

**CFP SAN MARINO**

**ORDINAMENTO DEL TRIENNIO DI FORMAZIONE  
PROFESSIONALE DI BASE**

**PROGRAMMI DELL'AREA PROFESSIONALIZZANTE**

**Settore SERVIZI ALL'IMPRESA**

Qualifica: **OPERATORE COMMERCIALE**

<b>INDICE</b>	2
<b>Tabella riepilogativa distribuzione oraria del triennio</b>	3
<b>Tabella materie primo anno</b>	4
• Laboratorio di Informatica	5
• Laboratorio di Lingua inglese	6
• Laboratorio di Internet e Social media	8
• Pianificazione e organizzazione del lavoro	9
• Elementi di gestione aziendale	10
• Comunicazione e laboratorio di comunicazione	12
<b>Tabella materie secondo anno</b>	14
• Laboratorio di Informatica	15
• Laboratorio di Lingua inglese	16
• Laboratorio di Internet e Social media	18
• Elementi di gestione aziendale	19
• Marketing applicato al web	20
• Comunicazione e laboratorio di comunicazione	21
• Stage	22
<b>Tabella materie terzo anno</b>	23
• Laboratorio di Informatica	24
• Laboratorio di Lingua inglese	25
• Laboratorio di Internet e Social media	27
• Elementi di gestione aziendale	28
• Marketing applicato al Web	29
• Comunicazione e laboratorio di comunicazione	31
• Cultura Professionale	32
• Stage	34

**Tabella riepilogativa distribuzione oraria del triennio**

	<b>Materie</b>	<b>1° anno</b>	<b>2° anno</b>	<b>3° anno</b>
		<b>35 settimane</b>	<b>32 settimane + 3 settimane di stage</b>	<b>29 settimane + 6 settimane di stage</b>
<b>Area Comune</b>	Italiano	2 (70)	2 (64)	2 (58)
	Storia – Geografia	2 (70)	2 (64)	1 (29)
	Matematica	4 (140)	4 (128)	3 (87)
	Lingua Inglese	3 (105)	3 (96)	2 (58)
	Informatica	2 (70)		
	Educazione Fisica	2 (70)	2 (64)	2 (58)
<b>Area Professionale</b>	Laboratorio di Informatica	4 (140)	5 (160)	5 (145)
	Laboratorio di Lingua Inglese	2 (70)	2 (64)	2 (58)
	Laboratorio di Internet e Social media	4 (140)	5 (160)	5 (145)
	Pianificazione e organizzazione del lavoro	2 (70)		
	Elementi di gestione aziendale	2 (70)	2 (64)	2 (58)
	Marketing applicato al web		2 (64)	3 (87)
	Comunicazione e laboratorio di comunicazione	2 (70)	2 (64)	2 (58)
	Cultura professionale			2 (58)
	Stage		108	205
	<b>TOTALE ORE</b>	<b>31 (1085)</b>	<b>31 (992) (992+108=1100)</b>	<b>31 (899) (899+205=1104)</b>

### Profilo professionale

Il Corso vuole formare una figura professionale orientata al commercio, in grado di utilizzare vari strumenti del marketing applicati al web e ai social media, con l'obiettivo di migliorare il business e l'organizzazione aziendale.

I partecipanti saranno formati per rispondere alla richiesta del mercato odierno, sempre più orientato alla ricerca di strategie per promuovere prodotti tramite un servizio sul web e/o sui social media.

L'allievo acquisirà le competenze per lavorare come addetto del settore commerciale di aziende o in punti vendita. Il profilo di ruolo permette di proporsi come candidato in Web Agency o come libero professionista (freelance) e alla fine del percorso dovrà:

- avere acquisito competenze di tecniche di vendita di servizi e prodotti;
- avere acquisito competenze nel settore informatico con particolare predisposizione al marketing orientato ai social media quali Facebook, Instagram, LinkedIn e al web in generale;
- avere acquisito competenze in ambito SEO (Search Engine Optimization);
- avere acquisito competenze base nell'ambito della grafica digitale e montaggio video per il web e social media;
- avere acquisito competenze nei principali Content Management System (CMS);
- avere acquisito competenze nei principali programmi che consentono la creazione e gestione di siti Internet in maniera dinamica tramite un'interfaccia di semplice utilizzo (CMS);
- avere acquisito competenze di comunicazione orientata alla vendita;
- avere acquisito conoscenze di base di economia e di organizzazione aziendale;
- avere acquisito competenze nel settore linguistico.

<b>Materie Primo Anno</b>	
Laboratorio di Informatica	4 (140)
Laboratorio di Lingua Inglese	2 (70)
Laboratorio di Internet e Social media	4 (140)
Pianificazione e organizzazione del lavoro	2 (70)
Elementi di gestione aziendale	2 (70)
Comunicazione e laboratorio di comunicazione	2 (70)

## LABORATORIO DI INFORMATICA

**Durata** 140 ore

### **Finalità generali**

Acquisire le conoscenze di base della struttura di un sito Internet e i meccanismi di costruzione delle singole pagine.

### **Obiettivi didattici**

- Conoscere la struttura di Internet
- Conoscere i principali linguaggi di costruzione di una pagina web

### **Contenuti**

- Elementi e struttura di una pagina Internet
- Basi di HTML
- I fogli di stile (CSS)
- Elementi base di JavaScript
- Elementi base di XML

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

## LABORATORIO DI LINGUA INGLESE

**Durata** 70 ore

### **Finalità generali**

Promuovere lo sviluppo delle capacità di apprendimento nell'ambito della disciplina specifica.

Promuovere la capacità di utilizzare la terminologia tecnica ed il linguaggio settoriale per interagire in diversi ambiti e contesti di lavoro.

Sviluppare la capacità di utilizzare le reti e gli strumenti informatici per l'interazione professionale.

Stimolare la capacità di stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali, nazionali ed internazionali in una prospettiva interculturale.

