

Allegato 4 – Scheda sintetica di presentazione dei percorsi formativi per l'Upskilling e Reskilling

Presentazione dell'offerta di percorsi di formazione ai fini della costituzione del Catalogo dell'offerta formativa GOL

SINTESI

A.1 Tipologia di Percorso di riferimento nell'ambito del Programma GOL:

UPSKILLING

RESKILLING

A.2 Area di formazione di riferimento (*con riferimento alle aree di manifestazione per cui si è stati selezionati con DD 1018 del 12.08.2022)

1 Efficienza energetica

2 Mobilità sostenibile

3 Nuove tecnologie della vita

4 Nuove tecnologie per il Made in Italy

5 Tecnologie innovative per i beni e le attività culturali -Turismo

6 Tecnologie della informazione e della comunicazione

A.3 Titolo del percorso formativo

Competenze per la vendita

A.4. Inquadramento livello EQF

4

A.5 Settore economico professionale (SEP) (fare riferimento al SEP prevalente) con riferimento all'articolazione dell'Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni

SEP 24 – Area comune

A.6 Area/aree di attività (ADA) con riferimento all'articolazione dell'Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni

ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing
ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix)

A.7 Classificazione ISTAT CP 2011

3.3.3.5.0 Tecnici del marketing

A.8 Classificazione ISTAT ATECO 2007

tutti i settori, con particolare riferimento a 73. 11.02 Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari; 73.20.00 Ricerche di mercato e sondaggi di opinione; 70.21.00 Pubbliche relazioni e comunicazione.

A.9 Articolazione del riferimento professionale per Unità di Competenza

Macroprocesso	Unità di competenze
Produrre beni/Erogare servizi	UC - Analizzare il mercato di riferimento
	UC - Sviluppare un piano di comunicazione e promozione
Gestire i fattori produttivi	UC - Lavorare in sicurezza

A.10 Descrizione delle singole Unità di Competenza (U.C.)

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Analizzare il mercato di riferimento
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	L'Unità di Competenza illustrerà le modalità e le tecniche per individuare le caratteristiche del mercato ed il relativo target Repertorio degli standard professionali della Regione Umbria
Risultato atteso	Analizzare il mercato di riferimento al fine di raccogliere ed elaborare le informazioni circa il contesto nel quale sono rivolti i prodotti/servizi dell'impresa
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none">▪ Principali metodologie e tecniche della ricerca e analisi di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ...▪ Metodologie e strumenti di benchmarking.▪ Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti.▪ Elementi di statistica applicata.
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none">▪ Analizzare il mercato di riferimento in termini di comparto produttivo o del servizio<ul style="list-style-type: none">○ Identificare le variabili da rilevare e le fonti da consultare○ Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto/servizio, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, ...

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Archiviare i dati raccolti ▪ Analizzare il sistema competitivo di riferimento e posizionare la propria impresa all'interno di questo <ul style="list-style-type: none"> ○ Analizzare le caratteristiche delle imprese concorrenti, identificarne il sistema di offerta sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo ○ Valutare il contesto in cui opera la propria impresa, rilevando e analizzando le variabili utili a comprendere lo stato dell'arte e le possibili tendenze evolutive ○ Stimare la propria capacità produttiva analizzando la propria impresa sia dal punto di vista della struttura (assetto istituzionale ed organizzativo) che delle risorse a disposizione (strumentali, umane e finanziarie) ○ Posizionare la propria impresa rispetto al sistema competitivo analizzato ▪ Analizzare l'esigenza del mercato di riferimento <ul style="list-style-type: none"> ○ Interpretare spinte motivazionali e logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato ○ Elaborare i dati raccolti individuando connessioni e interrelazioni per formulare ipotesi coerenti sulle possibili evoluzioni del mercato di riferimento
--	---

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Sviluppare un piano di comunicazione e promozione
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	L'Unità di Competenza spiegherà come elaborare e realizzare un piano di comunicazione in relazione al canale individuato Repertorio degli standard professionali della Regione Umbria
Risultato atteso	Definire la strategia di comunicazione: individuare ed implementare i più efficaci canali di comunicazione e promozione per i prodotti o servizi da immettere sul mercato, anche attraverso l'utilizzo di strumenti della tecnologia multimediale
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di comunicazione ▪ Pubblicità ▪ Visual merchandising ▪ Comunicazione e tecniche di vendita (psicologia e motivazione all'acquisto, approccio del cliente, gestione del cliente) ▪ Il sistema fieristico internazionale ▪ Tecniche di comunicazione on line ▪ Il Web Marketing, definizione e strumenti teorici e operativi ▪ I social media ▪ Il commercio elettronico
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sviluppare e seguire le opportune azioni per definire la linea di comunicazione e di promozione dell'impresa e dei suoi prodotti o servizi

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Individuare i canali di comunicazione, implementare le possibili azioni e formule promozionali e pubblicitarie adeguate ai target ed ai mercati definiti ○ Reperire informazioni circa la possibilità di partecipare a fiere o eventi ▪ Supportare la rete di vendita nella gestione operativa delle attività promozionali e di vendita <ul style="list-style-type: none"> ○ Sviluppare soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (p.e. visual merchandising, promozioni, ecc) ▪ Impostare e collaborare alla definizione di strategie di posizionamento e promozione online dell'impresa e dei suoi prodotti o servizi <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificare eventuali strumenti e canali di Web Marketing più adatti agli obiettivi così come definiti nella strategia di marketing online ○ Implementare una strategia di posizionamento organico in rete a livello locale, nazionale ed internazionale.
--	---

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Lavorare in sicurezza
Macroprocesso di riferimento	Gestire i fattori produttivi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	L'Unità di Competenza delinea i rischi professionali nonché la normativa relativa agli aspetti di sicurezza Repertorio degli standard professionali della Regione Umbria
Risultato atteso	Identificare i soggetti della sicurezza del sistema aziendale. Rispettare la normativa di riferimento relativa alla sicurezza sul luogo di lavoro.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normative vigenti in materia di sicurezza, prevenzione infortuni, prevenzione incendi e igiene del lavoro, urbanistica, anche con riferimento agli obblighi previsti dal T.U.81/08 Fattori di rischio professionale ed ambientale, e successive disposizioni integrative e correttive.
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario <ul style="list-style-type: none"> ○ Adottare stili e comportamenti per salvaguardare la propria salute e sicurezza e per evitare incidenti, infortuni e malattie professionali; ○ Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio elettrico; ○ Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio derivato dall'utilizzo di oggetti taglienti; ○ Adottare comportamenti per la prevenzione degli incendi.

