REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Qualificazione	**Tecnico esperto e-commerce**
Denominazione Standard Formativo	**Tecnico esperto e-commerce**
Durata percorso Formativo	1 anni
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
Area di Attività	ADA.24.04.06 - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online ADA.24.04.08 - Sviluppo e monitoraggio della rete di vendita online
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Pianificazione e gestione commerciale
Qualificazione regionale di riferimento	Tecnico esperto e-commerce
Descrizione qualificazione	Il Tecnico esperto e-commerce si inserisce nel processo di commercializzazione di prodotti/servizi utilizzando strumenti web e di net-economy. E' in grado di rapportarsi con i vari settori operativi al fine di ottimizzare le procedure inerenti il processo di commercializzazione on-line dei prodotti/servizi, interagendo, in particolare, con la funzione marketing. Vista l'enorme diffusione dell'e-commerce questa figura può trovare impiego in aziende di qualsiasi settore e di diverse dimensione, prevalentemente come dipendente, anche se non è escluso un suo impegno come autonomo.
Referenziazione ATECO 2007	G.47.91.10 - Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet N.82.20.00 - Attività dei call center N.82.91.20 - Agenzie di informazioni commerciali
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione
Codice ISCED-F 2013	0416 Wholesale and retail sales
Ulteriori indicazioni per l'e-learning	Secondo quanto previsto dalle disposizioni regionali in materia
Durata minima complessiva del percorso (ore)	300
Durata minima di aula (ore)	180
Durata minima laboratorio (ore)	0
Durata delle attività formative rivolte alle KC (ore)	20
Percentuale durata massima e-learning sincrona in rapporto alla durata d'aula	210
Percentuale durata massima e-learning asincrona in rapporto alla durata d'aula	120
Durata minima tirocinio curriculare ore	0
Durata minima tirocinio curriculare + Laboratorio (ore)	90

Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti	Possesso di titolo di studio / qualifica professionale attestante il raggiungimento di un livello di apprendimento pari almeno a EQF 4, acquisito nell'ambito degli ordinamenti di istruzione o nella formazione professionale, fatto salvo quanto disposto alla voce ""Gestione dei crediti formativi"". Per quanto riguarda coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero occorre presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente che attesti il livello del titolo medesimo. Per i cittadini stranieri è inoltre necessario il possesso di un attestato, riconosciuto a livello nazionale e internazionale, di conoscenza della lingua italiana ad un livello non inferiore al B1 del QCER. In alternativa, tale conoscenza deve essere verificata attraverso un test di ingresso da conservare agli atti del soggetto formatore. Sono dispensati dalla presentazione dell'attestato i cittadini stranieri che abbiano conseguito il diploma di scuola secondaria superiore presso un istituto scolastico appartenente al sistema italiano di istruzione. Tutti i requisiti devono essere posseduti e documentati dal corsista al soggetto formatore entro l'inizio delle attivita'. Non e' ammessa alcuna deroga.
Requisiti minimi didattici comuni a tutte le UF/Moduli	Formazione d'aula specifica e formazione tecnica mediante attività pratiche/ laboratoriali
Requisiti minimi di risorse professionali	Docenti qualificati, provenienti per almeno il 50% dal mondo del lavoro. I docenti devono possedere un titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e una documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento. Per i docenti impegnati unicamente in attività formative di natura pratica/laboratoriale, i predetti requisiti si riducono al possesso della sola documentata esperienza professionale e/o di insegnamento almeno triennale strettamente attinente l'attività formativa da realizzare. I tutor di stage / tirocinio devono possedere titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e, nello specifico, una documentata esperienza professionale almeno triennale nel settore di riferimento
Requisiti minimi di risorse strumentali	È necessario disporre di aule e/o laboratori congruamente attrezzati
Requisiti minimi di valutazione degli apprendimenti	1. Prevedere verifiche periodiche di apprendimento a conclusione di ogni UF. 2. Condizione minima di ammissione all'esame finale è la frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo. 3. Esame finale pubblico in conformità alle disposizioni regionali vigenti. La valutazione finale ha lo scopo di verificare l'acquisizione delle competenze previste dal corso. 4. Certificazione rilasciata al termine del percorso: "Certificazione di qualifica professionale" per "Tecnico esperto e-commerce"
Percentuale Assenza massima consentita	20
Percentuale Termine ultimo di inserimento (TUI)	20
Attestazione in esito	Certificazione di qualifica professionale
Normativa di riferimento	
Grado minimo d'istruzione previsto	Diploma
Età minima prevista in ingresso	18 anni
Gestione dei crediti formativi	E' ammesso il riconoscimento dei crediti formativi (di ammissione e di frequenza) in conformità alle disposizioni previste dalla normativa regionale vigente, salvo quanto altrimenti disposto
Eventuali ulteriori indicazioni	
Composizione Standard Formativo	Unità Formative

