CORSO A CATALOGO - 2012 - Corso ID: 11034 - MARKETING E SOCIAL NETWORKING

Dati principali

ID Odf:	7824
Nome organismo:	CODESS SOCIALE SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS
Tipo organismo:	Odf accreditato o Agenzie abilitate
ID Corso:	11034
Titolo corso:	MARKETING E SOCIAL NETWORKING
Tipologia corso:	Corsi di specializzazione
Link web dettaglio Master:	(Non compilato)
Master di 1°livello o 2°livello:	(Non compilato)
Indirizzo del Master:	(Non compilato)
Area settoriale	SERVIZI ALLE IMPRESE
Area Tematica:	Marketing e commerciale
Obiettivi formativi:	- Aggiornare le competenze di base del marketing e comprendere le nuove tecnologie web per lo sviluppo di metodologie e tattiche di sviluppo del brand, la creazione di community di utenti, la valutazione della reputazione aziendale. - Acquisire conoscenze e competenze sulle caratteristiche del web e la sua evoluzione. - Conoscere le dinamiche di relazione, i nuovi modelli di business e i casi di successo nel mondo dei social networks. - Acquisire le competenze di base per poter elaborare una strategia per la presenza aziendale su Facebook - Twitter ¬- Linkedin - Youtube - Google. - Riconoscere e valutare strategicamente gli strumenti tecnologici adatti alle esigenze del cliente/azienda. - Stimolare nei partecipanti la capacità di cogliere le opportunità dei media digitali e della rete, rispondenti alle esigenze di annullamento delle barriere geofisiche nei rapporti commerciali.
Risultati attesi:	- Approfondire conoscenze e sviluppare competenze per inserire l'azienda in un social networking. - Benchmarking delle principali metodologie di marketing non convenzionale: viral marketing, web marketing, email marketing, guerrilla marketing, marketing esperienziale, marketing della conoscenza degli strumenti di creazione delle community (blog, social network, wiki, email, siti internet, software CRM). - Capacità di formulare strategie per le diverse tipologie di aziende in termini di sviluppo del brand, fidelizzazione dei clienti, creazione di una community, valutazione della reputazione di un prodotto o azienda. - Capacità di elaborare e interpretare i metodi, le tecniche e gli strumenti da utilizzare come tattica e strategia di marketing.
Fabbisogni formativi:	Il corso nasce dall'esigenza di formare figure professionali capaci di gestire i cambiamenti negli scenari mediali all'interno delle attività di branding; figure le cui competenza siano efficaci nel supportare processi decisionali aziendali tramite la ricerca e l'utilizzo di strumenti di innovazione. La cornice teorica e operativa preferenziale nell'inquadrare questi nuovi esperti è rappresentata dalla congiunzione tra la web communication e le pratiche di networking, con particolare attenzione al web 2.0, alle possibili evoluzioni delle digital culture e degli strumenti tecnologici ad esse riferiti. L'obiettivo del master è quello di formare professionisti capaci di leggere e interpretare i flussi dinamici attivati dal mondo della comunicazione e dalle pratiche di utilizzo dei new media. Tali figure si qualificherebbero per la capacità di fornire strumenti operativi a supporto delle attività decisionali nell'ambito della brand strategy. Oltre agli skills propri dell'universo connesso ai brand, il Master propone l'acquisizione di competenze analitiche così come l'attivazione di percorsi creativi esercitabili nell'ambito della mediazione tra il brand, gli stakeholder e i consumatori.
Spendibilità in termini di occupabilità:	Il corso intende formare professionisti negli ambiti del brand management, della consulenza e della fornitura di servizi indirizzati al web: web brand manager, social media consultant, web analyst, media & research specialist, digital marketing manager, web content manager, online media