### **Obiettivi didattici**

- Sapere utilizzare l'inglese per i principali scopi operativi
- Sapere utilizzare il linguaggio specifico relativo ai seguenti ambiti professionali: hotel, aziende, front-office, punti vendita
- Sapere produrre testi di vario tipo in relazione ai differenti scopi comunicativi/operativi
- Interagire in conversazioni brevi su argomenti di lavoro

### **Contenuti**

- Gestire la corrispondenza d'ufficio
- Richiedere e fornire informazioni
- Prendere, confermare e disdire appuntamenti
- Comprendere e scrivere email, fax e lettere di varie tipologie nei diversi ambiti professionali

### **Indicazioni metodologiche**

L'insegnamento si fonda su un approccio comunicativo-funzionale. Verrà favorito l'accesso a sussidi audiovisivi ed informatici. Nella produzione orale si privilegerà l'efficacia della comunicazione e la fluenza del discorso. Nell'attività di produzione orale l'insegnante creerà le condizioni per sfruttare occasioni di comunicazione, attraverso tecniche di simulazione e di role playing.

Il consolidamento della competenza comunicativa richiede una maggior consapevolezza delle regole della lingua e implica un'analisi più articolata delle varie componenti della comunicazione, dei meccanismi di coesione testuale, delle differenze tra codice scritto e codice orale, delle funzioni della lingua e della sua variabilità.

La tecnologia mette a disposizione validi strumenti per l'apprendimento delle lingue straniere: audio-registratore, videoregistratore, laboratorio linguistico, elaboratore, TV, ecc. Il laboratorio linguistico è utile per lo sviluppo delle abilità di comprensione nonché per un corretto apprendimento della struttura fonologica della lingua e per l'acquisizione di automatismi. L'elaboratore è un validissimo supporto per l'apprendimento della correttezza ortografica, per lo sviluppo delle abilità di lettura e di scrittura, per il consolidamento della competenza linguistica e per le verifiche.

Gli obiettivi prefissati potranno essere meglio raggiunti facendo ricorso ad attività di carattere comunicativo svolte abitualmente in lingua straniera e in cui le abilità linguistiche di base siano usate in una varietà di situazioni.

La lingua potrà essere acquisita in modo operativo mediante lo svolgimento di attività specifiche perché in tal modo viene percepita come strumento e non come fine dell'apprendimento.

Nel contesto comunicativo assume particolare rilevanza il consolidamento di un sistema fonologico corretto e funzionale.

Nella produzione scritta il legame tra abilità ricettive e produttive è molto stretto; partendo dalla lettura e riflettendo sulle caratteristiche del testo, lo studente avrà la possibilità di individuare la specificità del codice scritto, di analizzare le peculiarità delle diverse tipologie testuali e di identificare le regolarità nella loro organizzazione.

## LABORATORIO DI INTERNET E SOCIAL MEDIA

**Durata** 140 ore

### **Finalità generali**

Acquisire le conoscenze di base della architettura del World Wide Web (W.W.W.) e dei Browser (Chrome, Safari, Edge, ecc.). Comprendere il funzionamento dei motori di ricerca e delle tecniche di Search Engine Optimization (SEO).

### **Obiettivi didattici**

- Conoscere l'architettura informatica del W.W.W.
- Conoscere il funzionamento dei motori di ricerca
- Conoscere le tecniche di ottimizzazione SEO

### **Contenuti**

- Architettura del Web e i protocolli di comunicazione
- Basi di HTML
- I principali Browser e loro caratteristiche (Chrome, Safari, Edge, ecc.)
- I principali motori di ricerca e il loro funzionamento
- Search Engine Optimization (SEO), sua importanza e introduzione alla "keywords strategy"
- "SEO on site" e i fattori di posizionamento: page title, Tag heading, Meta description, immagini, ecc.
- "SEO off site": autorevolezza, link building, ecc.
- Local SEO e Technical SEO
- Strumenti di analisi SEO: Google Analytics e Google Search Console
- SEO ed e-commerce
- SEO e immagini
- Costruzione di una campagna pubblicitaria con Google Ads

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

## **PIANIFICAZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO**

***Durata*** 70 ore

### ***Finalità generali***

Interpretare i propri compiti nel rispetto dei criteri di qualità stabiliti dal protocollo aziendale, riconoscendo e interpretando le esigenze del cliente/utente sia interno sia esterno alla struttura organizzativa in cui ci si trova ad operare.

### ***Obiettivi didattici***

- Definire e pianificare attività da compiere sulla base delle istruzioni ricevute e/o della documentazione di appoggio e del sistema di relazioni

### ***Contenuti***

- Pianificazione delle fasi di lavoro assegnato
- Preparazione strumenti, attrezzature e macchinari
- Verifica e manutenzione ordinaria di strumenti, attrezzature e macchinari
- Predisposizione e cura degli spazi di lavoro
- Concetti fondamentali della gestione del tempo
- Rapporto tra ruolo e tempo lavorativo, tempo cronologico e tempo psicologico
- Ottimizzazione del proprio tempo
- Pianificazione dell'uso del proprio tempo e gestione del gruppo di lavoro
- Gestione del rapporto con il cliente, il datore di lavoro, i collaboratori e colleghi

### ***Indicazioni metodologiche***

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

## ELEMENTI DI GESTIONE AZIENDALE

**Durata** 70 ore

### **Finalità generali**

Sapere intervenire, a livello esecutivo, nel processo di amministrazione e gestione aziendale con autonomia e responsabilità definite dalle procedure e dalle metodiche della sua operatività. La qualificazione nell'applicazione/utilizzo di metodologie di base, di strumenti e di informazioni consentono di svolgere attività relative alla gestione, elaborazione, trattamento e archiviazione di documenti e comunicazioni di diverso tipo, anche di natura amministrativo-contabile, con competenze nella programmazione ed organizzazione di eventi e riunioni di lavoro ivi inclusa la preparazione di presentazioni per riunioni ed eventi.

