



**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

**Filieri integrate del Parteolla e Basso Campidano**

CUP E42B16000020009- DCT 20163CRO249- 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
<b>7</b>	<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

### 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 dalle 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.



# 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 **Settimo San Pietro** 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).



**Promoform**

Ente di Formazione Professionale



## Argomenti:

- 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;



# Promoform

Ente di Formazione Professionale



## 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;
- 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.