



Promoform
Ente di Formazione Professionale



GREEN & BLUE ECONOMY

“Misure integrate tra sviluppo locale partecipativo e occupazione negli ambiti della Green & Blue economy – Linee di sviluppo progettuale 2 e 3”
POR Sardegna FSE 2014-2020 “Operazione cofinanziata al 50% con risorse del Fondo Sociale Europeo”

L'avviso rispetta le indicazioni sugli Aiuti di Stato e, in particolare i Regolamenti (UE) n.1407/2013, n.717/2014, n. 1408/2013

LINEA 3 TIPOLOGIA C

Filiere integrate del Parteolla e Basso Campidano

CUP E42B16000020009- DCT 2016CRO249- CLP 10010331044GT160022

ICT, COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELL'IMPRESA

LINEA 3 - C

SINTESI DELL'AZIONE FORMATIVA

N.	MODULO	TOTALE	TEORIA	PRATICA
1	Lingua inglese	25	10	15
2	Normativa, contrattualistica e privacy	10	10	
3	Comunicazione efficace, soddisfazione e fidelizzazione del cliente	15	10	5
4	ICT, comunicazione e social media management	20	10	10
5	ICT, vendita e promozione dei servizi	30	10	20
7	Totale	100	50	50

OBIETTIVO

Il corso si pone come obiettivo quello di permettere a 15 destinatari che operano in diversi settori economici di adeguare le proprie competenze nella gestione dell'impresa, le strategie di vendita, promozione e valorizzazione dei prodotti/servizi offerti, in particolare attraverso le strategie web.

Il percorso è innovativo in quanto la formazione sarà erogata con un taglio “consulenziale” a partire delle problematiche specifiche di ciascun lavoratore e/o imprenditore, attraverso la trasmissione di competenze specialistiche, in materia gestione delle vendite online, utilizzo delle tecnologie ICT, e gestione delle azioni promozionali e di immagine dell'impresa.

OPPORTUNITA' LAVORATIVE

Al termine del percorso l'efficacia a livello occupazionale riguarda il consolidamento e il miglioramento della posizione lavorativa del beneficiario all'interno della propria realtà aziendale. In caso di lavoratore autonomo, l'acquisizione delle nuove competenze in particolare l'utilizzo di strategie web-marketing, favorisce l'apertura verso nuovi segmenti di mercato e l'internalizzazione dell'impresa.



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform

Ente di Formazione Professionale



METODOLOGIE DIDATTICHE

L'impostazione delle lezioni si baserà su metodologie di didattica attiva impostate su input concettuali proposti dal docente, cui faranno seguito momenti di confronto e di analisi dei risultati raggiunti (lavoro di gruppo, simulazione, studio di casi, forum di interscambio, learning by doing, role playing). Sono previsti laboratori pratici, in cui i discenti, affiancati dal docente, acquisiranno le capacità pratiche richieste per l'acquisizione delle competenze, in particolare eserciteranno le proprie capacità di lettura, scrittura, dialogo e ascolto in interazione con il gruppo classe.

INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Per coloro che hanno portato a termine l'intero percorso formativo sono previste 25 ore di attività di informazione e sensibilizzazione sulle opportunità di lavoro e crescita professionale nell'ambito della Green & Blue Economy.

REQUISITI IN INGRESSO

Il corso è rivolto a 15 **destinatari** occupati, compresi i lavoratori autonomi, liberi professionisti e titolari di impresa senza dipendenti residenti o domiciliati in Sardegna.

Il titolo di studio richiesto per l'ammissione al percorso è il Diploma di scuola secondaria di 1° grado (licenza media):

Sono previste delle quote di genere tali per cui alle donne verrà riservato un numero di posti pari ad almeno il 60 per cento rispetto al numero dei partecipanti complessivi.

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

294/662 Gestione della promozione dei servizi e dell'immagine dell'ente

SEDE ATTIVITA' DIDATTICA

L'attività teorica si svolgerà presso la sede sita nel Comune di , nei giorni compresi dal lunedì al venerdì, per un totale complessivo che verrà stabilito in base ad esigenze di carattere organizzativo e logistico.

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.**

INSEGNAMENTI – LINEE GUIDA GENERALI

MODULO 1

LINGUA INGLESE

- Grammatica / Lessico: strutture sintattiche e verbali; Introduzione di termini specifici dell'area semantica;
- Writing: composizione di lettere, fax, e-mail formali di soggetto commerciale; composizione di presentazioni, reports, relazioni; compilazione di moduli;
- Speaking: Implementazione delle funzioni linguistiche comunicative; Simulazioni di interazione in contesti comunicativi;

Grammatica:

- Prepositions of time and place (preposizioni di tempo e di luogo);
- Indirect questions (le domande indirette);
- Permission (chiedere ed esprimere un permesso);
- Must/have to/should (esprimere un obbligo o una necessità);
- Tense revision (ripasso dei tempi verbali);
- Comparative and superlative adjectives (aggettivi al comparativo e superlativo).

