

## 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

Tecnico del marketing turistico

##### A.4. Inquadramento livello EQF

EQF 4

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

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

## 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
Definire obiettivi e risorse	UC.1 “Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma”
	UC.2 “Gestire l'attività professionale di Tecnico del marketing turistico”
Gestire il sistema cliente	UC.3 “Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente”
Prodotte beni/Erogare servizi	UC.4 “Analizzare il mercato turistico”
	UC.5 “Sviluppare un piano di marketing turistico”
	UC.6 “Sviluppare un piano di comunicazione in rete – web marketing e social media marketing”
	UC.7 “Monitorare il piano marketing e di comunicazione”
Gestire i fattori produttivi	UC.8 “Lavorare in sicurezza”
	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.)

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma
Macroprocesso di riferimento	Definire obiettivi e risorse
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	<p>Elementi di diritto del lavoro, con particolare riferimento alle caratteristiche delle più frequenti tipologie di contratto di lavoro dipendente, autonomo e parasubordinato;</p> <p>Format tipo di contratto;</p> <p>Principi relativi alla responsabilità civile e penale dei prestatori;</p> <p>Elementi di normativa fiscale, con particolare riferimento all'esercizio di lavoro autonomo;</p> <p>Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali. Obblighi di tenuta contabile, in ragione delle diverse possibili forme di esercizio.</p>
Abilità minime	<p><b>Definire gli aspetti contrattuali della prestazione professionale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verificare l'applicabilità e la correttezza del contratto di lavoro in rapporto al tipo di prestazione richiesta.</li> </ul> <p><b>Comprendere gli adempimenti necessari al corretto esercizio di un contratto di lavoro autonomo o parasubordinato</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestire le procedure necessarie all'avvio di un'attività professionale autonoma o parasubordinata;</li> <li>- Gestire gli adempimenti fiscali e previdenziali obbligatori per l'esercizio dell'attività in oggetto.</li> </ul>

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico
Macroprocesso di riferimento	Definire obiettivi e risorse
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	<p>Ambiti organizzativi in cui può collocarsi un tecnico del marketing turistico;</p> <p>CCNL di riferimento, ove applicabili e format tipo di contratti di prestazione professionale;</p> <p>Il tecnico del marketing turistico: ruolo, attività e responsabilità;</p> <p>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);</p> <p>Principi di programmazione, gestione e controllo di processi di progettazione e di lavoro anche per commessa.</p>
Abilità minime	<p><b>Posizionare la propria prestazione professionale nel sistema produttivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- 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;</li> </ul> <p><b>Definire le condizioni della propria prestazione professionale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Negoziare le condizioni della prestazione professionale, a partire dal sistema contrattuale applicabile;</li> <li>- Stipulare il contratto di prestazione, nel rispetto delle norme civilistiche e fiscali – generali e specifiche – applicabili;</li> </ul> <p><b>Programmare le proprie attività in rapporto ai risultati da raggiungere e alle risorse disponibili</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valutare la complessità delle attività richieste e stimare l'impegno</li> </ul>

	<p>temporale necessario;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Valutare i vincoli/risorse del contesto di processo/progetto/commessa entro cui le proprie attività saranno svolte;</li><li>- Valutare il carico di lavoro complessivo acquisito e le relative scadenze;</li><li>- Schedulare le proprie attività sulla base delle condizioni rilevate;</li></ul> <p><b>Definire la strategia di mantenimento e sviluppo della propria professionalità</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Valutare le possibili evoluzioni professionali nell'ambito del settore marketing, in rapporto alle caratteristiche dei mercati di sbocco;</li><li>- Autovalutare i propri bisogni di aggiornamento professionale, attraverso monitoraggio sistematico dell'evoluzione dei sistemi normativi volontari e non.</li></ul>
--	--

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente.
Macroprocesso di riferimento	Gestire il sistema cliente
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente, presente nel repertorio della Regione Umbria.
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	<p><b>Comprendere i comportamenti dei diversi attori e le dinamiche relazionali del contesto di lavoro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendere i fattori che possono determinare situazioni di potenziale tensione nelle dinamiche organizzative;</li> <li>- Comprendere le caratteristiche dei comportamenti attesi dai diversi attori;</li> <li>- Individuare le caratteristiche delle dinamiche relazionali ed i segnali di possibile attivazione di conflitti;</li> </ul> <p><b>Gestire le relazioni attraverso l'adozione di comportamenti coerenti con le esigenze di integrazione della propria prestazione professionale nel complessivo processo di lavoro.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definire e porre in atto comportamenti di integrazione rivolti a favorire e valorizzare la propria prestazione professionale;</li> </ul> <p><b>Comunicare in maniera efficace</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Riconoscere le varie tipologie di interlocutori ed utilizzare codici e modalità di interazione diversi, a seconda delle loro caratteristiche.</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Analizzare il mercato turistico
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
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	<p>Il mercato dell'offerta e della domanda turistica e le sue tendenze;</p> <p>Elementi di geografia turistica;</p> <p>Contesto urbanistico, artistico, naturalistico, antropico della Regione;</p> <p>Mercato delle tecnologie web e sua evoluzione nel settore turistico;</p> <p>Principali metodologie e tecniche della ricerca e analisi di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ...</p> <p>Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti;</p> <p>Elementi di statistica applicata.</p>
Abilità minime	<p><b>Analizzare il mercato turistico di riferimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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, ...);</li> <li>- Individuare le potenzialità del proprio contesto in termini di offerta per i potenziali clienti;</li> <li>- 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, ...;</li> <li>- Archiviare i dati raccolti.</li> </ul> <p><b>Analizzare le dinamiche e i principali attori del turismo on-line presenti sul mercato turistico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizzare le caratteristiche degli attori della domanda e dell'offerta di servizi turistici on line;</li> <li>- Analizzare le tecniche e gli strumenti più innovativi ed efficaci per fare marketing, comunicazione e vendita in rete;</li> <li>- Analizzare il funzionamento e le caratteristiche delle infrastrutture</li> </ul>

