



ITS NEWTECHSI ACADEMY - ITS per Nuove Tecnologie per il Made in Italy – Servizi alle Imprese
CORSO : “TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING, LA COMUNICAZIONE E
L’INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE”

con l’applicazione delle moderne tecniche dell’intelligenza artificiale

finalizzato al conseguimento del diploma di:

“Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese”

Livello EQF: 5

Ammesso a finanziamento D.D. 534 del 20/06/2022 – PR CAMPANIA FSE + 2021-2027 - Priorità 2 -
Obiettivo Specifico ESO4.6 - Azione 2.f.11- Codice Progetto 23
Cod. SURF 21065AP000000010 _ CUP: B51I23000830006

Il Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l’internazionalizzazione delle imprese opera per promuovere prodotti del Made in Italy, utilizzando strategie di marketing innovative e strumenti digitali avanzati e curando la pianificazione strategica rispetto al posizionamento sui mercati internazionali; predispone il piano di marketing e comunicazione sul prodotto/servizio studiandone il posizionamento sulla base delle potenzialità e tendenze dei nuovi media digitali.

In particolare, opera nella progettazione e nell’esecuzione di strategie di marketing basate su dati, tecnologie e nuovi linguaggi digitali. Supporta imprese e organizzazioni nella definizione del posizionamento di prodotti e servizi, nella costruzione di piani di comunicazione multicanale e nell’adozione delle più moderne tecniche di engagement.

È un professionista capace di connettere imprese e mercati globali attraverso:

- Digital marketing e social media strategy, con attenzione ai trend emergenti;
- Analisi dei dati e delle performance per orientare le decisioni;
- Storytelling e valorizzazione del Made in Italy per costruire brand riconoscibili e competitivi.

È in grado di utilizzare strumenti, piattaforme e metodologie avanzate per:

- Digital marketing e performance marketing, con focus su SEO, SEM, social advertising e ottimizzazione delle conversioni.
- Content design e storytelling digitale, inclusi video, micro-contenuti, format per social media e nuovi ecosistemi digitali.
- Marketing automation e CRM, per gestire funnel, customer journey, lead generation e retention.
- Analisi dei dati e metriche di marketing, attraverso strumenti di web analytics, dashboarding e insight per decisioni data-driven.
- Brand strategy e comunicazione integrata, con attenzione alle logiche omnicanale e alla reputazione digitale.
- Utilizzo di tecnologie emergenti (AI generativa, realtà immersiva, strumenti di creatività aumentata) applicate ai processi di comunicazione e promozione.

Si tratta di un profilo dinamico, aperto al mondo, che unisce competenze manageriali, capacità analitiche e creatività digitale. Un ruolo chiave per tutte le imprese che vogliono crescere, innovare e competere sui mercati globali.



Unione europea
Fondo sociale europeo



COESIONE
ITALIA 2014-2020
CAMPANIA



	DENOMINAZIONE UNITÀ FORMATIVA	DURATA IN ORE
1	Tecnologie dell'informazione e della comunicazione	50
2	Inglese Tecnico	60
3	Team Building e gestione dei conflitti	30
4	Modelli matematici e statistici per l'analisi ed elaborazione dei dati	50
5	Organizzazione aziendale	40
6	Export management	80
7	Qualità e innovazione delle aziende del Made in Italy	80
8	Comunicazione d'impresa	40
9	Gestione del cambiamento e organizzazione del lavoro	40
10	Tecnologie 4.0 per la competitività aziendale	60
11	Sicurezza sul lavoro e gestione delle emergenze	30
12	Strumenti e metodologie per l'analisi di mercato	100
13	Pianificazione, sviluppo e gestione del piano di marketing	120
14	Gestione di progetti di internazionalizzazione aziendale	120
15	Gestione della comunicazione per la promozione dei prodotti Made in Italy	100
16	Digital Marketing	80
	Totale aula	1080
	Stage	720
	Totale corso	1800



