



**REGIONE CAMPANIA**

**AREA GENERALE DI COORDINAMENTO 17**

**Istruzione - Educazione - Formazione Professionale -  
Politiche Giovanili - Orientamento Professionale - O.R.Me.L. - Emigrazione - Immigrazione**

**Settore Formazione Professionale**

**ALLEGATO 4**

**FORMULARIO**





**REGIONE CAMPANIA**

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

**FORMULARIO**

Allegato 4

**A) CARATTERISTICHE DEL SOGGETTO PROPONENTE**

Codice Accreditamento **000059/08/04** rilasciato ai sensi della D.G.R. n. 242 del 22/07/2013

Denominazione Soggetto Proponente: **JOBIZ FORMAZIONE SRL**

Ragione Sociale **JOBIZ FORMAZIONE SRL**

Natura Giuridica Società responsabilità limitata

Codice fiscale

Partita Iva **03936340656**

Rappresentante legale **MARCO AUGUSTO BAIONE**

Indirizzo Sede operativa **VIA SAN LEONARDO 120**

Provincia: **Salerno** Comune: **SALERNO** C.A.P.: **84131**

Tel.: **089-3069891** Fax: **089-3069491** E-mail:  
**info@jobizformazione.com**

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro

2





REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

FORMULARIO

B) CONNOTAZIONE IPOTESI PROGETTUALE

Area di Intervento

<input type="checkbox"/> A - TRASVERSALE	<input type="checkbox"/> B - PRODUZIONE	<input checked="" type="checkbox"/> C - SERVIZI
--	---	---

Codice ISFOL-ORFEO 

2	3	0	1
---	---	---	---

Codice Profilo Professionale 

0	1
---	---

Denominazione  
Classificazione ISFOL-ORFEO 

ATTIVITA' PROMOZIONALI E PUBBLICITA' - MARKETING
--

Denominazione  
Profilo Professionale 

ADDETTO ALLA COMUNICAZIONE E MARKETING
--

Livello

<input type="checkbox"/> I	<input checked="" type="checkbox"/> II	<input type="checkbox"/> III
----------------------------	--	------------------------------

Titolo conseguibile

<input type="checkbox"/> ABILITAZIONE	<input type="checkbox"/> ATTESTATO DI FREQUENZA E PROFITTO	<input checked="" type="checkbox"/> QUALIFICA
---------------------------------------	--	---

DURATA PERCORSO FORMATIVO - specificare il monte ORE TOTALE 

600
-----

SONO PREVISTI I MODULI DI BASE 

<input checked="" type="checkbox"/> SI
<input type="checkbox"/> NO

Se "SI", specificare:

DURATA MODULI DI BASE - specificare il monte ORE TOTALE 

90
----

RAPPORTO 15% DURATA MODULI DI BASE - DURATA PERCORSO FORMATIVO 

<input checked="" type="checkbox"/> SI
<input type="checkbox"/> NO

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro 3





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### C) SCHEDA RIASSUNTIVA PERCORSO FORMATIVO

Codice Accreditamento      00059/08/04    rilasciato ai sensi della D.G.R. n. 242 del 22/07/2013

Codice di riferimento sistema classificatorio ISFOL-ORFEO/profilo professionale: 2301/1

#### Descrizione del percorso formativo in termini di motivazioni e obiettivi generali:

La diffusione dell'automazione ha colpito ogni ambito della società odierna, ma in particolare le ripercussioni si avvertono nel lavoro d'ufficio con maggiore risalto. Naturalmente l'ingresso dell'Informatica nel lavoro d'ufficio ha permesso di semplificare numerose procedure, anche se la scelta delle soluzioni tecnologiche è sempre legate alle specifiche esigenze.

Pertanto il corso per Addetto alla Comunicazione e al Marketing si propone di trasferire e consolidare le conoscenze necessarie per sviluppare l'orientamento al mercato dell'impresa, offrendo una panoramica completa dei concetti, delle logiche e degli strumenti operativi indispensabili per affrontare i processi decisionali concernenti le problematiche di marketing, comunicazione e vendite.

Formare figure professionali con una preparazione non solo teorica, ma anche improntata al *learning by doing* per coloro che cercano un approccio concreto alla formazione.

In particolare la finalità è quella di creare una figura professionale che sia in grado di curare l'ideazione e la realizzazione di prodotti informativi e pubblicitari, su supporto cartaceo e/o magnetico, per il settore turistico in particolare, vista la vocazione turistica specifica del territorio locale. Una figura esperta in tecniche della comunicazione che si specializza per rispondere alle esigenze del mercato turistico. Fra le attività che questa figura può svolgere c'è anche quella di definire la politica dell'immagine di una azienda turistica (privata o pubblica) che richieda la sua consulenza.

