line dell'organizzazione e di rafforzare e-reputazione dell'organizzazione.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizzare diverse applicazioni di comunicazione on-line in modo affidabile a supporto di marketing online dell'organizzazione,</li> <li>• analizzare l'impatto degli strumenti sull'organizzazione, in particolare su vendite e marketing,</li> <li>• monitorare le tendenze nel marketing on-line e consigliare il team di marketing nella scelta strategica di strumenti adeguati per le future / bisogni emergenti,</li> <li>• utilizzare gli strumenti di marketing online correttamente e utilizzare un linguaggio appropriato in accordo con le linee guida dell'organizzazione.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la selezione e l'utilizzo corretto degli strumenti di marketing)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: Johanna Gelberg, FOM</p>			

## **6.4 Rilascio**

A seguito di questo approccio formativo, gli studenti raggiungeranno i suddetti risultati di apprendimento di auto-apprendimento responsabile e valutazione. Gli elementi di e-learning saranno completati con l'applicazione delle conoscenze e delle competenze nei casi di studio durante le sessioni faccia a faccia.

Queste sessioni faccia a faccia si svolgono all'estero e quindi hanno un valore aggiunto in più. Gli studenti potranno rafforzare le loro competenze nel lavoro di squadra, le loro competenze trasversali e sociali e, naturalmente, le loro competenze linguistiche, in quanto la formazione è stata progettata in inglese. Inoltre, le competenze interculturali saranno migliorate. I partecipanti potranno facilmente riconoscere e accettare le differenze culturali. Si impegnano in team multiculturali. Gli studenti ottengono l'indipendenza e l'autosufficienza e dimostrano di applicare conoscenze multidisciplinari.

## **6.5 Attestazione**

I risultati della formazione saranno valutati e sanzionati da diversi mezzi. I partecipanti dovranno passare valutazioni online e dimostrare le loro nuove competenze, impegnandosi in sessioni faccia a faccia.

Questi risultati potranno finalmente essere attestate dal Europass. Questo documento internazionale è fornito dall'Unione europea per la visualizzazione delle competenze acquisite in modo semplice e in modo adeguato. Il documento dimostra l'alta qualità delle competenze e li visualizza in modo trasparente in quanto si concentra sui risultati dell'apprendimento concreti. L'Europass è un beneficio per tutti i partecipanti, in quanto contribuisce a dimostrare l'alta qualità dei titoli di studio conseguiti all'estero.

## 7. Profilo: Content Manager

### 7.1 Panoramica

La tabella 5 in allegato mostra la descrizione del profilo del Content Manager come indicato nel progetto e-COMMA. Questo profilo è stato definito in accordo con il quadro europeo e-Competence (e-CF) e comprende feedback dal settore stesso. (Un profilo dettagliato ruolo può essere ispezionato in linea.<sup>6</sup>)

Il profilo ruolo riflette cinque aree di e-competenze derivanti dai processi di business ICT: A. Plan, B. Build, C. Run, D. Enable, E. Gestione. Queste aree di competenza sono rispecchiate nella dimensione 1.

Dimensione 2 definisce un insieme di e-competenze per ciascuna area (40 competenze in totale).

Dimensione 3 elenca i livelli di competenza per ogni competenza (alto, medio basso).

Dimensione 4 contiene le competenze, tra cui soft skills, che qualificano le e-competenze di dimensione 2. Queste ulteriori competenze sono divise in tre categorie: competenze tecniche, comportamentali e di business.

La missione del content manager è descritto come segue:

- Convalida o scrive da sé i contenuti del sito, le questioni sociali dei media, i problemi di blog (marketing inbound e colloquiale inclusi).

### 7.2 Obiettivi di formazione

Il gestore di contenuti è responsabile della strategia editoriale del sito web, social media, pagine e post, blog e altri supporti forniti dall'organizzazione.

