



**PROGETTI DI EDUCAZIONE DEGLI ADULTI FINALIZZATI ALL'ACQUISIZIONE DI
COMPETENZE CONNESSE AL LAVORO**

FORMULARIO DI PROGETTO

Co-finanziato dal Fondo Sociale Europeo (FSE), nell'ambito del Programma Operativo Regionale – (POR) Umbria, FSE “Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione” 2007-2013

Asse 4 “Capitale umano” - Obiettivo specifico “i”: aumentare la partecipazione alle *opportunità formative lungo tutto l'arco della vita e innalzare i livelli di apprendimento e conoscenza*

Sez. A – Anagrafica del progetto

A.1 Denominazione del soggetto proponente

SISTEMI FORMATIVI CONFINDUSTRIA UMBRIA SOC. CONS. A R. L.

A.2 Titolo del progetto

ULISSE

A.2.1 Area di Intervento EdA

CTP **ART** **SOC** **GRE** **TUR**

A.3 Sede

SFCU: Zona fiori n 116,I 05100 Terni

A.4 Dati di sintesi del progetto

Titolo del percorso formativo 1)

La costruzione e la promozione dell'offerta turistica con il Web e il Web 2.0

N. edizioni previste 3

N.partecipanti per ciascuna edizione **min (8) 8 max 13**

Durata in ore

(*per ciascuna edizione **Aree CTP – ART – SOC – GRE - TUR – min 40 / max 100**) 40

di cui Teoria 8 Pratica 32 Stage

Quota Contributo Pubblico calcolato a preventivo secondo modalità di cui alla DGR n.1326/2011 euro €17.646,78

Titolo del percorso formativo 2) Comunicare in lingua inglese – Livello base

N. edizioni previste 1

N.partecipanti per ciascuna edizione **min (8) 8 max 13**

Durata in ore

(*per ciascuna edizione **Aree CTP – ART – SOC – GRE - TUR – min 40 / max 100**) 40

di cui Teoria 20 Pratica 20 Stage

Quota Contributo Pubblico calcolato a preventivo secondo modalità di cui alla DGR n.1326/2011 euro €5.882,26

Titolo del percorso formativo 3) Comunicare in lingua inglese – Livello intermedio

N. edizioni previste 2

N.partecipanti per ciascuna edizione **min (8) 8 max 13**

Durata in ore

(*per ciascuna edizione **Aree CTP – ART – SOC – GRE - TUR – min 40 / max 100**) 40

di cui Teoria 20 Pratica 20 Stage ____

Quota Contributo Pubblico calcolato a preventivo secondo modalità di cui alla DGR n.1326/2011 euro € 11.764,52

Titolo del percorso formativo 4) Progettare e realizzare materiale promozionale

N. edizioni previste 1

N.partecipanti per ciascuna edizione **min (8) 8 max 15**

Durata in ore

(*per ciascuna edizione **Aree CTP – ART – SOC – GRE - TUR – min 40 / max 100**) 40

di cui Teoria 26 Pratica 14 Stage ____

Quota Contributo Pubblico calcolato a preventivo secondo modalità di cui alla DGR n.1326/2011 euro € 5.882,26

Titolo del percorso formativo 5)

Predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo

N. edizioni previste 1

N.partecipanti per ciascuna edizione **min (8) 8 max 15**

Durata in ore

(*per ciascuna edizione **Aree CTP – ART – SOC – GRE - TUR – min 40 / max 100**) 60

di cui Teoria 34 Pratica 26 Stage ____

Quota Contributo Pubblico calcolato a preventivo secondo modalità di cui alla DGR n.1326/2011 euro € 8.823,39

A.5 Referente del progetto MAURIZIO MAGNI

Numero di Telefono _0744443411_____

Numero di Fax__0744441481_____

Indirizzo email___info@sfcu.it

Sez. B - Descrizione del progetto

B.1 Il progetto intende rispondere alle finalità generali ed agli obiettivi specifici previsti dall'art. 1 dell'Avviso pubblico, con le precisazioni di seguito formulate

N.	Finalità / Obiettivo	Precisazioni
1	<p><i>Realizzare attività relative allo sviluppo di settori per l'innovazione, per far crescere le prospettive di inserimento delle imprese umbre di eccellenza, allo scopo di recuperare il ritardo di internazionalizzazione che caratterizza il sistema imprenditoriale umbro</i></p>	<p><i>[esplicitare le modalità di perseguimento della finalità/obiettivo e il contesto in cui si inserisce il progetto]</i></p> <p>Il settore turistico in Italia è investito da tempo da una profonda crisi che interessa prepotentemente anche la nostra regione e la provincia di Terni.</p> <p>Negli ultimi anni si è assistito infatti alla nascita di numerosi poli di concorrenza internazionale, una progressiva riduzione dell'incoming, una diminuzione generalizzata della redditività connessa agli elevati costi di gestione.</p> <p>In tale contesto, l'aggravarsi della crisi economica e la contrazione dei consumi e della capacità di spesa rischia di "strangolare" molti degli operatori del settore.</p> <p>Nel medesimo tempo, il settore turistico rappresenta tutt'oggi per la provincia di Terni un'immensa risorsa che può e deve essere maggiormente sfruttata e valorizzata.</p> <p>Questo obiettivo può essere ottenuto, principalmente, perseguendo l'innalzamento degli standard di prodotto e di servizio offerti.</p> <p>Infatti si evidenziano chiare tendenze per cui, se da un lato si rileva una domanda più consapevole e con maggiori esigenze, dall'altro si prospetta la necessità di offrire più sicurezza ed affidabilità tramite l'innalzamento della capacità di produrre una comunicazione e promozione targettizzata dell'offerta turistica.</p> <p>Gli operatori del settore del territorio provinciale ternano lamentano, in questo senso, un gap di conoscenze e competenze che rischia di rappresentare una barriera rispetto all'obiettivo di intercettare i potenziali clienti, accentuando la distanza dell'offerta rispetto alle esigenze reali, marcando in maniera sempre più evidente le difficoltà di risposta ai bisogni ed aspettative espresse dalla domanda.</p> <p>Tale situazione richiede certamente logiche di promozione sempre più integrate, vale a dire declinate con una promozione coordinata di un territorio che coinvolga tutti gli attori sia del settore dell'ospitalità ma anche delle produzioni eccellenti.</p> <p>Nel contempo, è necessario che gli operatori del settore sviluppino la capacità di soddisfare i diversi "turismi" in cui si articola l'odierna domanda turistica: "arte e cultura", "congressuale", "religioso", "ambiente e natura", "d'affari", "enogastronomico", "terme e benessere", ecc.: perciò la priorità strategica per il rilancio ed il consolidamento del settore turistico consiste nel mettere di più e meglio il turista al centro dell'attenzione, sapendo meglio intercettare le nuove domande a livello nazionale ed internazionale e consolidare quelle attuali.</p> <p>Il progetto intende contribuire al perseguimento della Finalità/obiettivo dell'Avviso supportando la diffusione sul territorio delle competenze di base e tecnico professionali necessarie per condurre efficacemente azioni promozionali, con particolare riferimento a quelle rivolte alla domanda a livello internazionale, tramite i più attuali strumenti on-line, e valorizzare in questo modo le potenzialità indiscusse dell'offerta turistica del territorio nell'arena della attuale competizione sui mercati turistici internazionali.</p>

[illustrare la coerenza del progetto con la finalità/obiettivo]

Sulla base di tali premesse appare evidente come l'aspetto cruciale per innescare tali processi di cambiamento e miglioramento risieda nella formazione delle risorse umane,.

Ciò in considerazione del fatto che le attuali professionalità turistiche vanno ulteriormente riqualficate, dal momento che spesso non tengono conto della profonda evoluzione avvenuta nel settore e rischiano di rispondere adeguatamente alle esigenze di qualità che provengono dalla sfida dei mercati sempre più complessi e globalizzati anche in campo turistico.

Il progetto si inserisce pertanto in piena coerenza rispetto alla finalità/obiettivo dell'Avviso in qualità di intervento modulare e flessibile in grado di offrire agli operatori del settore turismo a livello provinciale una serie di occasioni di aggiornamento e sviluppo delle competenze necessarie per innescare processi e progetti di riqualficazione della offerta turistica locale sul mercato interno ed estero.

[evidenziare il contributo del progetto per il conseguimento della finalità/obiettivo utilizzando opportuni indicatori]

Attraverso la partecipazione ai vari percorsi programmati nell'ambito della proposta progettuale, si intende contribuire a rispondere all'obiettivo dell'innovazione del settore favorendo:

- lo sviluppo, da parte degli attuali e dei futuri operatori del settore stesso, di conoscenze e competenze che metteranno in grado di partecipare attivamente al modello di sviluppo turistico che coniuga la fruizione delle bellezze artistiche, storiche e paesaggistiche con gli eventi culturali e la valorizzazione e la promozione della produzioni agroalimentari tipiche e dell'artigianato artistico offerto dal territorio, costruendo pacchetti turistici integrati, definendo efficacemente i prezzi e promuovendo tale offerta con l'impiego delle tecnologie digitali più attuali;
- l'innescare processi e progetti di riqualficazione dell'offerta turistica del territorio.

Indicatori di risultato

Indicatore 1

Percezione dell'utilità della partecipazione ai percorsi ai fini dell'innovazione ed efficacia dell'offerta turistica

Soglia di successo

Indice medio di valutazione finale dell'apprendimento 7/10

Modalità di rilevazione

Questionari di rilevamento somministrati a 12 mesi dalla conclusione del corso – Elaborazione media generale di progetto

Indicatore 2

% di utenti operatori formati che impiegheranno per scopi professionali le competenze oggetto dei percorsi a 12 mesi dalla conclusione di progetto

Soglia di successo

75% del numero complessivo dei beneficiari delle attività formative che concluderanno i percorsi

Modalità di rilevazione

Questionari di rilevazione somministrati nei 12 mesi successivi alla conclusione delle attività formative

B.2 Il progetto intende rispondere a specifici fabbisogni di carattere territoriale/ settoriale/aziendale come di seguito specificato

Allegare idonea documentazione a supporto dell'attività di analisi svolta .

N.	Fabbisogni	Precisazioni
1	<p><i>Competenze in materia di marketing e promozione dell'offerta turistica</i></p> <p><i>Competenze in materia di Web marketing del turismo e di promozione tramite social network</i></p> <p><i>Competenze linguistiche (lingua inglese)</i></p> <p><i>Competenze in materia di progettazione e realizzazione di materiale promozionale</i></p> <p><i>Competenze necessarie alla elaborazione di business plan di nuove idee imprenditoriali nel settore turismo</i></p>	<p><i>[esplicitare le modalità di rilevazione dei fabbisogni]</i></p> <p>Confindustria Terni, attraverso la propria Sezione delle imprese del settore turistico, porta avanti da vari anni un'attività di ascolto ed elaborazione dei fabbisogni di sviluppo organizzativo e di innovazione gestionale delle strutture turistiche del territorio, con particolare riferimento a quelle ricettive.</p> <p>In questo ambito è più volte emersa la crescente difficoltà degli operatori a confrontarsi con efficacia con un mercato interno ed estero in costante evoluzione, con particolare riferimento alla rivoluzione rappresentata dagli strumenti, sia individuali che condivisi, necessari per sfruttare le potenzialità del web 2.0 e di Internet, con particolare riferimento alla promo commercializzazione ed al booking online.</p> <p>Nel medesimo tempo, da tale confronto emerge con evidenza la persistenza di una generale difficoltà ad individuare e presidiare con consapevolezza le leve di competizione e promozione sul mercato globale del turismo, connesse alla bassa diffusione di competenze degli operatori in materia di marketing, di definizione di pacchetti turistici integrati, di tecniche di promozione e, più in generale, delle competenze linguistiche di base per confrontarsi con una domanda internazionale sempre più esigente.</p> <p>Tale attività è stata inoltre condotta, anche con rilevazioni campionarie e analisi statistiche sui dati di flusso delle presenze e degli arrivi turistici, attività questa svolta principalmente in senso ai preposti organismi consortili pubblico-privati (DITT-Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni, Orvieto Promotion).</p> <p><i>[esplicitare come il progetto intende soddisfare i fabbisogni rilevati]</i></p> <p>Il progetto intende soddisfare i fabbisogni rilevati mediante la predisposizione di un catalogo formativo rivolto agli operatori del settore in grado di favorire la riduzione dell'attuale gap di competenze mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - interventi formativi finalizzati ad introdurre i partecipanti alle strategie promozionali supportate dalle più moderne tecnologie digitali rappresentate da Internet e social network (Facebook, Twitter, Foursquare, Pinterest ecc.) e dal booking on-line - interventi formativi finalizzati a favorire la diffusione presso gli operatori delle competenze linguistiche di base necessarie sia per l'accoglienza, sia per la elaborazione di testi promozionali, sia e soprattutto per la gestione ed animazione degli spazio di comunicazione del Web 2.0; - interventi formativi finalizzati a supportare lo sviluppo di competenze necessarie per progettare materiale promozionale per l'offerta turistica, segnatamente materiale destinato alla pubblicazione su supporto o piattaforma digitale; - interventi formativi finalizzati a supportare la creazione di nuove imprese nel settore turistico. -

[illustrare la coerenza del progetto con le finalità individuate]

Il progetto si colloca in piena coerenza con la finalità di innovare il settore turistico in quanto incentrato su un'offerta formativa in grado di favorire l'aggiornamento delle competenze degli operatori linea con le richieste ed evoluzione del mercato (descritte nella sezione B.1) rispondendo nel contempo ai fabbisogni rilevati.

Si intende in particolar modo rafforzare la capacità di strutturare un'offerta turistica in grado di valorizzare la forza ed attrattività del territorio mediante una formazione mirata allo sviluppo della conoscenze e della capacità di impiego, progettazione e gestione, degli strumenti digitali che sempre maggiore importanza stanno acquisendo nel campo del turismo e che, in particolare, influiscono nella fase di scelta della destinazione turistica o del tipo di vacanza. Il turista, infatti, agisce ormai prevalentemente in autonomia e, attraverso i suddetti canali sceglie, valuta comparativamente, richiede preventivi e poi effettua direttamente online la prenotazione. Inoltre, anche la fase di racconto e condivisione del viaggio influenza, in una sorta di circolarità virtuosa, le scelte di altri turisti. Pertanto la promozione e la commercializzazione dei prodotti turistici sono fortemente trasformate dai comportamenti delle persone, le quali sono sempre più attive nei social network ed utilizzano le sempre più diffuse applicazioni per apparecchi mobili. Nel medesimo tempo, l'impiego di tali strumenti presuppone il possesso e la diffusione di competenze (linguistiche, grafico pubblicitarie, di organizzazione del business) che rappresentano una sorta di prerequisito per l'innovazione dell'offerta e l'efficacia dell'azione promozionale tramite i nuovi media.