Dovrà sviluppare capacità creative ed espressive, sia a livello di scrittura che di immagine grafica. Per esprimersi in modo persuasivo, dovrà conoscere le tecniche del messaggio pubblicitario ed avere competenze di psicologia. Occupandosi di un particolare settore, il turismo, deve inoltre avere competenze di marketing turistico e deve conoscere il settore in maniera approfondita.

Inoltre tale figura acquisirà le competenze adeguate per operare nel campo della comunicazione con l'ausilio delle attrezzature informatiche e dei sistemi classici di comunicazione.

In particolare tale figura dovrà acquisire competenze per il trattamento di dati grafici e multimediali, abbinando all'uso del computer la conoscenza dei principi della multimedialità e della comunicazione e

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente      spazio per timbro      4





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

i differenti tipi di software esistenti sul mercato, avendo chiaro il panorama generale delle nuove tecnologie connesse all'Office Automation e, più in generale, all'*Information Technology*.

L'esperto così formato potrà operare come lavoratore autonomo o come dipendente nel campo della comunicazione multimediale, in agenzie e studi di pubblicità, agenzie di produzione web e multimediale, case editrici specializzate, aziende con ufficio interno comunicazione/grafica.

Il corso si rivolge non solo a chi lavora o desidera lavorare nel settore prettamente informatico, ma anche a chi, lavorando in altri settori, ha bisogno di sfruttare al massimo gli aiuti che l'informatica fornisce.

L'obiettivo è di formare delle figure professionali che conoscano il sistema aziendale e sappiano utilizzare le principali tecniche di comunicazione, marketing e pubbliche relazioni, sia ai fini commerciali che per la gestione dei rapporti psico-sociologici.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro

5





**REGIONE CAMPANIA**

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

**FORMULARIO**

Evidenziare la percentuale prevista per i moduli di base ed il rispetto del 15% con la durata complessiva del percorso formativo (100%):

<b>MODULI DI BASE</b>	<b>% PREVISTA</b>
<b>MODULO N.1 PROMOZIONE DELLE CONDIZIONI DI PARI OPPORTUNITA' NEGLI AMBIENTI DI LAVORO E NORMATIVA DI RIFERIMENTO</b>	<b>2,5</b>
<b>MODULO N.2 CENNI DI ECOLOGIA E AMBIENTE, SVILUPPO SOSTENIBILE ED EVENTUALE NORMATIVA SETTORIALE DI RIFERIMENTO</b>	<b>1,67</b>
<b>MODULO N.3 INFORMATICA E WEB: CONOSCENZE TEORICHE E UTILIZZO PRATICO DEGLI STRUMENTI</b>	<b>3,33</b>
<b>MODULO N.4 NORME DI PREVENZIONE E PROTEZIONE SUI LUOGHI DI LAVORO (D.LGS.626/94 E S.M.I.)</b>	<b>1,67</b>
<b>MODULO N.5 CENNI SULLA NORMATIVA SUI DIRITTI E DOVERI DEI LAVORATORI ANCHE CON RIFERIMENTO ALLE MODALITA' E CARATTERISTICHE DEI CONTRATTI TIPICI E ATIPICI. LA CONTRATTAZIONE</b>	<b>2,5</b>
<b>MODULO N.6 CENNI SUL SISTEMA FISCALE IN VIGORE</b>	<b>1,67</b>
<b>MODULO N.7 CENNI DI PROJECT FINANCING: LEGGI AGEVOLATIVE, FONDI STRUTTURALI, AUTOIMPIEGO</b>	<b>1,67</b>
<b>RAPPORTO % MODULI DI BASE1, 2, 3, 4, 5, 6, 7/PERCORSO FORMATIVO</b>	<b>15</b>

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro

6





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### D) STRUTTURA PERCORSO FORMATIVO

**ANALISI DEI FABBISOGNI:** Specificare in che modo l'intervento formativo risponde ai fabbisogni emersi ed alle esigenze del territorio

Le principali tendenze della domanda per le figure di riferimento per dimensioni aziendali e nel confronto con la media nazionale:

- Nell'area dell'amministrazione sono i tecnici sistema informativo aziendale ed i tecnici amministrazione/finanza/controllo di gestione ad avere gli indici più elevati.
- L'area commerciale fa segnare indici molto rilevanti di crescita in particolare per i tecnici commerciale/marketing/organizzazione vendite e i tecnici di prodotto/servizio-assistenza clienti.
- Nell'area della programmazione della produzione/logistica gli indici più elevati si riscontrano per i tecnici programmazione della produzione/logistica. In generale l'area della progettazione dell'innovazione di prodotto e di processo fa segnare le prospettive più positive.
- Per la parte amministrativa sono fortemente richiesti tecnici di amministrazione /finanza e controllo di gestione, unitamente agli esperti di marketing.