Il content manager lavora in collaborazione con il marketing, i dipartimenti di comunicazione e di vendita e i rapporti a loro o alla direzione generale

I suoi compiti principali sono:

- Scrivere il contenuto delle pagine
- Accordo con SEA & SEO strategia
- Definizione della linea editoriale
- Convalida e / o la raffinatezza dei contenuti scritti da altri
- Autorizzazione a pubblicare testi e messaggi on-line
- Definizione dell'autorizzazione degli altri per pubblicare (e controllare)
- Definizione ed analisi di campagna SEA

---

<sup>6</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)





## 7.3 Curriculum


### Panoramica


unità di apprendimento	Nome + contenuti	Durata	Valutazione
<b>BM 01</b> (+ Introduzione)	<b>Marketing digitale</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing digitale</li> <li>2. Tradizionale vs Digital Marketing</li> <li>3. Tattiche di Marketing e Web Analytics</li> <li>4. Questioni legali</li> </ol>	1d	<p>La qualificazione per il profilo ruolo sarà testato da un quiz online.</p> <p>Durante le sessioni di apprendimento o faccia a faccia i partecipanti lavorano su casi di studio per dimostrare le loro qualifiche ad assumere i ruoli di lavoro in ambienti di business concreti.</p>
<b>BM 07</b>	<b>Capacità analitiche</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisogni del cliente</li> <li>2. Necessita di analisi</li> <li>3. Strumenti di analisi</li> <li>4. La comunicazione e la collaborazione (interna)</li> </ol>	1d	
<b>BM 03</b>	<b>Gestione problema</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La gestione dei problemi</li> <li>2. Gli standard di documentazione</li> <li>3. Cambio gestione</li> </ol>	1d	
<b>TM 01</b>	<b>Strumenti di marketing digitale: tendenze e utilizzo</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digital Marketing Tools</li> <li>2. Canali di comunicazione</li> <li>3. Valutazione</li> </ol>	1d	
<b>TM 06</b>	Generation Content <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing Content</li> <li>2. Generation Content</li> <li>3. Strumenti</li> </ol>	1d	


I moduli elencati di business (BM) e moduli tecnici (TM) costituiscono la base per le unità di apprendimento che portano alla qualificazione profilo di ruolo. Le unità di apprendimento stessi sono costituiti da una serie di risultati di apprendimento. I risultati di apprendimento previsti su ciascuna unità di apprendimento sono descritti nella tabella seguente.

<p>Titolo del pezzo: BM 01: Marketing digitale</p>	<p><b>Applicazione dei concetti chiave del marketing digitale</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Content Manager</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) la differenziazione tra marketing tradizionale e digitale, (b) le tattiche di marketing e web analytics, (c) le questioni legali. Lo studente capisce la differenza tra marketing tradizionale e digitale. Lo studente sa come applicare i principi fondamentali di marketing digitale, tra cui la comunicazione on-line. Lo studente comprende e si applica la protezione dei dati e la privacy.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprendere i principi fondamentali del marketing digitale tra cui la comunicazione online a differenza di marketing tradizionale,</li> <li>• applicare le opportune tattiche di marketing digitale,</li> <li>• utilizzare gli strumenti analitici di base con senso critico per valutare l'efficacia delle diverse azioni e il loro impatto sul ROI,</li> <li>• analizzare e monitorare le attività di marketing digitale dell'organizzazione,</li> <li>• valutare il coinvolgimento degli utenti e l'efficacia dei moltiplicatori / influenzatori,</li> <li>• sviluppare obiettivi significativi in conformità con la strategia di marketing dell'organizzazione,</li> <li>• applicare le opportune strategie di marketing digitale coinvolti nella comunicazione dell'organizzazione tra cui la vigilanza di canali digitali dell'organizzazione per rafforzare e-reputazione dell'organizzazione,</li> <li>• identificare le questioni relative alla protezione dei dati e privacy coinvolti nella strategia di gestione della comunità e trattare con cura.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro)</p>			
<p>Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: BM 07: Competenze analitiche</p>	<p><b>Le previsioni di sviluppo a breve termine / esigenze / / qualità del servizio prodotto a lungo termine</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Content Manager</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>Principiante identifica esigenze del mercato in termini di contenuti esigenze di produzione e di qualità e sviluppa contenuto di conseguenza. Egli applica metriche rilevanti per consentire accurate decisioni a sostegno della produzione, marketing, vendite e funzioni di distribuzione.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• capire il mercato globale, valutando gli ingressi rilevanti da parte delle imprese più ampio, politico e contesti sociali,</li> <li>• analizzare le future esigenze del mercato in termini di requisiti di produzione e qualità mediante l'applicazione di parametri rilevanti per consentire il processo decisionale a sostegno della produzione, marketing, vendite e funzioni di distribuzione,</li> <li>• fornire previsioni a lungo termine dopo aver esaminato ingresso adeguato dal business più ampio, sociale e contesto politico,</li> <li>• fornire previsione a breve termine utilizzando input di mercato,</li> <li>• generare e validare i contenuti appropriati sullo sfondo delle previsioni effettuate per supportare e-reputazione dell'organizzazione.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

