Allegato 1s

Scheda sintetica corso di formazione Reskilling
Catalogo regionale dell'offerta formativa GOL
(rev. Gennaio 2025)

SINTESI

A.1 Denominazione del profilo di riferimento

Tecnico del Marketing Turistico

A.2 Descrizione sintetica del profilo di riferimento (max 500 caratteri)

Il Tecnico del marketing turistico analizza il mercato turistico e, sulla base delle variabili rilevate ed elaborate, sviluppa un piano di marketing turistico. In un mercato sempre più influenzato da nuove tecnologie multimediali, definisce, sviluppa e promuove idee, nuovi prodotti/servizi mediante strategie commerciali che integrano tecniche di comunicazione tradizionali con modalità basate sul web 2.0 e sui social network.

A.3 Riferimento ai Repertori delle qualificazioni professionali

❑ Il percorso è stato progettato con riferimento:

al profilo Tecnico del Marketing Turistico presente nel Repertorio Nazionale delle Qualificazioni Professionali: Regione Umbria

(ripetere se necessario)

A.4. Inquadramento livello EQF

4

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

Area Comune

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

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

A.7 Classificazione ISTAT CP 2011

3.3.3.5.0 – Tecnici del marketing

A. 8 Classificazione ISTAT ATECO 2007

M.70.22.09 - Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo gestionale e pianificazione aziendale M.73.20.00 - Ricerche di mercato e sondaggi di opinione

A. 9 Articolazione del riferimento professionale per Unità di Competenza[1]

N.	Unità di competenze
1	UC.1 "Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma"
2	UC.2 "Gestire l'attività professionale di Tecnico del marketing turistico"
3	UC.3 "Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente"
4	UC.4 "Analizzare il mercato turistico"
5	UC.5 "Sviluppare un piano di marketing turistico"
6	UC.6 "Sviluppare un piano di comunicazione in rete – web marketing e social media marketing"
7	UC.7 "Monitorare il piano marketing e di comunicazione"
8	UC.8 "Lavorare in sicurezza"
9	UC.9 "Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio"

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

Unità di competenze	
Titolo UC	Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing

[1] Le unità di competenza da acquisire con la partecipazione al corso proposto dovranno fare riferimento in maniera prioritaria e prevalente ad UC repertoriate a livello regionale o nazionale (Atlante Lavoro e Qualificazioni), rispettandone esattamente la descrizione. Ove sulla base di analisi dei fabbisogni espresse dal territorio emergano fabbisogni di competenze non riconducibili ad UC repertoriate, con riguardo in particolare alle transizioni digitale ed ecologica in corso, il soggetto realizzatore potrà proporre UC di nuova elaborazione aggiuntive e distinte, di cui sarà data evidenza anche nell'Attestato di messa in trasparenza rilasciato, correlandole a UFC/segmenti formativi sempre in rapporto 1:1.

Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma, presente nel repertorio della Regione Umbria
Risultato atteso	Comprendere e gestire gli aspetti contrattuali e fiscali di una prestazione professionale resa in forma di lavoro dipendente o autonomo.
Conoscenze minime	Elementi di diritto del lavoro, con particolare riferimento alle caratteristiche delle più frequenti tipologie di contratto di lavoro dipendente, autonomo e parasubordinato; Format tipo di contratto; Principi relativi alla responsabilità civile e penale dei prestatori; Elementi di normativa fiscale, con particolare riferimento all'esercizio di lavoro autonomo; Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali. Obblighi di tenuta contabile, in ragione delle diverse possibili forme di esercizio.
Abilità minime	Definire gli aspetti contrattuali della prestazione professionale - Verificare l'applicabilità e la correttezza del contratto di lavoro in rapporto al tipo di prestazione richiesta. Comprendere gli adempimenti necessari al corretto esercizio di un contratto di lavoro autonomo o parasubordinato - Gestire le procedure necessarie all'avvio di un'attività professionale autonoma o parasubordinata; - Gestire gli adempimenti fiscali e previdenziali obbligatori per l'esercizio dell'attività in oggetto.