### **Obiettivi didattici**

- Saper trattare flussi informativi
- Collaborare alla gestione dei flussi informativi e comunicativi con le tecnologie e la strumentazione disponibile
- Saper produrre e archiviare elaborati e comunicati
- Redigere comunicazioni, anche in lingua straniera, e documenti sulla base di modelli standard per contenuto e forma grafica
- Saper programmare e organizzare eventi e riunioni di lavoro
- Curare l'organizzazione di riunioni, eventi e viaggi di lavoro in coerenza con gli obiettivi e le necessità aziendali

### **Contenuti**

- Utilizzare i mezzi per ricevere, trasmettere e smistare comunicazioni interne ed esterne all'ufficio
- Applicare modalità manuali ed informatiche di protocollo, classificazione e archiviazione dei documenti d'ufficio cartacei e/o elettronici
- Adottare modalità di comunicazione per la gestione delle relazioni interne ed esterne all'azienda
- Applicare tecniche per la redazione di lettere, comunicati, avvisi e convocazioni d'uso comune
- Verificare la rispondenza degli output agli obiettivi comunicativi prefissati
- Utilizzare applicativi informatici per la redazione di tabelle, presentazioni, statistiche e report per interlocutori interni ed esterni
- Identificare linguaggi e significati della comunicazione scritta e orale
- Individuare disponibilità e urgenze nella pianificazione di riunioni ed eventi di lavoro
- Predisporre ambienti e strumentazioni adeguati per riunioni ed eventi
- Identificare costi e ricavi a preventivo per la verifica del budget a disposizione per trasferte, riunioni ed eventi di lavoro
- Adottare procedure per l'organizzazione di trasferte e la prenotazione di biglietti di viaggio e pernottamenti
- Redigere presentazioni per riunioni di lavoro

**Indicazioni metodologiche**

Le lezioni verranno svolte privilegiando, ove possibile, gli aspetti pratici e operativi rispetto a quelli teorici. Le lezioni terranno conto della specificità e peculiarità della normativa sammarinese (per es. SMAC Card, Monofase, imposta complementare sui servizi ecc.).

Verranno affrontati "Case Study" ovvero si attuerà uno studio analitico di esempi di situazioni concrete, finalizzato alla verifica e/o alla creazione di schemi teorici riproponibili nelle diverse realtà aziendali.

## COMUNICAZIONE E LABORATORIO DI COMUNICAZIONE

**Durata** 70 ore

### **Finalità generali**

Sapere cogliere la responsabilità che comporta ogni azione o scelta individuale nella quotidianità e nell'ambito professionale.

Sapere sviluppare la capacità di ascolto, di dialogo e di confronto, esprimendo e argomentando le proprie opinioni, idee e valutazioni critiche nel rispetto degli altri.

Sapere collaborare e cooperare con gli altri nel rispetto dei ruoli e compiti assegnati, riconoscendo l'importanza del lavoro di gruppo.

### **Obiettivi didattici**

- Elaborare, esprimere e argomentare, in merito al proprio futuro esistenziale, sociale e professionale, effettuare ipotesi per la prosecuzione degli studi, la ricerca del lavoro e la formazione continua
- Contribuire in modo creativo all'erogazione di servizi personalizzati tenendo conto delle differenze culturali, dell'ambiente di lavoro e della domanda e dei bisogni del consumatore
- Riconoscere la propria collocazione nell'ambito delle strutture organizzative e dei processi lavorativi tipici di settore, cogliendone la specifica identità e deontologia professionale

### **Contenuti**

- L'identità: che cos'è, come si costruisce e come si esprime
- I componenti della comunicazione: mittente, destinatario, canale, ecc.
- Le varie forme di comunicazione: verbale, non verbale e paraverbale
- Elementi di comunicazione assertiva
- La prossemica
- Le emozioni di base: paura, gioia, dolore, rabbia e disgusto
- I segnali non verbali delle emozioni
- Il gruppo
- L'organigramma
- La deontologia professionale
- La comunicazione telefonica
- L'importanza della voce
- Le fasi della telefonata
- La gestione del cliente al telefono
- Le frasi efficaci
- Il ruolo dell'Operatore Commerciale
- Conoscere e potenziare la propria immagine
- Stile professionale: l'aspetto esteriore e l'atteggiamento interiore
- Le relazioni interpersonali e le tipologie di relazione
- Le doti della personalità: capacità critica ed autonomia

**Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

<b>Materie secondo anno</b>	
Laboratorio di Informatica	5 (160)
Laboratorio di Lingua Inglese	2 (64)
Laboratorio di Internet e social media	5 (160)
Elementi di gestione aziendale	2 (64)
Marketing applicato al web	2 (64)
Comunicazione e laboratorio di comunicazione	2 (64)
Stage	108

## LABORATORIO DI INFORMATICA

**Durata** 160 ore

### **Finalità generali**

Acquisire le conoscenze di base dell'architettura delle APP e dei database.

### **Obiettivi didattici**

- Conoscere della struttura di una App
- Sapere creare nuove App
- Conoscere e strutturare una base dati

### **Contenuti**

- Le App, Apple Store e Google Play
- Utilizzo di strumenti per creare semplici App
- I database: tabelle, relazioni e basi di utilizzo di MySQL e Access

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- d) esercitazioni pratiche;
- e) lezioni frontali;
- f) lavoro di gruppo.

## LABORATORIO DI LINGUA INGLESE

***Durata*** 64 ore

### ***Finalità generali***

Promuovere lo sviluppo delle capacità di apprendimento nell'ambito della disciplina specifica.

Promuovere la capacità di utilizzare la terminologia tecnica ed il linguaggio settoriale per interagire in diversi ambiti e contesti di lavoro.