	planner. Il ruolo dei social network come elemento di sviluppo di un'azienda è principio consolidato da anni. Web e Marketing sono i fattori che permettono di affrontare, vendere e comunicare con il mondo esterno, eliminando qualsiasi barriera geofisica. Ciò è tanto più vero nel periodo attuale, caratterizzato da radicali cambiamenti economici e sociali, da una profonda flessione del mercato del lavoro e nel contempo da una forte competitività globale delle imprese. Diversi sono gli strumenti di web marketing e social network che permettono di dar luce e visibilità alle aziende. Per chi opera o vuole operare nel mondo globale diviene fondamentale conoscere tali linguaggi e strumenti ed utilizzarli a supporto dei processi di cambiamento in corso in maniera corretta, tempestiva ed efficace. Il corso è ampiamente spendibile oggi perché è in grado di strutturare e consolidare le proprie conoscenze e competenze.
Innovatività:	Siamo davanti ad una generazione cresciuta con la possibilità di "scelta": un pubblico che riceve un'offerta sconfinata e rapida. Riceve input di consumo in ogni momento della giornata e consuma velocemente: il prodotto che non sta al passo, nasce già vecchio. Un'epoca di budget di spesa contenuti, dove i manager devono saper affrontare la sfida: conoscere il loro target, parlare la stessa lingua, condividere gli stessi media e imparare ad usarli in maniera efficace e produttiva con l'obiettivo di massimizzare il ritorno sugli investimenti. Per farlo, è necessario usare modalità di contatto creative, utilizzare media innovativi e i mezzi classici in maniera non convenzionale, esplorare le possibilità di co-marketing, fidelizzare l'utenza entrando nelle communities. La formazione si basa sulla regola che tra vita online e offline esiste un circolo virtuoso che si autoalimenta di continuo. L'obiettivo finale è fornire i mezzi per confrontarsi con un pubblico che è in continua evoluzione e che risponde ai messaggi in maniera sempre diversa e nuova. Per raggiungerlo, dobbiamo utilizzare una comunicazione crossover avvalendoci di tutti i mezzi in maniera coerente; dobbiamo personalizzare al massimo i contenuti; dobbiamo predisporre un piano strutturato ed elaborato che individui perfettamente il target di riferimento; dobbiamo trovare la creatività per generare messaggi forti, precisi, appealing, positivi, che non passino inosservati.
Follow up:	Al termine del percorso formativo sono previste azioni di follow up, con l'obiettivo di valutare l'apprendimento degli allievi. La valutazione sarà effettuata tramite test e colloqui, attraverso i quali sarà possibile verificare che l'allievo abbia raggiunto tutti gli obiettivi previsti dal percorso frequentato e sia in grado di metterli in pratica.
Innovatività metodologie formative:	L'approccio metodologico adottato sarà quello basato sull'action-learning, strategia particolarmente efficace per quelle organizzazioni che devono affrontare e gestire contesti in continua evoluzione. L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali. Verranno alternati metodi teorici con quelli operativi e pratici attraverso lezioni frontali, lavori in piccoli gruppi, il contributo esperienziale, discussioni di gruppo, esercitazioni, role playing, simulazioni, studio di casi. La concretizzazione del livello teorico verrà realizzata attraverso un momento di stage in azienda.
Modalità di valutazione competenze in uscita:	I partecipanti saranno sottoposti all'accertamento delle conoscenze e delle competenze acquisite durante il corso mediante diversi strumenti di valutazione: - verifiche intermedie: previste al termine di ogni modulo formativo strutturate sia a test sia con metodologie di problem solving; - verifica finale: un project work scritto descrivente la gestione di un progetto di formazione aziendale secondo una linea di finanziamento a loro scelta, presentato in occasione del colloquio orale.
Settori:	- Costruzioni - Istruzione - Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli - Attività finanziarie e assicurative - Trasporto e magazzinaggio - Altre attività di servizi - Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria - Attività manifatturiere - Fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento - Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione - Servizi di informazione e comunicazione

- Attività immobiliari
- Attività professionali, scientifiche e tecniche
- Noleggio, agenzie di viaggio, servizio di supporto alle imprese
- Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento
- Organizzazioni ed organismi extraterritoriali
- SANITA' E ASSISTENZA SOCIALE

Coordinamento interno progetto:

Nome	Cognome	Ruolo	Dettaglio attività	Telefono	Email
SARA	BOLDRIN	Coordinatore	ha la responsabilità operativa nella pianificazione del corso, nel reperimento dei docenti e nella supervisione alle attività di tutoraggio e di segreteria organizzativa. Coordina l'attività dei docenti sia per quanto riguarda i contenuti che per l'organizzazione delle attività didattiche. Supervisiona la corretta compilazione della documentazione cogente. Da lui dipende direttamente il tutor del corso che lo coadiuva nelle parti più operative delle azioni di coordinamento.	340/5653511	saraboldrin@codess.com
SARA	BOLDRIN	Tutor	ha la funzione di interfaccia tra gli allievi, i docenti e l'area aziendale. Si occupa della pianificazione operativa dei calendari, del reperimento degli stage, della gestione dei registri, del materiale didattico. Al tutor compete, su indicazione del coordinatore, la gestione della modulistica d'aula per le attività formative, la gestione delle comunicazioni ordinarie organizzative, l'archiviazione delle documentazione	340/5653511	saraboldrin@codess.com
PIER PAOLO	PENTUCCI	Segreteria organizzativa	si occupa della predisposizione delle copie dei materiali didattici da fornire ai partecipanti, allestimento delle aule didattiche, dei contatti telefonici, della gestione dell'agenda dei docenti e del personale di area.	335/6621452	pierpaolopentucci@codess.com