[evidenziare il contributo del progetto per il conseguimento degli obiettivi, anche attraverso l'utilizzo di opportuni indicatori]

Indicatore 1

Livello di efficacia formativa

Soglia di successo

Indice medio di valutazione finale dell'apprendimento 7/10

Modalità di rilevazione

Verifica di apprendimento finale a livello di singolo corso – Elaborazione media generale di progetto

Indicatore 2

Percezione dell'utilità della partecipazione ai percorsi ai fini dell'innovazione ed efficacia dell'offerta turistica

Soglia di successo

Indice medio di valutazione finale dell'apprendimento 7/10

Modalità di rilevazione

Questionari di rilevamento somministrati a 12 mesi dalla conclusione del corso – Elaborazione media generale di progetto

Indicatore 3

% di utenti operatori formati che impiegheranno per scopi professionali le competenze oggetto dei percorsi a 12 mesi dalla conclusione di progetto

Soglia di successo

75% del numero complessivo dei beneficiari delle attività formative che concluderanno i percorsi

Modalità di rilevazione

Questionari di rilevazione somministrati nei 12 mesi successivi alla conclusione delle attività formative

B.3 Destinatari del progetto

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nel territorio della Provincia di Terni.

B.4 Carattere innovativo del progetto

Esplicitare il carattere innovativo del progetto, con particolare riferimento a: modalità di analisi e progettazione, contenuti, metodologie didattiche, eventuali partenariati, reti relazionali con altri soggetti, forme di coinvolgimento e partecipazione delle persone interessate, metodologie di riconoscimento di crediti, apprendimenti e competenze.

Articolazione del Progetto

Uno degli elementi innovativi del Progetto è rappresentato dall'articolazione dell'offerta formativa. Il progetto non rappresenta infatti la semplice somma di percorsi di breve durata.

Costituisce piuttosto un mosaico flessibile di brevi percorsi formativi che, sulla base degli specifici obiettivi e progetti di crescita personale o professionale degli utenti e del loro background culturale e lavorativo, si presta a personalizzazioni funzionali all'acquisizione di combinazioni di competenze differenti.

Modalità e metodologie didattiche

In considerazione delle caratteristiche dei modelli di apprendimento propri del target di utenza, nonché del carattere operativo delle competenze prese in carico dai diversi percorsi, la scelta strategica trasversale a tutta l'offerta formativa del progetto è quella di assegnare una priorità al ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti, in quanto cittadini adulti, alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai seguenti canoni:

- 1) interattività: si esplicherà nel rapporto tra partecipanti e formatori e che favorirà un apprendimento continuo, progressivo, dinamico e partecipativo. L'interattività, intesa come condizione metodologica caratterizzante il processo formativo presenta vantaggi dal punto di vista dell'apprendimento globale, che verrà perseguito sia su base razionale, sia su base emotiva.
- 2) utilizzo continuo e costante di tecnologie applicate ad attività operative e creative (es: tecnologie informatiche a supporto dell'elaborazione di project work e successiva presentazione);
- 3) utilizzo costante di attività di laboratorio e del metodo del project work, a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti, con il fine di favorire un apprendimento partecipato in cui i partecipanti diventano protagonisti del processo formativo immergendosi in situazioni didattiche a forte impatto emozionale, capaci di garantire l'efficacia della didattica e lo sviluppo di competenze fortemente operative.

Programmazione didattica

La programmazione del progetto e della didattica verrà organizzata sulla base di un preliminare processo di raccolta di informazioni, funzionale alla creazione delle condizioni per un effettivo ed agevole accesso delle opportunità formative.

Ciò con particolare riferimento a:

- tempi e orari di frequenza;
- rilevamento quantitativo della domanda rispetto ai singoli percorsi e rispetto alle sedi logistiche;
- caratteristiche dell'utenza selezionata (professione, cultura, appartenenza a particolari categorie).

Tale processo di rilevamento verrà realizzato mediante l'erogazione di un servizio qualificato di counselling ed orientamento dell'utenza e consentirà di addivenire ad una programmazione degli interventi formativi coerente con i fabbisogni formativi dell'utenza e con le esigenze di frequenza da questa espresse, con l'obiettivo di creare reali opportunità di accesso e di frequenza dei corsi da parte del target di riferimento.

Rete di partenariato

Il progetto vanta una solida Rete di partenariato che presenta un carattere di innovatività sia per la complementarità delle esperienze e competenze dei soggetti coinvolti, sia in merito al metodo di coinvolgimento degli stessi in tutte le fasi di sviluppo del Progetto, dalla definizione dei fabbisogni, alla progettazione, alla erogazione dei percorsi al Monitoraggio e Disseminazione dei risultati.

La rete di partenariato costituita per il progetto è così composta:

Comune di Narni;
Confindustria Terni,
DITT-Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni

Il valore aggiunto apportato al progetto dalla partecipazione dei soggetti aderenti alla Rete di partenariato varia in funzione dei rispettivi ruoli e delle competenze.

In particolare, i soggetti "promotori" svolgeranno un ruolo di supporto alla realizzazione e all'efficacia di attività di:

- promozione del progetto, rispetto al target di destinatari individuato;
- disseminazione dei risultati progettuali.

Forme di coinvolgimento delle persone interessate

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utenza, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dalle Amministrazioni comunali partner;
- Rispetto al target rappresentato degli operatori privati del settore, significativo il ruolo di disseminazione assicurato da Confindustria Terni.

B.5 Architettura complessiva del progetto

Presentare schematicamente la struttura del progetto illustrando la sequenza delle fasi e delle azioni previste nell'ambito di ogni singolo intervento

<i>Intervento</i>	<i>Fase/Azione</i>	<i>Descrizione della Fase/Azione</i>	<i>Risultati attesi</i>
<i>Avvio progetto</i>	1.1 Pianificazione ed avvio della strategia promozionale	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborazione e definizione strategia e Piano operativo per la promozione del Progetto - Ideazione, preparazione e stampa di materiale e testi pubblicitari 	Risultati: <ul style="list-style-type: none"> - Piano di promozione definito - Materiale pubblicitario predisposto - Spot e spazi pubblicitari definiti e contrattualizzati
	1.2 Start up partenariato con soggetti promotori	<ul style="list-style-type: none"> - Incontri tra i soggetti promotori, consegna e presentazione materiale promozionale del progetto elaborato da SFCU - Informazione/formazione degli operatori dei partner che svolgeranno una funzione di prima assistenza informativa 	Risultato: Coinvolgimento attivo dei soggetti promotori nell'Azione promozionali
<i>Promozione</i>	2.1 Pubblicizzazione progetto	Sviluppo azione promozionale tramite canali e strumenti informativi tradizionali (spazi pubblicitari, locandine, brochure) e canali/servizi informativi dedicati dei Soggetti promotori	Risultato: Diffusione di informazioni sulle opportunità formative sul territorio interessato dal Progetto: Indicatore: Grado di disseminazione dell'informazione presso la potenziale utenza Soglia di performance: 70% degli adulti residenti nel Comune N.B.: l'impiego di canali promozionali quali la radio e la distribuzione di materiale su tutto il territorio provinciale incrementa il potenziale di disseminazione alla pressoché totalità dei cittadini adulti residenti nel territorio
<i>Orientamento e counselling individuale, raccolta domande</i>	3.1 Erogazione di un servizio di informazione, orientamento e counselling personalizzato per gli utenti interessati ai percorsi formativi	Erogazione di un servizio frontale di consegna ed illustrazione materiale informativo, modelli di domanda ed allegati, e di assistenza per la relativa compilazione Erogazione di un servizio di counselling personalizzato per accompagnare ed assistere la scelta dei corsi ed eventuali progetti di creazione di impresa	Risultato 1 Potenziali utenti informati ed orientati Indicatore 1 n° di utenti che avranno beneficiato di servizi di orientamento
	3.2 Raccolta informazioni ed indicazioni da parte della potenziale utenza	Registrazione di informazioni utili alla programmazione delle attività formative	Risultato Raccolta di indicazioni da parte dell'utenza in merito a: preferenza per tipologia di corso ed orari di frequenza Indicatore % domande di iscrizione raccolte con indicazioni organizzative sul totale delle domande Soglia di performance: 50%

Selezione	4.1 Accertamento dei requisiti , competenze/titoli richiesti per l'accesso ai percorsi e selezione dei partecipanti	Analisi documentale istruttoria (domanda di iscrizione ed allegati) Assegnazione di punteggi di priorità previsti ai candidati	Risultato Definizione delle graduatorie Indicatore: tempi necessari alla definizione delle graduatorie Soglia di performance: 15 giorni dalla data di chiusura delle iscrizioni
	4.2 Definizione elenco partecipanti Redazione graduatorie	Pubblicazione graduatorie sul portale Comunicazione formale ai beneficiari	
Pianificazione e percorsi formativi	5.1 Elaborazione delle indicazioni raccolte dagli utenti selezionati ai fini della programmazione di dettaglio dei percorsi formativi	Elaborazione dati	Risultato Pianificazione delle modalità organizzative in coerenza con le esigenze degli utenti selezionati Indicatore: % di utenti finali soddisfatti delle condizioni organizzative dei corsi Soglia di performance Grado di soddisfazione per organizzazione: 7/10.
	5.2 Programmazione organizzativa corsi	Predisposizione calendari Corsi in collaborazione con formatori Contatto dei partecipanti selezionati: comunicazione ed invio calendario, registrazione conferme/rinunce; coinvolgimento eventuali sostituti	Risultato: Corsi programmati e calendarizzate Indicatore: % Ore formazione programmate entro 4 mesi sul monte ore totale del progetto Soglia di performance: 100%
	5.3 Programmazione didattica dei corsi	Incontri tra Coordinatore e formatori per definizione della programmazione didattica, condivisione approccio didattico, definizione materiale didattico, esercitativo e/o di laboratorio, modalità e strumenti di verifica dell'apprendimento.	Risultato Formatori coinvolti nel progetto ed approccio didattico Indicatore Grado di apprezzamento della qualità della didattica e dei formatori Soglia di performance: Grado di soddisfazione della qualità della didattica e dei formatori: 7/10.
Accoglienza, socializzazione, presentazione corsi	Azioni di supporto allo sviluppo di dinamiche di gruppo costruttive e la condivisione degli obiettivi didattici dei singoli percorsi	Presentazione dei partecipanti e delle loro motivazioni ed aspettative Presentazione obiettivi percorso in termini di apprendimento di competenze, durata, calendario, attività didattiche, strumenti, modalità valutative, spazi, servizi messi a disposizione degli utenti al soggetto attuatore Stipula del Patto formativo	Risultato Patto formativo stipulato
Formazione teorico/pratica	Erogazione percorsi formativi	Metodologia Verrà privilegiato il ricorso a metodologie di carattere attivo per supportare ed alimentare i processi di apprendimento del target Si farà pertanto ampio ricorso a simulazioni, role playing, soluzione di mini casi e lavori di gruppo	Risultato Corsi realizzati con efficacia didattica Indicatore Cfr Fase 7.b "Valutazione dell'apprendimento in itinere". Soglia di performance: Cfr Fase 7.b "Valutazione dell'apprendimento in itinere".

Monitoraggi o e valutazione in itinere ed ex post	8.1 Valutazione apprendimento in itinere	Realizzazione di prove di verifica dell'apprendimento nelle modalità indicate nei programmi delle UFC/Corsi	<p>Risultato Rilevare informazioni sull'efficacia formativa dei percorsi e supportare l'apprendimento</p> <p>Indicatore Grado di apprendimento dei partecipanti delle competenze obiettivo dei singoli Corsi</p> <p>Soglia di performance: 70%</p>
	8.2 Valutazione della customer satisfaction	Elaborazione e somministrazione ai partecipanti di questionari di soddisfazione	<p>Risultato partecipanti soddisfatti del servizio fruito</p> <p>Indicatore: Grado di soddisfazione espresso dall'utenza per i vari fattori di qualità e per l'utilità dei Corsi</p> <p>Soglia di performance: Media delle valutazioni $\geq 70\%$ Nessuna valutazione = 1 (su una scala da 1 a 5)</p>
	8.3 Monitoraggio e valutazione dello stato di avanzamento fisico del progetto ed eventuali interventi di riallineamento	<p>Analisi e monitoraggio dati e documenti relativo allo stato di avanzamento della programmazione del progetto</p> <p>Identificazione soluzioni organizzative e riprogrammazione attività da parte dello staff di progetto (coordinatore, formatori, tutor, partecipanti, sedi didattiche)</p>	<p>Risultato Sviluppo della programmazione del progetto monitorato ed assistito</p> <p>Indicatore 1) Rapporto % tra risultati quantitativi previsti e risultati conseguiti a conclusione del progetto</p> <p>Soglia di performance: Scostamento < 10%</p> <p>Indicatore 2) Scostamento tra pianificazione cronologica delle Azioni e loro effettiva attuazione</p> <p>Soglia di performance: Scostamento tra le fasi coerente con i limiti temporali per la realizzazione dei singoli percorsi e 100% dei Corsi realizzati a conclusione del Progetto</p>
	8.4 Monitoraggio finalizzato favorire l'efficienza della gestione economico-finanziaria del progetto	Gestione flusso economico finanziario del Progetto	<p>Risultato: Recupero di eventuali scostamenti tra stato di avanzamento ed obiettivi ed impegni di spesa</p> <p>Indicatore: tempestività nell'emissione delle fatture per gli acconti finanziari</p> <p>Soglia di performance: scostamento < 1 mese rispetto al raggiungimento dell'obiettivo di spesa</p>
Disseminazione risultati	9.1 Realizzazione del Convegno finale	<i>Organizzazione evento finale</i>	<p>Risultato: <i>Disseminazione dei risultati e delle metodologie adottate a stakeholder selezionati</i></p> <p>Indicatore: <i>Numero di stakeholder</i></p> <p>Soglia di performance: <i>50 stakeholder partecipanti all'evento finale.</i></p>
	9.2 Elaborazione e diffusione di un comunicato stampa alle testate	<i>Elaborazione e diffusione comunicati stampa tramite</i>	<p>Risultato: <i>Disseminazione dei risultati e delle metodologie adottate al vasto pubblico</i></p>

	radiotelevisive e carta stampata a livello regionale	<i>l'Ufficio stampa di Confindustria Terni</i>	Indicatore: <i>Numero di persone informate</i> Soglia di performance: <i>1000 soggetti informati</i>
--	--	--	---

B.6 Soggetti partner

Specificare, per ciascun soggetto partner dell'eventuale ATI/ATS/Consorzi, denominazione/ragione sociale, ruolo e attività svolte che apportino un effettivo valore aggiunto al progetto (per esempio: la semplice messa a disposizione di locali non sono da considerarsi attività a valore aggiunto).