Unità di competenze	
Titolo UC	Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico, presente nel repertorio della Regione Umbria
Risultato atteso	Assumere ed esercitare un comportamento coerente con le caratteristiche normative ed organizzative del contesto tipico di esercizio dell'attività professionale.
Conoscenze minime	Ambiti organizzativi in cui può collocarsi un tecnico del marketing turistico;

	CCNL di riferimento, ove applicabili e format tipo di contratti di prestazione professionale; Il tecnico del marketing turistico: ruolo, attività e responsabilità; Il sistema turistico regionale (quadro legislativo europeo, italiano e regionale, caratteristiche del mercato turistico regionale, politiche turistiche regionali, caratteristiche dei soggetti economici e sociali rilevanti); Principi di programmazione, gestione e controllo di processi di progettazione e di lavoro anche per commessa.
Abilità minime	Posizionare la propria prestazione professionale nel sistema produttivo - Segmentare il mercato potenziale verso cui rivolgere la propria competenza professionale, comprendendo le logiche di accesso, le condizioni tipiche di rapporto di lavoro, prestazione attesa e remunerazione; - Interpretare le caratteristiche delle organizzazioni in cui è esercitata la prestazione professionale, comprendendo le logiche di divisione e coordinamento del lavoro ed identificando i referenti delle proprie attività; Definire le condizioni della propria prestazione professionale - Negoziare le condizioni della prestazione professionale, a partire dal sistema contrattuale applicabile; - Stipulare il contratto di prestazione, nel rispetto delle norme civilistiche e fiscali – generali e specifiche – applicabili; Programmare le proprie attività in rapporto ai risultati da raggiungere e alle risorse disponibili - Valutare la complessità delle attività richieste e stimare l'impegno temporale necessario; - Valutare i vincoli/risorse del contesto di processo/progetto/ commessa entro cui le proprie attività saranno svolte; - Valutare il carico di lavoro complessivo acquisito e le relative scadenze; - Schedulare le proprie attività sulla base delle condizioni rilevate; Definire la strategia di mantenimento e sviluppo della propria professionalità - Valutare le possibili evoluzioni professionali nell'ambito del settore marketing, in rapporto alle caratteristiche dei mercati di sbocco; - Autovalutare i propri bisogni di aggiornamento professionale, attraverso monitoraggio sistematico dell'evoluzione dei sistemi normativi volontari e non.

Unità di competenze	
Titolo UC	Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente.
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il	Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente, presente nel repertorio della Regione Umbria.

repertorio regionale di riferimento	
Risultato atteso	Gestire le relazioni con il sistema cliente, attraverso l'adozione di comportamenti coerenti con le esigenze di integrazione della propria prestazione professionale nel complessivo processo di lavoro.
Conoscenze minime	Elementi di psicologia dell'organizzazione e dei processi negoziali; Elementi di psicologia della comunicazione, in contesti reali e virtuali; Tecniche di comunicazione: ascolto, restituzione; Metodologie e strumenti di facilitazione delle relazioni; Tecniche di negoziazione, gestione di situazioni potenzialmente conflittuali.
Abilità minime	Comprendere i comportamenti dei diversi attori e le dinamiche relazionali del contesto di lavoro - Comprendere i fattori che possono determinare situazioni di potenziale tensione nelle dinamiche organizzative; - Comprendere le caratteristiche dei comportamenti attesi dai diversi attori; - Individuare le caratteristiche delle dinamiche relazionali ed i segnali di possibile attivazione di conflitti; Gestire le relazioni attraverso l'adozione di comportamenti coerenti con le esigenze di integrazione della propria prestazione professionale nel complessivo processo di lavoro. - Definire e porre in atto comportamenti di integrazione rivolti a favorire e valorizzare la propria prestazione professionale; Comunicare in maniera efficace - Riconoscere le varie tipologie di interlocutori ed utilizzare codici e modalità di interazione diversi, a seconda delle loro caratteristiche.