	<p>tecnologiche e dei principali sistemi Booking Engine.</p> <p><b>Analizzare il sistema competitivo di riferimento e posizionare la propria impresa ricettiva o sistema turistico all'interno di esso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizzare le caratteristiche delle imprese/sistemi turistici concorrenti, identificare le caratteristiche dell'offerta sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo;</li> <li>- Valutare la propria offerta, rilevando e analizzando le variabili utili a comprendere lo stato dell'arte e le possibili tendenze evolutive;</li> <li>- Posizionare la propria impresa/sistema turistico rispetto al sistema competitivo analizzato.</li> </ul> <p><b>Analizzare l'esigenza del mercato di riferimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretare le spinte motivazionali e le logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato;</li> <li>- Identificare gli elementi caratteristici e rilevanti della domanda turistica per ricavarne informazioni qualitative e quantitative sull'affluenza;</li> <li>- Elaborare i dati raccolti, individuando connessioni ed interrelazioni;</li> <li>- Formulare ipotesi coerenti sulle possibili evoluzioni del mercato di riferimento.</li> </ul>
--	---

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Sviluppare un piano di marketing turistico
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
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	<p>Il campo d'azione del marketing turistico;</p> <p>Le leve del marketing mix (brand management, politiche tariffarie e revenue management, distribuzione e comunicazione);</p> <p>Elementi di project management (tecniche di pianificazione operativa, elementi di elaborazione di un budget e allocazione delle risorse).</p>
Abilità minime	<p><b>Interpretare i dati dell'analisi del mercato turistico e definire gli obiettivi strategici ed operativi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretare gli esiti dell'analisi di mercato;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinare il target dell'azione di marketing.</li> </ul> <p><b>Individuare le politiche di marketing mix e predisporre il piano operativo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definire le caratteristiche dell'offerta turistica per soddisfare le esigenze del segmento di consumatori individuato;</li> <li>- Definire le politiche tariffarie;</li> <li>- Stabilire l'immagine del prodotto/servizio turistico da veicolare all'esterno in relazione al target di utenza individuato;</li> <li>- Individuare i canali di comunicazione/promozione del prodotto/servizio turistico;</li> <li>- Individuare le risorse per la gestione operativa del piano di marketing</li> </ul>
--	---

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Sviluppare un piano di comunicazione in rete -web marketing e social media marketing
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
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	<p>Fondamenti del marketing on-line;</p> <p>Web Marketing applicato al settore turistico;</p> <p>Strumenti e linguaggi della web communication e del web marketing;</p> <p>I motori di ricerca;</p> <p>SEO (Search Engine Optimization);</p> <p>I social network;</p> <p>Le regole dell'e-commerce;</p> <p>Funzionamento dei principali strumenti di booking on line;</p> <p>Revenue management 2.0;</p> <p>Conoscenze informatiche di base per la produzione di un sito web dinamico;</p>

	Normative di riferimento in ambito web.
Abilità minime	<p><b>Elaborare un piano di comunicazione in rete in relazione agli obiettivi strategici e commerciali definiti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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);</li> <li>- Riconoscere tutte le potenzialità della nuova logica di condivisione delle community on-line;</li> <li>- 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;</li> <li>- Definire e collaborare alla gestione delle campagne di web advertising, di e-mail marketing e delle attività sui social network;</li> <li>- Utilizzare le tecniche di base del SEO (Search Engine Optimization) per ottimizzare il posizionamento del sito web nei motori di ricerca;</li> <li>- Elaborare e veicolare contenuti in forma corretta nel rispetto della normativa vigente in ambito web.</li> </ul>

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Monitorare il piano di marketing e di comunicazione
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni/Erogare servizi
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	<p>Elementi di controllo di gestione;</p> <p>Tecniche di valutazione piani di comunicazione;</p> <p>Tecniche di valutazione di investimenti;</p> <p>Tecniche di analisi andamento vendite;</p> <p>Tecniche e tecnologie di posizionamento sul web - Attività SEO (Search Engine Optimization);</p> <p>Produzione reportistica.</p>