Allegare le dichiarazioni dei legali rappresentanti dei soggetti partner, sottoscritte ai sensi del D.P.R. 445/2000, attestanti l'impegno a partecipare al progetto, specificando ruoli e compiti.

1. _____

B.7 Soggetti terzi

Sulla base di quanto stabilito nelle "Note di indirizzo in merito alla progettazione, gestione, vigilanza e rendicontazione di interventi di formazione e di politiche attive del lavoro" di cui alla D.G.R. n. 2000 del 22.12.2003 e successive modifiche ed integrazioni, in caso di presenza di soggetti terzi, allegare la richiesta di deroga al divieto di delega con l'indicazione delle caratteristiche tecniche dell'intervento delegato, la relativa quantificazione economica e il nome della società delegata. Tale richiesta dovrà essere sottoscritta per accettazione dal terzo delegato.

B.8 Sistema di relazioni

Sulla base di quanto illustrato nei punti precedenti, descrivere la rete di relazioni costituita per la realizzazione del progetto ed indicare eventuali aziende/organizzazioni/Enti che hanno mostrato interesse all'iniziativa, specificandone denominazione, sede e settore di attività.

Allegare dichiarazioni delle aziende/organizzazioni/Enti.

Denominazione e Azienda/ Organizzazione / Ente	Ambito collaborazione	Tipologia di formalizzazione del rapporto
Confindustria Terni	Ambito di collaborazione: statutario Attività svolte: supporto nelle fasi di: <ul style="list-style-type: none"> - analisi dei fabbisogni; - promozione e pubblicizzazione del Progetto; - disseminazione dei risultati Valore aggiunto: <ul style="list-style-type: none"> - Ruolo istituzionale di rappresentanza del tessuto industriale provinciale e di supporto all'individuazione e alla soddisfazione dei fabbisogni dello stesso - Disponibilità di canali e strumenti di pubblicizzazione e disseminazione mirati rispetto alla base rappresentativa 	Statuto SFCU Lettera d'impegno a partecipare alla realizzazione del progetto in qualità di Soggetto promotore
DITT-Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni	Ambito di collaborazione ed attività svolte nel Progetto: Attività svolte: supporto nelle fasi di: <ul style="list-style-type: none"> - promozione e pubblicizzazione del Progetto; - disseminazione dei risultati; Valore aggiunto: <ul style="list-style-type: none"> - ruolo istituzionale di rappresentanza della Comunità locale - disponibilità di canali e strumenti di pubblicizzazione e disseminazione mirati alla cittadinanza; disponibilità di sede didattiche facilmente accessibili agli utenti del territorio comunale	Lettera d'impegno a partecipare alla realizzazione del progetto in qualità di Soggetto promotore
Comune di Narni	Ambito di collaborazione ed attività svolte nel Progetto: Attività svolte: supporto nelle fasi di: <ul style="list-style-type: none"> - promozione e pubblicizzazione del Progetto; - disseminazione dei risultati; - supporto logistico alla realizzazione delle Azioni formative. Valore aggiunto: <ul style="list-style-type: none"> - ruolo istituzionale di rappresentanza della Comunità locale - disponibilità di canali e strumenti di pubblicizzazione e disseminazione mirati alla cittadinanza; - disponibilità di sede didattiche facilmente accessibili agli utenti del territorio comunale 	Lettera d'impegno a partecipare alla realizzazione del progetto in qualità di Soggetto promotore

B.9 Modalità di monitoraggio in itinere ed ex post del progetto

L'attuazione del Piano verrà accompagnata e supportata da un sistema di monitoraggio e valutazione, di seguito sinteticamente descritto, che assicurerà un costante controllo dei fattori di qualità del Progetto, un supporto all'efficacia dei processi formativi promossi, la valutazione dei punti di forza e la gestione di eventuali azioni di miglioramento.

Gli obiettivi del sistema di monitoraggio predisposto possono essere, in generale, così esplicitati:

- monitorare la rispondenza delle azioni realizzate agli obiettivi definiti in sede di progettazione del Piano;
- predisporre ed operare correttivi laddove si sia riscontrato uno scarto significativo tra l'obiettivo programmato e quello effettivamente raggiunto;
- progettare e riformulare le azioni in maniera flessibile;
- rendere il modello efficiente e trasferibile;
- valorizzare l'impegno, la partecipazione e la disponibilità dei partecipanti.

Il Monitoraggio e la valutazione degli interventi formativi verteranno essenzialmente su 4 differenti tipologie di azioni:

1. Monitoraggio e valutazione dell'apprendimento degli allievi
2. Autovalutazione dell'efficacia degli interventi
3. Monitoraggio dello stato di avanzamento fisico di progetto
4. Monitoraggio e valutazione della customer satisfaction

1. Monitoraggio e valutazione dell'apprendimento dei partecipanti

- Finalità: porre in essere eventuali azioni correttive volte a rimuovere fattori pregiudizievoli la qualità della formazione erogata e garantirne l'efficacia e valutare i risultati prodotti in termini di efficacia formativa.
- Attività: coinvolgimento dei partecipanti in prove per la verifica del livello di apprendimento da effettuarsi con modalità appropriate alla specificità degli obiettivi e degli argomenti didattici.
- Metodologie: gli strumenti utilizzati per il monitoraggio dei risultati sono: i questionari e griglie di rilevazione di processo/prodotto; osservazioni di performance in situazione di laboratorio, simulazione e project work; questionari per la misura del grado di apprendimento di conoscenze
- Tempistica: in itinere

2. Autovalutazione dell'efficacia degli interventi

- Finalità:
 - favorire il miglioramento delle modalità gestionali e decisionali del partecipante in funzione del proprio processo di apprendimento in itinere;
 - valutare l'efficacia dell'intervento ex post;
- Attività: elaborazione da parte dei partecipanti di questionari semistrutturati di autovalutazione e colloqui con i formatori sulla base dei quali ogni discente sarà in grado di valutare il proprio grado di apprendimento e di sviluppo delle competenze "obiettivo", al fine di individuare i punti di criticità e di sviluppare strategie di "recupero" e "potenziamento" individualizzate.
- Metodologie: elaborazione e somministrazione di questionari di autovalutazione. Analisi assistita dei questionari tra allievi e staff. Somministrazione questionari ex post telefonici.
- Prodotti: report di valutazione con l'indicazione dei risultati emersi dall'analisi dei questionari di autovalutazione e analisi dei risultati ottenuti in termini di apprendimento in seguito alla partecipazione alle unità formative ed ex post.
- Tempistica: in itinere/ex post

3. Monitoraggio dello stato di avanzamento fisico di progetto

- Finalità: valutare il processo e garantire un adeguato livello di efficacia ed efficienza nella gestione delle attività progettuali
- Attività: controllo dei parametri dello stato di avanzamento fisico, come il rispetto della successione delle fasi di progetto e del relativo calendario, o come la verifica della presenza dei partecipanti al fine di supportare la frequenza al corso.
- Metodologie: predisposizione e condivisione con gli attori del sistema di controllo (Direzione, Coordinatore didattico, Responsabile Amministrativo, Tutor) di una serie di

modelli e procedure per la raccolta centralizzata dei dati da monitorare, quali: griglie informatizzate per la gestione dei dati relativi alla frequenza dei partecipanti; documentazione e certificazione di carattere economico-amministrativo; griglie presenza docenti, tutor, etc..

- Prodotti: rapporti di monitoraggio e valutazione in itinere relativi allo stato di avanzamento fisico del progetto
- Tempistica: in itinere ed ex post

4. Monitoraggio e valutazione della customer satisfaction

- Finalità: garantire un costante monitoraggio del livello di soddisfazione dei partecipanti alle attività rispetto alla qualità delle azioni realizzate e i servizi erogati
- Garantire la raccolta di informazioni utili a rimuovere fattori pregiudizievoli l'efficacia della formazione in corso di erogazione ed supporto delle conseguente riprogettazione della didattica.
- Attività: somministrazione di questionari di gradimento rispetto ai seguenti utili per valutare i fattori di successo/insuccesso delle azioni formative e l'eventuale necessità di interventi correttivi rispetto ad alcuni fattori potenzialmente pregiudizievoli l'efficacia e la qualità del percorso quali:
 - disponibilità e competenza dei formatori
 - utilità percepita
 - punti di forza e debolezza delle azioni realizzate
 - clima d'aula
 - logistica
 - qualità ed utilità dei materiali didattici
- Metodologie: elaborazione e somministrazione di questionari di valutazione della customer satisfaction
- Prodotti. report di valutazione con l'indicazione dei risultati emersi dall'analisi dei questionari di valutazione della customer satisfaction.
- Tempistica. in itinere

B.10 Disseminazione e pubblicizzazione dell'andamento e dei risultati del progetto

Esplicitare le strategie e modalità di diffusione dei prodotti/risultati del progetto e il grado di trasferibilità sul territorio e di utilizzabilità degli stessi, al di fuori del contesto progettuale.

Al fine di facilitare ed assicurare un'adeguata diffusione di informazioni relative alle attività realizzate, particolare attenzione verrà dedicata alla fase di disseminazione e pubblicazione e pubblicizzazione finale delle metodologie, dei prodotti e dei risultati di progetto, con particolare riferimento a:

- al metodo impiegato per il rilevamento dei fabbisogni di competenze con il coinvolgimento di una ricca e rappresentativa rete di partenariato pubblico/privata;
- ai metodi di coinvolgimento impiegati, con particolare riferimento alla collaborazione con le P.A. locali e le Associazioni locali e al modello di servizio informazione, counselling ed orientamento sperimentati;
- ai metodi didattici sperimentati ed ai risultati formativi conseguiti;
- alle caratteristiche dell'utenza coinvolta (valutazione d'impatto rispetto ai differenti target);

- alle caratteristiche della domanda raccolta.

L'efficacia delle attività di disseminazione verrà favorita dall'impiego di numerosi canali di informazione per la pubblicizzazione messi a disposizione, ad esempio, da Confindustria Terni, dal Comune di Narni, dal D.I.T.T nonché dalla predisposizione e diffusione di un'apposita pubblicazione (Report finale).

In tale direzione, particolare rilievo assumerà il Convegno finale nel quale verrà presentato il report finale del Progetto.

Nel corso del Convegno verranno inoltre realizzati Workshop tematici con il coinvolgimento di - Assessorati competenti in materia di Cultura e Formazione e Politiche per le Pari opportunità l'integrazione dei Comuni coinvolti nel progetto ed istituzioni (Provinciali, Regionali) con competenze specifiche in materia di formazione professionale.

Il grado di trasferibilità sul territorio e fuori dal territorio regionale dei risultati di progetto può essere considerato elevato in funzione:

- del significativo grado di innovatività, degli obiettivi qualitativi, della struttura e dell'articolazione del progetto, della ramificazione, varietà e ricchezza del Partenariato;
- dei canali di diffusione delle buone pratiche sperimentate garantite dalla rete nazionale di Confindustria e di SFC (ente nazionale di riferimento della rete delle Scuole di formazione del sistema Confindustria).

B.11 Cronogramma del progetto

Esplicitare i tempi di svolgimento del progetto (in termini di durata non di date) utilizzando il diagramma di Gantt o altri schemi grafici equivalenti, nel rispetto di quanto stabilito nell'Avviso pubblico.

N.	Fase/Azione	Mesi														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	15	24	
1	Avvio progetto	■														
2	Promozione	■	■	■												
3	Orientamento e counselling individuale, raccolta domande	■	■	■	■											
4	Selezione	■	■	■	■											
5	Pianificazione percorsi formativi	■	■	■	■											
6	Accoglienza, socializzazione, presentazione corsi		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
7	Formazione teorico pratica		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
8	Monitoraggio e valutazione in itinere ed ex post		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
9	Disseminazione risultati												■	■	■	

B.12 Priorità trasversali e provinciali

Illustrare le singole priorità trasversali cui il progetto ritiene di rispondere descrivendo le modalità operative secondo quanto specificato nell'Avviso pubblico.

a) Parità di genere e pari opportunità

Al fine di favorire il coinvolgimento di un'adeguata presenza della componente femminile nel progetto formativo, il soggetto attuatore si pone inoltre l'obiettivo di selezionare almeno il 30% di utenti donne.

Al fine di facilitare la conciliazione tra frequenza al corso e vita familiare, la calendarizzazione e gli orari del corso verrà stabilita con il coinvolgimento degli utenti, con particolare riguardo alle esigenze manifestate dalla componente femminile.

Per la realizzazione di tale azione di sostegno alle pari opportunità, SFCU si avvarrà dell'esperienza metodologica maturata nella partecipazione al II Fase "P.O.ssibile"

(realizzato da parte della ATS tra Comune di Perugia, Provincia di Perugia, Sviluppumbria, Consorzio Solco Umbria, Cidis Onlus, SFCU, Consorzio Iter, Pari e dispari, Emme&erre. Sulla base di tale esperienza il personale di SFCU assicurerà un servizio di orientamento e supporto alle utenti e potenziali utenti dei Corsi per la ricerca e programmazione del tempo di cura personale e per permettere alle donne lavoratrici, con particolar riferimento alle immigrate, l'accesso ai canali formativi dai quali sono tradizionalmente escluse.

Verrà inoltre promosso un rapporto di collaborazione con l'Ufficio politiche del lavoro e formazione - della Provincia di Terni

L'Ufficio svolge istituzionalmente funzioni trasversali in materia di pari opportunità e di valorizzazione delle differenze di genere.