Titolo del pezzo: BM 03: Problem Management	<b>Gestire i problemi e realizzare modifiche / migliorie</b>		
Riferimento alle qualifiche:	<b>Content Manager</b>	EQF livello:  NQF-Livello:	
<p>L'unità di apprendimento costituito da tre blocchi: (a) gestione dei problemi, (b) gli standard di documentazione, (c) gestione del cambiamento Lo studente si applica il pensiero soluzione concentrata quando si verificano problemi in linea con gli standard dell'organizzazione. Egli mantiene autonomamente la documentazione aggiornata. E' in grado di identificare le esigenze di miglioramento e di adattarsi piani di formazione per il personale di conseguenza in modo che i cambiamenti sono implementati.</p>			
<b>Risultati di apprendimento</b>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificare le cause profonde dei incidenti nella linea comunicazione in modo proattivo e orientato agli standard qualitativi previsti,</li> <li>• risolvere o degenerare incidenti seguito la strategia dell'organizzazione in maniera sensibile,</li> <li>• risolvere i problemi di assistenza degli utenti in conformità con le regole di ingaggio Service Level Agreement,</li> <li>• negoziare e attuare modifiche relative all'applicazione SLA e garantire l'applicazione appropriata,</li> <li>• elaborare e documenti di progettazione e le linee guida per l'utilizzo appropriato di strumenti rilevanti in conformità con gli standard stabiliti,</li> <li>• mantenere tali documenti e tenerli up-to-date in modo auto-dipendente,</li> <li>• identificare le esigenze di miglioramento e di formazione e di contribuire all'adattamento dei piani di formazione, riflettendo le ultime modifiche.</li> </ul>			
<b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavora) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la comunicazione del problema, conseguenze per problemi relativi alla documentazione e di formazione)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: TM 01: Strumenti di marketing digitale: tendenze e utilizzo</p>	<p><b>Valutazione e utilizzo di strumenti di comunicazione on-line e la loro applicazione</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Content Manager</b></p>	<p>EQF livello:  NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento introduce gli standard di strumenti di comunicazione online. Lo studente ha familiarità con gli strumenti attualmente più comuni in linea di comunicazione, il loro utilizzo e il loro valore / impatto per le vendite / marketing dell'organizzazione. Egli li applica correttamente al fine di attuare la strategia di comunicazione on-line dell'organizzazione e di rafforzare e-reputazione dell'organizzazione.</p>			
<p><b>Risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizzare diverse applicazioni di comunicazione on-line in modo affidabile per supportare la comunicazione on-line dell'organizzazione,</li> <li>• analizzare il loro impatto sull'organizzazione, in particolare su vendite e marketing,</li> <li>• monitorare le tendenze nella comunicazione on-line e consigliare il team di comunicazione nella scelta strategica di strumenti adeguati per le future / bisogni emergenti.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro) Valutazioni: prova scritta (quiz / a scelta multipla), casi di studio (cioè la selezione e l'utilizzo corretto degli strumenti di comunicazione)</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