Unità di competenze	
Titolo UC	Analizzare il mercato turistico
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Analizzare il mercato turistico, presente nel repertorio della Regione Umbria

Risultato atteso	Individuare ed analizzare le dinamiche e i meccanismi macroeconomici del mercato turistico; raccogliere, selezionare ed interpretare i dati rilevanti, di natura qualitativa e quantitativa, finalizzati alla valutazione degli andamenti delle aziende turistiche, dei mercati e dei sistemi turistici a livello internazionale, nazionale e locale. Analizzare le dinamiche e i principali attori del turismo on-line
Conoscenze minime	Il mercato dell'offerta e della domanda turistica e le sue tendenze; Elementi di geografia turistica; Contesto urbanistico, artistico, naturalistico, antropico della Regione; Mercato delle tecnologie web e sua evoluzione nel settore turistico; Principali metodologie e tecniche della ricerca e analisi di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ... Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti; Elementi di statistica applicata.
Abilità minime	Analizzare il mercato turistico di riferimento - Analizzare le logiche di relazione fra il mercato della domanda e le caratteristiche dell'offerta (quali servizi, quali tipi di mercati e clienti, quali politiche commerciali, di promozione e relazione, ...); - Individuare le potenzialità del proprio contesto in termini di offerta per i potenziali clienti; - Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: nuove tipologie di prodotti/servizi turistici offerti, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, - Archiviare i dati raccolti. Analizzare le dinamiche e i principali attori del turismo on-line presenti sul mercato turistico - Analizzare le caratteristiche degli attori della domanda e dell'offerta di servizi turistici on line; - Analizzare le tecniche e gli strumenti più innovativi ed efficaci per fare marketing, comunicazione e vendita in rete; - Analizzare il funzionamento e le caratteristiche delle infrastrutture - tecnologiche e dei principali sistemi Booking Engine. Analizzare il sistema competitivo di riferimento e posizionare la propria impresa ricettiva o sistema turistico all'interno di esso - Analizzare le caratteristiche delle imprese/sistemi turistici - concorrenti, identificare le caratteristiche dell'offerta sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo; - Valutare la propria offerta, rilevando e analizzando le variabili utili a comprendere lo stato dell'arte e le possibili tendenze evolutive; - Posizionare la propria impresa/sistema turistico rispetto al sistema competitivo analizzato. Analizzare l'esigenza del mercato di riferimento - Interpretare le spinte motivazionali e le logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato; - Identificare gli elementi caratteristici e rilevanti della domanda turistica per ricavarne informazioni qualitative e quantitative sull'affluenza; - Elaborare i dati raccolti, individuando connessioni ed interrelazioni; - Formulare ipotesi coerenti sulle possibili evoluzioni del mercato di riferimento.

Unità di competenze	
Titolo UC	Sviluppare un piano di marketing turistico
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Sviluppare un piano di marketing turistico, presente nel repertorio della Regione Umbria
Risultato atteso	Elaborare un piano di marketing turistico attraverso la definizione degli strumenti operativi per il raggiungimento degli obiettivi strategici.
Conoscenze minime	Il campo d'azione del marketing turistico; Le leve del marketing mix (brand management, politiche tariffarie e revenue management, distribuzione e comunicazione); Elementi di project management (tecniche di pianificazione operativa, elementi di elaborazione di un budget e allocazione delle risorse).
Abilità minime	Interpretare i dati dell'analisi del mercato turistico e definire gli obiettivi strategici ed operativi - Interpretare gli esiti dell'analisi di mercato; - Determinare il target dell'azione di marketing. Individuare le politiche di marketing mix e predisporre il piano operativo - Definire le caratteristiche dell'offerta turistica per soddisfare le esigenze del segmento di consumatori individuato; - Definire le politiche tariffarie; - Stabilire l'immagine del prodotto/servizio turistico da veicolare all'esterno in relazione al target di utenza individuato; - Individuare i canali di comunicazione/promozione del prodotto/servizio turistico; - Individuare le risorse per la gestione operativa del piano di marketing

Unità di competenze	
Titolo UC	Sviluppare un piano di comunicazione in rete -web marketing e social media marketing
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Sviluppare un piano di comunicazione in rete -web marketing e social media marketing, presente nel repertorio della Regione Umbria