Nello specifico, in collaborazione con il personale dello Sportello Donna dell'Ufficio Pari Opportunità, verranno attivati in favore dell'utenza potenziale e delle partecipanti selezionate i seguenti servizi:

- d'informazione, orientamento ed accompagnamento relativi a percorsi di imprenditorialità al femminile e di lavoro autonomo;
- d'informazione in merito ai servizi sociali esistenti finalizzati alla promozione della conciliazione tra vita e lavoro.

Inoltre, sempre al fine di favorire la soluzione di eventuali difficoltà da parte delle partecipanti selezionate a conciliare la frequenza al percorso formativo con i tempi di vita personale e familiare, in caso di richiesta da parte di più donne con figli e problemi di compatibilità con la frequenza ai corsi, anche con il supporto del Comune verranno negoziate convenzioni con centri servizi privati o pubblici e/o con servizi di animazione per l'erogazione di appositi servizi di supporto/intrattenimento a condizioni agevolate.

b) Azioni innovative

Tra gli elementi di innovazione del progetto vanno ricordati:

a) innovatività delle competenze: l'innovatività delle competenze prese in carico dal progetto risiede sia nell'innovatività delle tecniche (ad esempio di Web marketing, di analisi del posizionamento del sito internet e dei flussi di visitatori) che delle tecnologie (Booking on line, Web e social network) oggetto della didattica. Più in generale, è possibile affermare che l'innovatività delle competenze oggetto del progetto potrà contribuire a favorire l'innovazione del settore ed il raggiungimento di livelli di qualità e competitività dell'offerta e della promozione turistica in linea con gli attuali standard imposti dal mercato.

2) la previsione di un'azione di micro programmazione che verrà effettuata sulla base di un preliminare processo di raccolta di informazioni, funzionale alla creazione delle condizioni per un effettivo ed agevole accesso delle opportunità formative.

Ciò con particolare riferimento a:

- tempi e orari di frequenza;
- rilevamento quantitativo della domanda rispetto ai singoli percorsi e rispetto alle sedi logistiche;
- caratteristiche dell'utenza selezionata (professione, cultura, appartenenza a particolari categorie).

Tale processo di rilevamento verrà realizzato mediante l'erogazione di un servizio qualificato di counselling ed orientamento dell'utenza e consentirà di addivenire ad una programmazione degli interventi formativi coerente con i fabbisogni formativi dell'utenza e

con le esigenze di frequenza da questa espresse, con l'obiettivo di creare reali opportunità di accesso e di frequenza dei corsi da parte del target di riferimento.

c) Interculturalità

Il progetto intende rispondere a tale campo trasversale di intervento del Fondo Sociale Europeo contribuendo concretamente all'integrazione, inclusione e valorizzazione di culture differenti quale strumento per cogliere e per valorizzare tutte le risorse chiamate a contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo economico e di coesione sociale. Ciò con riferimento alle seguenti fasi:

Coinvolgimento degli immigrati nelle attività progettuali

Al fine di facilitare il coinvolgimento di immigrati nei percorsi didattici particolare attenzione verrà dedicata alla promozione dell'iniziativa, in collaborazione con gli Assessorati locali competenti presso:

- Associazioni culturali ed etniche rappresentative della popolazione degli immigrati sul territorio provinciale
- Circoli e punti di ritrovo
- Appositi servizi di informazione ed assistenza istituiti presso SFCU.

Tale collaborazione favorirà inoltre una mediazione ed assistenza professionale agli immigrati nella compilazione delle domande di ammissione al corso e degli allegati previsti per l'accesso ai percorsi.

Erogazione della formazione

L'offerta formativa del presente progetto ha caratteristiche tali da favorire la diffusione di competenze necessarie al costante adeguamento culturale e professionale e all'integrazione della componente sociale degli immigrati nelle comunità di appartenenza ed in generale, nella società più ampia.

Per favorire le condizioni per una valorizzazione della diversità e varietà culturali quale strumento di integrazione sociale dei partecipanti immigrati, nella fase esercitativa prevista nella maggior parte dei percorsi formativi, mediante un apposito intervento di coordinamento didattico, verrà inoltre promosso lo sviluppo di project work incentrati sulla rappresentazione delle tradizioni e peculiarità culturali della componente di appartenenza (etnica, sociale, etc.) da condividere con il gruppo di apprendimento; ciò con lo scopo (oltre che didattico in senso stretto) di valorizzare e condividere la ricchezza di segni ed espressioni proprie delle diverse culture che coesistono sul territorio e di promuovere occasioni di rafforzamento della coesione sociale.

Tali azioni, nel loro insieme, sono funzionali sia ad assicurare le condizioni per favorire e supportare l'accesso e la partecipazione al progetto da parte di tale componente sociale degli immigrati e contribuire, per tale via, l'inclusione e la valorizzazione di differenti culture sia nella didattica, sia nella società che nel mercato del lavoro.

Sez. C – Articolazione dell'Intervento

****Nella progettazione seguire le modalità contenute nei documenti regionali di riferimento –**

Deliberazioni della Giunta Regionale nn.168 dell'8 febbraio 2010 "Approvazione dell'aggiornamento del Repertorio regionale dei profili professionali" - n.51 del 18 gennaio 2010 "Approvazione della Direttiva sul sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione" - n.1518 del 12 dicembre 2011 Approvazione del Repertorio regionale degli Standard di percorso formativo" - n.1545 del 16 dicembre 2011 Approvazione del Profilo professionale di Animatore sociale".

C.1 STRUTTURA DEL PERCORSO FORMATIVO

c.1.1 Area di intervento EdA

CTP ART SOC GRE TUR

C.1.2 Numero destinatari 13

C.1.3 Modalità di reclutamento ed orientamento dei partecipanti

Indicare le modalità di pubblicizzazione del corso e le eventuali azioni per un reclutamento mirato. Descrivere le modalità di informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti su contenuti e finalità del corso (preselezioni, workshop informativi, mailing, ecc.).

Modalità di pubblicizzazione

L'avvio del corso sarà preceduto da una fase di pubblicizzazione per mezzo dei canali più idonei ed efficaci in considerazione dei target d'utenza prescelti.

La promozione verrà infatti realizzata con l'impiego di un mix di canali, modalità e strumenti tali da favorire la massima diffusione di informazioni sul Progetto e sulle opportunità formative da questo offerto ai potenziali destinatari.

1) Canali e strumenti informativi tradizionali:

- Dépliant informativi
- Locandine pubblicitarie
- Spot radiofonici
- Pubblicità su quotidiani locali
- Collegamento a banche dati sull'offerta formativa
-

2) Canali istituzionali:

- Attività informativa e promozionale dei Comuni coinvolti nella rete dei soggetti promotori rivolta ai cittadini adulti in essi residenti

3) Canali e sportelli informativi delle Associazioni di categoria

- Supporto informativo e promozionale assicurato da Confindustria Terni per il raggiungimento del target dei lavoratori adulti del settore privato

4) Attività di animazione

- Promozione presso i CpI Provinciali ed in raccordo con i Servizi di orientamento attivi presso gli stessi
- Promozione presso gli Sportelli del cittadino e Centro per le pari opportunità
- Promozione in particolari luoghi di ritrovo/frequentazione (centri/zone commerciali, asili, palestre, supermercati, etc.)

Modalità di reclutamento, informazione ed orientamento

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utenza, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dai Comuni del territorio provinciale;
- Rispetto al target rappresentato dai lavoratori e degli imprenditori, significativo il ruolo di promozione e disseminazione assicurato da Confindustria di Terni.

Particolare cura verrà dedicata alla organizzazione ed all'erogazione di un servizio diffuso ed accessibile per l'informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti, che verranno realizzati mediante uno Sportello informativo individuale da collocare presso SFCU.

Il servizio svolgerà compiti di:

- 1) informazione in merito ai percorsi formativi, loro obiettivi ed articolazione didattica;
- 2) orientamento e counselling individuale finalizzato a:
 - assistere l'utente nella realizzazione di un primo bilancio di competenze;
 - individuare obiettivi e progetti di sviluppo personale e/o professionale mirati e valutare la loro coerenza con i "percorsi di apprendimento" offerti dal Progetto;
 - definire insieme all'utente un percorso di apprendimento individuale mirato, anche mediante l'eventuale integrazione funzionale di più corsi.

Il servizio favorirà inoltre:

- l'acquisizione di informazioni utili alla pianificazione degli orari di frequenza e delle sedi didattiche sulla base delle esigenze espresse dagli utenti;
- verifica-accertamento di eventuali competenze ed altri requisiti previsti per l'accesso ai percorsi;
- supporto alla compilazione delle domande di iscrizione.

C.1.4 Specificare l'eventuale titolo di studio richiesto:

(nel caso in cui i destinatari siano laureati indicare la denominazione della classe di laurea richiesta ed il relativo riferimento normativo):

C.1.5 Indicare eventuali ulteriori competenze richieste in ingresso:

C.1.6 Denominazione del Profilo/Figura professionale*

**Compilare OBBLIGATORIAMENTE in caso di rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica*

Omessa perché non necessaria

C.1.7 Descrizione sintetica del Profilo/Figura professionale

Omessa perché non necessaria

C.1.8 Settore/i economico/i e attività di riferimento ATECO 2007 * (se previsto):

Indicare il o i codice di riferimento del settore e attività, con le relative denominazioni

Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Cod 55 e Cod 56

C.1.9 Posizione del profilo/figura professionale nella classificazione CP 2011 ISTAT* (se previsto rilascio di qualifica o di frequenza con profitto):

Indicare il codice univoco di riferimento e la relativa denominazione

Omessa perché non necessaria

C.1.10 Profilo professionale per Unità di Competenza:**

*****Per tali percorsi NON è obbligatorio il ricorso ad UFC, in quanto NON è previsto il rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica ma ESCLUSIVAMENTE ATTESTATO DI FREQUENZA. E' facoltà dei progettisti articolare il percorso alternando UFC e moduli/segmenti di natura non capitalizzabile, secondo le esigenze didattiche**

Macro processo	Denominazione Unità di Competenza	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010 ma integrata in fase di progettazione	UC nuove rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010
Definire obiettivi e risorse	UC .1A. "Impostare la promozione dell'offerta turistica tramite il WEB"			X
	UC 2A "Costruire un pacchetto turistico"			X
	UC 3A "Promuovere l'offerta turistica tramite il WEB e i social network"			X
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			

C.1.11 Descrizione dell'articolazione dell'intervento formativo con indicazione dei risultati attesi, dei destinatari di riferimento, delle metodologie e degli strumenti attivati per l'attuazione delle attività, evidenziando le ragioni che ne determinano l'efficacia:

Risultati attesi

Sviluppo, da parte dei partecipanti, delle seguenti competenze necessarie per impostare consapevolmente la promozione dell'offerta turistica tramite il WEB, per costruire un pacchetto turistico vincente e per promuovere l'offerta turistica tramite il WEB e i social network.

Destinatari di riferimento:

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nel territorio della Provincia di Terni.

Metodologie e strumenti per l'attuazione delle attività

L'efficacia del percorso formativo sarà garantita dal ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento, in quanto soggetti adulti ed in osservanza ai più basilari concetti dell'andragogia, rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai canoni dell'interattività, all'utilizzo continuo e costante di tecnologie applicate ad attività operative e creative (es: tecnologie informatiche a supporto dell'elaborazione di project

work e successiva presentazione) e all'utilizzo costante di attività di laboratorio e del metodo del project work, a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti.

In particolare, il percorso formativo prevede il ricorso ad momenti di formazione teorica d'aula, della durata complessiva di 8 ore, ed un momento prevalente di formazione pratica anche in forma di accompagnamento consulenziale rivolta a sottogruppi, al fine di favorire la massima efficacia dell'azione formativa attraverso la sperimentazione su casi concreti delle competenze maturate nella realizzazione di project work mirati e personalizzati.

C.1.12 ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO PER UFC/Segmenti/Moduli non capitalizzabili

Titolo del percorso:

La costruzione e la promozione dell'offerta turistica con il Web e il Web 2.0

(aggiungere righe se necessario)

Titolo UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile	Durata (ore)	Eventuale propedeuticità
Web marketing del turismo	12	
Come costruire un pacchetto turistico	12	
La promozione dell'offerta turistica tramite il Web e i social Network	16	
TOTALE ORE	40	

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (*replicare la scheda per ogni singola UFC*)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 1 /A

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

WEB MARKETING DEL TURISMO

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento
Impostare un piano di Web marketing per la propria offerta turistica

Risultato atteso

Impostare la promozione dell'offerta turistica tramite il WEB

Conoscenze minime*

Elementi di marketing

Il marketing del turismo

Fondamenti di ricerca di mercato e di analisi della concorrenza"

Elementi di base per la progettazione del sito web di un'azienda turistica

Tecniche di ottimizzazione del posizionamento del sito Web
Elementi di statistica e analisi dei flussi di rete

Abilità minime*

Progettare la struttura generale del proprio sito web come canale di vendita dell'offerta turistica

Realizzare una semplice analisi della concorrenza

Impiegare le tecniche di base per l'ottimizzare il posizionamento del sito Web ed analizzare i flussi di rete

**La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo*

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Modulo 1. "Elementi di marketing..."	2
Modulo 2 "Il piano di vendita on line"	2
Modulo 3 "Analisi della concorrenza"	2
Modulo 4 "Progettazione del sito web"	1
Modulo 5 "Ottimizzazione del posizionamento"	1
Modulo 6 "Elementi di statistica e analisi dei flussi di rete"	2
Modulo 7 "Esercitazioni"	4
Totale ore	12

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (replicare la scheda per ogni singola UFC)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 2/A

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

COME COSTRUIRE UN PACCHETTO TURISTICO

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento

COSTRUIRE UN PACCHETTO TURISTICO

Risultato atteso

Realizzare la progettazione di un pacchetto/offerta turistica

Conoscenze minime*

Tecniche per individuare il target di riferimento della propria offerta turistica
 Gli attori locali per la promozione integrata del turismo
 Criteri di definizione dell'area turistica
 Tecniche di analisi dei costi e composizione del prezzo
 Normativa, convenzioni, rapporti con le agenzie di viaggio

Abilità minime*

Individuare il target di riferimento dell'offerta turistica
 Individuare le alleanze con gli attori locali per la promozione dell'offerta turistica
 Individuare i fattori di competizione turistica del territorio
 Analizzare i costi dell'offerta e comporre il prezzo