<p>Titolo del pezzo: TM 06: Contenuto Generation</p>	<p><b>La generazione di contenuti per la comunicazione online</b></p>		
<p>Riferimento alle qualifiche:</p>	<p><b>Content Manager</b></p>	<p>EQF livello:</p>	
		<p>NQF-Livello:</p>	
<p>L'unità di apprendimento costituito da due blocchi: (a) la generazione di contenuti (b) gestione dei contenuti per i programmi di vendita, Lo studente fornisce contenuti appropriati per i diversi gruppi target sempre di supporto e-reputazione dell'organizzazione.</p>			
<p><b>risultati di apprendimento</b></p>			
<p>Lui / lei è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• generare contenuti per scopi diversi; s / he convalida dati contenuti e li adatta correttamente,</li> <li>• adattarsi dato contenuto al rispettivo contesto di business,</li> <li>• definire i gruppi di destinatari, le dimensioni e la localizzazione di fornire contenuti per i programmi di vendita.</li> </ul>			
<p><b>La valutazione dei risultati di apprendimento:</b></p>			
<p>Metodo di insegnamento: l'apprendimento online, faccia a faccia di formazione incl. presentazioni, lavori di gruppo, diagrammi, elenchi di controllo, toolkit, case study (anche in gruppo lavoro)</p>			
<p>Valutazioni: prova scritta (quiz / scelta multipla), studi di casi, cioè la generazione di contenuto</p>			
<p>Ulteriori informazioni: L'Unità di Apprendimento si riferisce alle linee guida di formazione di e-COMMA.</p>			
<p>Sviluppato da: e-COMMA consorzio</p>			

## **7.4 Rilascio**

A seguito di questo approccio formativo, gli studenti raggiungeranno i suddetti risultati di apprendimento di auto-apprendimento responsabile e valutazione. Gli elementi di e-learning saranno completati con l'applicazione delle conoscenze e delle competenze nei casi di studio durante le sessioni faccia a faccia.

Queste sessioni faccia a faccia si svolgono all'estero e quindi hanno un valore aggiunto in più. Gli studenti potranno rafforzare le loro competenze nel lavoro di squadra, le loro competenze trasversali e sociali e, naturalmente, le loro competenze linguistiche, in quanto la formazione è stata progettata in inglese. Inoltre, le competenze interculturali saranno migliorate. I partecipanti potranno facilmente riconoscere e accettare le differenze culturali. Si impegnano in team multiculturali. Gli studenti ottengono l'indipendenza e l'autosufficienza e dimostrano di applicare conoscenze multidisciplinari.

## **7.5 Attestazione**

I risultati della formazione saranno valutati e sanzionati da diversi mezzi. I partecipanti dovranno passare valutazioni online e dimostrare le loro nuove competenze, impegnandosi in sessioni faccia a faccia.

Questi risultati potranno finalmente essere attestate dal Europass. Questo documento internazionale è fornito dall'Unione europea per la visualizzazione delle competenze acquisite in modo semplice e in modo adeguato. Il documento dimostra l'alta qualità delle competenze e li visualizza in modo trasparente in quanto si concentra sui risultati dell'apprendimento concreti. L'Europass è un beneficio per tutti i partecipanti, in quanto contribuisce a dimostrare l'alta qualità dei titoli di studio conseguiti all'estero.

## 8. Allegato

Si prega di consultare i profili per i ruoli di lavoro sviluppati in e-COMMA nel presente allegato. Per ulteriori informazioni e profili di ruolo dettagliati è possibile visitare il sito [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu). I cinque ruoli di lavoro sono stati sviluppati dopo la ricerca desk e sul campo e tengono conto delle effettive esigenze dell'industria.

I profile dei ruoli sono in accordo alla norma europea EN 16.234-1: 2016.