Per quanto riguarda le nuove figure con caratteristiche di specializzazione nel campo dell'Informatica le principali categorie richieste dal mercato riguardano l'area internet/intranet (i progettisti web), l'informatica industriale e la grafica computerizzata (progettisti sistemi multimediali).

Nell'ambito poi della Comunicazione e del Marketing sono richiesta capacità e competenze che consentano di interpretare le esigenze del pubblico obiettivo dell'aziende/ente e di migliorare le capacità di comunicazione e di sintonia con l'utente.

In particolare si ravvede la necessità di figure professionali che appartengono alla famiglia delle professioni del *Communication Management* e specializzate nel turismo, in particolare. I percorsi che portano a questa figura professionale sono quelli umanistici dove la presenza femminile è molto consistente.

Gli aspetti caratterizzanti tali professioni, oltre alle conoscenze tecniche, sono:

- la pianificazione degli obiettivi, strategie e azioni necessarie a realizzare la produzione e la successiva commercializzazione di un prodotto o di una linea di prodotti;
- l'approfondita conoscenza del consumatore, il monitoraggio costante del mercato e l'interpretazione delle sue tendenze attuali e delle prospettive future a medio e lungo termine;
- il coordinamento dell'attività delle funzioni aziendali che concorrono alla realizzazione della strategia di marketing: il reparto produzione, il reparto vendite, il reparto finanziario e le risorse umane;

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro

7





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

- l'interpretazione del mercato e delle sue tendenze; la valutazione degli atteggiamenti, delle aspettative, dei comportamenti esterni ed interni all'Organizzazione che comunica;
- la progettazione, il coordinamento ed il controllo della comunicazione aziendale, con la valutazione in particolare della integrabilità e della sinergia dei vari messaggi aziendali interni ed esterni;
- la definizione e l'elaborazione di strategie di comunicazione per le aziende per il perseguimento dei seguenti obiettivi: a) loro posizionamento sul mercato in termini di riconoscibilità e/o miglioramento e rafforzamento dell'immagine all'interno ed all'esterno: b) ottenere consenso e/o modificare atteggiamenti e comportamenti degli interlocutori dell'azienda sia all'interno che all'esterno, in particolare consumatori, concorrenza, sistema delle alleanze, ecc...

Si ravvede, dunque, l'esigenza di una figura professionale, come l'addetto alla comunicazione e al marketing, che attraverso l'acquisizione degli strumenti e delle competenze necessarie siano in grado di elaborare efficaci strategie di marketing, utili all'azienda per raggiungere un solido vantaggio competitivo, necessario in un mercato in continua evoluzione. ed inoltre sia in grado di utilizzare al meglio il personal computer nella gestione aziendale.

Deve quindi saper operare con i software utili alla gestione, all'organizzazione e alla promozione dell'azienda grazie al trattamento di dati e grafici, dal momento che la multimedialità sta diventando uno dei sistemi comunicativi più diffusi nella società e di conseguenza è in crescita la richiesta in ambito professionale specializzato.

Al termine del percorso formativo i partecipanti saranno in grado di sviluppare e pianificare gli obiettivi d'impresa attraverso la creazione e la valorizzazione della comunicazione interna ed esterna dell'azienda come fattore strategico.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro

8





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### 1. Modulo di Base: PROMOZIONE DELLE CONDIZIONI DI PARI OPPORTUNITA' NEGLI AMBIENTI DI LAVORO E NORMATIVA DI RIFERIMENTO. Specificare monte ore e articolazione modulare

MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)

1	5
---	---

Le politiche formative, negli ambiti in cui vengono applicati, devono ispirarsi alle politiche per le pari opportunità, superando gli stereotipi che tendono a limitare l'accesso delle donne e nello stesso tempo mettendo in atto provvedimenti che facilitino tale accesso. L'intervento di formazione e riqualificazione deve, perciò, prevedere orari di erogazione flessibili, in piena concordanza con l'esigenza di conciliare la vita familiare con questo tipo di attività.