Sviluppare la capacità di utilizzare le reti e gli strumenti informatici per l'interazione professionale. Stimolare la capacità di stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali, nazionali ed internazionali in un'ottica interculturale.

### ***Obiettivi didattici***

- Sapere utilizzare l'inglese per i principali scopi operativi
- Sapere utilizzare il linguaggio settoriale della lingua relativa ai seguenti ambiti professionali: hotel, azienda e front-office
- Sapere produrre testi professionali di vario tipo in relazione ai differenti scopi comunicativi/operativi.
- Saper interagire in conversazioni su argomenti di lavoro
- Sapere integrare le competenze professionali con quelle linguistiche, utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio
- Sapere esprimere le proprie opinioni su argomenti legati alla sfera professionale
- Sapere produrre brevi relazioni, sintesi e commenti funzionali al lavoro anche con l'ausilio di strumenti multimediali utilizzando il lessico appropriati

### ***Contenuti***

- Accoglienza clienti e i visitatori stranieri
- Comunicazione del programma, del luogo e delle finalità di un evento
- Organizzazione di riunioni di lavoro
- Comunicazione dell'ordine del giorno
- Simulazione di dialoghi alla reception di un albergo o di un'azienda, di varie tipologie, con finalità comunicative ed operative

### ***Indicazioni metodologiche***

L'insegnamento si fonda su un approccio comunicativo-funzionale. Verrà favorito l'accesso a sussidi audiovisivi ed informatici. Nella produzione orale si privilegerà l'efficacia della comunicazione e la fluency del discorso. Nell'attività di produzione orale l'insegnante creerà le condizioni per sfruttare occasioni di comunicazione, attraverso tecniche di simulazione e di role playing.

Il consolidamento della competenza comunicativa richiede una maggior consapevolezza delle regole della lingua e implica un'analisi più articolata delle varie componenti della comunicazione, dei meccanismi di coesione testuale, delle differenze tra codice scritto e codice orale, delle funzioni della lingua e della sua variabilità.

La tecnologia mette a disposizione validi strumenti per l'apprendimento delle lingue straniere: audio-registratore, videoregistratore, laboratorio linguistico, elaboratore, TV, ecc. Il laboratorio linguistico è utile per lo sviluppo delle abilità di comprensione nonché per un corretto apprendimento della struttura

fonologica della lingua e per l'acquisizione di automatismi. L'elaboratore è un validissimo supporto per l'apprendimento della correttezza ortografica, per lo sviluppo delle abilità di lettura e di scrittura, per il consolidamento della competenza linguistica e per le verifiche.

Gli obiettivi prefissati potranno essere meglio raggiunti facendo ricorso ad attività di carattere comunicativo svolte abitualmente in lingua straniera e in cui le abilità linguistiche di base siano usate in una varietà di situazioni.

La lingua potrà essere acquisita in modo operativo mediante lo svolgimento di attività specifiche perché in tal modo viene percepita come strumento e non come fine dell'apprendimento.

Nel contesto comunicativo assume particolare rilevanza il consolidamento di un sistema fonologico corretto e funzionale.

Nella produzione scritta il legame tra abilità ricettive e produttive è molto stretto; partendo dalla lettura e riflettendo sulle caratteristiche del testo, lo studente avrà la possibilità di individuare la specificità del codice scritto, di analizzare le peculiarità delle diverse tipologie testuali e di identificare le regolarità nella loro organizzazione.

## LABORATORIO DI INTERNET E SOCIAL MEDIA

***Durata*** 160 ore

### ***Finalità generali***

Acquisire le conoscenze di base della architettura di un e-commerce e della sua gestione. Conoscere e utilizzare i principali MarketPlace.

### ***Obiettivi didattici***

- Conoscere l'architettura di un e-commerce
- Saper distinguere tra le varie piattaforme di commercio online
- Curare gli aspetti gestionali
- Conoscere e implementare un negozio virtuale nei principali MarketPlace

### ***Contenuti***

- Struttura di un e-commerce, sua pianificazione e aspetti legali
- Analisi dei principali motori di e-commerce (CMS) disponibili: Presta shop, Magento, Shopify, ecc.
- Dettaglio di un e-commerce: pagina principale, scheda prodotto, carrello, ecc.
- Gestione di un e-commerce: giacenze e magazzino, ordini e fatture, metodi di pagamento, ecc.
- I comparatori di prezzo, i MarketPlace e i siti di booking (Amazon, Ebay, Booking, Alibaba, Trivago, ecc.)

### ***Indicazioni metodologiche***

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

## ELEMENTI DI GESTIONE AZIENDALE

**Durata** 64 ore

### **Finalità generali**

Sapere intervenire, a livello esecutivo, nei processi amministrativi e di gestione aziendale, in modo autonomo e consapevole delle responsabilità derivanti dall'esecuzione delle procedure.

La qualificazione nell'applicazione e nell'utilizzo di metodologie di base, di strumenti e di informazioni, consentono di svolgere attività relative alla gestione, all'elaborazione, al trattamento e all'archiviazione di documenti e dati di diverso genere, fra cui anche quelli amministrativo-contabili. L'allievo dovrà acquisire competenze nella programmazione, nell'organizzazione e nella presentazione di eventi e riunioni di lavoro.

### **Obiettivi didattici**

- Saper trattare documenti amministrativo-contabili
- Redigere, registrare e archiviare documenti amministrativo-contabili

### **Contenuti**

- Identificare gli elementi costitutivi di un documento contabile per le operazioni di archiviazione e registrazione
- Applicare tecniche di acquisizione, registrazione e archiviazione di documenti contabili anche con l'ausilio di software applicativi specifici
- Adottare procedure manuali e informatizzate per la redazione ed emissione dei documenti di compravendita (fatture, documenti di trasporto, ecc.)
- Verificare la correttezza delle operazioni eseguite
- Effettuare incassi e pagamenti anche con strumenti informatici e telematici
- Gestione del personale dell'azienda, ivi incluso la tenuta dei libri paga obbligatori, l'elaborazione dei cedolini paga ecc.