Risultato atteso	Promuovere l'offerta turistica sul web, attraverso la definizione di un piano di comunicazione che si avvalga di tutti gli strumenti multimediali attualmente più utilizzati come canali informativi, coordinandosi con i referenti attinenti (p.e. grafici, programmatori, copy writer, ...) per la realizzazione del piano stesso.
Conoscenze minime	Fondamenti del marketing on-line; Web Marketing applicato al settore turistico; Strumenti e linguaggi della web communication e del web marketing; I motori di ricerca; SEO (Search Engine Optimization); I social network; Le regole dell'e-commerce; Funzionamento dei principali strumenti di booking on line; Revenue management 2.0; Conoscenze informatiche di base per la produzione di un sito web dinamico; Normative di riferimento in ambito web.
Abilità minime	Elaborare un piano di comunicazione in rete in relazione agli obiettivi strategici e commerciali definiti - Individuare e distinguere le più innovative tecniche di comunicazione web 2.0. (sito web ufficiale, Advertising online, Social Media Marketing, Viral marketing, Blog Marketing, Travel Facebook Marketing, Travel Mobile Marketing, Video e Foto Marketing); - Riconoscere tutte le potenzialità della nuova logica di condivisione delle community on-line; - Contribuire alla definizione e allo sviluppo della struttura di un sito web e, con le figure specializzate di riferimento, alla gestione complessiva - ideazione, reperimento, pubblicazione ed aggiornamento - dei contenuti di tipo testuale, grafico e multimediale del sito; - Definire e collaborare alla gestione delle campagne di web advertising, di e-mail marketing e delle attività sui social network; - Utilizzare le tecniche di base del SEO (Search Engine Optimization) per ottimizzare il posizionamento del sito web nei motori di ricerca; - Elaborare e veicolare contenuti in forma corretta nel rispetto della normativa vigente in ambito web.

Unità di competenze	
Titolo UC	Monitorare il piano di marketing e di comunicazione
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing

Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Monitorare il piano di marketing e di comunicazione, presente nel repertorio della Regione Umbria
Risultato atteso	Controllare la corretta esecuzione del piano di marketing implementato.
Conoscenze minime	Elementi di controllo di gestione; Tecniche di valutazione piani di comunicazione; Tecniche di valutazione di investimenti; Tecniche di analisi andamento vendite; Tecniche e tecnologie di posizionamento sul web - Attività SEO (Search Engine Optimization); Produzione reportistica.
Abilità minime	Controllare e misurare lo stato d'avanzamento del piano di marketing - Definire indicatori chiave per azione e obiettivo; - Controllare lo stato d'avanzamento della realizzazione del piano; - Misurare e valutare i risultati delle vendite; Valutare gli scostamenti tra vendite previste ed effettuate; Attivare e rendere operative azioni correttive e di miglioramento del piano; Capitalizzare l'analisi dei risultati e produrre reportistica su vendite e quote di mercato. Monitorare il piano di comunicazione dei servizi turistici sul web - Gestire le attività di controllo, analisi e monitoraggio dei dati per dare visibilità nei diversi motori di ricerca e garantire il posizionamento - ottimale e costante in un'ottica commerciale; - Monitorare l'andamento di tutti canali di promozione attivati in rete e valutarne l'impatto in termini di vendite; - Capitalizzare l'analisi dei risultati e produrre reportistica.

Unità di competenze	
Titolo UC	Lavorare in sicurezza
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Lavorare in sicurezza, presente nel repertorio 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	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	Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario - 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.

Unità di competenze	
Titolo UC	Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio
Repertorio e profilo di riferimento	Regione/PA: UMBRIA Profilo: Tecnico del Marketing Turistico
Area di Attività (ADA)	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.01 - Sviluppo del piano strategico di marketing
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio, presente nel repertorio della Regione Umbria
Risultato atteso	Valutare la qualità del proprio operato controllando la corretta applicazione della normativa vigente, il rispetto dei requisiti minimi obbligatori e la conformità alle proprie procedure di qualità.
Conoscenze minime	Aspetti di gestione della qualità di un processo; Concetti di qualità promessa, erogata, attesa e percepita; Modalità operative di valutazione della qualità di un servizio.
Abilità minime	Valutare la qualità del proprio operato - Comprendere e applicare le procedure di qualità interne all'azienda; - Percepire il grado di soddisfazione del cliente interno/esterno; - Individuare le criticità e proporre interventi di miglioramento.

