



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



GREEN & BLUE ECONOMY

Attività integrate per l'empowerment, la formazione professionale, la certificazione delle competenze, l'accompagnamento al lavoro, la promozione di nuova imprenditorialità, la mobilità transnazionale negli ambiti della Green & Blue Economy

LINEA 1 - A2

Progetti a carattere regionale

PROGETTO F.R.E.E. FONTI RINNOVABILI EFFICIENZA ENERGETICA
CUP E87B16001340009 - DCT 2016A2RO117 - CLP 1001031851GR160002

SCHEDA CORSO

IMPRESA ENERGIA

**PERCORSI DI FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO
ALLA CREAZIONE D'IMPRESA E AL LAVORO AUTONOMO**

LINEA 1 – A2

Progetti a carattere regionale

SINTESI DELL'AZIONE FORMATIVA

N.	MODULO	TOTALE	TEORIA	PRAT.	MOBILITA' TRANSNAZIONALE
1	Fare impresa nel settore dell'energia	30	10	20	--
2	Business management	30	20	10	--
3	Business planning	60	--	60	--
4	Business & Back	60	--	--	60
..	Totale	180	30	90	60



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



OBIETTIVO

L'obiettivo dell'attività è quello di coniugare le attitudini personali dei discenti con l'acquisizione di specifiche competenze in materia di **creazione di impresa** mediante un percorso di formazione / consulenza specialistico nell'area strategica **"Reti Intelligenti e Gestione Efficiente di Energia"**.

Gli obiettivi specifici, che verranno raggiunti attraverso la consulenza specializzata in creazione di impresa, sono:

- L'acquisizione di conoscenze riguardanti il sistema impresa, il ruolo dell'imprenditore e le diverse forme di aggregazione tra imprese;
- Acquisizione delle nozioni necessarie a trasformare l'idea imprenditoriale in una concreta attività imprenditoriale;
- Definizione del *Business Model* e della pianificazione strategica;
- Accompagnamento alla realizzazione dell'idea di Impresa;
- Accrescere e confrontare le conoscenze e competenze acquisite nel settore dell'energia in un contesto transnazionale.

OPPORTUNITA' LAVORATIVE

Il percorso mira all'autoimpiego e alla creazione di una realtà imprenditoriale propria in base alle idee presentate in sede di selezione. Il servizio di consulenza erogato da esperti del settore permetterà di calibrare l'idea iniziale prevedendo, se necessario, opportuni aggiustamenti in base all'effettiva fattibilità e sostenibilità del sistema impresa sul mercato. Per favorire la concreta realizzazione dell'idea imprenditoriale, i discenti saranno accompagnati nell'individuazione delle fonti di finanziamento (agevolate ed ordinarie) funzionali alla copertura dei fabbisogni di risorse per l'investimento e nell'identificazione delle agevolazioni fiscali disponibili in base alla tipologia di azienda che si intende avviare.

METODOLOGIE DIDATTICHE

La metodologia utilizzata è quella del **"Mentoring"** in cui l'esperto del settore trasferisce competenze pratiche, operative e subito spendibili in campo lavorativo attraverso laboratori pratici di simulazione di contesti lavorativi e metodologie didattiche attive (*project work; role playing; case study; simulazione*).

LA MOBILITA' TRANSAZIONALE

La **"Mobilità Transnazionale"**, individuale o per piccoli gruppi, si svolgerà all'estero, presso aziende operanti nel settore, in Paesi dell'Unione Europea. Il percorso, di mobilità, sarà suddiviso in quattro fasi:

- Attività di *shadowing* da svolgersi presso l'azienda ospitante;
- Lavoro all'interno del team aziendale;
- Attività collegate alla gestione aziendale con l'affiancamento del tutor;
- Predisposizione di un *survey* con analisi di questionari e dei *feedback*.