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Modulo 1 "Tecniche per individuare il target di riferimento della propria offerta turistica"	2
Modulo 2 "Come individuare gli attori locali e i criteri di definizione dell'area turistica"	2
Modulo 3 "Come elaborare l'offerta turistica in relazione all'area e al target di riferimento"	2
Modulo 4 "Come analizzare i costi e comporre il prezzo"	2
Modulo 5 "Normativa, convenzioni e rapporti con le agenzie di viaggio"	1
Esercitazione	3
Totale ore	12

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI *(replicare la scheda per ogni singola UFC)***UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 3/A**

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

LA PROMOZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA TRAMITE IL WEB E I SOCIAL NETWORK

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento

PROMUOVERE L'OFFERTA TURISTICA TRAMITE IL WEB E I SOCIAL NETWORK

Risultato atteso

Progettare la promozione dell'offerta turistica tramite il Web e i Social Network

Conoscenze minime*

I social network: cosa sono, quali sono, come funzionano

Modalità di collaborazione e comunicazione attraverso i social network

I sistemi di Booking engine

Funzionamento di un sistema di Booking in relazione all'offerta d'area

Abilità minime*

Selezionare ed individuare strumenti operativi da associare al proprio sito web per promuovere con efficacia l'offerta turistica

Attivare e gestire il proprio sito web con un sistema di booking

**La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo*

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
<i>Modulo 1 "IL WEB E LE DIFFERENZE CON I SISTEMI TRADIZIONALI"</i>	2
<i>Modulo 2 "MARKETING PROMOZIONALE ON LINE"</i>	2
<i>Modulo 3 "WEB MARKETING VIRALE"</i>	1
<i>Modulo 4 "PANORAMICA E PRINCIPI DI FUNZIONAMENTO DEI SOCIAL NETWORK"</i>	1
<i>Modulo 5 "Esercitazione: analisi di casi"</i>	2
<i>Modulo 6 "TIPOLOGIE DI COMMERCIO ELETTRONICO"</i>	1
<i>Modulo 7 "NORMATIVA DI RIFERIMENTO"</i>	1
<i>Modulo 8 "PRODOTTI DI BOOKING ENGINE"</i>	1
<i>Modulo 8 "I PORTALI DI VENDITA ON LINE"</i>	1
<i>Modulo 9 "I PRINCIPI DI FUNZIONAMENTO DEI SISTEMI DI VENDITA ON LINE"</i>	2
Esercitazioni: simulazioni	2
Totale ore	16

C.1.15 Attestazione prevista in esito al percorso Attestazione prevista in esito al percorso di cui alla Determinazione Dirigenziale Regione n.9486 del 8 novembre 2010-

ATTESTATO DI FREQUENZA

C.1.16 Risorse umane utilizzate

Riepilogare le caratteristiche delle principali figure professionali che saranno utilizzate per la realizzazione del percorso formativo, specificando la fascia di appartenenza e le ore di impegno nonché, per i docenti, la materia di insegnamento e la relativa UFC.

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
Esperto del settore	A	Docenza	UFC 1/A, 2/A e 3/A	Cfr UFC 1/A, 2/A e 3/A	40
Esperto processi formativi	A/B	Tutoraggio	UFC 1/A, 2/A e 3/A		29,5
Esperto processi formativi	A	Coordinatore	UFC 1/A, 2/A e 3/A		6

Sez. C – Articolazione dell’Intervento

****Nella progettazione seguire le modalità contenute nei documenti regionali di riferimento –**

Deliberazioni della Giunta Regionale nn.168 dell’8 febbraio 2010 “Approvazione dell’aggiornamento del Repertorio regionale dei profili professionali” - n.51 del 18 gennaio 2010 “Approvazione della Direttiva sul sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione” - n.1518 del 12 dicembre 2011 Approvazione del Repertorio regionale degli Standard di percorso formativo” - n.1545 del 16 dicembre 2011 Approvazione del Profilo professionale di Animatore sociale”.

C.1 STRUTTURA DEL PERCORSO FORMATIVO

c.1.1 Area di intervento EdA

CTP ART SOC GRE TUR

C.1.2 Numero destinatari 13

C.1.3 Modalità di reclutamento ed orientamento dei partecipanti

Indicare le modalità di pubblicizzazione del corso e le eventuali azioni per un reclutamento mirato. Descrivere le modalità di informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti su contenuti e finalità del corso (preselezioni, workshop informativi, mailing, ecc.).

Modalità di pubblicizzazione

L’avvio del corso sarà preceduto da una fase di pubblicizzazione per mezzo dei canali più idonei ed efficaci in considerazione dei target d’utenza prescelti.

La promozione verrà infatti realizzata con l’impiego di un mix di canali, modalità e strumenti tali da favorire la massima diffusione di informazioni sul Progetto e sulle opportunità formative da questo offerto ai potenziali destinatari.

1) Canali e strumenti informativi tradizionali:

- Dépliant informativi
- Locandine pubblicitarie
- Spot radiofonici
- Pubblicità su quotidiani locali
- Collegamento a banche dati sull’offerta formativa
-

2) Canali istituzionali:

- Attività informativa e promozionale dei Comuni coinvolti nella rete dei soggetti promotori rivolta ai cittadini adulti in essi residenti

3) Canali e sportelli informativi delle Associazioni di categoria

- Supporto informativo e promozionale assicurato da Confindustria Terni per il raggiungimento del target dei lavoratori adulti del settore privato

4) Attività di animazione

- Promozione presso i CpI Provinciali ed in raccordo con i Servizi di orientamento attivi presso gli stessi

- Promozione presso gli Sportelli del cittadino e Centro per le pari opportunità
- Promozione in particolari luoghi di ritrovo/frequenzazione (centri/zone commerciali, asili, palestre, supermercati, etc.)

Modalità di reclutamento, informazione ed orientamento

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utenza, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dai Comuni del territorio provinciale;
- Rispetto al target rappresentato dai lavoratori e degli imprenditori, significativo il ruolo di promozione e disseminazione assicurato da Confindustria di Terni.

Particolare cura verrà dedicata alla organizzazione ed all'erogazione di un servizio diffuso ed accessibile per l'informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti, che verranno realizzati mediante uno Sportello informativo individuale da collocare presso SFCU.

Il servizio svolgerà compiti di:

- 3) informazione in merito ai percorsi formativi, loro obiettivi ed articolazione didattica;
- 4) orientamento e counselling individuale finalizzato a:
 - assistere l'utente nella realizzazione di un primo bilancio di competenze;
 - individuare obiettivi e progetti di sviluppo personale e/o professionale mirati e valutare la loro coerenza con i "percorsi di apprendimento" offerti dal Progetto;
 - definire insieme all'utente un percorso di apprendimento individuale mirato, anche mediante l'eventuale integrazione funzionale di più corsi.

Il servizio favorirà inoltre:

- l'acquisizione di informazioni utili alla pianificazione degli orari di frequenza e delle sedi didattiche sulla base delle esigenze espresse dagli utenti;
- verifica-accertamento di eventuali competenze ed altri requisiti previsti per l'accesso ai percorsi;
- supporto alla compilazione delle domande di iscrizione.

C.1.4 Specificare l'eventuale titolo di studio richiesto:

(nel caso in cui i destinatari siano laureati indicare la denominazione della classe di laurea richiesta ed il relativo riferimento normativo):

Nessun titolo di studio richiesto

C.1.5 Indicare eventuali ulteriori competenze richieste in ingresso:

C.1.6 Denominazione del Profilo/Figura professionale*

**Compilare OBBLIGATORIAMENTE in caso di rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica*

Omessa perché non necessaria

C.1.7 Descrizione sintetica del Profilo/Figura professionale

Omessa perché non necessaria

C.1.8 Settore/i economico/i e attività di riferimento ATECO 2007 * (se previsto):

Indicare il o i codice di riferimento del settore e attività, con le relative denominazioni

Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Cod 55 e Cod 56

C.1.9 Posizione del profilo/figura professionale nella classificazione CP 2011 ISTAT* (se previsto rilascio di qualifica o di frequenza con profitto):

Indicare il codice univoco di riferimento e la relativa denominazione

Omessa perché non necessaria

C.1.10 Profilo professionale per Unità di Competenza**:

*****Per tali percorsi NON è obbligatorio** il ricorso ad UFC, in quanto NON è previsto il rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica ma **ESCLUSIVAMENTE ATTESTATO DI FREQUENZA**. E' facoltà dei progettisti articolare il percorso alternando UFC e moduli/segmenti di natura non capitalizzabile, secondo le esigenze didattiche

Macro processo	Denominazione Unità di Competenza	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010 ma integrata in fase di progettazione	UC nuove rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010
Produrre beni/Erogare servizi	UC 1/B “..Comunicare in lingua inglese a livello base”			X
	UC “..”			
	...			
	UC “..”			
	UC “..”			
	...			
	UC “..”			
	UC “..”			
	...			
	UC “..”			
	UC “..”			
	...			

C.1.11 Descrizione dell'articolazione dell'intervento formativo con indicazione dei risultati attesi, dei destinatari di riferimento, delle metodologie e degli strumenti

attivati per l'attuazione delle attività, evidenziando le ragioni che ne determinano l'efficacia:

Risultati attesi

Sviluppo, da parte dei partecipanti delle conoscenze ed abilità richieste per comunicare in lingua inglese a livello base.

Destinatari di riferimento:

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nella Provincia di Terni.

Metodologie e strumenti per l'attuazione delle attività

L'efficacia del percorso formativo sarà garantita dal ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento, in quando soggetti adulti ed in osservanza ai più basilari concetti dell'andragogia, rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai canoni dell'interattività, all'utilizzo costante di attività di laboratorio a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti.

C.1.12 ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO PER UFC/Segmenti/Moduli non capitalizzabili

(aggiungere righe se necessario)

Titolo UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile	Durata (ore)	Eventuale propedeuticità
COMUNICARE IN LINGUA INGLESE A LIVELLO IN BASE	40	

Durata complessiva **40**

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (*replicare la scheda per ogni singola UFC*)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 1/B

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

COMUNICARE IN LINGUA INGLESE A LIVELLO BASE

**Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento
COMUNICARE IN LINGUA INGLESE A LIVELLO BASE**

Risultato atteso

Comprendere frasi, espressioni e testi usate frequentemente ed esprimersi ed interagire in lingua inglese scritta e parlata a livello basilare

Conoscenze minime*

1.I pronomi personali

2. I verbi essere e avere
3. Gli articoli: determinativi, indeterminativi
4. L'uso del presente semplice e progressivo
5. L'uso del passato semplice
6. L'uso del futuro
7. Il plurale
8. Aggettivi e avverbi di uso più comune
9. Le preposizioni di tempo, luogo, movimento
10. Sostantivi numerabili e non numerabili
11. Formule per la richiesta di informazioni
12. Formule per offrire, ringraziare, rifiutare
13. Formule per fare acquisti
14. Espressioni per proporre ed invitare

Abilità minime*

1. Comprendere il messaggio contenuto in un testo orale
2. Cogliere le relazioni logiche tra le varie componenti di un testo orale
3. Esporre in modo chiaro, logico e coerente esperienze vissute e testi ascoltati
4. Affrontare molteplici situazioni comunicative scambiando informazioni, idee per esprimere il proprio punto di vista
5. Individuare il punto di vista dell'altro in contesti formali e informali
6. Padroneggiare le strutture della lingua presenti nei testi
7. Prendere appunti e redigere sintesi e relazioni
8. Rielaborare in forma chiara le informazioni

**La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo*

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Regole grammaticali di base Verbo to be Aggettivi dimostrativi Verbo to have Preposizioni di base/luogo/moto Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	10
Present simple Forma interrogativa e negativa Present simple Sostantivi: plurale regolare, plurale irregolare, sostantivi numerabili e non numerabili, genitivo sassone Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	5
Verbi + ing; have breakfast/ have... Present continuous Forma interrogativa e negativa Present continuous Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	5
Present simple vs present continuous; Object pronouns Past simple be and regular verbs	4

Articolazione didattica	Durata (ore)
Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	
Past simple irregular verbs Past simple continuous Possessive pronouns; whose? Revision Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	5
The future present continuous The future will and with as soon as, when ecc. Future be going to Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	5
Pronomi personali Pronomi riflessivi Pronomi relativi Question tags	3
Aggettivi e Pronomi possessivi Avverbi: modo, luogo, tempo, frequenza Articoli, some/any	3
Totale ore	40

**C.1.15 Attestazione prevista in esito al percorso Attestazione prevista in esito al percorso di cui alla Determinazione Dirigenziale Regione n.9486 del 8 novembre 2010-
ATTESTATO DI FREQUENZA**

C.1.16 Risorse umane utilizzate

Riepilogare le caratteristiche delle principali figure professionali che saranno utilizzate per la realizzazione del percorso formativo, specificando la fascia di appartenenza e le ore di impegno nonché, per i docenti, la materia di insegnamento e la relativa UFC.

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
Esperto del settore	A	Docenza	UFC 1/B	Cfr UFC 1/B	40
Esperto processi formativi	A/B	Tutoraggio	UFC 1/B		29,5
Esperto processi formativi	A	Coordinatore	UFC 1/B		6

Sez. C – Articolazione dell'Intervento

****Nella progettazione seguire le modalità contenute nei documenti regionali di riferimento –**

Deliberazioni della Giunta Regionale nn.168 dell'8 febbraio 2010 "Approvazione dell'aggiornamento del Repertorio regionale dei profili professionali" - n.51 del 18 gennaio 2010 "Approvazione della Direttiva sul sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione" - n.1518 del 12 dicembre 2011 Approvazione del Repertorio regionale degli Standard di percorso formativo" - n.1545 del 16 dicembre 2011 Approvazione del Profilo professionale di Animatore sociale".

C.1 STRUTTURA DEL PERCORSO FORMATIVO

c.1.1 Area di intervento EdA

CTP ART SOC GRE TUR

C.1.2 Numero destinatari 13

C.1.3 Modalità di reclutamento ed orientamento dei partecipanti

Indicare le modalità di pubblicizzazione del corso e le eventuali azioni per un reclutamento mirato. Descrivere le modalità di informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti su contenuti e finalità del corso (preselezioni, workshop informativi, mailing, ecc.).

Modalità di pubblicizzazione

L'avvio del corso sarà preceduto da una fase di pubblicizzazione per mezzo dei canali più idonei ed efficaci in considerazione dei target d'utenza prescelti.