Informazioni titolo di studio

Titolo di studio minimo in ingresso: Laurea triennale (nuovo ordinamento)

Gruppo corsi laurea: Gruppo architettura; Gruppo economico-statistico; Gruppo giuridico; Gruppo ingegneria; Gruppo insegnamento; Gruppo letterario; Gruppo linguistico; Gruppo politico-sociale; Gruppo psicologico; Gruppo scientifico

Altri requisiti di accesso: Il corso è rivolto ai laureati che intendono occuparsi del marketing e social networking.
Altri requisiti di accesso:
- buon uso del pc (Pacchetto Office),
- buona conoscenza della Lingua Inglese.

Stessi requisiti sono richiesti anche per gli stranieri - ai quali va aggiunto anche un buon uso della lingua italiana parlata/scritta.

Tipologia destinatari:	- Disoccupati laureati - Occupati laureati - Soggetti in CIG laureati - Soggetti in mobilità laureati

Altre informazioni

Costo di iscrizione per partecipante (euro):	6000,00000		
Costo orario (euro):	20,00		
Durata in:	Ore		
Durata totale corso (in ore):	300	**Monte ore per calcolo % ammissibili:**	300,00
Ore attività formazione in aula:	240	**Attività in aula (%):**	80,00
Ore attività FAD:	(Non compilato)	**Attività FAD (%):**	0,00
Ore attività Outdoor:	(Non compilato)	**Attività Outdoor (%):**	0,00
Ore attività stage/project work:	60	**Attività stage/project work(%):**	20,00
Ore attività visite guidate:	(Non compilato)	**Ore attività visite guidate (%):**	0,00
Ore attività studio individuale:	(Non compilato)	**Ore attività studio individuale (%):**	0,00
Contenuti FAD:	(Non compilato)		
Specifiche tecniche attività FAD:	(Non compilato)		
Presenza Tutor per l'attività di FAD:	(Non compilato)		
Note sulle attività previste:	Lo stage in azienda è una esperienza lavorativa svolta dal partecipante presso un'azienda che ha il duplice scopo di agevolare la conoscenza tra chi auspica ad uno sbocco professionale e le aziende che ricercano personale preparato e competente. Il Project Work è uno strumento operativo che consente di valorizzare l'apprendimento di nuove competenze sviluppando progetti di crescita e di miglioramento focalizzati sulle esigenze personali/professionali con quelle aziendali/clienti.		
Numero docenti junior:	0		
Numero docenti middle:	0		
Numero docenti/testimoni senior:	7		
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza		
Note attestazione:	Al termine del corso verrà rilasciato un Attestato di Frequenza del corso "MARKETING E SOCIAL NETWORKING" : ai partecipanti che hanno partecipato all'80% del monte-ore complessivo (ore di aula + stage + Project Work) ed hanno superato con esito positivo la verifica finale (colloquio orale = project work).		
Verifica delle competenze in ingresso:	Si		
Prove selettive ulteriori:	No		
Parte dell'attività svolta all'estero o altra regione:	No		
Tipologia attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)		
Durata dell'attività svolta			

all'estero o altra regione (in ore):	(Non compilato)
Di cui ore di formazione in aula:	(Non compilato)
Motivazione dell'attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)
Sede/i dell'attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)