A 10 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.

Disoccupati, inoccupati o comunque in possesso dei requisiti di ammissione al programma GOL. Possesso di un ti
cittadini stranieri è indispensabile la conoscenza della lingua italiana almeno al livello B2 del Quadro Comune Euro
selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente. I cittadini extracomunitari devon

A.11 Durata complessiva del percorso (distinguere le ore di aula, FAD e tirocinio curriculare)

Durata totale 203 ore, di cui 203 di aula.

A.12 Articolazione del percorso formativo

N.	**Titolo UFC/segmento/ tirocinio curriculare**	**Denominazione UC di riferimento**	**Durata (ore)**	**di cui FAD**
1	Segmento di accoglienza e messa a livello		2	/
2	UFC 1. "Esercizio di un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma"	UC.1 "Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma"	6	/
3	UFC 2. "L'attività professionale di tecnico del marketing turistico"	UC.2 "Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico"	15	/
4	UFC 3. "Gestione relazioni e comunicazione con il sistema cliente"	UC.3 "Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente"	8	/
5	UFC 4. "Analisi del mercato turistico di riferimento"	UC.4 "Analizzare il mercato turistico"	36	/
6	UFC 5. "Il marketing mix nel settore turismo"	UC.5 "Sviluppare un piano di marketing turistico"	40	/
7	UFC 6. "Web marketing e social media marketing nel settore turistico"	UC.6 "Sviluppare un piano di comunicazione in rete - web marketing e social media marketing"	64	/
8	UFC 7. "Monitoraggio del piano di marketing"	UC.7 "Monitorare il piano di marketing e di comunicazione"	16	/
9	UFC 8. "Sicurezza sul luogo di lavoro"	UC.8 "Lavorare in sicurezza"	8	/

10	UFC 9 "La valutazione della qualità del proprio operato nell'ambito di erogazione di un servizio"	UC.9 "Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio"	8	/
		Totale	203	/

A.13 Tipo di attestazione prevista

❑ATTESTAZIONE DI MESSA IN TRASPARENZADEGLI APPRENDIMENTI

☒QUALIFICAZIONE REGIONALE ex DGR n. 834/2016

❑ABILITAZIONE

❑ALTRO (indicare): _____

Eventuali Note:

A.14 Riferimenti del soggetto richiedente l'inserimento della proposta nel Catalogo dell'offerta formativa GOL

Denominazione e ragione sociale	Qualifica Group Formazione e Lavoro Impresa Sociale
Referente	Cognome e nome Giuseppe Agus Tel. 3505840830 Email altaformazione@qualificagroup.it Indirizzo PEC (del soggetto richiedente in cui ricevere eventuali comunicazioni da parte di ARPAL Umbria) qualificaformazionelavoro@altapec.it

in partenariato con (compilare se necessario)

Denominazione e ragione sociale	
Referente	Cognome e nome _____ Tel. Email PEC

A.15 Sedi di svolgimento del percorso (fare riferimento esclusivamente alle sedi riconosciute in esito agli Avvisi ex DGR n. 627/2022 e DCS n. 2130/2024)

N. sede	1 - SEDE OPERATIVA GIA' ACCREDITATA
Indirizzo	VIALE DELLO STADIO 77 TERNI

N. sede	2. NEW CONSULTING
Indirizzo	VIA FLAMINIA, 19, FOSSATO DI VICO (PG)

N. sede	3. ATHENA FORMAZIONE
Indirizzo	VIA SARAGAT, 16 - SPLOTETO (PG)

N. sede	4. LEO SCHOOL SNC
Indirizzo	VIA ALFINERI, 3, TERNI (TN)

N. sede	5. FORM & JOB
Indirizzo	VIA LUNGONERA SAVOIA. 126, TERNI

N. sede	6. PROFESSIONAL TRAINING SRL
Indirizzo	VIA ACACIE, 39, ORVIETO