Innanzitutto, il principio delle pari opportunità deve essere saldamente inglobato come criterio di qualità nelle strategie riguardanti i percorsi di formazione e va messo in pratica mediante programmi d'indirizzo marcatamente pratico, in modo da aumentare il numero della presenza femminile. La partecipazione alla formazione è di solito ostacolata dalla difficoltà di lasciare il proprio posto di lavoro: questo è un fattore che accomuna donne e uomini. Ma lontananza e difficoltà di frequenza penalizzano di più le donne.

Analizzando quanto detto diviene chiara la necessità di doversi spingere verso un mainstreaming di genere nei processi formativi, anche se si sono percepite ancora poco la valenza, l'utilità e l'obbligatorietà di dover coniugare i modelli e i contenuti formativi in un'ottica di genere, intesa come espressione dell'acquisita consapevolezza della propria soggettività. Evolvere, in tal senso, significherebbe porre la dovuta attenzione nei confronti delle trasformazioni socio-culturali e della differenza - "di genere" ed "in genere" - come chiave di lettura dei rapporti lavorativi, sociali e personali, nella convinzione che, in un contesto che si avvia a diventare sempre più 'globale', è proprio la differenza che può porsi come valore culturale del vivere civile.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro 9





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### 2. Modulo di Base: CENNI DI ECOLOGIA E AMBIENTE, SVILUPPO SOSTENIBILE ED EVENTUALE NORMATIVA SETTORIALE DI RIFERIMENTO. Specificare monte ore e articolazione modulare

MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)

1	0
---	---

Negli ultimi decenni le scienze naturali, umane e sociali, come anche l'opinione pubblica, sono passate da una visione dell'ambiente come dato imm modificabile e semplice "deposito" inesauribile di risorse per la vita e le attività umane, ad una visione in cui le attività umane, da un lato dipendono dall'ambiente, e dall'altro lo modificano. La ricerca di un rapporto equilibrato tra attività umane e ambiente ha dato vita al concetto di sviluppo sostenibile. Il termine "sostenibile" si riferisce all'idea che l'espansione delle attività umane non deve procedere ad un ritmo tale da modificare in modo errato, o da esaurire, le risorse ambientali. La scoperta della dimensione ambientale dello sviluppo è il risultato della crescente sensibilità di scienziati naturali e sociali e dell'opinione pubblica per gli effetti ambientali dell'industrializzazione. La definizione di "sviluppo sostenibile" o "durevole" come "sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri", viene accreditata ufficialmente per la prima volta nel 1987 nel Rapporto della World Commission on Environmental Development (chiamato "Rapporto Brundtland" dal nome della presidentessa della Commissione WCED, la norvegese Gro Harlem Brundtland, attuale direttrice dell'Organizzazione mondiale della sanità). Definizione che in seguito, riceverà anche il sostegno delle maggiori organizzazioni internazionali come ONU, Commissione Europea e Banca Mondiale. Il percorso formativo mira alla comprensione dei principi fondamentali contenuti nel Rapporto Brundtland, che definisce i concetti alla base dello "sviluppo sostenibile", promuove l'intervento tecnologico ("tecniche ecologicamente razionali"), come uno strumento per rendere più produttivo l'ambiente, e riconosce al contempo nei cosiddetti "beni globali", come, aria, acqua, suolo, biodiversità, ecc..., un patrimonio comune dell'umanità. Verranno approfonditi anche i nuovi principi, tra i quali: il rinnovamento della crescita economica, il miglioramento della qualità della crescita, la stabilizzazione dei livelli d'occupazione, una nuova strutturazione delle relazioni economiche internazionali, il rafforzamento della cooperazione internazionale. Tutti principi che il rapporto ne raccomanda l'inserimento nelle leggi nazionali o in atti internazionali vincolanti, per specificare diritti, doveri e responsabilità di cittadini e Stati.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro 10





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### 3. Modulo di Base: INFORMATICA E WEB: CONOSCENZE TEORICHE E UTILIZZO PRATICO DEGLI STRUMENTI. Specificare monte ore e articolazione modulare

MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)