## 8.1 Tabella 1

<b>Ruolo principale</b>	<b>Community Manager</b>		
<b>Conosciuto anche come</b>	Social Media Manager, Architetto della Comunità / costruttore, Comunità Animator		
<b>professioni rilevanti</b>	Online Marketing Manager, Digital Communication Manager, Customer Support		
<b>Sommario</b>	<p>Il Community Manager è responsabile dello sviluppo, l'organizzazione e la gestione dei rapporti on-line con le varie comunità delle parti interessate dell'ente / organizzazione che egli rappresenta. Attua le strategie di social media in contributi singoli o serie di contributi e campagne. Agisce con tatto e sensibilità per sviluppare l'e-reputazione dell'organizzazione e interagisce ogni giorno con il pubblico sui social media, reagendo anche sui critici e reclami. Assicura anche che le piattaforme di social media sono ben tenute e che una cultura rispettosa comunicazione è assicurata (es esclusione di troll).</p>		
<b>Missione</b>	Sviluppa e gestisce la comunicazione a clienti e prospect in linea con la strategia di organizzazione. Genera "ambasciatori del marchio" e interagisce ogni giorno con gli utenti. Piani e atti in comunicazione di crisi.		
<b>Compiti principali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppare, organizzare, implementare la comunicazione on-line dell'organizzazione</li> <li>• Analizzare e identificare gli opinion leader e la comunità</li> <li>• Creare e gestire la comunità online</li> <li>• Rispondere e seguire le richieste in arrivo e domande</li> <li>• forum moderati e social media e interagire con gli utenti</li> <li>• Condurre analisi web e valutare se gli obiettivi siano raggiunti</li> <li>• strategia SEO sostegno dell'organizzazione sul web</li> <li>• Anticipare e pianificare la comunicazione di crisi in collaborazione con altri servizi</li> </ul>		
<b>Risultati finali</b>	<b>Responsabile</b>	<b>Responsabile di</b>	<b>collaboratore di</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione sui social network (Facebook, Google+, Instagram, Twitter, YouTube o Pinterest ...)</li> <li>• Sostenere il marchio dell'organizzazione</li> <li>• Presa in carico dei clienti / utenti problemi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risoluzione dei problemi e domande con i clienti e gli utenti in modo rapido ed efficace, e di fornire un meccanismo di feedback per l'impresa</li> <li>• Migliorare e sviluppare la visibilità dell'organizzazione</li> <li>• Promuovere l'e-reputazione in linea con la strategia di organizzazione</li> <li>• Segnalazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• eventi e campagne di comunicazione</li> <li>• strategia di PR e comunicazione dell'organizzazione</li> <li>• Customer Relationship Management</li> </ul>
<b>Ambiente</b>	Di solito lavora in stretta collaborazione con i team di comunicazione, marketing e PR. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, lavora a tempo pieno o parziale. Può gestire un team. La stretta collaborazione con il team di e-Commerce.		

<b>e-competenze</b>	C. supporto 3 utente Gestione D. 6 canali Marketing D. 12 Digital E.3 Risk Management Gestione E.4 Relationship	Livello 3 livello 4 livello 4 livello 4 livello 4
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soddisfazione e la fedeltà delle parti interessate</li> <li>• L'impegno della comunità</li> <li>• Impegno ambasciatori</li> <li>• Statistiche / analisi di attività on-line delle parti interessate</li> <li>• L'interattività sui social media</li> </ul>	