Abilità minime	<p><b>Controllare e misurare lo stato d'avanzamento del piano di marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definire indicatori chiave per azione e obiettivo;</li> <li>- Controllare lo stato d'avanzamento della realizzazione del piano;</li> <li>- Misurare e valutare i risultati delle vendite;</li> <li>- Valutare gli scostamenti tra vendite previste ed effettuate;</li> <li>- Attivare e rendere operative azioni correttive e di miglioramento del piano;</li> <li>- Capitalizzare l'analisi dei risultati e produrre reportistica su vendite e quote di mercato.</li> </ul> <p><b>Monitorare il piano di comunicazione dei servizi turistici sul web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- Monitorare l'andamento di tutti canali di promozione attivati in rete e valutarne l'impatto in termini di vendite;</li> <li>- Capitalizzare l'analisi dei risultati e produrre reportistica.</li> </ul>
----------------	---

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	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	<p>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.</p> <p>Fattori di rischio professionale ed ambientale, e successive disposizioni integrative e correttive.</p>
Abilità minime	<p><b>Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adottare stili e comportamenti per salvaguardare la propria salute e sicurezza e per evitare incidenti, infortuni e malattie professionali;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio elettrico;</li> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio derivato dall'utilizzo di oggetti taglienti;</li> <li>- Adottare comportamenti per la prevenzione degli incendi.</li> </ul>
--	--

<b>Macroprocesso</b>	<b>Unità di competenze</b>
Titolo UC	Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio
Macroprocesso di riferimento	Gestire i fattori produttivi
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	<b>Valutare la qualità del proprio operato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendere e applicare le procedure di qualità interne all'azienda;</li> <li>- Percepire il grado di soddisfazione del cliente interno/esterno;</li> <li>- Individuare le criticità e proporre interventi di miglioramento.</li> </ul>

### 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.

Possesso di un titolo di studio di scuola secondaria di secondo grado.  
Per i cittadini stranieri è indispensabile la conoscenza della lingua italiana almeno al livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, da verificare tramite test a cura del soggetto attuatore, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente.  
I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso.

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

203 ( 151 in aula e 52 in FAD sincrona)

### A.13 Articolazione del percorso formativo

N.	Titolo UFC/segmento/tirocinio curriculare	Denominazione UC di riferimento	Durata (ore)	di cui FAD
#	Segmento di accoglienza e messa a livello		2	/
1	Esercizio di un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma	Esercitare un'attività lavorativa in forma dipendente o autonoma	6	3
2	L'attività professionale di Tecnico del marketing turistico	Gestire l'attività professionale di Tecnico del marketing turistico	15	/
3	Gestione delle relazioni e comunicazione con il sistema cliente	Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente	8	/
4	Analisi del mercato turistico di riferimento	Analizzare il mercato turistico	36	14
5	Il marketing mix nel settore turismo	Sviluppare un piano di marketing turistico	40	12
6	Web marketing e social media marketing nel settore turistico	Sviluppare un piano di comunicazione in rete – web marketing e social media marketing	64	19
7	Monitoraggio del piano di marketing	Monitorare il piano di marketing e di comunicazione	16	4
8	Sicurezza sul luogo di lavoro	Lavorare in sicurezza	8	/

9	La valutazione della qualità del proprio operato nell'ambito di erogazione di un servizio	Valutare la qualità del proprio operato nell'ambito dell'erogazione di un servizio	8	/
<b>Totale</b>			<b>203</b>	<b>52</b>

#### 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:

In caso di interruzione del percorso o di non superamento della valutazione finale per cause di forza maggiore, verrà rilasciata un'attestazione di messa in trasparenza degli apprendimenti per i moduli e le unità formative effettivamente frequentate.

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

Denominazione e ragione sociale	FORMA.Azione srl
Referente	Cognome e nome TOMAUIOLI LUIGI Tel. 075/5997340 Email <a href="mailto:tomaiuoli@azione.com">tomaiuoli@azione.com</a> Indirizzo PEC (del soggetto richiedente in cui ricevere eventuali comunicazioni da parte di ARPAL Umbria) <a href="mailto:amministrazione@pec.azione.com">amministrazione@pec.azione.com</a>

**in partenariato con** (compilare se necessario)

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

**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	c/o FORMA.Azione srl Via L.Catanelli 23 – p.te S.Giovanni - PERUGIA

N. sede	2
Indirizzo	c/o Museo Rometti Piazza Carlo Marx a Umbertide

N. sede	3
Indirizzo	c/o Villa Paciani – Fraz. Terrai 44 - Spoleto

N. sede	4
Indirizzo	c/o Socrates Formazione Via Luigi Galvani n.11 – Terni

N. sede	5
Indirizzo	Contrada Capannelle nr. 22 - Castel Giorgio (TR)