2	0
---	---

L'uso delle nuove tecnologie, sta determinando in Italia mutamenti radicali sul piano dell'occupazione. Per questo motivo sono state adottate una serie di misure di sensibilizzazione volte promuovere la conoscenza dei benefici della società dell'informazione in tutti gli ambiti, partendo dalle esigenze delle varie categorie di destinatari, e attività finalizzate a valutare opportunità e ostacoli all'accesso dei prodotti e servizi offerti dalla società dell'informazione per i gruppi sociali sfavoriti e per le regioni periferiche meno favorite. L'Europa considera prioritario lo sviluppo accelerato della banda larga ed ha fissato per il 2005 obiettivi ambiziosi. La commissione ha invitato i singoli stati membri a dotarsi di una strategia nazionale sulla banda larga che rientri in un quadro di azioni europee concertate sotto una comune iniziativa. L'affermarsi di questa strategia faciliterà ai cittadini l'accesso ai servizi on-line e interattivi. La formazione on line ovvero *e-learning* è uno degli obiettivi che nel piano e-europe i paesi dell'UE devono perseguire a supporto e sviluppo delle più diverse attività. Tali problematiche sono oggi risolte grazie alle tecnologie telematiche e di ICT che consentono di predisporre piattaforme di gestione di dati, comunicazioni on line e videoconferenza per la formazione a distanza, anche a carattere interattivo. E' perciò cruciale che il settore pubblico faccia investimenti nell'educazione a distanza, pena la completa commercializzazione di tale settore.

Il modulo intende dunque presentare una panoramica generale dell'*Information Technology* e del suo grado di penetrazione all'interno dei diversi Paesi europei e in Italia, in particolare, con riferimento all'incidenza nei differenti settori produttivi.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro

11





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### 4. Modulo di Base: NORME DI PREVENZIONE E PROTEZIONE SUI LUOGHI DI LAVORO (D.LGS.626/94 E S.M.I.). Specificare monte ore e articolazione modulare

MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)

1	0
---	---

I corsi professionalizzanti mirano a conferire all'allievo una preparazione globale per affrontare il mondo del lavoro. Per cui risulterà utile avere un'infarinatura sulla principale normativa che regola la prevenzione e la protezione dei lavoratori sul posto di lavoro. La figura del lavoratore è il perno attorno a cui ruota tutto il sistema prevenzionale, essendo il principale beneficiario dei meccanismi di tutela nei luoghi di lavoro. Ma egli non è più soltanto destinatario di norme perché la nuova normativa gli conferisce un ruolo partecipativo nella realizzazione dello stesso sistema, prevedendo specifici doveri che ne fanno un vero e proprio "soggetto obbligato". Con il d.lgs.n.626/94 si assiste al passaggio evolutivo da una situazione in cui il datore di lavoro è debitore di sicurezza nei confronti dei lavoratori, che ne sono i destinatari passivi, ad una in cui il datore di lavoro è sempre debitore di sicurezza, ma a soggetti attivi e consapevoli. Vi è, infatti, una significativa corrispondenza tra questo obbligo del datore di lavoro e la definizione degli obblighi dei lavoratori (art.5 del decreto) come condizionati dalle formazione e informazione ricevute. Il comportamento attivo e collaborativo dei lavoratori costituisce il presupposto fondamentale per la circolazione delle informazioni e, quindi, per la conoscenza e la prevenzione di tutti i possibili fattori di rischio insiti nell'attività lavorativa. La previsione, agli artt.18 e 19 del suddetto decreto, della nomina di un rappresentante dei lavoratori per la sicurezza in tutte le unità produttive risponde all'esigenza di aprire un canale di partecipazione dei lavoratori, indispensabile per la realizzazione di un completo ed efficace sistema di prevenzione. I lavoratori sono presi in considerazione come soggetti attivi per rendere effettiva la sicurezza nei luoghi di lavoro non solo come soggetti collettivi, ma anche in quanto singoli. Ciascun lavoratore, infatti, deve prendersi cura della sicurezza propria e di quella delle altre persone presenti nei luoghi di lavoro, e a questo fine l'art.5 d.lgs.626/94 impone una serie di adempimenti a contenuto positivo, che richiedono cioè un comportamento attivo del lavoratore, e a contenuto negativo, che comportano una sua situazione di soggezione. Da tutto ciò si evince chiaramente che nel nuovo modello di sicurezza "partecipata" il lavoratore è chiamato a svolgere un ruolo consapevole di attore della prevenzione, che presuppone una sua attivazione responsabile. Questo è anche lo spirito della direttiva CE n. 89/391 (c.d. "quadro" e recepita dal d.lgs.n.626/94), dove nel proemio si evidenzia la necessità che "i lavoratori siano in grado di contribuire, con una partecipazione equilibrata e conformemente alle legislazioni e/o prassi nazionali, all'adozione delle misure di protezione".

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro

12





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

**5. Modulo di Base: CENNI SULLA NORMATIVA SUI DIRITTI E DOVERI DEI LAVORATORI ANCHE CON RIFERIMENTO ALLE MODALITA' E CARATTERISTICHE DEI CONTRATTI TIPICI E ATIPICI. LA CONTRATTAZIONE. Specificare monte ore e articolazione modulare**

**MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)**

1	5
---	---

La riforma Biagi ha cambiato il volto del mercato del lavoro italiano, soprattutto grazie all'introduzione di alcuni innovativi strumenti contrattuali che rispondono ad una esigenza di modernizzazione e di flessibilità.