### **Indicazioni metodologiche**

Le lezioni verranno svolte privilegiando, ove possibile, gli aspetti pratici e operativi rispetto a quelli teorici. Le lezioni terranno conto della specificità e peculiarità della normativa sammarinese (per es. SMAC Card, Monofase, imposta complementare sui servizi ecc.).

Verranno affrontati "Case Study" ovvero si attuerà uno studio analitico di esempi di situazioni concrete, finalizzato alla verifica e/o alla creazione di schemi teorici riproponibili nelle diverse realtà aziendali.

Le lezioni verranno tenute da professionisti coadiuvati, ove necessario, da collaboratori/dipendenti di studi professionali con esperienza pratica.

## MARKETING APPLICATO AL WEB

**Durata** 64 ore

### **Finalità generali**

Essere in grado di operare, sia nella piccola che nella media impresa, nell'ambito del web marketing fornendo competenze tecniche di base nella conoscenza del Web2.0, nella gestione del web marketing e della comunicazione online; ambito strategico e fondamentale per ogni piccola-media azienda e organizzazione orientata a sviluppare la propria competitività, a consolidare la propria immagine e a ricercare nuovi mercati e/o clienti.

### **Obiettivi didattici**

Fornire competenze e capacità di gestione dei nuovi media da un punto di vista pratico e concreto, formando un operatore che:

- possa inserirsi in azienda in modo efficace;
- sappia come e quanto interagire con le piattaforme social al fine di saper costruire una identità in rete rispondente alle esigenze dell'azienda.

### **Contenuti**

Introduzione al web marketing

- Fondamenti di Internet Marketing
- Canali tradizionali e nuovi media
- Web Marketing: le attività, le fasi e gli strumenti

Social media marketing

- Definizione di Social Media
- Panoramica dei principali social network: Google+, Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, ecc.
- I concetti chiave: interazione, awareness, reputation, engagement, call to action, ecc.
- Pianificare una strategia social

Facebook

- Account personale, pagine e gruppi
- Come gestire una pagina Facebook
- Come creare e gestire una campagna pubblicitaria su Facebook
- Analisi e monitoraggio: Facebook Insight

Content Marketing

- Strategie di creazione e sviluppo dei contenuti
- Scelta delle tipologie di contenuti aziendali
- Creazione, cura e promozione dei contenuti
- Piano editoriale dei contenuti

### **Indicazioni metodologiche**

Le lezioni verranno svolte con modalità interattiva, con discussioni, lavori di gruppo e simulazioni, allo scopo di applicare rapidamente quanto appreso durante le lezioni.

## COMUNICAZIONE E LABORATORIO DI COMUNICAZIONE

***Durata*** 64 ore

### ***Finalità generali***

Sapere cogliere la responsabilità che comporta ogni azione o scelta individuale nella quotidianità e nell'ambito professionale.

Sapere sviluppare la capacità di ascolto, di dialogo e di confronto, esprimendo e argomentando le proprie opinioni, idee e valutazioni critiche nel rispetto degli altri.

Sapere collaborare e cooperare con gli altri nel rispetto dei ruoli e compiti assegnati, riconoscendo l'importanza del lavoro di gruppo.

### ***Obiettivi didattici***

- Elaborare ed esprimere progetti in merito al proprio futuro esistenziale, sociale e professionale
- Argomentare ipotesi per la prosecuzione degli studi, la ricerca del lavoro e la formazione continua che tengano conto del percorso finora compiuto e delle aspettative personali
- Contribuire creativamente all'erogazione di servizi personalizzati tenendo conto delle differenze culturali, dell'ambiente di lavoro e dei bisogni del consumatore
- Riconoscere la propria collocazione nell'ambito delle strutture organizzative e dei processi lavorativi tipici di settore, cogliendone la specifica identità e deontologia professionale

### ***Contenuti***

- Dall'identità personale all'identità professionale
- Le capacità comunicative nei vari contesti professionali
- Gli stili comunicativi
- I processi relazionali e comunicativi
- Le emozioni sociali
- Le emozioni nel contesto professionale
- La comunicazione assertiva
- La critica costruttiva
- L'immagine di sé nel contesto professionale
- La deontologia professionale
- Analisi dei propri punti di forza e debolezza
- Rapporto tra vissuto e aspirazioni personali in termini di vita quotidiana e vita professionale
- La qualità del servizio, la soddisfazione del cliente
- La comunicazione e la gestione delle situazioni di crisi

### ***Indicazioni metodologiche***

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

<b>STAGE</b>
--------------

**Durata** 108 ore

**Finalità generali**

Conoscere una realtà aziendale e i suoi problemi di organizzazione del lavoro;

Utilizzare l'esperienza di stage per una autovalutazione sulle proprie competenze e formulare una strategia per affrontare positivamente la conclusione del percorso formativo e i primi passi di ricerca di inserimento professionale;

Valutare la propria capacità di agire all'interno di un contesto di lavoro organizzato, in particolare rispetto:

- alla gestione di informazioni connesse al ruolo assegnato;
- all'efficacia nel gestire le relazioni con colleghi e superiori;
- all'efficacia nell'affrontare gli imprevisti e gli eventi critici;
- alla manifestazione di adeguato spirito di iniziativa e orientamento all'apprendimento.

**Obiettivi didattici**

- Indicare e descrivere i contenuti di competenza professionale acquisiti mediante l'esperienza di stage
- Indicare e descrivere i progressi conseguiti sul piano del comportamento lavorativo agito in contesto di lavoro, confrontandoli con la situazione iniziale
- Formulare ipotesi di strategie per affrontare il mercato del lavoro e l'inserimento lavorativo

**Indicazioni metodologiche**

Lo stage aziendale dovrà essere necessariamente preceduto da una fase di preparazione dove verificare il possesso delle competenze professionali richieste per svolgere il piano di stage e dei principali elementi che lo costituiscono.