La promozione verrà infatti realizzata con l'impiego di un mix di canali, modalità e strumenti tali da favorire la massima diffusione di informazioni sul Progetto e sulle opportunità formative da questo offerto ai potenziali destinatari.

1) Canali e strumenti informativi tradizionali:

- Dépliant informativi
- Locandine pubblicitarie
- Spot radiofonici
- Pubblicità su quotidiani locali
- Collegamento a banche dati sull'offerta formativa
-

2) Canali istituzionali:

- Attività informativa e promozionale dei Comuni coinvolti nella rete dei soggetti promotori rivolta ai cittadini adulti in essi residenti

3) Canali e sportelli informativi delle Associazioni di categoria

- Supporto informativo e promozionale assicurato da Confindustria Terni per il raggiungimento del target dei lavoratori adulti del settore privato

4) Attività di animazione

- Promozione presso i CpI Provinciali ed in raccordo con i Servizi di orientamento attivi presso gli stessi
- Promozione presso gli Sportelli del cittadino e Centro per le pari opportunità

- Promozione in particolari luoghi di ritrovo/frequenzazione (centri/zone commerciali, asili, palestre, supermercati, etc.)

Modalità di reclutamento, informazione ed orientamento

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utente, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dai Comuni del territorio provinciale;
- Rispetto al target rappresentato dai lavoratori e degli imprenditori, significativo il ruolo di promozione e disseminazione assicurato da Confindustria di Terni.

Particolare cura verrà dedicata alla organizzazione ed all'erogazione di un servizio diffuso ed accessibile per l'informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti, che verranno realizzati mediante uno Sportello informativo individuale da collocare presso SFCU.

Il servizio svolgerà compiti di:

- informazione in merito ai percorsi formativi, loro obiettivi ed articolazione didattica;
- orientamento e counselling individuale finalizzato a:
 - assistere l'utente nella realizzazione di un primo bilancio di competenze;
 - individuare obiettivi e progetti di sviluppo personale e/o professionale mirati e valutare la loro coerenza con i "percorsi di apprendimento" offerti dal Progetto;
 - definire insieme all'utente un percorso di apprendimento individuale mirato, anche mediante l'eventuale integrazione funzionale di più corsi.

Il servizio favorirà inoltre:

- l'acquisizione di informazioni utili alla pianificazione degli orari di frequenza e delle sedi didattiche sulla base delle esigenze espresse dagli utenti;
- verifica-accertamento di eventuali competenze ed altri requisiti previsti per l'accesso ai percorsi;
- supporto alla compilazione delle domande di iscrizione.

C.1.4 Specificare l'eventuale titolo di studio richiesto:

(nel caso in cui i destinatari siano laureati indicare la denominazione della classe di laurea richiesta ed il relativo riferimento normativo):

Nessun titolo di studio richiesto

C.1.5 Indicare eventuali ulteriori competenze richieste in ingresso:

C.1.6 Denominazione del Profilo/Figura professionale*

**Compilare OBBLIGATORIAMENTE in caso di rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica*

Omessa perché non necessaria

C.1.7 Descrizione sintetica del Profilo/Figura professionale

Omessa perché non necessaria

C.1.8 Settore/i economico/i e attività di riferimento ATECO 2007 * (se previsto):

Indicare il o i codice di riferimento del settore e attività, con le relative denominazioni

Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione Cod 55 e Cod 56

C.1.9 Posizione del profilo/figura professionale nella classificazione CP 2011 ISTAT* (se previsto rilascio di qualifica o di frequenza con profitto):

Indicare il codice univoco di riferimento e la relativa denominazione

Omessa perché non necessaria

C.1.10 Profilo professionale per Unità di Competenza:**

*****Per tali percorsi NON è obbligatorio il ricorso ad UFC, in quanto NON è previsto il rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica ma ESCLUSIVAMENTE ATTESTATO DI FREQUENZA. E' facoltà dei progettisti articolare il percorso alternando UFC e moduli/segmenti di natura non capitalizzabile, secondo le esigenze didattiche**

Macro processo	Denominazione Unità di Competenza	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010 ma integrata in fase di progettazione	UC nuove rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010
Produrre beni/Erogare servizi	UC “.Comunicare in lingua inglese a livello intermedio.”			X
	UC “..”			
	...			
	UC “..”			
	UC “..”			
	...			
	...			
	UC “..”			
	UC “..”			
	...			

C.1.11 Descrizione dell'articolazione dell'intervento formativo con indicazione dei risultati attesi, dei destinatari di riferimento, delle metodologie e degli strumenti attivati per l'attuazione delle attività, evidenziando le ragioni che ne determinano l'efficacia:

Risultati attesi

Sviluppo, da parte dei partecipanti delle conoscenze ed abilità richieste per comunicare in lingua inglese a livello intermedio.

Destinatari di riferimento:

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nella Provincia di Terni.

Metodologie e strumenti per l'attuazione delle attività

L'efficacia del percorso formativo sarà garantita dal ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento, in quando soggetti adulti ed in osservanza ai più basilari concetti dell'andragogia, rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai canoni dell'interattività e all'utilizzo costante di attività di laboratorio, a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti.

C.1.12 ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO PER UFC/Segmenti/Moduli non capitalizzabili

(aggiungere righe se necessario)

Titolo UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile	Durata (ore)	Eventuale propedeuticità
COMUNICARE IN LINGUA INGLESE A LIVELLO INTERMEDIO	40	

Durata complessiva **40**

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (*replicare la scheda per ogni singola UFC*)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° _1/C

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

COMUNICARE IN LINGUA INGLESE A LIVELLO INTERMEDIO

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento

Risultato atteso

Esprimersi spontaneamente, in modo molto scorrevole, in lingua inglese a livello intermedio, comprendendo e producendo conversazioni e testi scritti di media complessità

Conoscenze minime*

1. Uso dei tempi verbali del presente, passato e futuro
2. Conoscenza dei principali verbi frasali
3. Conoscenza dei 4 periodi ipotetici
4. Saper utilizzare i verbi modali al presente e al passato
5. Discorso indiretto
6. Forma passiva dei verbi
7. Frasi relative

Abilità minime*

1. Utilizzare la lingua inglese per scopi sociali o professionali di media complessità
2. Descrivere esperienze ed avvenimenti utilizzando strutture linguistiche adeguate
3. Comprendere le idee principali di testi su argomenti di uso comune
4. Produrre testi chiari e corretti su argomenti di uso comune
5. Saper scrivere lettere formali ed informali
6. Saper scrivere il testo a scopo promozionale

**La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo*

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Revisione: elementi grammaticali di base Verb be; Pronouns numbers Possessive adjectives; a/an plurals; demonstratives Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	8
Present simple Ing. form /Infinitive Saxon genitive Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e	8

Articolazione didattica	Durata (ore)
conversazione	
Passive/Indirect speech Adjectives Telling the time Daily routine Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	6
Conditional tenses Conjunctive Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	6
Modals Can/ can't Have to, must Object pronouns Possessive pronouns Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	6
Past simple be; Present perfect/present perfect continuous Past perfect/past perfect continuous Future tenses Esercitazioni: lettura regole grammaticali e test scritti a completamento, ascolto e conversazione	6
Totale ore	40

**C.1.15 Attestazione prevista in esito al percorso Attestazione prevista in esito al percorso di cui alla Determinazione Dirigenziale Regione n.9486 del 8 novembre 2010-
ATTESTATO DI FREQUENZA**

C.1.16 Risorse umane utilizzate

Riepilogare le caratteristiche delle principali figure professionali che saranno utilizzate per la realizzazione del percorso formativo, specificando la fascia di appartenenza e le ore di impegno nonché, per i docenti, la materia di insegnamento e la relativa UFC.

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
Formatore/doce nte	A	Formatore	1/C	Cfr UFC 1/C	40
Tutor	A/B	Tutor	1/C		29,5
Coordinatore	A	Esperto formazione	1/C		6

Sez. C – Articolazione dell'Intervento

****Nella progettazione seguire le modalità contenute nei documenti regionali di riferimento –**

Deliberazioni della Giunta Regionale nn.168 dell'8 febbraio 2010 "Approvazione dell'aggiornamento del Repertorio regionale dei profili professionali" - n.51 del 18 gennaio 2010 "Approvazione della Direttiva sul sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione" - n.1518 del 12 dicembre 2011 Approvazione del Repertorio regionale degli Standard di percorso formativo" - n.1545 del 16 dicembre 2011 Approvazione del Profilo professionale di Animatore sociale".

C.1 STRUTTURA DEL PERCORSO FORMATIVO

c.1.1 Area di intervento EdA

CTP ART SOC GRE TUR

C.1.2 Numero destinatari 15

C.1.3 Modalità di reclutamento ed orientamento dei partecipanti

Indicare le modalità di pubblicizzazione del corso e le eventuali azioni per un reclutamento mirato. Descrivere le modalità di informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti su contenuti e finalità del corso (preselezioni, workshop informativi, mailing, ecc.).

Modalità di pubblicizzazione

L'avvio del corso sarà preceduto da una fase di pubblicizzazione per mezzo dei canali più idonei ed efficaci in considerazione dei target d'utenza prescelti.

La promozione verrà infatti realizzata con l'impiego di un mix di canali, modalità e strumenti tali da favorire la massima diffusione di informazioni sul Progetto e sulle opportunità formative da questo offerto ai potenziali destinatari.

1) Canali e strumenti informativi tradizionali:

- Dépliant informativi
- Locandine pubblicitarie
- Spot radiofonici
- Pubblicità su quotidiani locali
- Collegamento a banche dati sull'offerta formativa
-

2) Canali istituzionali:

- Attività informativa e promozionale dei Comuni coinvolti nella rete dei soggetti promotori rivolta ai cittadini adulti in essi residenti

3) Canali e sportelli informativi delle Associazioni di categoria

- Supporto informativo e promozionale assicurato da Confindustria Terni per il raggiungimento del target dei lavoratori adulti del settore privato

4) Attività di animazione

- Promozione presso i CpI Provinciali ed in raccordo con i Servizi di orientamento attivi presso gli stessi

- Promozione presso gli Sportelli del cittadino e Centro per le pari opportunità
- Promozione in particolari luoghi di ritrovo/frequenzamento (centri/zone commerciali, asili, palestre, supermercati, etc.)

Modalità di reclutamento, informazione ed orientamento

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utenza, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dai Comuni del territorio provinciale;
- Rispetto al target rappresentato dai lavoratori e degli imprenditori, significativo il ruolo di promozione e disseminazione assicurato da Confindustria di Terni.

Particolare cura verrà dedicata alla organizzazione ed all'erogazione di un servizio diffuso ed accessibile per l'informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti, che verranno realizzati mediante uno Sportello informativo individuale da collocare presso SFCU.

Il servizio svolgerà compiti di:

- informazione in merito ai percorsi formativi, loro obiettivi ed articolazione didattica;
- orientamento e counselling individuale finalizzato a:
 - o assistere l'utente nella realizzazione di un primo bilancio di competenze;
 - o individuare obiettivi e progetti di sviluppo personale e/o professionale mirati e valutare la loro coerenza con i "percorsi di apprendimento" offerti dal Progetto;
 - o definire insieme all'utente un percorso di apprendimento individuale mirato, anche mediante l'eventuale integrazione funzionale di più corsi.

Il servizio favorirà inoltre:

- l'acquisizione di informazioni utili alla pianificazione degli orari di frequenza e delle sedi didattiche sulla base delle esigenze espresse dagli utenti;
- verifica-accertamento di eventuali competenze ed altri requisiti previsti per l'accesso ai percorsi;
- supporto alla compilazione delle domande di iscrizione.

C.1.4 Specificare l'eventuale titolo di studio richiesto:

(nel caso in cui i destinatari siano laureati indicare la denominazione della classe di laurea richiesta ed il relativo riferimento normativo):

Nessun titolo di studio richiesto

C.1.5 Indicare eventuali ulteriori competenze richieste in ingresso:

C.1.6 Denominazione del Profilo/Figura professionale*

**Compilare OBBLIGATORIAMENTE in caso di rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica*

Omessa perché non necessaria

C.1.7 Descrizione sintetica del Profilo/Figura professionale

Omessa perché non necessaria

C.1.8 Settore/i economico/i e attività di riferimento ATECO 2007 * (se previsto):

Indicare il o i codice di riferimento del settore e attività, con le relative denominazioni

Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Cod 55 e Cod 56

C.1.9 Posizione del profilo/figura professionale nella classificazione CP 2011 ISTAT* (se previsto rilascio di qualifica o di frequenza con profitto):

Indicare il codice univoco di riferimento e la relativa denominazione

Omessa perché non necessaria

C.1.10 Profilo professionale per Unità di Competenza**:

***Per tali percorsi NON è obbligatorio il ricorso ad UFC, in quanto NON è previsto il rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica ma ESCLUSIVAMENTE ATTESTATO DI FREQUENZA. E' facoltà dei progettisti articolare il percorso alternando UFC e moduli/segmenti di natura non capitalizzabile, secondo le esigenze didattiche

Macro processo	Denominazione Unità di Competenza	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010 ma integrata in fase di progettazione	UC nuove rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			
Prodotto beni/erogare servizi	UC "Progettare e realizzare materiale promozionale"			X
	UC "..."			
	...			
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			

C.1.11 Descrizione dell'articolazione dell'intervento formativo con indicazione dei risultati attesi, dei destinatari di riferimento, delle metodologie e degli strumenti

attivati per l'attuazione delle attività, evidenziando le ragioni che ne determinano l'efficacia:

Risultati attesi

Sviluppo, da parte dei partecipanti delle competenze necessarie per progettare e realizzare materiale promozionale.

Destinatari di riferimento:

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nel territorio della Provincia di Terni.

Metodologie e strumenti per l'attuazione delle attività

L'efficacia del percorso formativo sarà garantita dal ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento, in quanto soggetti adulti ed in osservanza ai più basilari concetti dell'andragogia, rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai canoni dell'interattività, all'utilizzo continuo e costante di tecnologie applicate ad attività operative e creative (es: tecnologie informatiche a supporto dell'elaborazione di project work e successiva presentazione) e all'utilizzo costante di attività di laboratorio e del metodo del project work, a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti.