La riforma ha reso possibile la definizione di una nuova organizzazione dei rapporti e del mercato del lavoro, nel tentativo di far incontrare l'esigenza di allargare le tutele e le opportunità per i lavoratori con quella di aumentare la produttività per le imprese, nonché di contribuire allo sviluppo dell'economia italiana creando anche maggiori opportunità di occupazione.

Agli allievi del corso sarà presentata una panoramica sulle principali caratteristiche del mondo del lavoro, dei contratti, sulla normativa che regola il mercato del lavoro, con particolare riferimento ai diritti e ai doveri che i lavoratori hanno. In tal modo gli allievi potranno affrontare il mondo del lavoro avendo appreso le principali nozioni utili all'inserimento nel mondo lavorativo con una maggiore consapevolezza nei riguardi della regolamentazione vigente.

**6. Modulo di Base: CENNI SUL SISTEMA FISCALE IN VIGORE. Specificare monte ore e articolazione modulare**

**MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)**

1	0
---	---

Al fine di fornire agli allievi degli strumenti utili ad orientarsi all'interno del sistema fiscale vigente saranno presentati i principali argomenti relativi al diritto tributario italiano, alla classificazione dei tributi e delle imposte.

In particolare l'attenzione verrà soffermata sugli adempimenti del contribuente - per quanto riguarda dichiarazioni, controlli e accertamenti fiscali - e sui suoi diritti, come il potere di autotutela da parte dell'amministrazione finanziaria e la presenza di un garante del contribuente. Inoltre saranno prese in rassegna le principali forme di riscossione, i rimborsi, le sanzioni amministrative e la tutela giurisdizionale. Di particolare interesse per gli allievi potrà risultare l'analisi delle imposte dirette ed indirette, in quanto essi stessi rappresentano dei contribuenti, sia come cittadini, sia in qualità di imprenditori e come tali possono avere interesse ad essere informati in maniera approfondita sui principali adempimenti fiscali da seguire.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente spazio per timbro 13





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### 7. Modulo di Base: CENNI DI PROJECT FINANCING: LEGGI AGEVOLATIVE, FONDI STRUTTURALI, AUTOIMPIEGO. Specificare monte ore e articolazione modulare

MONTE ORE PREVISTO (inserire lo zero se il monte ore è ad una cifra)

1	0
---	---

Durante il corso verrà presentata una rassegna dei principali strumenti di finanziamento regionali, nazionali e comunitari utili a chi ha un'attività e intende implementare delle attività/progetti e a chi decide di avviare una nuova attività e intende trovare strumenti idonei a finanziarla.

In particolare sarà interessante comprendere che cos'è il *project financing*, la formula di finanziamento di progetti infrastrutturali ed opere pubbliche in genere in cui il creditore guarda principalmente al *cash flow* e alla redditività del progetto come principale fonte per la restituzione del debito derivante dall'investimento ed ai beni del progetto come unica garanzia del prestito.

Il panorama agevolativo a disposizione delle imprese che investono in Italia è costituito da un insieme di norme e strumenti a carattere regionale, nazionale e comunitario. I più importanti rientrano nel cosiddetto "Quadro Comunitario di Sostegno 2000-2006" e sono costituiti da agevolazioni (Fondi Strutturali) in conto impianti (parificabili ai contributi in c/capitale), in conto interessi e da incentivi di tipo fiscale (in pratica si tratta di "bonus" da utilizzarsi sul conto fiscale delle imprese).

Inoltre esistono diverse tipologie di leggi agevolative a livello nazionale, regionale e locale.

Scegliere come orientarsi tra il complesso quadro degli strumenti a disposizione spesso non è facile, pertanto il corso ha l'obiettivo di fornire i principali e importanti punti di riferimento per potersi orientare nell'ambito delle leggi agevolative per l'attività di impresa vigenti.

Inoltre saranno impartiti cenni sui principali passi per avviare un'attività imprenditoriale.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro

14





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

#### ARTICOLAZIONE ATTIVITÀ PREVISTE PER ATTIVAZIONE MODULI DI SPECIALIZZAZIONE (MAX 3 PAGINE)

Il percorso formativo prevede un'articolazione in moduli di specializzazione finalizzati a fornire agli allievi le competenze necessarie per svolgere le funzioni proprie della figura professionale in oggetto.