Sarà ugualmente necessario che in questa fase gli allievi possano esplicitare le loro attese nei confronti dello stage e concordare sugli obiettivi formativi previsti anche in funzione delle caratteristiche della figura professionale di riferimento del corso e della logica complessiva del percorso formativo.

Al termine dello stage sarà necessario aiutare gli allievi a riflettere costruttivamente sulla propria esperienza, anche attraverso il confronto con quelle dei compagni di corso.

<b>Materie terzo anno</b>	
Laboratorio di Informatica	5 (145)
Laboratorio di Lingua Inglese	2 (58)
Laboratorio di Internet e Social media	5 (145)
Elementi di gestione aziendale	2 (58)
Marketing applicato al web	3 (87)
Comunicazione e laboratorio di comunicazione	2 (58)
Cultura professionale	2 (58)
Stage	205

## LABORATORIO DI INFORMATICA

**Durata** 145 ore

### **Finalità generali**

Acquisire le conoscenze di base di progettazione grafica ed editing video oltre a un uso avanzato di Excel

### **Obiettivi didattici**

- Saper utilizzare i principali strumenti di grafica ed editing video oltre ad analizzare i dati su Excel

### **Contenuti**

- Excel: formule e grafici, import dati esterni e analisi dati con tabelle Pivot
- Elementi base di progettazione grafica e editing video
- La posta elettronica e i servizi di mail marketing (Mailup, Mailchimp, ecc.)

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

### **Prova finale**

Prova pratica

## LABORATORIO DI LINGUA INGLESE

**Durata** 58 ore

### **Finalità generali**

Promuovere lo sviluppo delle capacità di apprendimento nell'ambito della disciplina specifica.

Promuovere la capacità di utilizzare la terminologia tecnica ed il linguaggio settoriale per interagire in diversi ambiti e contesti di lavoro.

Sviluppare la capacità di utilizzare le reti e gli strumenti informatici per l'interazione professionale. Stimolare la capacità di stabilire collegamenti tra le tradizioni culturali, nazionali ed internazionali in una prospettiva interculturale.

### **Obiettivi didattici**

- Sapere utilizzare l'inglese per i principali scopi operativi
- Sapere utilizzare il linguaggio specifico della micro lingua relativa ai seguenti ambiti professionali: hotel, azienda, front-office
- Interagire in conversazioni su argomenti di lavoro
- Sapere integrare le competenze professionali con quelle linguistiche utilizzando le tecniche di comunicazione e relazione per ottimizzare la qualità del servizio
- Sapere esprimere le proprie opinioni su argomenti legati alla sfera professionale
- Sapere produrre testi relativamente complessi, scritti e orali, funzionali al lavoro anche con l'ausilio di strumenti multimediali, utilizzando il lessico appropriato
- Sapere utilizzare opportune strategie per la comprensione globale e selettiva di testi relativamente complessi riferiti al contesto professionale
- Sapere riconoscere la dimensione culturale della lingua ai fini dello scambio interculturale
- Sapere utilizzare gli strumenti di comunicazione più appropriati per intervenire nei vari contesti professionali

### **Contenuti**

- Accoglienza di clienti e visitatori stranieri
- Comunicazione del programma, luogo e la finalità
- Organizzare riunioni di lavoro
- Comunicare l'ordine del giorno
- Compilare formulari di vario genere nei diversi ambiti professionali
- Simulare di dialoghi alla reception di un albergo o di un'azienda di varie tipologie con scopi comunicativi e operativi
- Socializzare e partecipare ad eventi
- Tenere colloqui telefonici in lingua
- Tenere la corrispondenza turistica
- Tenere i contatti con le agenzie di viaggi

### **Indicazioni metodologiche**

L'insegnamento si fonda su un approccio comunicativo-funzionale. Verrà favorito l'accesso a sussidi audiovisivi ed informatici. Nella produzione orale si privilegerà l'efficacia della comunicazione e la fluency del discorso. Nell'attività di produzione orale l'insegnante creerà le condizioni per sfruttare occasioni di comunicazione, attraverso tecniche di simulazione e di role playing.

Il consolidamento della competenza comunicativa richiede una maggior consapevolezza delle regole della lingua e implica un'analisi più articolata delle varie componenti della comunicazione, dei meccanismi di coesione testuale, delle differenze tra testo scritto e testo orale, della produzione orale, delle funzioni della lingua e della sua variabilità.

La tecnologia mette a disposizione validi strumenti per l'apprendimento delle lingue straniere: audio-registratore, videoregistratore, laboratorio linguistico, elaboratore, TV, ecc. Il laboratorio linguistico è utile per lo sviluppo delle abilità di comprensione nonché per un corretto apprendimento della struttura fonologica della lingua e per l'acquisizione di automatismi. L'elaboratore è un validissimo supporto per l'apprendimento della correttezza ortografica, per lo sviluppo delle abilità di lettura e di scrittura, per il consolidamento della competenza linguistica e per le verifiche.

Gli obiettivi prefissati potranno essere meglio raggiunti facendo ricorso ad attività di carattere comunicativo svolte abitualmente in lingua straniera e in cui le abilità linguistiche di base siano usate in una varietà di situazioni.

La lingua potrà essere acquisita in modo operativo mediante lo svolgimento di attività specifiche perché in tal modo viene percepita come strumento e non come fine dell'apprendimento.

Nel contesto comunicativo assume particolare rilevanza il consolidamento di un sistema fonologico corretto e funzionale.

Nella produzione scritta il legame tra abilità ricettive e produttive è molto stretto; partendo dalla lettura e riflettendo sulle caratteristiche del testo, lo studente avrà la possibilità di individuare la specificità del codice scritto, di analizzare le peculiarità delle diverse tipologie testuali e di identificare le regolarità nella loro organizzazione.