C.1.12 ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO PER UFC/Segmenti/Moduli non capitalizzabili

(aggiungere righe se necessario)

Titolo UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile	Durata (ore)	Eventuale propedeuticità
Progettare e realizzare materiale promozionale	40	
Durata complessiva		40

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (*replicare la scheda per ogni singola UFC*)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 1/D

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

Progettare e realizzare materiale promozionale

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento

Risultato atteso

Progettare e realizzare materiale promozionale

Conoscenze minime

- 1.Elementi teorici di progettazione (codici cromatici, linguaggi e messaggi)
- 2.Elementi di disegno grafico
- 3.Elementi di progettazione grafica
- 4.Elementi di marketing
- 5.Tipologie di pubblicità
- 6.Procedura di pianificazione pubblicitaria
- 7.Elementi di psicologia della comunicazione

- 8. Elementi di comunicazione multimediale
- 9. Tipologie di supporti multimediali e di new media
- 10. Tipologie di grafica
- 11. Teorie tecniche e tecnologie di stampa
- 12. Elementi di tecnica di stampa, digitale
- 13. Materiali di stampa (carta, vari)
- 15. Funzionamento di programmi applicativi specifici

Abilità minime*

- 1. valutare le scelte di soluzioni grafico/pubblicitarie più adatte in funzione della strategia promozionale
- 2. Scegliere i gli abbinamenti cromatici del prodotto pubblicitario
- 3. Realizzazione semplici bozze grafiche
- 4. Ricercare fotografie tramite internet
- 5. Utilizzare scanner
- 6. Scegliere foto di elementi grafici
- 7. Utilizzare software applicativi per la realizzazione del prodotto grafico

**La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo*

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Modulo 1 "Elementi teorici di progettazione e di disegno grafico"	4
Modulo 2 "Elementi di progettazione grafica"	4
Esercitazione: come progettare una soluzione grafico-pubblicitaria	4
Modulo 3 "Elementi di marketing e di psicologia della comunicazione"	4
Modulo 4 "Tipologie di pubblicità e procedure di pianificazione pubblicitaria"	3
Modulo 5 "Elementi di comunicazione multimediale: supporti multimediali e di new media"	3
Modulo 6 "Tipologie di grafica"	2
Modulo 7 "Teorie, tecniche e tecnologie di stampa, tecnica di stampa digitale, materiali di stampa"	2
Modulo 8 "Funzionamento di programmi applicativi specifici"	4
Esercitazione: impostazione di un semplice progetto grafico pubblicitario turistico su supporto digitale	10
Totale ore	40

C.1.15 Attestazione prevista in esito al percorso Attestazione prevista in esito al percorso di cui alla Determinazione Dirigenziale Regione n.9486 del 8 novembre 2010- ATTESTATO DI FREQUENZA

C.1.16 Risorse umane utilizzate

Riepilogare le caratteristiche delle principali figure professionali che saranno utilizzate per la realizzazione del percorso formativo, specificando la fascia di appartenenza e le ore di impegno nonché, per i docenti, la materia di insegnamento e la relativa UFC.

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
Formatore docente	A	Docenza	1/D	Cfr UFC 1/D	40
Esperto processi formativi	A	Tutor	1/D		29,5
Esperto processi formativi	A	Coordinatore	1/D		6

Sez. C – Articolazione dell’Intervento

****Nella progettazione seguire le modalità contenute nei documenti regionali di riferimento –**

Deliberazioni della Giunta Regionale nn.168 dell’8 febbraio 2010 “Approvazione dell’aggiornamento del Repertorio regionale dei profili professionali” - n.51 del 18 gennaio 2010 “Approvazione della Direttiva sul sistema regionale degli standard professionali, formativi, di certificazione e di attestazione” - n.1518 del 12 dicembre 2011 Approvazione del Repertorio regionale degli Standard di percorso formativo” - n.1545 del 16 dicembre 2011 Approvazione del Profilo professionale di Animatore sociale”.

C.1 STRUTTURA DEL PERCORSO FORMATIVO

c.1.1 Area di intervento EdA

CTP ART SOC GRE TUR

C.1.2 Numero destinatari 15

C.1.3 Modalità di reclutamento ed orientamento dei partecipanti

Indicare le modalità di pubblicizzazione del corso e le eventuali azioni per un reclutamento mirato. Descrivere le modalità di informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti su contenuti e finalità del corso (preselezioni, workshop informativi, mailing, ecc.).

Modalità di pubblicizzazione

L’avvio del corso sarà preceduto da una fase di pubblicizzazione per mezzo dei canali più idonei ed efficaci in considerazione dei target d’utenza prescelti.

La promozione verrà infatti realizzata con l’impiego di un mix di canali, modalità e strumenti tali da favorire la massima diffusione di informazioni sul Progetto e sulle opportunità formative da questo offerto ai potenziali destinatari.

1) Canali e strumenti informativi tradizionali:

- Dépliant informativi
- Locandine pubblicitarie
- Spot radiofonici
- Pubblicità su quotidiani locali
- Collegamento a banche dati sull’offerta formativa
-

2) Canali istituzionali:

- Attività informativa e promozionale dei Comuni coinvolti nella rete dei soggetti promotori rivolta ai cittadini adulti in essi residenti

3) Canali e sportelli informativi delle Associazioni di categoria

- Supporto informativo e promozionale assicurato da Confindustria Terni per il raggiungimento del target dei lavoratori adulti del settore privato

4) Attività di animazione

- Promozione presso i CpI Provinciali ed in raccordo con i Servizi di orientamento attivi presso gli stessi

- Promozione presso gli Sportelli del cittadino e Centro per le pari opportunità
- Promozione in particolari luoghi di ritrovo/frequenzamento (centri/zone commerciali, asili, palestre, supermercati, etc.)

Modalità di reclutamento, informazione ed orientamento

Le Azioni e le modalità di coinvolgimento delle persone interessate programmate rappresentano, nel loro insieme, un elemento di forte innovazione del Progetto.

Il coinvolgimento dell'utenza, in termini di reclutamento dei partecipanti, verrà favorito dalla molteplicità di soggetti coinvolti nella Rete di partenariato attivata per la presentazione e realizzazione del Progetto.

Grazie all'ampiezza della Rete sarà infatti garantita un'ampia e capillare diffusione di informazioni sui territori - trasversalmente alle segmentazioni dei target.

- Rispetto al fattore del territorio di residenza, fondamentale sarà la collaborazione assicurata dai Comuni del territorio provinciale;
- Rispetto al target rappresentato dai lavoratori e degli imprenditori, significativo il ruolo di promozione e disseminazione assicurato da Confindustria di Terni.

Particolare cura verrà dedicata alla organizzazione ed all'erogazione di un servizio diffuso ed accessibile per l'informazione ed orientamento dei potenziali partecipanti, che verranno realizzati mediante uno Sportello informativo individuale da collocare presso SFCU.

Il servizio svolgerà compiti di:

- informazione in merito ai percorsi formativi, loro obiettivi ed articolazione didattica;
- orientamento e counselling individuale finalizzato a:
 - o assistere l'utente nella realizzazione di un primo bilancio di competenze;
 - o individuare obiettivi e progetti di sviluppo personale e/o professionale mirati e valutare la loro coerenza con i "percorsi di apprendimento" offerti dal Progetto;
 - o definire insieme all'utente un percorso di apprendimento individuale mirato, anche mediante l'eventuale integrazione funzionale di più corsi.

Il servizio favorirà inoltre:

- l'acquisizione di informazioni utili alla pianificazione degli orari di frequenza e delle sedi didattiche sulla base delle esigenze espresse dagli utenti;
- verifica-accertamento di eventuali competenze ed altri requisiti previsti per l'accesso ai percorsi;
- supporto alla compilazione delle domande di iscrizione.

C.1.4 Specificare l'eventuale titolo di studio richiesto:

(nel caso in cui i destinatari siano laureati indicare la denominazione della classe di laurea richiesta ed il relativo riferimento normativo):

Nessun titolo di studio richiesto

C.1.5 Indicare eventuali ulteriori competenze richieste in ingresso:

C.1.6 Denominazione del Profilo/Figura professionale*

**Compilare OBBLIGATORIAMENTE in caso di rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica*

Omessa perché non necessaria

C.1.7 Descrizione sintetica del Profilo/Figura professionale

Omessa perché non necessaria

C.1.8 Settore/i economico/i e attività di riferimento ATECO 2007 * (se previsto):

Indicare il o i codice di riferimento del settore e attività, con le relative denominazioni

Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, Cod 55 e Cod 56

C.1.9 Posizione del profilo/figura professionale nella classificazione CP 2011 ISTAT* (se previsto rilascio di qualifica o di frequenza con profitto):

Indicare il codice univoco di riferimento e la relativa denominazione

Omessa perché non necessaria

C.1.10 Profilo professionale per Unità di Competenza**:

***Per tali percorsi NON è obbligatorio il ricorso ad UFC, in quanto NON è previsto il rilascio di attestazione di frequenza con profitto o di qualifica ma ESCLUSIVAMENTE ATTESTATO DI FREQUENZA. E' facoltà dei progettisti articolare il percorso alternando UFC e moduli/segmenti di natura non capitalizzabile, secondo le esigenze didattiche

Macro processo	Denominazione Unità di Competenza	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010	UC compresa nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010 ma integrata in fase di progettazione	UC nuove rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali di cui alla D.G.R. n. 168/2010
Definire obiettivi e risorse	UC "Predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo"			X
	UC "..."			
	...			
	UC "..."			
	...			
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			
	UC "..."			
	UC "..."			
	...			

C.1.11 Descrizione dell'articolazione dell'intervento formativo con indicazione dei risultati attesi, dei destinatari di riferimento, delle metodologie e degli strumenti

attivati per l'attuazione delle attività, evidenziando le ragioni che ne determinano l'efficacia:

Risultati attesi

Sviluppo, da parte dei partecipanti delle competenze necessarie per predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo.

Destinatari di riferimento:

Operatrici/ori del settore agricolo, agroalimentare e turistico ricettivo e individui interessati ad inserirsi professionalmente in tale settore di età adulta (tra i 18 e i 64 anni), residenti nel territorio della Provincia di Terni.

Metodologie e strumenti per l'attuazione delle attività

L'efficacia del percorso formativo sarà garantita dal ricorso a metodi e modalità didattiche tali da innescare la partecipazione attiva dei discenti nel processo formativo.

Il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partecipanti alla costruzione del proprio processo di crescita ed apprendimento, in quando soggetti adulti ed in osservanza ai più basilari concetti dell'andragogia, rappresenta quindi un obiettivo prioritario che uniformerà l'azione didattica ispirata ai canoni dell'interattività, all'utilizzo continuo e costante di tecnologie applicate ad attività operative e creative (es: tecnologie informatiche a supporto dell'elaborazione del business plan e successiva presentazione) a partire da casi concreti e dagli spunti degli utenti.

C.1.12 ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO PER UFC/Segmenti/Moduli non capitalizzabili

(aggiungere righe se necessario)

Titolo UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile	Durata (ore)	Eventuale propedeuticità
Predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo	60	

Durata complessiva **60**

C.1.13 PROGETTAZIONE DELLE SINGOLE UFC/SEGMENTI/MODULI NON CAPITALIZZABILI (*replicare la scheda per ogni singola UFC*)

UFC/Segmento/Modulo non capitalizzabile n° 1/E

Denominazione della Unità Formativa Capitalizzabile / Segmento / Modulo non capitalizzabile:

Predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo

Unità di Competenza/ Segmento / Modulo non capitalizzabile di riferimento

Risultato atteso

Elaborazione di un business plan relativo ad un'idea imprenditoriale nel settore turismo

Conoscenze minime*

1. Le dinamiche economico finanziarie di una impresa
2. Le politiche e gli strumenti di marketing
3. I modelli organizzativi
4. La struttura dei costi e dei ricavi

5. Tecniche di previsione dei costi e dei ricavi
6. Tecniche di comunicazione e promozione imprenditoriale
7. Tecniche di copertura dei fabbisogni finanziari

Abilità minime*

1. Organizzare l'idea imprenditoriale focalizzando le criticità della stessa
2. Organizzare le tecniche e le attività di ricerca di mercato
3. Strutturare un timesheet delle fasi propedeutiche e costitutive di una impresa
4. Sviluppare previsioni economico finanziarie
5. Organizzare politiche di marketing e di promozione di un'azienda turistica
6. Elaborare un business plan per un'azienda turistica

*La compilazione dei campi "Conoscenze" e "Abilità" è consigliata anche nel caso in cui non vi sia una Unità di Competenza di riferimento, in modo da rendere più chiari obiettivi e contenuti del progetto formativo

C.1.14 Caratteristiche della UFC/ Segmento / Modulo non capitalizzabile

(aggiungere righe se necessario)

Articolazione didattica	Durata (ore)
Modulo n 1 "Struttura e tecniche di redazione di un business plan"	8
Modulo n 2 "Tecniche di ricerche di mercato applicate all'idea imprenditoriale"	5
Project work: elaborazione del programma di ricerca di mercato nel settore turismo	5
Modulo n 3 "Tecniche di previsione economico finanziaria"	5
Project work: elaborazione di un budget	5
Modulo n 4 "Strumenti di marketing operativo e promozione aziendale"	6
Project work: elaborazione di un piano promozionale operativo per un'azienda turistica	6
Modulo n 5. Il rapporto con il sistema bancario e con gli enti pubblici	10
Esercitazione: perfezionamento e stesura finale del business plan	10
Totale ore	60

C.1.15 Attestazione prevista in esito al percorso *Attestazione prevista in esito al percorso di cui alla Determinazione Dirigenziale Regione n.9486 del 8 novembre 2010-*
ATTESTATO DI FREQUENZA

C.1.16 Risorse umane utilizzate

Riepilogare le caratteristiche delle principali figure professionali che saranno utilizzate per la realizzazione del percorso formativo, specificando la fascia di appartenenza e le ore di impegno nonché, per i docenti, la materia di insegnamento e la relativa UFC.

