

## SCHEDA N.6

**DENOMINAZIONE PERCORSO FORMATIVO** Tecnico delle attività di marketing (UC 1657-1658)

**AREA TERRITORIALE** Sardegna

**SETTORE PRODUTTIVO** Trasversale

### SEZIONE A. DESCRIZIONE DEI FABBISOGNI RILEVATI

#### FABBISOGNI EMERSI

La proposta nasce dall'esigenza di formare delle persone in grado di raccogliere informazioni strutturate su fattori di mercato e comportamenti di consumo, posizionare un prodotto nel mercato identificato, coordinare le operazioni di lancio e vendita del prodotto programmando campagne pubblicitarie, partecipando a manifestazioni e fiere commerciali

#### METODOLOGIE E STRUMENTI UTILIZZATI NEL PROCESSO DI ANALISI DEI FABBISOGNI FORMATIVI

Interviste dirette con l'impresa, esigenze di formazione operativa in vari settori.

#### RETE

L'Agenzia formativa al fine di favorire il concreto inserimento lavorativo dei giovani ha formalizzato, con specifico accordo, una Rete di imprese che hanno tutte la stessa finalità di agevolare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro. Ogni impresa della Rete ha dato il suo apporto per l'individuazione dei settori di intervento, la rilevazione dei fabbisogni professionali e formativi, individuazione delle ADA e UC sulle quali orientare il percorso formativo e la definizione dei requisiti dei destinatari.

#### PER LA RILEVAZIONE DEI FABBISOGNI È STATO UTILIZZATO IL QUESTIONARIO ALLEGATO ALL' AVVISO PUBBLICO?

NO

### SEZIONE B. DESCRIZIONE DELLE MOTIVAZIONI CHE HANNO DETERMINATO L'ATTIVAZIONE DELL'INTERVENTO

Le motivazioni che hanno spinto l'Agenzia ad attivare un percorso formativo mirato a certificare delle specifiche competenze sono legate alle prospettive occupazionali che il settore del marketing offre. Il percorso formativo infatti prevede la certificazione di n. 2 Unità di Competenza (1657 – 1658) che affronteranno l'analisi del mercato di riferimento, il posizionamento del prodotto, il coordinamento di lancio e vendita del prodotto. Ogni Unità di competenza sarà articolata in moduli formativi da svolgersi in aula.

### SEZIONE C. DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI GENERALI DELL'OPERAZIONE COERENTI CON I FABBISOGNI RILEVATI

I moduli formativi e didattici del percorso, sono stati ideati al fine di garantire ai partecipanti l'acquisizione delle conoscenze e capacità necessarie all'attestazione della certificazione di competenze così come definite nel RRFP e garantire quindi l'acquisizione di una professionalità spendibile in un settore che declina diversi profili specializzati per esempio tecnici del marketing operativi on line, nella grande distribuzione ecc. In generale, l'operazione si pone l'obiettivo di rendere possibile una maggiore capacità di affrontare l'inserimento lavorativo in modo più maturo e responsabile con l'accrescimento continuo delle competenze acquisite.

### SEZIONE D. IMPATTI ATTESI

La certificazione raggiunta e le capacità personali porteranno all'avvio del percorso lavorativo tra le aziende disponibili all'assunzioni nel settore.

### SEZIONE E. PRIORITÀ TRASVERSALI (PARITÀ DI GENERE E PARI OPPORTUNITÀ, INNOVATIVITÀ)

Per quanto riguarda le priorità trasversali, si predisporranno, attraverso l'erogazione del suddetto corso, una serie di azioni positive consistenti in misure volte alla rimozione degli ostacoli che di fatto impediscono la realizzazione di pari opportunità, che siano dirette a favorire l'occupazione femminile e a realizzare l'uguaglianza sostanziale tra uomini e donne nel mondo del lavoro. L'erogazione dei percorsi formativi avverrà secondo un approccio flessibile in modo tale da consentire una conciliazione dei tempi di vita e lavoro delle donne, particolare attenzione, poi, sarà data alla calendarizzazione delle attività tenendo conto delle esigenze dell'utenza femminile.