### **Prova finale**

Prova pratica

## LABORATORIO DI INTERNET E SOCIAL MEDIA

**Durata** 145 ore

### **Finalità generali**

Acquisire le conoscenze sull'uso dei principali social media come canali di marketing e rapporto con la clientela

### **Obiettivi didattici**

- Saper utilizzare, a fini commerciali, i principali social media

### **Contenuti**

- Nascita e utilizzo dei social media
- Facebook: costruzione di una Fanpage aziendale, "Content marketing" e campagne pubblicitarie
- Instagram: costruzione di un profilo business, strategie di marketing e campagne pubblicitarie
- LinkedIn: profili e company page e campagne pubblicitarie
- Youtube: avvio di un canale Youtube, ottimizzazione SEO e come monetizzare su Youtube
- Tik Tok: perché utilizzare Tik Tok, creazione di una identità e strategie per crescere

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

### **Prova finale**

Prova pratica

**ELEMENTI DI GESTIONE AZIENDALE**

**Durata** 58 ore

**Finalità generali**

Sapere intervenire, a livello esecutivo, nei processi amministrativi e di gestione aziendale, in modo autonomo e consapevole delle responsabilità derivanti dall'esecuzione delle procedure.

Il livello di qualificazione raggiunto nell'applicazione e nell'utilizzo di metodologie di base, di strumenti e di informazioni, deve consentire di svolgere attività relative alla gestione, all'elaborazione, al trattamento e all'archiviazione di documenti e dati di diverso genere, fra cui anche quelli amministrativo-contabili. L'allievo dovrà acquisire competenze nella programmazione, nell'organizzazione e la presentazione di eventi e riunioni di lavoro.

**Obiettivi didattici**

- Saper trattare documenti amministrativo-contabili
- Redigere, registrare e archiviare documenti amministrativo-contabili

**Contenuti**

- Identificare i libri legali e contabili obbligatori per l'azienda
- La metodologia e la tempistica di compilazione dei libri obbligatori
- La redazione di budget e situazioni contabili
- Il procedimento di "vidimazione" delle fatture e trattamento delle bolle di accompagnamento (DDT)
- I documenti assoggettati a ritenuta di imposta o imposta speciale di bollo

**Indicazioni metodologiche**

Le lezioni verranno svolte privilegiando, ove possibile, gli aspetti pratici e operativi rispetto a quelli teorici. Le lezioni terranno conto della specificità e peculiarità della normativa sammarinese (per es. SMAC Card, Monofase, imposta complementare sui servizi ecc.).

Verranno affrontati "case study" ovvero si attuerà uno studio analitico di esempi di situazioni concrete, finalizzato alla verifica e/o alla creazione di schemi teorici riproponibili nelle diverse realtà aziendali.

Le lezioni verranno tenute da professionisti sammarinesi coadiuvati, ove necessario, da collaboratori/dipendenti di studi professionali con esperienza sul campo.

**Prova finale**

Prova scritta

## MARKETING APPLICATO AL WEB

***Durata*** 87 ore

### ***Finalità generali***

Essere in grado di operare, sia nella piccola che nella media impresa, nell'ambito del web marketing fornendo competenze tecniche di base nella conoscenza del Web 2.0, nella gestione del web marketing e della comunicazione online, ambito strategico e fondamentale per ogni piccola-media azienda e organizzazione orientata a sviluppare la propria competitività, a consolidare la propria immagine e a ricercare nuovi mercati e/o clienti.

### ***Obiettivi didattici***

Fornire competenze e capacità di gestione dei nuovi media da un punto di vista pratico e concreto, formando un operatore che:

- possa inserirsi in azienda in modo efficace;
- sappia come e quanto interagire con le piattaforme social al fine di saper costruire una identità in rete rispondente alle esigenze dell'azienda;
- conosca quali e quanti strumenti sono oggi disponibili grazie al web, ai social media e agli altri strumenti digitali, in grado di aumentare le vendite, migliorare l'efficacia delle azioni di marketing, ridurre costi, fornire nuovi mezzi alle piccole e medie imprese.

### ***Contenuti***

La progettazione di un sito per il web marketing

- Definire gli obiettivi di business, il target di mercato e il posizionamento online
- Definire i requisiti tecnico/funzionali
- User Experience ed elementi fondamentali

Creare un web marketing plan di successo

- Processo di pianificazione
- Gli elementi indispensabili
- Definizione degli obiettivi di web marketing

Google Analytics

- La misurazione online
- Funzionalità e potenzialità
- I tre step: acquisizione, comportamento e conversioni

SEO e SEM strategy

- Cosa si intende per SEO e SEM
- Posizionamento naturale e campagne a pagamento
- Ottimizzare l'investimento e aumentare l'efficacia

Direct Email Marketing

- Creazione di una newsletter
- Acquisizione delle liste
- Implementare l'efficacia di una campagna email
- Monitoraggio dei risultati
- Dalla teoria alla pratica
- Case history

- Gruppi di lavoro
- Creazione e sviluppo di progetti di web marketing

### **Indicazioni metodologiche**

Le lezioni sono strutturate come un vero e proprio laboratorio interattivo: oltre ad una solida base teorica e metodologica, ampio spazio sarà dedicato alla pratica applicativa con esercitazioni e simulazioni in aula e lavori singoli e di gruppo.

Per arricchire ulteriormente l'esperienza sono previsti lavori di gruppo per permettere ai partecipanti di mettere in pratica le nozioni acquisite e utilizzare immediatamente gli strumenti e le piattaforme illustrati dai docenti.

### **Prova finale**

Prova pratica

## COMUNICAZIONE E LABORATORIO DI COMUNICAZIONE

**Durata** 58 ore

### **Finalità generali**

Sapere cogliere la responsabilità che comporta ogni azione o scelta individuale nella quotidianità e nell'ambito professionale. Sapere sviluppare la capacità di ascolto, di dialogo e di confronto, esprimendo e argomentando le proprie opinioni, idee e valutazioni critiche nel rispetto degli altri.