## 8.2 Tabella 2

<b>Ruolo principale</b>	<b>Data Specialist</b>		
<b>Conosciuto anche come</b>	scienziato dati, Crescita Hacker, Data Analyst, Marketer dati, analista di Big Data, Database Marketing Manager		
<b>Professioni rilevanti</b>			
<b>Sommario</b>	<p>Lo scienziato di dati raccoglie, prepara, a confronto, e organizza gruppi di dati che supportano lo sviluppo organizzativo. Questo professionista è in grado di identificare e banche dati di ricerca che sono rilevanti per le azioni programmate. Egli nutre database dell'organizzazione con i dati raccolti al di fuori dell'organizzazione (dati aperti o meno). Applica metodi analitici e statistici al fine di raccogliere le informazioni dai database di marketing dell'organizzazione che potrebbero contribuire a migliorare lo sviluppo commerciale di una società o organizzazione.</p> <p>Usa anche la statistiche interne, il traffico, le origini, la localizzazione degli utenti e migliora le entrate generate dal traffico.</p>		
<b>Missione</b>	<p>Gestisce e mantiene i database e seleziona dell'organizzazione, riduce, interpreta e trasforma i dati in informazioni, al fine di rispondere a una domanda specifica di rilevanza per l'organizzazione. Identifica, analizza e interpreta le tendenze e modelli di clienti, in modo che le raccomandazioni possono essere date per la gestione futura (marketing) dell'organizzazione. Fornisce recensioni e rapporti con altre interfacce importanti all'interno dell'organizzazione. Analizza i database interni dell'organizzazione, tra cui le informazioni sul traffico ad aumentare il fatturato, quote di mercato e carrello della spesa media. Analizza database disponibili al di fuori dell'organizzazione e "distillati" le informazioni pertinenti. Partecipa alla raffinazione e l'attuazione della strategia SEO analisi del ROI delle azioni precedenti e partecipa alla valutazione del ROI delle azioni future. Automatizza le azioni di marketing come l'e-mailing (prospettive, clienti o utenti che non hanno finalizzare il processo di acquisto). Integrazione del processo di pagamento (quando necessario)</p>		
<b>Compiti principali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificazione, selezione, organizzazione di grandi database aperti / da utilizzare in un processo di sviluppo marketing e vendite</li> <li>• La creazione, l'implementazione delle routine di marketing, utilizzando i dati disponibili</li> <li>• Caratterizzazione del ROI delle azioni di marketing e di vendita</li> <li>• Definizione e gestione di analisi</li> <li>• Creazione e condivisione di rapporti</li> <li>• Contributo alla SEO, e-reputazione analisi</li> </ul>		
<b>Risultati finali</b>	<b>Responsabile</b>	<b>Responsabile di</b>	<b>collaboratore di</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenzione del database di marketing 's l'organizzazione</li> <li>• Automazione di routine di marketing</li> <li>• Identificazione delle basi di dati (dati di Open o Big dati) per lo sviluppo dei ricavi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrazione dati</li> <li>• Elenco dei lead generation</li> <li>• Caratterizzazione del ROI</li> <li>• L'analisi dei risultati / efficacia delle azioni di marketing</li> <li>• Recensioni e segnalazioni alla gestione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO</li> <li>• e-reputazione</li> <li>• sviluppo web</li> <li>• Strategia per le campagne di marketing mirate</li> </ul>

<b>Ambiente</b>	Di solito lavora in stretta collaborazione con il team di vendita e marketing. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, lavora a tempo pieno o parziale. Può gestire un	
<b>e-competenze</b>	B. Sviluppo 1 Applicazione D.5 Sviluppo Vendite Proposta D.10 Informazioni e Knowledge Management Marketing Digital D.12 E.3 La gestione del rischio	Livello 3 Livello 3 livello 4  livello 4 livello 4
<b>KPI</b>	Il numero degli utenti per canale. costo d'uso. I ricavi per utente. Tasso di ritenzione. impegno ambasciatori. Statistiche / analisi delle attività online degli stakeholder	

### 8.3 Tabella 3

<b>Ruolo principale</b>	<b>e-Commerce Developer</b>		
<b>Conosciuto anche come</b>	Developer di e-Shop, Marketplace sviluppatore, sviluppatore frontend / backend, e-Commerce Manager		
<b>professioni rilevanti</b>			
<b>Sommario</b>	L'e-Commerce Developer progetta, crea, e mantiene i negozi elettronici e sviluppa l'infrastruttura del negozio on-line sulla base di diverse tecnologie, e sistemi di terze parti per ottimizzare le entrate del negozio on-line.		
<b>Missione</b>	Lo sviluppatore di e-Commerce è responsabile dello sviluppo, progettazione tecnica, e la realizzazione di applicazioni di e-commerce e piattaforme online sulla base delle diverse tecnologie e sistemi di terze parti. Progetta, sviluppa e realizza interfacce complesse, consiglia l'ufficio marketing in questioni tecnologiche in materia di e-commerce di soluzioni e progetta e crea il negozio on-line, tra cui l'organizzazione, il layout, la struttura ecc Questo include anche la parte anteriore e la parte posteriore terminare lo sviluppo e la progettazione e le routine di nutrire, se richiesto per il sistema di gestione della catena di fornitura e / o sistema di contabilità.		
<b>Compiti principali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progettazione, organizzazione, realizzazione di layout, la struttura e le funzioni del negozio on-line</li> <li>• Realizzazione di prototipi, mock up</li> <li>• L'uso del feedback dei clienti per migliorare l'usabilità del negozio e-</li> <li>• Messa a punto di applicazioni di test</li> <li>• Gestione delle sessioni di test, la valutazione del feedback e reporting</li> <li>• Costituzione di strumenti per analizzare l'efficienza del negozio</li> <li>• SEO del negozio</li> <li>• Documentazione di codice</li> <li>• Documentazione e manuale utente</li> <li>• Gestione dei subappaltatori / compagni di squadra</li> </ul>		
<b>Risultati finali</b>	<b>Responsabile</b>	<b>Responsabile di</b>	<b>collaboratore di</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo (software, modelli, compresi i costi per le risorse umane)</li> <li>• Design tra cui l'ergonomia</li> <li>• Supporto tecnico / clienti</li> <li>• e-Botteghe di progettazione, sviluppo e implementazione</li> <li>• Prototipazione</li> <li>• UX interno, l'orientamento per l'utente</li> <li>• adattamento di IVA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Search engine optimization</li> <li>• Crea gli strumenti per misurare l'impatto e l'efficacia della e-shop</li> <li>• Manutenzione della soluzione negozio (frontend / backend)</li> <li>• Documentazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gestione dei contenuti Web</li> <li>• Analisi dei dati</li> <li>• Test procedure e processi</li> <li>• Web marketing</li> <li>• disegno strumenti di Customer Relationship</li> <li>• disegno strumenti di reporting</li> <li>• la formazione della squadra per le competenze applicative e di reporting</li> <li>• Collaboratore di</li> </ul>