ELENCO DELLE UNITA' FORMATIVE

1 - Sviluppo di soluzioni di e-commerce
2 - Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce
3 - Definizione delle strategie di e-commerce

CORSI ANNUALITÀ		
Anno	**Ore**	**Esame Intermedio**
1° Anno	**350**	**No**

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1	
Denominazione unità formativa	**Sviluppo di soluzioni di e-commerce**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Sviluppo di soluzioni di e-commerce (2388)
Descrizione della performance da osservare	Soluzioni di e-commerce sviluppate in funzione degli obiettivi strategici
Descrizione breve	
Abilità	1. Individuare soluzioni per l'implementazione di siti dedicati congruenti con la strategia aziendale (piattaforme e funzionalità) 2. Modellare soluzioni di e-commerce (front-end e back-end) in funzione del target e degli obiettivi di business 3. Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni 4. Predisporre le regole per la gestione dei rapporti con i clienti (customer care) in relazione a pagamenti, resi e rimborsi 5. Curare la user e customer experience al fine di indurre l'utente ad effettuare almeno un acquisto 6. Selezionare e gestire i contenuti della piattaforma e-commerce (prodotti, foto, video, guide, FAQ, infografiche, ...)
Conoscenze	1. Sistemi di content management 2. Elementi di sicurezza informatica 3. Elementi di customer care 4. Normativa civilistica e fiscale del commercio on-line e diritti del consumatore 5. Progettazione di soluzioni di e-commerce 6. Caratteristiche e trend dell'e-commerce 7. Piattaforme per e-commerce: caratteristiche e personalizzazioni 8. Customer e user expericence in ambito e-commerce
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2	
Denominazione unità formativa	**Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce (2389)
Descrizione della performance da osservare	Attività e-commerce monitorate ed ottimizzate
Descrizione breve	
Abilità	1. Tradurre dati/informazioni di customer satisfaction in azioni di miglioramento dei servizi erogati 2. Prevedere soluzioni per l'ottimizzazione dei flussi di magazzino 3. Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni 4. Applicare metodi e strumenti di gestione della customer satisfaction 5. Utilizzare strumenti per la misurazione ed analisi delle performance di vendita della piattaforma e-commerce (web analytics)
Conoscenze	1. Principi, tecniche e strumenti di customer satisfaction 2. Elementi di sicurezza informatica 3. Codice internet e del commercio elettronico, per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web 4. Tecniche di incasso on-line 5. Elementi di customer service 6. Documenti della compravendita on-line 7. Web marketing: strategie, politiche e strumenti 8. Teoria e strumenti di web analytics 9. Strategie e pratiche di SEO (Search Engine Optimization)
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3	
Denominazione unità formativa	**Definizione delle strategie di e-commerce**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Definizione delle strategie di e-commerce (2390)
Descrizione della performance da osservare	Strategie di e-commerce definite in termini di obiettivi, posizionamento e politiche di marketing
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare tecniche di benchmarking 2. Applicare tecniche di segmentazione dei clienti attuali e potenziali 3. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.) 4. Selezionare i segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting) in funzione della strategia di segmentazione prescelta (differenziata, concentrata e indifferenziata) 5. Utilizzare strumenti di analisi della concorrenza 6. Applicare tecniche empiriche e/o statistiche (es. cluster analysis) per individuare i benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento) 7. Definire gli obiettivi strategici di e-commerce marketing (strategia multi o omni-channel, ...) 8. Definire strategie e politiche di e-marketing mix (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione, processo, persone, ...) 9. Selezionare politiche e strumenti di web marketing (direct marketing, SEO, SEM, ...) in funzione degli obiettivi strategici
Conoscenze	1. Elementi di matematica e statistica 2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 3. Tecniche di benchmarking 4. Elementi di marketing strategico ed operativo 5. Web marketing: strategie, politiche e strumenti 6. Tecniche e strategie di segmentazione e targeting 7. Strategie di posizionamento per e-commerce 8. Tecniche e strumenti di analisi della concorrenza 9. E-marketing mix: strategie e politiche 10. Caratteristiche e trend dell'e-commerce
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	