Totale moduli di specializzazione: 330 ore.

##### **Modulo 1: Accoglienza e orientamento al lavoro (20 ORE)**

Durante questo modulo ai corsisti verrà presentata l'articolazione del percorso formativo e gli obiettivi che si intende raggiungere insieme ad essi, attori del progetto. Inoltre, in questa fase, verrà costituito il gruppo di lavoro che resterà impegnato per l'intera durata del corso e il loro affiatamento consentirà di accrescere reciprocamente il bagaglio delle esperienze. I contenuti del modulo saranno, quindi:

- Accoglienza e presentazione del corso
- La comunicazione: tecniche di comunicazione verbale e non verbale; la comunicazione fra i gruppi.
- La ricerca del lavoro: il curriculum, le fonti di informazione, la selezione, il colloquio, il mercato del lavoro.

##### **Modulo 2: La Comunicazione efficace e il Public Speaking (20 ORE)**

Ci si propone di fornire contenuti e strumenti relativi alla comunicazione efficace e al lavoro in gruppo. Lo scopo è quello di consentire ai partecipanti l'apprendimento di metodiche atte ad ottimizzare la gestione delle risorse umane all'interno di un progetto, creando un team di lavoro coeso ed efficiente. La metodologia utilizzata prevede l'alternarsi di momenti teorici e pratici (role playing, proiezione audiovisivi, ecc.) per consentire ai discenti di esperire direttamente le dinamiche oggetto di studio. Saranno trattati i seguenti aspetti: Il gruppo di lavoro; i fattori costitutivi, le fasi della vita di un gruppo, il sistema dei ruoli; la comunicazione, le regole, i fattori di distorsione, la comunicazione efficace; la negoziazione, le fasi del processo, il metodo di discussione; la gestione dei conflitti; il decision making; la motivazione.

##### **Modulo 3: Lingua Inglese (30 ORE)**

Al fine di mettere i corsisti in grado di utilizzare un mezzo che proviene dalla cultura occidentale e del mondo anglosassone, sarà dedicato un modulo all'apprendimento dei fondamenti della lingua inglese e della terminologia tecnica legata al campo dell'Informatica e della comunicazione in Internet.

##### **Modulo 4: Impresa e Organizzazione aziendale (40 ORE)**

L'obiettivo del modulo è essenzialmente quello di fornire agli allievi una comune matrice culturale di approccio alla professionalità, attraverso l'acquisizione di competenze e la maturazione di caratteristiche che non abbiano solo una natura tecnico-pratica.

I contenuti del modulo:

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro \_\_\_\_\_ 15





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

- Impresa e società: l'impresa, l'imprenditore, i beni materiale, i tipi di società
- Organizzazione aziendale: pianificazione e sviluppo delle risorse umane, gestione e valutazione delle risorse umane, costruzione e presentazione di un rapporto/progetto.

#### **Modulo 5: Informatica di base (40 ORE)**

Obiettivo del modulo è fornire gli elementi di base dell' ambiente operativo Windows. Sarà fornita anche una panoramica sui principali problemi legati alla sicurezza dei sistemi informativi e alla gestione dei virus informatici. L'obiettivo del modulo è inoltre quello di illustrare la struttura e le principali caratteristiche degli applicativi per la realizzazione e formattazione di testi, la creazione di fogli elettronici e l'utilizzo delle funzioni fondamentali di immissione, modifica e ricerca dei dati e loro presentazione. Il modulo prevede l'acquisizione di competenze per l'utilizzo di Internet e della posta elettronica, strumenti indispensabile per il lavoro d'ufficio e per qualsiasi lavoro che mette in comunicazione soggetti che si trovano ad operare in luoghi diversi.

#### **Modulo 6: Il Marketing (40 ORE)**

Il modulo ha l'obiettivo di garantire ai partecipanti quelle competenze e conoscenze di marketing e comunicazione on line, indispensabili per sviluppare e promuovere con successo progetti su web.

I partecipanti acquisiranno l'esperienza e la competenza necessaria per poter coniugare attentamente le richieste dei clienti, il mercato di riferimento, con la migliore soluzione tecnologica disponibile per fare del prodotto web uno strumento di lavoro. I contenuti verteranno principalmente sulla definizione del marketing e sulle modalità operative per la definizione di strategie, obiettivi e strumenti; verrà analizzato il ciclo di vita di un prodotto e le strategie di differenziazione e di posizionamento, la pianificazione strategica d'impresa, le tecniche per le ricerche di mercato; la segmentazione del mercato e il posizionamento competitivo.