Sapere collaborare e cooperare con gli altri nel rispetto dei ruoli e compiti assegnati, riconoscendol'importanza del lavoro di gruppo.

### **Obiettivi didattici**

- Elaborare ed esprimere progetti in merito al proprio futuro esistenziale, sociale e professionale
- Argomentare ipotesi per la prosecuzione degli studi, la ricerca del lavoro e la formazione continua che tengano conto del percorso finora compiuto e delle aspettative personali
- Contribuire creativamente all'erogazione di servizi personalizzati tenendo conto delle differenze culturali, dell'ambiente di lavoro e dei bisogni del consumatore
- Riconoscere la propria collocazione nell'ambito delle strutture organizzative e dei processi lavorativi tipici di settore, cogliendone la specifica identità e deontologia professionale

### **Contenuti**

- La deontologia professionale
- Principi della comunicazione
- La comunicazione verbale
- I canali espressivi della comunicazione non verbale
- La comunicazione para-verbale
- La comunicazione efficace
- L'ascolto attivo
- Differenza tra comunicare ed informare
- Riconoscere il proprio stile comunicativo e quello degli altri
- Le diverse forme di comunicazione
- Le presentazioni durante una riunione di lavoro
- La gestione dello stress e relazione con il proprio ruolo
- Il Problem Solving

### **Indicazioni metodologiche**

La disciplina sarà trattata con varie metodologie didattiche:

- a) esercitazioni pratiche;
- b) lezioni frontali;
- c) lavoro di gruppo.

### **Prova finale**

Prova pratica con possibile integrazione con colloquio orale

## CULTURA PROFESSIONALE

**Durata** 58 ore

**Finalità generali**

Far acquisire agli allievi una cultura del lavoro ovvero quali sono i diritti e doveri dei lavoratori in termini di sicurezza nei luoghi di lavoro e di responsabilità sociale.

**Obiettivi didattici**

- Conoscere i principi fondamentali della legge sammarinese per la tutela del lavoro e dei lavoratori
- Conoscere la normativa sammarinese in materia di igiene e sicurezza sui luoghi di lavoro
- Conoscere le prime nozioni di primo soccorso
- Saper leggere adeguatamente le buste paga
- Conoscere le procedure da attuare per dare inizio ad una attività autonoma
- Conoscere il ruolo sociale del lavoro

**Contenuti**

**Modulo 1 – Legge quadro in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro**

- Concetti fondamentali della legge 18 febbraio 1998 n.31 “legge quadro in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro” e i suoi decreti applicativi.
- D.P.I., tipologie e loro utilizzo
- Il rischio da movimentazione manuale dei carichi
- I principali rischi connessi all’attività lavorativa svolta
- Prime nozioni di pronto soccorso
- La Gestione dell’emergenza (incendio, terremoto)

**Modulo 2 – Legge per la tutela del lavoro e dei lavoratori**

- Il concetto di lavoro e il suo ruolo sociale
- Concetti fondamentali della legge 17 febbraio 1961, n. 7 “Legge per la tutela del lavoro e dei lavoratori”
- I Sindacati dei lavoratori e dei datori di lavoro
- I contratti collettivi di lavoro
- Indicazioni per lo svolgimento di un colloquio di lavoro
- I contributi, le imposte e le tasse: cosa sono e a cosa servono
- Lettura della busta paga in tutti i suoi aspetti.
- Procedure da attuare per l’apertura di una propria attività.

### **Indicazioni metodologiche**

Si suggerisce quanto segue:

1. Lezioni frontali supportate da materiale predisposto dall'insegnante, con possibilità di cooperative learning e svolgimento ricerche sul web sugli argomenti trattati;
2. Simulazioni di situazioni reali legate all'attività lavorativa soprattutto per la parte del diritto del lavoro;
3. Incontri formativi specifici con imprenditori, sindacati e professionisti del settore;

### **Prova finale**

Colloquio orale

<b>STAGE</b>
--------------

***Durata*** 205 ore

***Finalità generali***

Conoscere una realtà aziendale e i suoi problemi di organizzazione del lavoro;

Utilizzare l'esperienza di stage per una autovalutazione sulle proprie competenze e formulare una strategia per affrontare positivamente la conclusione del percorso formativo e i primi passi di ricerca di inserimento professionale;

Valutare la propria capacità di agire all'interno di un contesto di lavoro organizzato, in particolare rispetto:

- alla gestione di informazioni connesse al ruolo assegnato;
- all'efficacia nel gestire le relazioni con colleghi e superiori;
- all'efficacia nell'affrontare gli imprevisti e gli eventi critici;
- alla manifestazione di adeguato spirito di iniziativa e orientamento all'apprendimento.

***Obiettivi didattici***

Al termine l'allievo dovrà sapere:

- indicare e descrivere i contenuti di competenza professionale acquisiti mediante l'esperienza di stage;
- indicare e descrivere i progressi conseguiti sul piano del comportamento lavorativo agito in contesto di lavoro, confrontandoli con la situazione iniziale;
- formulare ipotesi di strategie per affrontare il mercato del lavoro e l'inserimento lavorativo.

***Indicazioni metodologiche***

Lo stage aziendale dovrà essere necessariamente preceduto da una fase di preparazione dove verificare il possesso delle competenze professionali richieste per svolgere il piano di stage e dei principali elementi che lo costituiscono.

Sarà ugualmente necessario che in questa fase gli allievi possano esplicitare le loro attese nei confronti dello stage e concordare sugli obiettivi formativi previsti anche in funzione delle caratteristiche della figura professionale di riferimento del corso e della logica complessiva del percorso formativo.

Al termine dello stage sarà necessario aiutare gli allievi a riflettere costruttivamente sulla propria esperienza, anche attraverso il confronto con quelle dei compagni di corso.