

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 SMART AGRI-FOOD

A.4. Inquadramento livello EQF

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.24.04.12 (ex ADA.25.225.730) - Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale

A.7 Classificazione ISTAT CP 2011

3.3.3.5.0 Addetto Marketing Turistico

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 - "Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico" Gestire il sistema cliente
Gestire il sistema cliente	UC - Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente" Produrre beni/erogare servizi
Produrre beni/ Erogare servizi	UC - Analizzare il mercato turistico UC - Sviluppare un piano di marketing turistico
Gestire i fattori produttivi	UC – Lavorare in sicurezza in ambiente d'ufficio

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

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico" Gestire il sistema cliente
Macroprocesso di riferimento	Definire obiettivi e risorse

<p>Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento</p>	<p>L'Unità di Competenza illustrerà le caratteristiche delle attività del profilo professionale e la normativa di riferimento Repertorio degli standard professionali della Regione Umbria</p>
<p>Risultato atteso</p>	<p>Gestire l'attività professionale di tecnico del marketing turistico</p>
<p>Conoscenze minime</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiti organizzativi in cui può collocarsi un tecnico del marketing turistico. - CCNL di riferimento, ove applicabili e formati 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
<p>Abilità minime</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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.
<p>Macroprocesso</p>	<p>Unità di competenze</p>

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	L'Unità di Competenza consentirà di comprendere le modalità di una corretta gestione delle comunicazioni con clienti, colleghi e superiori Repertorio degli standard professionali 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi di psicologia dell'organizzazione e dei processi negoziali. <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Macroprocesso	Unità di competenze
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	L'Unità di Competenza assicurerà le abilità per utilizzare i principali software di videoscrittura e le logiche ed i principi di archiviazione della corrispondenza Repertorio degli standard professionali 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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il mercato dell'offerta e della domanda turistica e le sue tendenze. 102 - 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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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
Macroprocesso	Unità di competenze

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	L'Unità di Competenza trasferirà le conoscenze dei principali documenti amministrativi contabili, delle procedure di archiviazione e gestione Repertorio degli standard professionali 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	Lavorare in sicurezza in ambiente d'ufficio
Macroprocesso di riferimento	Gestire i fattori produttivi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	L'Unità di Competenza illustrerà la tipologia di rischio e le norme vigenti nell'ambito della sicurezza Repertorio degli standard professionali della Regione Umbria
Risultato atteso	Rispettare le norme relative alla sicurezza sul luogo di lavoro (ufficio).

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 <i>Fattori di rischio professionale ed ambientale</i>, e successive disposizioni integrative, 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 idonei alla prevenzione e riduzione del rischio professionale ed ambientale. ○ Adottare comportamenti per la prevenzione del rischio elettrico. ○ 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 l'assolvimento al partecipante del diritto-dovere di istruzione e formazione e per i cittadini stranieri è indispensabile una conoscenza della lingua italiana orale e scritta che consenta di partecipare attivamente al percorso formativo e per i cittadini extracomunitari il possesso di regolare permesso di soggiorno valido per la durata del percorso

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

80 ore di cui aula 80 ore

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	=====
	UFC 1 Attività professionale di tecnico del marketing turistico.Gestire il sistema cliente	UC - “Gestire l’attività professionale di tecnico del marketing turistico” Gestire il sistema cliente	18	=====
	UFC 2 Gestione relazioni e comunicazioni con il sistema cliente	UC - Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente” Produrre beni/erogare servizi	12	=====
	UFC 3 Web marketing e social media marketing nel mercato turistico	UC - Analizzare il mercato turistico	20	=====
	UFC 4 Il marketing mix nel mercato turistico	UC - Sviluppare un piano di marketing turistico	20	=====
	UFC 5 Sicurezza sul luogo di lavoro	UC –Sicurezza nei luoghi di lavoro	8	=====
	Totale		80	

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	ENAIP PERUGIA
Referente	Cognome e nome _____ALESSANDRO MORETTI _____ Tel. 0755010368 Email ENAIP.PERUGIA@ACLI.IT Indirizzo PEC (del soggetto richiedente in cui ricevere eventuali comunicazioni da parte di ARPAL Umbria)

in partenariato con (compilare se necessario)

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	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	ENAIP PERUGIA
Indirizzo	VIA SICILIA 57 PERUGIA

N. sede	1
---------	---

Indirizzo	Via Lungonera Savoia 126 Terni
-----------	--------------------------------

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

N. sede	3
Indirizzo	Piazza Corsica 2, 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