Moduli didattici - Num. moduli: 8

Titolo modulo:	INTRODUZIONE AL CORSO E PRINCIPI GENERALI
Contenuto:	- Obiettivi, programma e metodo di lavoro
Durata:	Ore 5
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA
Metodologie formative proposte:	L'approccio metodologico adottato sarà quello basato sull'action-learning. L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali.Verrà presentato il corso nella sua interezza ai partecipanti.
Docente :	- ORAZIO STANGHERLIN Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo:	FARE MARKETING CON I SOCIAL MEDIA
Contenuto:	- I principi del marketing sul web - Gli strumenti del marketing online (e-mailing, SEO, SEM, social media, etc) - Il diverso ruolo del consumatore nel mondo 2.0 - Vendere tramite il web (commercio elettronico) - La crescente importanza dei Social Media per le aziende - Strategie di utilizzo dei Social Media nel business - Panoramica dei principali strumenti (blogs, Linkedin, Facebook, Twitter, Google+) - Social Media ed Enterprise 2.0 - L'importanza delle Comunità Virtuali ed il ruolo del Community Manager
Durata:	Ore 46
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA
Metodologie formative proposte:	L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali. Questo modulo formativo si soffermerà sugli strumenti "social media" con i quali si può fare marketing oggi.
Docente :	- CRISTINA RIGUTTO Senior (10 anni di esperienza) - ORAZIO STANGHERLIN Senior (10 anni di esperienza) - DORIANA PAVAN Senior (10 anni di esperienza) - PIER GIORGIO MARIN Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo:	FARE MARKETING CON FACEBOOK
Contenuto:	- Il "fenomeno" Facebook nell'Italia e nel mondo - Panorama degli strumenti per il business in Facebook (profilo, pagina, gruppo, applicazioni, pubblicità, insights) - La gestione dei profili business (Fan Page) - Integrazione di Facebook con altri social media ed altri servizi di gestione - Esempi pratici di utilizzo di Facebook e casi di successo
Durata:	Ore 46
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte: L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali. Il modulo formativo indicherà e approfondirà le conoscenze di come fare marketing con Facebook.

Docente :

- MANUELA SOCCOL	Senior (10 anni di esperienza)
- NICOLETTA TODESCO	Senior (10 anni di esperienza)
- A. DENNIS MASSEIT	Senior (10 anni di esperienza)
- GIUSEPPE DE MARINIS	Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo: ALLA SCOPERTA DI TWITTER

Contenuto:
- Il diverso ruolo del consumatore nel mondo 2.0
- La crescente importanza dei Social Media per le aziende
- Caratteristiche fondamentali di twitter (followers, tweets, direct messages, ricerche online)
- Caratteristiche avanzate di Twitter (retweet, hashtags, liste, API)
- Esempi pratici sull'utilizzo di Twitter
- Rassegna dei servizi di terze parti disponibili per utilizzare al meglio twitter (dashboards, automazione tasks, analytics, analisi reputazione)
- Esempi e casi di successo di Twitter per il business.

Durata: Ore 46

Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte: L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali.Il modulo formativo approfondirà le conoscenze e competenze di Twitter come strumento di marketing oggi.

Docente :

- GIAN LUCA CELESTE	Senior (10 anni di esperienza)
- FEDERICO GUERRINI	Senior (10 anni di esperienza)
- CRISTINA RIGUTTO	Senior (10 anni di esperienza)
- DORIANA PAVAN	Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo: LINKEDIN PER IL MONDO DEL LAVORO

Contenuto:
- Linkedin come social networks
- Linkedin come supporto all'ingresso o alla ricollocazione nel mondo del lavoro
- Caratteristiche fondamentali di Linkedin (profilo, gruppo, aziende, ricerche online)
- Esempi pratici sull'utilizzo di Linkedin

Durata: Ore 46

Modalità formativa: FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte: L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali. Il modulo formativo evidenzierà come Linkedin può essere un nuovo modo di fare marketing oggi.

Docente :

- ORAZIO STANGHERLIN	Senior (10 anni di esperienza)
- SANDRO FURLAN RADIVO	Senior (10 anni di esperienza)
- FEDERICO GUERRINI	Senior (10 anni di esperienza)
- PIER GIORGIO MARIN	Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo: YOUTUBE E GOOGLE: UN NUOVO MODO DI "VEDERE"

Contenuto:
- Il ruolo di Youtube e di Google in Italia e nel mondo
- Caratteristiche fondamentali di Youtube e di Google
- Esempi pratici sull'utilizzo di Youtube e di Google
- La gestione dei contenuti da inserire su Youtube e su Google
- Quali informazioni e quali immagini si possono inserire in un filmato
- Quali opportunità

