REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Qualificazione	**Social media manager**
Denominazione Standard Formativo	**Social media manager**
Durata percorso Formativo	1 anni
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
Area di Attività	ADA.24.04.13 - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità
Qualificazione regionale di riferimento	Social media manager
Descrizione qualificazione	Il Social Media Manager si occupa della gestione operativa di profili, pagine e account ufficiali di un'organizzazione, un'azienda o un brand sui social networks e, eventualmente, del blog aziendale. Usa le diverse piattaforme social per interagire con gli utenti e creare una community attiva; la sua attività è finalizzata a far crescere la presenza online, migliorare la brand awareness e la reputation, creare engagement, generare leads e fidelizzare il pubblico. Il Social Media Manager analizza e interpreta i dati provenienti dal web e dai social media attraverso tools di analisi e ascolto della rete, per individuare trend e identificare i target delle attività di marketing e comunicazione. L'attuazione della strategia social può richiedere la collaborazione di altre figure professionali del team marketing e comunicazione, come il copywriter, il grafico web o il videomaker. Il Social Media Manager lavora come dipendente in una web agency o in una agenzia di comunicazione che offre servizi di gestione dei canali social (come social media agency), oppure all'interno dell'ufficio marketing di un'organizzazione. Può lavorare anche come consulente freelance esperto in social media management.
Referenziazione ATECO 2007	M.70.21.00 - Pubbliche relazioni e comunicazione M.73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie M.73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari M.73.12.00 - Attività delle concessionarie e degli altri intermediari di servizi pubblicitari
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate 3.3.3.6.2 - Tecnici delle pubbliche relazioni
Codice ISCED-F 2013	0688 Inter-disciplinary programmes and qualifications involving Information and Communication Technologies (ICTs)
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)	210
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	120

durata d’aula	
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 attività. Non è' 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 "Social media manager"
Percentuale Assenza massima consentita	20
Percentuale Termine ultimo di inserimento (TUI)	100
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 - Identificazione della social media strategy
2 - Elaborazione e gestione del social media communication plan
3 - Monitoraggio delle piattaforme social e misurazione della performance

CORSI ANNUALITÀ		
Anno	**Ore**	**Esame Intermedio**
1° Anno	**380**	**No**

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1	
Denominazione unità formativa	**Identificazione della social media strategy**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Identificazione della social media strategy (3263)
Descrizione della performance da osservare	Individuazione delle piattaforme e delle attività da sviluppare attraverso i canali social coerentemente con gli obiettivi dell'organizzazione di farsi conoscere, di curare la reputazione, di raggiugere e ingaggiare gli stakeholders
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare tecniche di analisi di mercato e di segmentazione degli staholder 2. Pianificare le attività di raccolta, analisi e trattamento dei dati 3. Analizzare i dati di business e di presenza sui social media 4. Utilizzare tecniche di social media strategy 5. Applicare strumenti e tecniche di social media marketing 6. Tradurre gli obiettivi aziendali nella strategia di social media 7. Utilizzare le piattaforme social e le nuove tecnologie ICT 8. Applicare tecniche di budgeting per pianificare l'impegno delle risorse 9. Interfacciarsi con le altre funzioni aziendali coinvolte
Conoscenze	1. Elementi di budgeting 2. Elementi di statistica 3. Principi e tecniche di marketing 4. Strategie di social media marketing 5. Elementi di social media management 6. Tecniche di social media strategy 7. Tecniche di SEO e SEM 8. Tecniche di analisi di mercato
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2	
Denominazione unità formativa	**Elaborazione e gestione del social media communication plan**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Elaborazione e gestione del social media communication plan (3264)
Descrizione della performance da osservare	Implementazione di un efficace piano di social media communication in linea con la brand identity aziendale e la gestione delle relazioni con stakedholder, bloggers e influencers
Descrizione breve	
Abilità	1. Tradurre la social media strategy in attività di comunicazione 2. Applicare le tecniche di marketing tradizionale, online e unconventional 3. Applicare tecniche di social media communication 4. Applicare tecniche di content management 5. Applicare tecniche di copywriting e scrittura creativa 6. Utilizzare le piattaforme di social network 7. Gestire strumenti di online advertising e programmatic marketing 8. Utilizzare strumenti di pubblicazione per il web
Conoscenze	1. Strumenti di comunicazione tradizionale e online 2. Elementi di marketing non convenzionale 3. Tecniche di social media communication 4. Content management 5. Tecniche di copywriting 6. Tecniche di scrittura creativa 7. Programmi di grafica e videomaking 8. Online advertising 9. Elementi di real time marketing 10. Elementi di programmatic marketing 11. Strumenti di pubblicazione per il web (CMS, Blogging, Editor) 12. Markup e fogli di stile (es. XHTML, HTML, CSS)
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3	
Denominazione unità formativa	**Monitoraggio delle piattaforme social e misurazione della performance**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Monitoraggio delle piattaforme social e misurazione della performance (3266)
Descrizione della performance da osservare	Analisi e monitoraggio della presenza nelle diverse piattaforme sociali e dei risultati delle singole azioni intraprese
Descrizione breve	
Abilità	1. Tradurre i dati di monitoraggio in azioni di miglioramento 2. Utilizzare strumenti di analisi delle performance delle piattaforme sociali 3. Applicare tecniche di sentiment analysis 4. Utilizzare piattaforme di integrazione degli insight 5. Utilizzare tecniche di social listening 6. Elaborare report di analisi dei dati raccolti 7. Controllare il raggiungimento degli obiettivi 8. Adeguare le azioni di comunicazioni ai risultati evidenziati 9. Attuare il piano di azione per la gestione delle crisi
Conoscenze	1. Tecniche di SEO e SEM 2. Strumenti e tecniche di monitoraggio dei social media 3. Strumenti e tecniche di analisi delle performance dei social network 4. Tecniche di analisi degli insight 5. Strumenti di social media intelligence 6. Piattaforme di integrazione degli insight 7. Sentiment analysis 8. Strumenti e tecniche di social listening 9. Social analytics 10. Strumenti e modalità di reportistica 11. Social Media Crisis Management Plan 12. Linee guida per l’analisi delle situazioni critiche 13. Tecniche e strumenti di comunicazione online in situazione di crisi
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	