<b>Ambiente</b>	Di solito lavora in stretta collaborazione con il team di reparto vendite, marketing e PR. A seconda delle dimensioni dell'organizzazione, lavora a tempo pieno o parziale. Può gestire un team.	
<b>e-competenze</b>	A.5 Architettura Design Progettazione A.6 Applicazione B.1 Application Development B.3 Testing Marketing Digital D.12	livello 4 livello 4 livello 4 livello 4 Livello 3
<b>KPI</b>	Tasso di conversione. Abbandonare rate. Traffico e fonti. ROI. tasso di disponibilità del negozio e prodotti o servizi proposti. Opinione del cliente	

## 8.4 Tabella 4

<b>Ruolo principale</b>	<b>e-Marketer</b>		
<b>Conosciuto anche come</b>	Internet marketing, web marketing, il pubblico degli sviluppatori, Online Marketing Manager, SEO manager, e-CRM		
<b>professioni rilevanti</b>			
<b>dichiarazione Sommario</b>	L'e-Marketer è responsabile delle attività di marketing digitale e co- responsabile della rappresentanza dell'organizzazione su Internet, con l'obiettivo di acquisire nuove prospettive e clienti.		
<b>Missione</b>	L'e-Marketer elabora e implementa la strategia di marketing online dell'organizzazione. Egli sviluppa campagne di Online-marketing tra cui SEO, SEM / SEA, banner, e-mail, newsletter e social media marketing in base agli strumenti rilevanti per la strategia adottata. S / egli sviluppa anche collaborazioni e partnership (rete di affiliazione tra cui influenzatori e referenti ...) dell'organizzazione. Obiettivo principale è quello di aumentare la visibilità, la notorietà, il raggio d'azione e il pubblico, così come per migliorare l'e-reputazione e l'immagine globale data su Internet dell'organizzazione. L'e-Marketer collabora con il responsabile marketing, gestione generale, analista di dati per definire obiettivi e di selezionare gli investimenti (personale, subappaltatori, fornitori) che siano adatte per raggiungere gli obiettivi.		
<b>Compiti principali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definizione della strategia di marketing online in generale (concetto olistico)</li> <li>• Progettazione e gestione di campagne di web marketing in conformità con la strategia dell'organizzazione</li> <li>• Definizione delle strategie di conversione e miglioramenti</li> <li>• L'applicazione di Web analytics e trarre conclusioni</li> <li>• sostenere SEO</li> <li>• Messa a punto di campagne di acquisizione</li> <li>• Definizione, gestione ed analisi di campagna SEA</li> <li>• Contributo alla produzione di contenuti</li> <li>• Ottimizzazione dell'interfaccia cliente</li> </ul>		
<b>Risultati finali</b>	<b>Responsabile</b>	<b>Responsabile di</b>	<b>collaboratore di</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrenza, il monitoraggio e l'analisi</li> <li>• SEO / Social Media Marketing / e-mail marketing / marketing di affiliazione e ottimizzazione</li> <li>• definizione della strategia di marketing online</li> <li>• piano di web marketing</li> <li>• Organizzazione</li> <li>• Segnalazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• e-reputazione</li> <li>• Clienti retroagisce analisi e le azioni in risposta</li> <li>• La cooperazione con gli altri servizi se esiste, o generale</li> <li>• e-controllo: utilizza gli strumenti elettronici per misurare l'impatto e l'efficacia della e-shop</li> <li>• Documentazione</li> <li>• L'ottimizzazione delle conversioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web design / usabilità</li> <li>• Piano di marketing</li> <li>• rapporto di Web analytics</li> <li>• Segnalazione strumenti di progettazione</li> <li>• formazione del team per l'uso e la segnalazione</li> <li>• contenuto del web</li> <li>• ottimizzazione Interfaccia utente</li> </ul>