Durata:	Ore 46
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA
Metodologie formative proposte:	L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali.L'importanza di Youtube e di Google come due strumenti social network oggi.
Docente :	
	- DORIANA PAVAN — Senior (10 anni di esperienza)
	- FEDERICO GUERRINI — Senior (10 anni di esperienza)
	- CRISTINA RIGUTTO — Senior (10 anni di esperienza)
	- PIER GIORGIO MARIN — Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo:	CHIUSURA DEL CORSO
Contenuto:	- Valutazione e conclusione del corso
Durata:	Ore 5
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA
Metodologie formative proposte:	L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali. Verra' concluso il corso attraverso la prova di valutazione finale.
Docente :	
	- PIER GIORGIO MARIN — Senior (10 anni di esperienza)
	- SANDRO FURLAN RADIVO — Senior (10 anni di esperienza)
Testimone aziendale :	
	- ORAZIO STANGHERLIN — Senior (10 anni di esperienza)

Titolo modulo:	STAGE IN AZIENDA/PROJECT WORK
Contenuto:	Lo stage in azienda è una esperienza lavorativa svolta dal partecipante presso un'azienda che ha il duplice scopo di agevolare la conoscenza tra chi auspica ad uno sbocco professionale e le aziende che ricercano personale preparato e competente. Il Project Work è uno strumento operativo che consente di valorizzare l'apprendimento di nuove competenze sviluppando progetti di crescita e di miglioramento focalizzati sulle esigenze personali/professionali con quelle aziendali/clienti.
Durata:	Ore 60
Modalità formativa:	STAGE/PROJECT WORK
Metodologie formative proposte:	L'impostazione didattica di fondo prevede l'uso di metodologie attive (open learning) centrate sulle competenze, intorno alle quali si realizzano nuclei di apprendimento com¬prendenti saperi, abilità e capacità che permetteranno di sviluppare un'area di competenze, conoscenze e capacità personali.

Aree di lavoro, gruppi di competenze e competenze

Area tematica	Area di lavoro	Gruppo di competenze
Marketing e commerciale	Comunicazione aziendale	Comunicazione integrata

Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	GAP
Saper sviluppare e implementare una strategia di comunicazione aziendale valutando l'integrabilità e la sinergia dei vari supporti comunicazionali e dei messaggi aziendali interni ed esterni	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper impostare un piano di comunicazione integrata formulando gli obiettivi per i singoli ambiti comunicazionali e redigere il relativo budget	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper impostare un sistema di monitoraggio e valutazione quali-quantitativa dei progetti di comunicazione sotto il profilo creativo e produttivo	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Conoscere le caratteristiche e i ruoli di tutte le strutture di supporto esterno alle attività di comunicazione aziendale	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3

Area tematica	Area di lavoro	Gruppo di competenze
Marketing e commerciale	Gestione vendite	Attività di vendita

Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	GAP
Conoscere le logiche relative all'utilizzo delle principali leve di marketing (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper definire le condizioni di vendita valutando le modalità di applicazione delle politiche di prezzo e delle politiche di sconto, promozione e incentivazione ai clienti	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper gestire le trattative di vendita con i clienti e formulare l'offerta commerciale	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper utilizzare le tecniche di negoziazione e di vendita	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3

Area tematica	Area di lavoro	Gruppo di competenze
Marketing e commerciale	Gestione dei processi di internazionalizzazione	Analisi dei contesti di internazionalizzazione

Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	GAP
Saper interpretare le recenti evoluzioni delle grandi aree economiche e geopolitiche in termini istituzionali ed economico-finanziari	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper ricercare e interpretare gli indicatori di sviluppo e i dati socio-economici e finanziari delle aree geografiche relative ai mercati di sbocco in un'ottica di sviluppo commerciale e saper effettuare una valutazione finanziaria e di rischio	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3

Saper effettuare un'analisi di segmentazione della domanda definendo i requisiti di base dei potenziali clienti e consumatori	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper effettuare un'analisi della concorrenza in un'ottica di posizionamento strategico dell'offerta aziendale rispetto a quella dei concorrenti	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3

Marketing e commerciale — **Account management (gestione del cliente)** — **Capacità trasversali**

Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	GAP
Saper promuovere e favorire l'apprendimento e l'aggiornamento continuo delle conoscenze per se stessi, per il proprio gruppo di lavoro e per la propria impresa	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper programmare le proprie attività e quelle altrui in modo finalizzato al rispetto delle priorità e delle scadenze	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Conoscere le tecniche di problem solving e le metodologie per la gestione dei processi decisionali	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3
Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi	3	Test a risposta multipla	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6	3