## SEZIONE F. MODALITÀ PER IL MONITORAGGIO DELL'ANDAMENTO DELL'INTERVENTO IN TERMINI DI EFFICACIA ED EFFICIENZA

L'Agenzia formativa, ha implementato al suo interno le procedure per monitorare, in itinere, ed accertare l'idoneità dei processi formativi, le caratteristiche del servizio erogato, la soddisfazione dei discenti, il livello di prestazione raggiunto, l'individuazione degli aspetti non conformi più significativi e la valutazione dell'andamento temporale delle azioni correttive rivolte alla ricerca continua del miglioramento dei processi. Verranno utilizzate informazioni derivanti da: indagini sulle opinioni dei docenti; indagini soddisfazione dei partecipanti; reclami pervenuti. Il servizio erogato verrà valutato con controlli iniziali, intermedi e finali attraverso questionari che rileveranno la soddisfazione dei partecipanti all'operazione, con riferimento ad una serie di parametri quali: docenti, struttura, attrezzature utilizzate. gli allievi dovranno valutare l'utilità del percorso in termini di efficacia/efficienza.

## SEZIONE G. METODOLOGIE FORMATIVE

La strategia formativa che si vuole proporre per la realizzazione delle attività formative all'interno dell'operazione vedrà l'articolazione suddivisa in moduli formativi; essi sono progettati al fine di garantire l'acquisizione delle conoscenze e capacità necessarie alla certificazione delle UC previste in questo percorso formativo. Ogni modulo è in grado di fornire ai discenti i mezzi per poter massimizzare e finalizzare le informazioni ed i concetti presenti nei moduli stessi, rendendoli in grado di partecipare in maniera attiva alle lezioni e ad ogni fase del processo formativo. I contenuti verranno affrontati in modo da stimolare negli utenti processi di riflessione, analisi e per ottenere il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei corsisti alle lezioni si ricorrerà all'uso, ogni volta possibile, delle tecnologie informatiche. Al termine del percorso la figura formata avrà conoscenze e capacità direttamente spendibili nei contesti lavorativi di riferimento.

## SEZIONE H. REQUISITI DEI DESTINATARI

**Requisiti ulteriori oltre a quelli previsti nell'art. 5**

**È RICHIESTO UN TITOLO DI STUDIO?**

SI

Livello 1: DIPLOMA DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE CHE PERMETTE L'ACCESSO ALL'UNIVERSITA'

Livello 2: ---

Livello 3: ---

Livello 4: ---

**È RICHIESTO IL POSSESSO DI UNA QUALIFICA?**

NO

**Denominazione qualifica:** ---

**E' RICHIESTA UNA PRECEDENTE ESPERIENZA LAVORATIVA?**

NO

**Anni:** ---

**Settore:** ---

**Codice Ateco:** ---

**ULTERIORI TITOLI DI STUDIO, ESPERIENZE LAVORATIVE E QUALIFICHE**

---

## SEZIONE I. CARATTERISTICHE PERCORSO FORMATIVO

**PERCORSO FORMATIVO finalizzato al conseguimento di UC (minimo 60 ore, massimo 200) per l'acquisizione delle conoscenze e capacità (UC) necessarie per la realizzazione di determinate prestazioni**

**Gruppo classe - numero massimo dei componenti del gruppo classe – da 8 a 15:** 10

**Sede/i formativa/e**

CAGLIARI - (Cagliari), N. Edizioni: 2

**Calendario lezioni preventivo:**

Lunedì, mercoledì e venerdì dalle 8:30 alle 13:30 (da confermare in base alle disponibilità degli allievi)

<b>Durata complessiva (in ore):</b> 200
<b>UC 1657</b> <b>Durata (in ore)</b> 100
<b>UC 1658</b> <b>Durata (in ore)</b> 100

**SEZIONE L. UC PRESENTI NEL REPERTORIO REGIONALE DELLE FIGURE PROFESSIONALI, CODICE ADA, DENOMINAZIONE ADA E FIGURA PROFESSIONALE DI RIFERIMENTO**

<b>Codice UC</b>	<b>Codice AdA</b>	<b>Denominazione AdA</b>	<b>Figura professionale</b>
1657	1382	Posizionamento del prodotto/servizio all'interno del segmento di mercato identificato	381 - tecnico delle attività di marketing
1658	1383	Coordinamento delle operazioni di lancio e vendita del prodotto/servizio	381 - tecnico delle attività di marketing

**SEZIONE M. MANIFESTAZIONE D'INTERESSE DA PARTE DELLA/E IMPRESA/E PER L'INSERIMENTO DEI GIOVANI**

<b>Numero Manifestazioni d'impegno all'inserimento lavorativo</b>
5