A.11 Destinatari del percorso formativo –eventuali requisiti di accesso

Indicare puntualmente eventuali requisiti di ammissione dei partecipanti in relazione al titolo di studio e/o ad altre conoscenze/competenze richieste.

I destinatari devono essere i percettori di ammortizzatori sociali in costanza e in assenza di rapporto di lavoro (NASPI e DIS-COLL), i percettori di reddito di cittadinanza, i lavoratori fragili o vulnerabili (giovani NEET con meno di 30 anni), donne in condizioni di svantaggio, persone con disabilità, lavoratori maturi di 55 anni e oltre, altri lavoratori con minori chances occupazionali e con redditi molto bassi. E' richiesto il titolo di studio di scuola secondaria di secondo grado e per i cittadini stranieri è indispensabile una conoscenza della lingua italiana orale e scritta, che consenta di partecipare attivamente al percorso formativo ed il possesso di regolare permesso di soggiorno valido per la durata del percorso per i cittadini extracomunitari

A.12 Durata complessiva del percorso (*distinguere le ore di aula, FAD e tirocinio curriculare*)

80 ore di cui 60 ore in aula e 20 in FaD

A.13 Articolazione del percorso formativo

N.	Titolo UFC/segmento/ tirocinio curriculare	Denominazione UC di riferimento	Durata (ore)	di cui FAD
1	Analisi del mercato di riferimento	Analizzare il mercato di riferimento	20	8
2	Il piano di comunicazione	Sviluppare un piano di comunicazione e promozione	40	12
3	Sicurezza sul luogo di lavoro	Lavorare in sicurezza	20	0
Totale			80	20

A.14 Tipo di attestazione prevista

ATTESTAZIONE DI MESSA IN TRASPARENZA DEGLI APPRENDIMENTI

QUALIFICAZIONE REGIONALE ex DGR n. 834/2016

ABILITAZIONE

ALTRO (indicare): _____

Eventuali Note:

A.15 Riferimenti del soggetto richiedente l'inserimento della proposta nel Catalogo dell'offerta formativa GOL

Denominazione e ragione sociale	Form&Job s.r.l.
Referente	Cognome e nome Daniele Pace Tel. 3389905196 Email daniele.pace@formazionelavoroumbria.it Indirizzo PEC formjob@pec.it

in partenariato con (compilare se necessario)

Denominazione e ragione sociale	En.A.I.P. Perugia
Referente	Cognome e nome Moretti Alessandro Tel. 3477774517 Email presidente@acliperugia.it

A.19 Sedi di svolgimento del percorso (fare riferimento esclusivamente alle sedi indicate nelle manifestazioni d'interesse in risposta all'Avviso ex DGR 627/2022)

N. sede	1
Indirizzo	Via Lungonera Savoia 126 Terni

N. sede	2
Indirizzo	Via Sacco e Vanzetti 1 – Bastia Umbria

N. sede	3
Indirizzo	Via garibaldi 8, Orvieto

N. sede	4
Indirizzo	Via delle Acacie 12 - Orvieto

N. sede 5
Indirizzo Via G. Sorel snc – Città di castello

N. sede 6
Indirizzo Corso Vittorio Emanuele 40 – Città di castello

N. sede 7
Indirizzo Via dei Gualtieri 3 - Orvieto

N. sede 8
Indirizzo Via delli Impresa 33 - Terni

N. sede 9
Indirizzo Via Galvani 11 - Terni

N. sede	10
Indirizzo	Via Macallè Collelungo – San Venanzo
N. sede	11
Indirizzo	Via Salvatore di Giacomo 8 – Taverne di Corciano
N. sede	12
Indirizzo	Via Angelo Morettini 8/F - Foligno
N. sede	13
Indirizzo	Via Seminario 9 - Todi
N. sede	14
Indirizzo	Via Settevalli 320 - Perugia
N. sede	15
Indirizzo	Via Sicilia 57 - Perugia
N. sede	16
Indirizzo	Via Donato Bramante 3D - Terni
N. sede	17
Indirizzo	Via Cacciatori del Tevere 6 – Città di castello
N. sede	18
Indirizzo	Piazza dalla Chiesa carlo Alberto 2 - Perugia
N. sede	19
Indirizzo	Piazza San Pietro 1 - Foligno
N. sede	20
Indirizzo	Via degli Ancajani 3 - Assisi
N. sede	21
Indirizzo	Palazzo Mancinelli (Circolo A.c.l.i) – Gualdo Tadino
N. sede	22
Indirizzo	Via Acuqasanta 1 – (Circolo A.c.l.i) fraz Piedicolle Collazzone (PG)
N. sede	23
Indirizzo	Comune di MARsciano
N. sede	24

Indirizzo Parrocchia Santa Maria Assunta – fraz Collevaenza (PG)
N. sede 25
Indirizzo Via Sicilia 11 - (Circolo A.c.l.i) Perugia