Partenariato

Nome azienda: ARCADIA CONSULTING SRL

Descrizione soggetto: Società di consulenza e formazione che fornisce valore aggiunto alle aziende attraverso lo sviluppo di idee, la creazione di innovazione e l'accesso sistematico alle agevolazioni d'impresa. Arcadia consulting srl è certificata UNI EN ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: VIA COPERNICO 2B/B1, 35013 CITTADELLA CITTADELLA (PD)

Codice fiscale: 03962250282

Partita IVA: 03962250282

Settore: Altre attività di servizi

Dimensione: Micro impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Legale rappresentante: ORAZIO STANGHERLIN

Codice fiscale legale rappresentante: STNRZO71E30C111J

Sito web: http://www.arcadia-consulting.it

Riferimenti per contatto: SANDRO FURLAN RADIVO **Tel.:** 049/9404427

Ruolo del partner:

- Progettazione: Si

Dettaglio progettazione: L'attività include
- la progettazione dei contenuti del corso e degli strumenti e delle modalità di gestione del corso stesso per il Catalogo Interregionale 2012;
- la progettazione esecutiva/gestione parziale delle attività necessarie per portare avanti il corso.
Tale attività prevede anche la verifica ed analisi dei requisiti di ingresso dei partecipanti che presentano domanda di voucher al corso.

- Testimoni rappresentativi: Si

STANGHERLIN ORAZIO	Il testimone aziendale può raccontare la propria esperienza di imprenditore ai partecipanti

- Stage: Si

Numero previsto di voucheristi in stage: 4

Dettaglio attività di stage: Lo stage permette ai partecipanti di mettere in pratica quanto viene affrontato in maniera teorica in aula.

Specifiche su sedi di stage: Lo stage viene svolto presso la sede di Cittadella in via Copernico 2B/B1

Nome: SANDRO

Cognome: FURLAN RADIVO

Telefono: 049/9404427

Email: sandro.furlan@arcadia-consulting.it

Nome azienda: PICCADILLY SRL

Descrizione soggetto: SCUOLA DI LINGUA E TRADUZIONI CHE nasce oltre dieci anni fa con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per Enti ed aziende nella formazione del personale e nella realizzazione di servizi linguistici di supporto alle aziende che operano in un contesto internazionale. PICCADILLY è CERTIFICATA SECONDO LE NORMATIVE UNI EN ISO 9001:2000.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: via copernico 2b/b1, 35013 CITTADELLA CITTADELLA (PD)

Codice fiscale: 04457170282

Partita IVA: 04457170282

Settore: Altre attività di servizi

Dimensione: Micro impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Legale rappresentante: ORAZIO STANGHERLIN

Codice fiscale legale rappresentante: STNRZO71E30C111J

Sito web: http://www.piccadilly.it

Riferimenti per contatto: GUIDO COZZA **Tel.:** 049/9402157

Ruolo del partner:

- Progettazione: Si

Dettaglio progettazione: L'attività include la progettazione e gestione del personale tecnico che rivestirà il corpo docenti. Tale attività prevede anche la verifica della corrispondenza della corretta gestione dei contenuti inseriti nel corso con l'attività di docenza del personale inserito.

- Testimoni rappresentativi: Si

STANGHERLIN ORAZIO	Il testimone aziendale può raccontare la propria esperienza di imprenditore ai partecipanti

- Stage: Si

Numero previsto di voucheristi in stage: 4

Dettaglio attività di stage: Lo stage permette ai partecipanti di mettere in pratica quanto viene affrontato in maniera teorica in aula.

Specifiche su sedi di stage: Lo stage viene svolto presso la sede di Cittadella in via Copernico 2B/B1

Nome: GUIDO

Cognome: COZZA

Telefono: 049/9402157

Email: guido.cozza@arvcadia-consulting.it

Nome azienda: ARCADIA NETWORK SRL

Descrizione soggetto: Organismo di gestione organizzativa, amministrativa e finanziaria in ambito societario.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: via copernico 2b/b1, 35013 Cittadella CITTADELLA (PD)

Codice fiscale: 00394660286

Partita IVA: 00394660286

Settore: Altre attività di servizi

Dimensione: Micro impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Legale rappresentante: ORAZIO STANGHERLIN

Codice fiscale legale rappresentante: STNRZO71E30C111J

Sito web: (Non compilato)

Riferimenti per contatto: ORAZIO STANGHERLIN **Tel.:** 049/9404427

Ruolo del partner:

- Progettazione: Si

Dettaglio progettazione: L'attività include la progettazione e gestione del corso e degli strumenti e delle modalità.