Estratto : DECRETO MINISTERIALE DM-203-del-20-10-23

AREE TECNOLOGICHE ITS ACADEMY, FIGURE PROFESSIONALI NAZIONALI DI RIFERIMENTO, AMBITI DI ARTICOLAZIONE E STANDARD MINIMI DI COMPETENZE TECNOLOGICHE E TECNICO-PROFESSIONALI

ALLEGATO 1

Area Tecnologica 8 SERVIZI ALLE IMPRESE E AGLI ENTI SENZA FINE DI LUCRO

Ambito 8.1 - Servizi alle imprese

8.1.2 Tecnico superiore per il marketing, la comunicazione e l'internazionalizzazione delle imprese

Livello EQF: 5

Descrizione

Sovraintende al processo di internazionalizzazione di un'impresa, di cui conosce specifiche caratteristiche tecniche e di produzione, favorendone l'ingresso sui mercati esteri o incrementandone la presenza. Individua gli obiettivi di marketing da raggiungere e impiega strategie e tecnologie per la diffusione crossmediale di contenuti relativi a brand, azienda e prodotto; cura la realizzazione di eventi di promozione a carattere locale e internazionale. Analizza il mercato di riferimento, le tendenze e le potenzialità offerte dai nuovi media digitali, nonché la concorrenza e la clientela, tenuto conto anche di analisi di settore e benchmark. Verifica la coerenza delle strategie di posizionamento adottate alla luce dei valori aziendali e del vantaggio competitivo. Utilizza strumenti di business intelligence per monitorare l'andamento del progetto e analizza i dati per misurare la customer satisfaction e per proporre interventi di miglioramento per garantire la sostenibilità dei prodotti finali proposti.

Macro-competenze in esito

- Definire, pianificare e valutare azioni di comunicazione, promozione dell'azienda o di specifici prodotti, individuando e valorizzando tecnologie, mezzi di comunicazione e promozione, contenuti digitali e off line efficaci, in relazione alle caratteristiche del brand/prodotto/servizio e al budget assegnato (media strategy e communication mix) anche al fine di promuovere la soddisfazione e la fidelizzazione del cliente
- Analizzare la strategia di comunicazione aziendale, decodificando le scelte compiute in funzione di caratteristiche dei prodotti/servizi offerti, comportamento d'acquisto dei consumatori, tendenze del mercato e strategia di marketing
- Analizzare i concorrenti e individuare la Unique Selling Proposition (USP) su cui si basa la strategia di posizionamento e differenziazione della comunicazione aziendale
- Individuare il posizionamento, i destinatari, gli stakeholder, il messaggio e gli aspetti chiave da assumere, al fine della predisposizione del piano operativo di comunicazione
- Raccogliere gli elementi per la elaborazione della Brand Identity da promuovere unitamente alla Brand Awareness
- Promuovere l'utilizzo e la valorizzazione aziendale di strumenti e processi digitali per la generazione e fruizione di conoscenza condivisibile a supporto dei processi di digital management, monitorare la



corrispondenza dell'andamento del progetto al piano predisposto, rilevare la customer satisfaction ed elaborare risultati

- Raccogliere e analizzare i dati massivi per la definizione e la segmentazione dei target ed elaborare la reportistica
- Individuare le priorità, le strategie, gli strumenti e i metodi per promuovere e rafforzare la social brand identity e per posizionare il prodotto anche nei mercati internazionali
- Promuovere e curare la progettazione e realizzazione di fiere, stand ed eventi anche di portata internazionale per promuovere l'intera filiera in stretto rapporto con enti territoriali e nazionali
- Definire e gestire i Key Performance Indicator (K.P.I) interni (audit) ed esterni (performance), rilevando, reperendo e interpretando i dati statistici sulla gestione dei processi e dei prodotti proponendo interventi di miglioramento continuo nel rispetto dei criteri adottati per garantire la sostenibilità dei prodotti finali proposti