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



SEDE

L'attività di consulenza si svolgerà presso la sede sita nel comune di Cagliari in via Venturi 14 e presso altre sedi che verranno definite in itinere, in base ad esigenze di carattere organizzativo e logistico e alle necessità dei consulenti e dei corsisti.

L'individuazione delle realtà aziendali estere che ospiteranno i destinatari durante il percorso di mobilità transazionale e delle rispettive sedi, verrà eseguita a seguito della selezione dei 10 beneficiari dell'intervento.

REQUISITI IN INGRESSO

Il corso è rivolto a 10 destinatari maggiorenni, inattivi, inoccupati, disoccupati, con particolare riferimento ai disoccupati di lunga durata, residenti o domiciliati in Sardegna. Il titolo di studio minimo, richiesto per l'ammissione al percorso, è il **Diploma di scuola media superiore**. E' requisito indispensabile, inoltre, possedere una buona conoscenza di almeno una **lingua straniera** (equiparabile al livello B2 del quadro comune europeo), verificabile durante il colloquio di selezione.

Sono previste delle quote di genere tali per cui alle donne verrà riservato un numero di posti pari ad almeno il 55 per cento rispetto al numero dei partecipanti complessivi.

REPERTORIO REGIONALE DEI PROFILI DI QUALIFICAZIONE

Codice 11119 – Tecnico del marketing

AREA DI ATTIVITA' (ADA) / UNITA' DI COMPETENZA (UC)

1381/703 – Configurazione di un'offerta di prodotti/servizi

VALIDITA' DEL PERCORSO E CERTIFICAZIONI FINALI

La validità del percorso è vincolata alla frequenza di almeno l'80 per cento delle ore complessive.

Al termine del percorso verrà rilasciato l'attestato di partecipazione e, a seguito dello svolgimento e superamento dell'esame finale, **l'attestato di certificazione per ognuna delle competenze acquisite, rilasciato dalla Regione Autonoma della Sardegna.**

MODULI – LINEE GUIDA GENERALI



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



MODULO 1

NOME: Fare impresa nel settore dell'energia

CONTENUTI:

La Green&Blue Economy:

- I confini del settore: definizione e opportunità di sviluppo per le nuove imprese;
- L'Area di Specializzazione "Reti intelligenti per la gestione efficiente dell'energia" con individuazione delle buone pratiche nel settore;
- Individuazione dei benchmark di riferimento.

Competenze trasversali per "Fare impresa":

- Impresa e imprenditore: il sistema delle coerenze e la costruzione del *Business model*;
- Elementi di *leadership*, team building, problem solving e decision making;
- L'idea imprenditoriale: caratteristiche di base e sostenibilità;
- Forme di aggregazione tra imprese: reti di impresa formali e non formali;
- Analisi delle principali fonti di finanziamento: agevolazioni pubbliche, capitali propri e capitali di terzi;
- Fonti di finanziamento alternative: *Crowd funding Business Angel e Venture capital*;

Laboratorio:

Sperimentazione e applicazione pratica delle competenze e degli strumenti manageriali acquisiti, dinamiche di tipo relazionale e apprendimento attivo (lavoro di gruppo, *mentoring, learning by doing*). I partecipanti analizzeranno insieme al formatore gli interventi di già avviati a livello locale e le realtà imprenditoriali di eccellenza (*benchmark*) nel AdS di riferimento ed esporranno le proprie idee imprenditoriali al gruppo attraverso il coinvolgimento attivo e il confronto tra le diverse iniziative.