- Testimoni rappresentativi: Si

STANGHERLIN ORAZIO	Il testimone aziendale può raccontare la propria esperienza di imprenditore ai partecipanti

- Stage: Si

Numero previsto di voucheristi in stage: 4

Dettaglio attività di stage:	Lo stage permette ai partecipanti di mettere in pratica quanto viene affrontato in maniera teorica in aula.
Specifiche su sedi di stage:	Lo stage viene svolto presso la sede di Cittadella in via Copernico 2B/B1
Nome:	ORAZIO
Cognome:	STANGHERLIN
Telefono:	049/9404427
Email:	orazio.stangherlin@arcadia-consulting.it

N° totale partner:	3
N° partner in progettazione:	3
N° partner con testimoni aziendali:	3
N° partner per stage :	3
N° partner per stage localizzati in regioni/stati differenti:	(Non compilato)

Edizioni - Num. edizioni: 2

Dati principali edizione - ID edizione: 11590

ID sede:	Veneto
Denominazione sede:	Istituto Provolo
Provincia:	VERONA
Comune:	VERONA
Indirizzo:	Via G. Belluzzo, 2
Località:	San Michele
CAP:	37132
Telefono:	0452056100
Fax:	0452050106
Email:	ebarana@provolo.it
Riferimento accreditamento:	(Non compilato)
Data scadenza iscrizione:	10/08/2012
Data avvio:	25/01/2013
Data fine prevista:	06/05/2014
Num. minimo Voucher:	8
Num. partecipanti max.:	12
Modalità svolgimento corso:	Il corso verrà articolato in incontri di 4-8 ore a seconda della tipologia di partecipanti che lo frequenterà (occupati/inoccupati/..). La cadenza potrà essere settimanale - quindicinale.
Specifiche su prove selettive:	Verrà effettuato un test a risposta multipla.

Accessibilità - ID edizione: 11590

Accessibilità persone disabili:	Si
Specifiche accessibilità:	Il corso è accessibile per gli allievi

- su sedia a rotelle: accessibilità dall'esterno e dell'aula formativa;
- a non vedenti o ipovedenti e sordi o ipoacusici: garantendo l'assistenza di un esperto.

Referente - ID edizione: 11590

Nome:	ORAZIO
Cognome:	STANGHERLIN
Telefono:	049/9404427
Email:	orazio.stangherlin@arcadia-consulting.it

Docenti e Testimoni rappresentativi - ID edizione: 11590

Testimoni	Nominativo	Ore docenza
	ORAZIO STANGHERLIN	1

Docenti	Nominativo	Ore docenza
	SANDRO FURLAN RADIVO	26
	PIER GIORGIO MARIN	26
	ORAZIO STANGHERLIN	29
	GIAN LUCA CELESTE	26
	FEDERICO GUERRINI	60
	DORIANA PAVAN	36
	CRISTINA RIGUTTO	36

Dati principali edizione - ID edizione: 11591

ID sede:	Veneto
Denominazione sede:	Arcadia Consulting Srl
Provincia:	PADOVA
Comune:	CITTADELLA
Indirizzo:	Via Copernico 2B, Int. B1
Località:	(Non compilato)
CAP:	35013
Telefono:	0499404427
Fax:	0499408833
Email:	orazio.stangherlin@arcadia-consulting.it
Riferimento accreditamento:	(Non compilato)
Data scadenza iscrizione:	10/08/2012
Data avvio:	16/11/2012
Data fine prevista:	30/04/2014
Num. minimo Voucher:	8
Num. partecipanti max.:	12
Modalità svolgimento corso:	Il corso verrà articolato in incontri di 4-8 ore a seconda della tipologia di partecipanti che lo frequenterà (occupati/inoccupati/..). La cadenza potrà essere settimanale - quindicinale.
Specifiche su prove selettive:	Verrà effettuato un test a risposta multipla.

Accessibilità - ID edizione: 11591

Accessibilità persone disabili:	Si
Specifiche accessibilità:	Il corso è accessibile per gli allievi

- su sedia a rotelle: accessibilità dall'esterno e dell'aula formativa;
- a non vedenti o ipovedenti e sordi o ipoacusici: garantendo l'assistenza di un esperto.