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
Formatore docente	A	Docenza	1/E	Cfr UFC 1/B	60
Esperto processi formativi	A	Tutor	1/E		44
Esperto processi formativi	A	Coordinator e	1/E		9

C.2 – LOCALI, STRUMENTI E ATTREZZATURE**C.2.1 Locali**

Tipologia	Indirizzo	N. vani	Tipo disponibilità del locale			
			Proprietà	Affitto	Comodato	Altro
Aule didattiche						
Aula didattica	S.F.C.U. SEDE DI TERNI	1			X	
Aula didattica	CENTRO STUDI ORVIETO	2		X		
Aula didattica	C.F.P. DI NARNI	1		X		
Laboratori						
Laboratorio informatico	C.F.P. DI NARNI	1		X		
		1				

Altri Locali						
SALA CONFERENZE	CONFINDUSTRIA TERNI	1			x	

In caso di strutture riferite a sedi operative non accreditate a livello regionale allegare la seguente documentazione:

- dichiarazione del legale rappresentante del soggetto proponente attestante l' idoneità secondo la normativa vigente in materia di igiene e sicurezza dei luoghi di lavoro;
- planimetria;
- in caso di strutture non di proprietà, dichiarazione di disponibilità del proprietario a concedere i locali in affitto o comodato o relativo contratto.

C.2.2 Strumenti, attrezzature e supporti informatici per lo svolgimento dell'attività

N.	Tipologia	Caratteristiche	Tipo di disponibilità (proprietà, affitto, comodato, altro)
1	Pc work station con funzioni di server	PII 400; SOFTWARE: NT SERVER;OFFICE	AFFITTO
10	PC WORK STATION	PII 350; SOFTWARE OFFICE	AFFITTO
1	VIDEO PROIETTORE	PHILIP PRO SCREEN 4100	AFFITTO
1	STAMPANTE	EPSON STILUS COLOR 760	AFFITTO
1	STAMPANTE LASER	TALLY T8004	AFFITTO
1	SCANNER	ARTSCAN 9600	AFFITTO
1	PLOTTER	HP DESIGNED 500	AFFITTO

Sez. D - Riepilogo del personale per la realizzazione del progetto

D.1 Processo di direzione

Responsabile ⁽¹⁾ Nicola Modugno

Altro personale coinvolto:

Nome e cognome	Funzione svolta	Ore

D.2 Processi economico – amministrativi

Responsabile⁽¹⁾ Silvia Ugolini

Altro personale coinvolto:

Nome e cognome	Funzione svolta	Ore
Francesca Spaccino	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Daigoro Pannacci	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Riccardo Bellucci	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Carmen Cirimbilli	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Elena Falconi	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Federica Bardani	Gestione amministrativa e rendicontazione	30
Giorgia Menciotti	Gestione segreteria	30

D.3 Processo di analisi e definizione dei fabbisogni

Responsabile⁽¹⁾ Gabriele Barberini

Altro personale coinvolto:

Nome e cognome	Funzione svolta	Ore

D.4 Processo di progettazione delle attività

Responsabile⁽¹⁾ Gabriele Barberini

Progettista _____

Altro personale coinvolto:

Nome e cognome	Funzione svolta	Ore

D.5 Processo di erogazione dei servizi formativi e di supporto**Coordinatore⁽²⁾**

Attività/professione __Coordinatore senior_____

Eventuale Coordinatore in affiancamento

Attività/professione __Coordinatore junior_____

Tutor

Attività/professione _____Tutor_____

N. Ore di impiego __60__

Eventuale Tutor in affiancamento

Attività/professione __Tutors_____

N. Ore di impiego __190__

D.6 Personale docente

Attività/ professione	Fascia	Modulo/UFC	Contenuti/ Materia d'insegnamento	Ore
ESPERTO SETTORE	DI A	UFC 1/A, 2/A, 3/A	Cfr UFC 1/A, 2/A, 3/A	40
ESPERTO SETTORE	DI A	UFC 1/B	Cfr UFC 1/B	40
ESPERTO SETTORE	DI A	UFC 1/C	Cfr UFC 1/C	40
ESPERTO SETTORE	DI A	UFC 1/D	Cfr UFC 1/D	40
ESPERTO SETTORE	DI A	UFC 1/E	Cfr UFC 1/E	60

D.7 Personale per attività di supporto non formative (orientamento, counselling, etc..)

Attività/ professione	Fascia	Attività svolta nel progetto	N. ore assegnate

D.8 Processi di monitoraggio delle attività e valutazione dei risultatiResponsabile⁽¹⁾ Gabriele Barberini

Altro personale coinvolto:

Nome e cognome	Funzione svolta	Ore

¹⁾ Il Responsabile di processo è quello individuato nella procedura di accreditamento regionale ai sensi della D.G.R. n. 1948/2004 e seguenti.

⁽²⁾ Deve necessariamente essere individuato un solo Coordinatore per l'intero progetto

Sez. E - PROSPETTO FINANZIARIO ANALITICO

Vedi allegato modello Piano finanziario PFA/PST**

Voci e SubVoci di cui al prospetto approvato con la determinazione dirigenziale del Servizio Politiche Attive del Lavoro dalla Regione Umbria n. 6994 del 5.08.2010, così come precisate per l'applicazione della metodologia dei costi unitari standard nell'Allegato: **RIPARTIZIONE DELLE VOCI DI COSTO DEL PREVENTIVO FINANZIARIO PER VARIABILE DI RIFERIMENTO alla D.G.R. n.1326/2011

SCHEDA PREVENTIVO A COSTI STANDARD PER LA FORMAZIONE TEORICA PREVISTA NEL PROGETTO

(compilare le caselle contrassegnate in grigio)

BANDO:	AVVISO PUBBLICO FORMAZIONE PERMANENTE 2012 PROGETTI DI EDUCAZIONE DEGLI ADULTI FINALIZZATI ALL'ACQUISIZIONE DI COMPETENZE CONNESSE AL LAVORO Co-finanziato dal Fondo Sociale Europeo (FSE), nell'ambito del Programma Operativo Regionale – (POR) Umbria, FSE "Obiettivo Competitività Regionale e Occupazione" 2007-2013 Asse 4 "Capitale umano" - Obiettivo specifico "I": aumentare la partecipazione alle opportunità formative lungo tutto l'arco della vita e innalzare i livelli di apprendimento e conoscenza PROVINCIA DI TERNI Settore Politiche del lavoro e Formazione
INTERVENTO:	Area d'intervento "TUR"
SOGGETTO ATTUATORE:	SISTEMI FORMATIVI CONFINDUSTRIA UMBRIA Soc. Cons. a r.l.
TITOLO DEL PROGETTO:	ULISSE

	PARTECIPANTI PREVISTI	DURATA PREVISTA	MONTEORE PREVISTO	DURATA MEDIA PONDERATA ⁽¹⁾
	A	B	C=BxA	
Totale per progetto	108	340	4.620	43
Titolo attività				
La costruzione e la promozione dell'offerta turistica con il Web e il Web 2.0	13	40	520	
La costruzione e la promozione dell'offerta turistica con il Web e il Web 2.0	13	40	520	
La costruzione e la promozione dell'offerta turistica con il Web e il Web 2.0	13	40	520	
Comunicare in lingua inglese – Livello base	13	40	520	
Comunicare in lingua inglese – Livello intermedio	13	40	520	
Comunicare in lingua inglese – Livello intermedio	13	40	520	
Progettare e realizzare materiale promozionale	15	40	600	
Predisporre il business plan di una idea imprenditoriale nel settore turismo	15	60	900	
			0	

			0
--	--	--	---

TIPOLOGIA FORMATIVA ⁽²⁾ :	Segnare con una x la Tipologia formativa/l'intervallo di durata previsto							
	Intervallo di durata							
	0 50	51 100	101 250	251 450	451 600	601 750	751 900	901 1200
Alta formazione post ciclo universitario								
Formazione all'interno dell'obbligo formativo percorsi scolastici								
Formazione all'interno dell'obbligo formativo percorsi formativi								
Formazione all'interno dell'obbligo scolastico								
Formazione finalizzata al reinserimento lavorativo								
Formazione nell'ambito dell'apprendistato post-obbligo formativo								
Formazione per occupati (o formazione continua)								
Formazione permanente aggiornamento professionale e tecnico	x							
Formazione post-obbligo formativo e post-diploma								
Istruzione e formazione tecnica superiore (Ifs)								

SPESE DI PROGETTAZIONE ⁽³⁾ :	segnare con una x la % riconosciuta
Riconosciute al 100%	x
Riconosciute al 50%	
Riconosciute al 25%	

CONTRIBUTO PUBBLICO (€):	49.999,20
---------------------------------	------------------

⁽¹⁾ la durata media ponderata della formazione teorica deve ricadere nell'intervallo di durata previsto nell'avviso

⁽²⁾ barrare la tipologia e la classe di durata a cui appartiene il progetto, secondo le indicazioni dell'Avviso pubblico

⁽³⁾ barrare il caso pertinente secondo le seguenti indicazioni:

- riconosciute al 100%, se le unità di competenza proposte sono nuove, per almeno la metà del totale, rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali
- riconosciute al 50%, nel caso in cui siano proposte unità di competenza nuove ma per meno della metà del totale rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali
- riconosciute al 25%, nel caso in cui nessuna unità di competenza sia nuova rispetto a quelle presenti nel Repertorio dei profili professionali, oppure l'insieme delle unità di competenza (o l'operazione comunque progettata) siano già state oggetto di finanziamento pubblico in una precedente operazione

B	1	PREPARAZIONE					
	1.1	Analisi fabbisogni	2,00%		999,98		
	1.2	Progettazione	2,00%		999,98		
	1.3	Publicizzazione e promozione del progetto			3.399,51		
	1.4	Selezione e orientamento partecipanti		12,80%	1.000,00		
	1.5	Elaborazione e acquisto materiali e sussidi didattici			0,00		
	1.6	Elaborazione e acquisto materiali e sussidi didattici per utenza svantaggiata			0,00		
	1.7	Elaborazione materiale didattico per attività fad			0,00		
	1.8	Spese di costituzione ATI/ATS (solo in caso di esplicita previsione nell'avviso)			0,00		
		Totale costi preparazione				6.399,48	
	2	REALIZZAZIONE					
	2.1	Personale docente (dipendenti e collaboratori)			17.000,00		
	2.2	personale docente (attività delegata)			0,00		
	2.3	Personale co docente (se previsto dal progetto)			0,00		
	2.4	Attività di sostegno all'utenza svantaggiata: docenza di sostegno e servizi di supporto			0,00		
	2.5	Personale per attività non formative (orientamento, accompagnamento, counselling,)			0,00		
	2.6	Tutoraggio			6.800,00		
	2.7	Rimborsi spesa (docenti, tutors, personale per attività non formative)			500,00		
	2.8	Indennità di frequenza aula/stage			0,00		
	2.9	Spese per allievi: vitto, alloggio, trasporto			0,00		
	2.10	Spese per Visite guidate (solo se autorizzate)			0,00		
	2.11	Retribuzione e oneri allievi occupati (solo ai fini della copertura privata)			0,00		
	2.12	Altre funzioni tecniche: reti e collegamenti fad, assistenti tecnici di sistema (piattaforme informatiche) e assistenti tecnici di laboratorio		54,20%	0,00		
	2.13	Utilizzo di aule attrezzate e servizi per attività programmata, mediante convenzione con Pubblica Amministrazione			0,00		
	2.14	Aule/laboratori esclusivamente utilizzati per le attività didattiche (solo per la durata effettiva dell'azione formativa)			0,00		
2.15	Attrezzature esclusivamente utilizzate per le attività didattiche d'aula/laboratori (solo per la durata effettiva dell'azione formativa)			0,00			
2.16	Utilizzo materiali di consumo per l'attività programmata			1.000,00			
2.17.a	Assicurazione allievi			800,00			
2.17.b	Garanzia fidejussoria, oneri bancari (solo per apertura conto)			1.000,00			
2.18	Esame finale/Valutazioni intermedie			0,00			
	Totale costi realizzazione				27.100,00		
	Totale costi di voce Preparazione + voce Realizzazione		67,0%		33.499,48		
3	DIFFUSIONE RISULTATI						
3.1	Incontri e seminari						
3.2	Elaborazione reports e studi			0,00%			
3.3	Publicazioni finali						
	Totale costi diffusione risultati				0,00		
4	COORDINAMENTO, AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO INTERNO						
4.1	Coordinamento	5,00%		2.499,96			
4.2	Gestione amministrativa, monitoraggio fisico e finanziario, valutazione finale dell'operazione revisore contabile	15,00%	20,00%	7.499,88			
	Totale costi coordinamento, amministrazione e controllo interno				9.999,84		

		TOTALE COSTI DIRETTI ATTIVITA' FORMATIVA (1+2+3+4)				43.499,32		
C	5	COSTI INDIRETTI						
		5.1	Immobili (esclusi aule/laboratori utilizzati per la formazione)			1.000,00		
		5.2	Attrezzature d'ufficio della struttura (esclusi d'aula/laboratorio interessati dall'attività formativa)			800,00		
		5.3	Direzione			800,00		
		5.4	Personale tecnico e ausiliario (segreteria, portineria, manutenzioni, ecc)			800,00		
		5.5	Pubblicità istituzionale			800,00		
		5.6	Forniture per ufficio e spese postali			600,00		
		5.7	Forniture elettroniche, servizi di rete, elettricità, riscaldamento e condizionamento			600,00		
		5.8	Telefoniche			799,88		
		5.9	Altre utenze			300,00		
			Totale costi indiretti				6.499,88	
		Totale costi Voci 3+4+5						
	TOTALE COSTO DELL' ATTIVITA' FORMATIVA (1+2+3+4+5)					49.999,20		
D	6	COSTI PER VOUCHER, BORSE LAVORO, CONSULENZA, AIUTI ASSUNZIONE, ASSEGNI DI RICERCA						
		6.1	Voucher formativi/di cura/conciliazione			0,00		
		6.2	Borse lavoro (work experience/tirocini formativi)			0,00		
		6.3	Attività Consulenziali			0,00		
		6.4	Aiuti all'assunzione			0,00		
		6.5	Assegni di ricerca			0,00		
		6.6	Tutoraggio per tirocini formativi			0,00		
		6.7	Gestione amministrativa, monitoraggio fisico e finanziario, valutazione finale dell'operazione			0,00		
		6.8	IRAP (su borse lavoro ed assegni di ricerca, se dovuta e non recuperabile)			0,00		
			Totale costi VOUCHER, BORSE, CONSULENZA, AIUTI, ASSEGNI				0,00	
E	7	COSTI RICONOSCIMENTO CREDITI						
		7.1	Tutor di credito			0,00		
		7.2	Docenze per percorsi individualizzati		0,00%	0,00		
		7.3	Commissione di valutazione			0,00		
			Totale costi riconoscimento crediti		0,00%		0,00	
	COSTO TOTALE DEL PROGETTO (1+2+3+4+5+6+7)					49.999,20		