

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

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

A.7 Classificazione ISTAT CP 2011

2.5.1.5.4	Analisti di mercato
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing

A.8 Classificazione ISTAT ATECO 2007

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

A.9 Articolazione del riferimento professionale per Unità di Competenza

Macroprocesso	Unità di competenze
Produrre beni / Erogare servizi	UC 1 - Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente
	UC 2 - Sviluppare un piano di comunicazione e promozione

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

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	UC 1 - Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente
Macroprocesso di riferimento	Produrre beni / Erogare servizi
Descrivere l'Unità di Competenza e indicare il repertorio regionale di riferimento	Cura dei rapporti con interlocutori interni ed esterni all'azienda Repertorio regionale: Regione Umbria
Risultato atteso	Curare i rapporti con interlocutori interni ed esterni all'azienda, Supportare la rete di vendita nella gestione strategica e operativa delle attività di comunicazione.
Conoscenze minime	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di negoziazione, gestione di situazioni potenzialmente conflittuali • Metodologie e strumenti di facilitazione delle relazioni. • Tecniche di comunicazione: ascolto, restituzione. • Elementi di psicologia della comunicazione, in contesti reali e

	<p>virtuali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di psicologia dell'organizzazione e dei processi negoziali.
Abilità minime	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere i comportamenti dei diversi attori e le dinamiche relazionali del contest di lavoro • Gestire le relazioni attraverso l'adozione di comportamenti coerenti con le esigenze di integrazione della propria prestazione professionale nel complessivo processo di lavoro • Comunicare in maniera efficace con le diverse tipologie di clienti • Gestire le relazioni con la rete di vendita per il supporto delle attività di comunicazione

Macroprocesso	Unità di competenze
Titolo UC	UC 2 - 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	<p>Definizione della strategia di comunicazione attraverso l'individuazione dei canali di comunicazione e promozione più efficaci</p> <p>Repertorio regionale: Regione Umbria</p>
Risultato atteso	Definire la strategia di comunicazione: individuare e 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). • Tecniche di comunicazione on line. • Il sistema fieristico internazionale. • 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 • Supportare la rete di vendita nella gestione operativa delle attività promozionali e di vendita • Impostare e collaborare alla definizione di strategie di posizionamento e promozione online dell'impresa e dei suoi prodotti o servizi

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.

Per i cittadini stranieri è indispensabile la conoscenza della lingua italiana almeno a livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente.

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

54 di cui 0 in FAD

A.13 Articolazione del percorso formativo

N.	Titolo UFC/segmento/ tirocinio curriculare	Denominazione UC di riferimento	Durata (ore)	di cui FAD
1	Gestione delle relazioni e comunicazione con il sistema cliente	UC 1 - Gestire le relazioni e la comunicazione con il sistema cliente	18	0
2	Piano di comunicazione e promozione	UC 2 - Sviluppare un piano di comunicazione e promozione	36	0
Totale			54	0

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	Scuola di formazione professionale .form
Referente	Cognome e nome Belluccini Maria Rita Tel. 0742.391098 Email mr.belluccini@puntoform.it Indirizzo PEC puntoform@pec.it

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	Via dell'Artigianato, 1 – Foligno

N. sede	2
Indirizzo	Via delle Industrie, 5 - Foligno

N. sede	3
Indirizzo	Via Villa Glori, 7C - Perugia

N. sede	4
Indirizzo	Fraz. Costra di Trex, 37 - Assisi

N. sede	5
Indirizzo	Via delle Acacie, 39 - Orvieto

N. sede	6
Indirizzo	Via Settevalli 324 - Perugia

N. sede	7
---------	---

Indirizzo	Via Manara, 6 - Terni
-----------	-----------------------

N. sede	8
---------	---

Indirizzo	Via delle Acacie, 12 – Orvieto
-----------	--------------------------------

N. sede	9
---------	---

Indirizzo	Via Vasari, 11 – Orvieto
-----------	--------------------------

N. sede	10
---------	----

Indirizzo	Via A. Volta n. 7 - Gubbio
-----------	----------------------------

N. sede	11
---------	----

Indirizzo	Via S. Bartolomeo, 12 – Città di Castello
-----------	---