Referente - ID edizione: 11591

Nome:	ORAZIO
Cognome:	STANGHERLIN
Telefono:	049/9404427
Email:	orazio.stangherlin@arcadia-consulting.com

Docenti e Testimoni rappresentativi - ID edizione: 11591

Testimoni	Nominativo	Ore docenza
	ORAZIO STANGHERLIN	1
Docenti	Nominativo	Ore docenza
	SANDRO FURLAN RADIVO	26
	PIER GIORGIO MARIN	26
	ORAZIO STANGHERLIN	29
	GIAN LUCA CELESTE	26
	FEDERICO GUERRINI	60
	DORIANA PAVAN	36
	CRISTINA RIGUTTO	36

Esperienze pregresse

Titolo:	MICROSOFT DATA COMMUNICATION AND PROTECTION MANAGER
Descrizione:	CORSO A CATALOGO ALTA FORMAZIONE; SI E' POSTO L'OBIETTIVO DI FORMARE SPECIALISTI IN GRADO DI IMPLEMENTARE UN SISTEMA DI GESTIONE E CONTROLLO DEGLI ACCESSI PER LA PROTEZIONE DEI DATI E DELLA CONTINUITA' DI FUNZIONAMENTO DI UNA INFRASTRUTTURA DI RETE BASATA SU WINDOWS SERVER 2008, EXCHANGE SERVER 2010, MS SQL SERVER 2008, ANCHE IN CASO DI INTRUSIONI INFORMATICHE ESTERNE, UTILIZZANDO ISA E FOREFRONT. HA RAGGIUNTO I SEGUENTI RISULTATI: SVILUPPO NEI PARTECIPANTI DI UNA MAGGIORE AUTONOMINA NELLE SCELTE ARCHITETTURALI NECESSARIE PER IMPLEMENTARE UNA ARCHITETTURA DI RETE E DI GESTIONE DEGLI ACCESSI, CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLE INFORMAZIONI SENSIBILI, IN GRADO DI GARANTIRE LA BUSINESS CONTINUITY. IMPLEMENTAZIONE DI SISTEMI DI GESTIONE DELLE COMUNICAZIONI AZIENDALI, DI GESTIONE E DI ACCESSO AI DATI IN GRADO DI ESSERE RIPRISTINATE TEMPESTIVAMENTE PER GARANTIRE LA SICUREZZA E LA CONTINUITA' DEL SISTEMA STESSO.
Data inizio:	14/02/2012
Data fine:	26/06/2012
Durata ore:	160
Tipologia destinatari:	- Disoccupati laureati - Occupati diplomati - Occupati laureati
Titolo studio minimo in ingresso:	Diploma di maturità e scuola superiore
Finanziato con risorse pubbliche:	No
Data approvazione:	29/06/2011
Area settoriale:	TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE
Area tematica:	Informatica e ICT (livello avanzato)
Titolo:	Promotore Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione nell'Impresa Sociale

Descrizione:	Il progetto si colloca in un piano formativo finalizzato all' inserimento occupazionale che intende coinvolgere diverse figure professionali. La figura professionale alla quale questo corso si rivolge è il promotore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in modo particolare all'interno dell'impresa sociale. Nel settore sociale, infatti, ci si trova spesso di fronte a varie barriere che ostacolano l'utilizzo e la gestione delle nuove tecnologie come strumenti di comunicazione e di gestione dei processi lavorativi. Si tratta dunque di un profilo professionale piuttosto complesso , che sappia unire alle competenze tecniche anche la capacità di assumere un ruolo di facilitatore –formatore in grado di agevolare l'utilizzo degli strumenti informatici da parte degli operatori.. E' inoltre importante che si sviluppi una consapevolezza e conoscenza del continuo percorso di riadattamento e trasformazione che l'applicazione delle nuove tecnologie può provocare sui processi lavorativi.
Data inizio:	24/11/2003
Data fine:	29/04/2004
Durata ore:	800
Tipologia destinatari:	- Disoccupati laureati - Occupati diplomati - Occupati laureati
Titolo studio minimo in ingresso:	Diploma di maturità e scuola superiore
Finanziato con risorse pubbliche:	Si
Data approvazione:	30/12/2002
Area settoriale:	TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE
Area tematica:	Marketing e commerciale