MODULO 2

NOME: Business management

CONTENUTI:

L'analisi di mercato:

- Il contesto di riferimento: fattori demografici, tecnologici, socioeconomici, normativi, ambientali, economici;
- La domanda: *trend*, modelli di acquisto, funzioni;
- L'offerta: i *competitors*, punti di forza, punti di debolezza, fattori critici di successo, posizionamento di mercato;
- Gli strumenti per la conduzione dell'analisi:
- Definizione di *vision, mission*, obiettivi e strategie;
- Pianificazione di *marketing*: *marketing* strategico e *marketing* operativo, segmentazione e posizionamento;
- La strategia di *marketing* e il *marketing mix*: prodotto, prezzo, distribuzione, promozione pubblicità;
- I social media *marketing* e l'*e-commerce*;
- Tecniche e strumenti per la rilevazione della *customer satisfaction*;
- Politiche per la gestione della qualità, sistemi di gestione della qualità e le Norme ISO;

Laboratorio:



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



Partendo dall'idea di impresa di ciascun discente verranno definite le caratteristiche del prodotto/servizio verificandone la coerenza con gli obiettivi aziendali e con l'analisi di mercato effettuata.

Utilizzo di una "strategia formativa" che adotta diverse metodologie didattiche che danno ampio spazio alle dinamiche di tipo

relazionale e all'apprendimento attivo: lavoro di gruppo, *mentoring* e *learning by doing*. Ciascun gruppo, attraverso la metodologia del *project work*, elaborerà la matrice prodotto/mercato/tecnologia e le strategie di marketing conseguenti per ciascuna idea imprenditoriale.

MODULO 3

NOME: Business planning

CONTENUTI:

Principali sezioni del Business Plan:

▪ **Parte descrittiva:**

- Il Proponente: obiettivi, Punti di forza e punti di debolezza, La scelta della forma giuridica, Curriculum;
- I Prodotti/Servizi: i plus di prodotto/servizio (vantaggi offerti al cliente), i vantaggi competitivi, le caratteristiche del prodotto/servizio rispetto a quelli della concorrenza, i prezzi di vendita, i costi ed il margine di profitto di ciascuna linea di prodotto/servizio, i fattori critici di successo, la catena del valore.
- L'Analisi del Settore: dimensioni, fase di sviluppo e natura competitiva, le barriere all'entrata e allo sviluppo del settore, il ruolo dell'innovazione e del cambiamento tecnologico;
- L'Analisi del Mercato: dimensioni del mercato target (storico, attuale, previsto, la segmentazione del mercato target, prospettive di crescita nell'ambito di ciascun segmento. I concorrenti, le motivazioni d'acquisto, la distribuzione nei mercati target: rivenditori, vendite dirette, distributori, agenti, le fonti di informazione;
- La Strategia di Marketing: prezzi e condizioni di pagamento, gli attributi del prodotto/servizio (garanzie, qualità, affidabilità e tempi di risposta, assistenza), l'immagine aziendale (pubblicità e pubbliche relazioni), i canali distributivi, modalità di vendita del prodotto.

▪ **Parte numerica:**

- I Piani operativi: il piano commerciale (obiettivi di vendita), il piano tecnico (quantificazione dei costi di produzione), il piano degli investimenti, il piano organizzativo (forma giuridica, ruoli, mansioni e costi del personale), il piano di comunicazione (mezzi, messaggi, tempi), il piano delle fonti di finanziamento (fonti finanziarie per gli investimenti e la gestione);
- I capitali necessari: i fondi necessari al piano di sviluppo e fonti di copertura, il "timing" di utilizzo dei capitali richiesti;
- Le informazioni finanziarie: le proiezioni economico-finanziarie, i flussi di cassa, i principali indici di redditività, l'analisi del BEP, analisi di sensitività dei risultati al variare delle ipotesi più significative.

MODULO 4

NOME: Business & Back

CONTENUTI:

- Verificare l'applicazione, all'interno della realtà aziendale visitata, delle tecniche di business management, con particolare riferimento ai seguenti aspetti:
- Organizzazione;



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform
Ente di Formazione Professionale



- Modalità di definizione e implementazione delle proprie strategie;
- Modalità di definizione del proprio Business model;
- Articolazione del Business plan;
- Modalità di gestione delle problematiche finanziarie;
- Gestione delle risorse umane;
- Strategie di Comunicazione adottate;
- Studio del posizionamento;
- Strumenti di controllo e monitoraggio utilizzati.