<b>Ambiente</b>	Lavora in collaborazione con il marketing, la comunicazione e uffici commerciali ed i rapporti di loro o di gestione generale.	
<b>e-competenze</b>	Sviluppo A.3 Business Plan D.5 Sviluppo Vendite Proposta Gestione D.6 Canale Marketing Digital D.12 Gestione E.4 Relationship	livello 4 livello 4 livello 4 livello 4 Livello 3
<b>KPI</b>	Velocità di acquisizione. Le pagine viste / visitatori. Traffico e fonti. Pagine / visita. Il tempo speso per pagina / visita. La frequenza di rimbalzo. DIRECT ACCESS / referrer /	



<b>Ruolo principale</b>	<b>Content Manager, Web Content Manager</b>		
<b>Conosciuto anche come</b>	Internet marketing, web marketing, sviluppatore pubblico, content manager sociale		
<b>Professioni rilevanti</b>			
<b>Sommario</b>	L'e-content manager è responsabile della strategia editoriale del sito web, social media, pagine e post, blog e altri supporti forniti dall'organizzazione.		
<b>Missione</b>	Il Content Manager convalida o scrive dai suoi / sé i contenuti del sito, questioni sociali dei media, i problemi di blog (marketing inbound e colloquiale inclusa).		
<b>Compiti principali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scrivendo il contenuto delle pagine in accordo con SEA &amp; SEO strategia</li> <li>• Definizione della linea editoriale</li> <li>• Convalida e / o la raffinatezza dei contenuti scritti da altri</li> <li>• Autorizzazione a pubblicare testi e messaggi on-line</li> <li>• Definizione dell'autorizzazione degli altri per pubblicare (e controllare)</li> <li>• Definizione ed analisi di campagna SEA</li> </ul>		
<b>Risultati finali</b>	<b>Responsabile</b>	<b>Responsabile di</b>	<b>collaboratore di</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definizione e attuazione della strategia di contenuti in conformità con il contenuto della strategia SEO / SEA</li> <li>• Identificazione dei referrer e opinion leader</li> <li>• Definire la strategia e gli strumenti da utilizzare in caso di crisi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'analisi del comportamento dei clienti mirati</li> <li>• La cooperazione con altri servizi esistenti o gestione generale</li> <li>• Documentazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Email marketing automation</li> <li>• e-reputazione strategia</li> <li>• rapporti di analisi web</li> <li>• la formazione della squadra per la scrittura di contenuti</li> <li>• SEO</li> <li>• distribuzione della</li> </ul>
<b>Ambiente</b>	Lavora in collaborazione con il marketing, i dipartimenti di comunicazione e di vendita ei rapporti a loro o alla direzione generale		
<b>e-competenze</b>	D.3 istruzione e formazione D.5 Sviluppo Vendite Proposta Gestione D.6 Canale D.7 Direzione Commerciale Marketing Digital D.12	Livello 3 Livello 3 livello 4 livello 4 Livello 3	

## KPI

- tasso di velocità di acquisizione / conversione
- ricavi Canali
- Pagine viste / visitatori
- Traffico e fonti
- impegno pubblico da opinion leader
- Traffico generato dai motori di ricerca con e senza SEO
- I link in entrata
- Commenti e interazioni
- ROI
- Followers / Iscritti