Argomenti:



Unione europea
Fondo sociale europeo



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- The enquiry (la richiesta di informazioni);
- Words regarding (lessico relativo a): Inglese applicato alla gestione dell'impresa e alla valorizzazione dei prodotti/servizi

MODULO 2

NORMATIVA, CONTATTUALISTICA E PRIVACY

- La comunicazione elettronica;
- Il codice in materia di protezione dei dati personali;
- La protezione dei dati personali nelle procedure di prenotazione e nella gestione dei servizi offerti via web;
- L'utilizzo della posta elettronica e di Internet nel rapporto di lavoro;
- Gestione dei contenuti multimediali (foto e video) nel rispetto della normativa sulla privacy e sul diritto d'autore;
- Elementi di Digital rights management;
- Modelli operati: l'informativa al cliente; l'acquisizione del consenso ecc...

MODULO 3

COMUNICAZIONE EFFICACE, SODDISFAZIONE E FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

- Gli elementi del processo di comunicazione e i presupposti della comunicazione;
- Le regole d'oro del processo di comunicazione;
- I tre livelli della comunicazione: verbale, non verbale, paraverbale;
- Comunicazione istituzionale organizzativa;
- Comunicazione interpersonale;
- Elementi di psicologia e tecniche di comunicazione efficace;
- Principi di comunicazione aziendale e pubbliche relazioni per gestire la comunicazione in coerenza con la strategia comunicativa e la gestione dell'immagine aziendale;
- Tecniche di comunicazione, di gestione dei colloqui informativi;
- L'empatia e l'ascolto attivo dell'interlocutore;
- Tecniche di personalizzazione della comunicazione in funzione delle caratteristiche dell'interlocutore;
- La gestione delle situazioni critiche e di tensione;
- Tecniche di comunicazione e relazione interpersonali;
- Tecniche fidelizzazione del cliente;
- Elementi di customer care e rilevazione della customer satisfaction

MODULO 4

ICT, COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Comunicazione ICT

- Tecniche di social media management;
- Tecniche di comunicazione online;
- Tecniche di promozione dei servizi turistici attraverso sistemi web
- Gestione di portali istituzionali ad alta accessibilità attraverso sistemi di Content Management System (CMS);
- Utilizzo di soluzioni innovative a valore aggiunto: gli "Smart tag", Soluzioni per dispositivi mobili: le applicazioni del turismo;

Promozione

- Strumenti e strategie per la creazione di reti tra operatori economici;
- Le applicazioni del turismo, utilizzo di piattaforme web di promozione territoriale;

MODULO 5

ICT, VENDITA E PROMOZIONE DEI SERVIZI

Digitalizzazione e internazionalizzazione delle imprese

- Web e le PMI: i vantaggi di essere online;
- La digitalizzazione: i vantaggi; gli indicatori del livello di digitalizzazione delle imprese; il rapporto tra digitalizzazione e internazionalizzazione;



Promoform

Ente di Formazione Professionale



- L'internazionalizzazione: strategie di internazionalizzazione dei prodotti e servizi;

Web-marketing

- Elementi di marketing del prodotto per l'accompagnamento all'esecuzione di servizi di vendita;
- Strategie di marketing e web marketing per la vendita dei prodotti;
- Le best practices : imprese con strategie di successo;

Tecniche di valorizzazione e promozione

- Strumenti, tecniche e strategie di informazione e comunicazione telematica per la predisposizione e gestione delle informazioni in tempo reale;
- Metodologie di vendita e e-commerce;
- Tecniche di realizzazione degli allestimenti tenendo conto delle caratteristiche dell'utenza di riferimento;
- Visual merchandising per l'organizzazione e l'allestimento di spazi informativi anche online;
- Creazione di vetrine virtuali;
- Creazione di materiale informativo di base tradizionale e multimediale

Laboratorio pratico: simulando un reale contesto lavorativo, gli allievi (individualmente e/o in gruppo) dovranno gestire gli aspetti relativi della promozione dei servizi e dell'immagine dell'ente: individuare il target a cui ci si rivolge al fine di improntare una strategia comunicativa efficace; realizzare materiale informativo elementare per la promozione dei servizi e le prestazioni dell'ente tradizionale e via web; controllare quantità e qualità del materiale informativo e provvedere alla fornitura, individuare i canali per assicurare la trasmissione dell'informazione al cliente; attrezzare gli spazi fisici e le bacheche informative e le "vetrine elettroniche" con il materiale promozionale dell'ente, per un'efficace fruizione da parte del pubblico.