#### **Modulo 7: La Comunicazione (40 ORE)**

L'unità relativa alla comunicazione avrà come oggetto innanzitutto gli assiomi della comunicazione, le funzioni della comunicazione e la comunicazione efficace. L'attenzione verrà poi soffermata sulla comunicazione aziendale e pubblicitaria, in particolare e le strategie di pianificazione del web marketing, con attenzione ai principali business model on line.

L'attenzione verrà focalizzata principalmente su:

La Comunicazione interna: forme, mezzi e veicoli- Mission, Vision e valori aziendali- Corporate image, Corporate identity, Corporate personalità- mezzi e strumenti di comunicazione interna- la comunicazione integrata.

La Comunicazione pubblicitaria: l'agenzia di pubblicità, competenze e attività- programmazione di una campagna pubblicitaria- i media e le loro caratteristiche- budget media, media planning e media buying- la misurazione dell'efficacia di una campagna pubblicitaria.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro

16





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

L'ufficio stampa: il sistema dei media- il comunicato stampa- la conferenza stampa.

La comunicazione politica e sociale: modalità e strumenti.

Il Web Marketing: Internet come fattore competitivo- vantaggi del canale digitale- marketing one-to-one- e-commerce. Direct Marketing e Internet: strumenti, strategie, il linguaggio del direct marketing- comunicare con Internet.

#### **Modulo 8: Marketing dei servizi (30 ORE)**

L'obiettivo del modulo è l'acquisizione da parte dei partecipanti di conoscenze, competenze e capacità professionali specifiche per valorizzare il patrimonio culturale ed ambientale del territorio e renderlo fruibile a visitatori e turisti attraverso la predisposizione, la promozione e la commercializzazione di offerte turistiche integrate. Verranno quindi analizzati gli strumenti di analisi del mercato dei servizi turistici e le tecniche per elaborare un piano di marketing di un servizio.

#### **Modulo 9: Strumenti di presentazione e grafica computerizzata (40 ORE)**

Microsoft PowerPoint è il programma di presentazioni grafiche che aiuta a tramutare semplici idee in presentazioni professionali, di grande impatto visivo ed efficaci. Le sue caratteristiche aiutano gli utenti a realizzare le presentazioni in modo più facile, illustrare le idee più efficacemente e condividere tutto ciò con qualsiasi contesto, dalla sala riunioni al Web. In questo modulo verranno analizzati gli strumenti standard di questo tipo per creare presentazioni per diversi tipi di audience e di situazioni e le funzionalità di base disponibili per comporre il testo, inserire grafici e immagini, aggiungere effetti speciali. Si propone inoltre di fornire ai partecipanti la conoscenza base del disegno vettoriale, di avvicinarli all'utilizzo del software Adobe Photoshop, per l'ottimizzazione ed il fotoritocco delle immagini, e del software Macromedia Dreamweaver MX per la pubblicazione di layout grafici, senza tralasciare gli innovativi strumenti per la creazione di animazioni in flash.

#### **Modulo 10: Lo sviluppo di un Piano di Comunicazione (30 ORE)**

Il modulo consiste nelle seguenti attività:

- Analisi del ciclo di vita del servizio turistico
- Elaborazione del piano strategico aziendale: obiettivi a lungo termine e definizione delle strategie, in relazione alle risorse economiche e organizzative dell'impresa.
- Elaborazione del piano di marketing: analisi del mercato e delle opportunità, strategie a breve termine.
- Presentazione dei principali strumenti di promozione forniti da Internet: utilizzo del sito per la promozione e vendita dei prodotti; posizionamento nei motori di ricerca; studio di campagne di mail marketing; campagne banner e link exchange.
- Elaborazione di una strategia di web marketing.

Al termine del percorso formativo i corsisti sosterranno un ESAME FINALE.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_

Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_

spazio per timbro \_\_\_\_\_

17





## REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento 17  
Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione

Settore Formazione Professionale

### FORMULARIO

**Specificare il monte ore previsto per attività di tirocinio-stage 180 ore**

**Specificare gli obiettivi che si intende ottenere dalle attività di tirocinio-stage**

Al termine del corso agli allievi sarà offerto un periodo di stage in azienda.

Lo stage aziendale è un'esperienza di orientamento e formazione sul luogo di lavoro, finalizzato ad agevolare le scelte professionali mettendo in pratica nella realtà aziendale le competenze e le conoscenze acquisite in aula. Esso è un modo per conoscere effettivamente il sistema aziendale delle professioni e il mercato del lavoro, favorendo l'accrescimento delle esperienze lavorative che diventano credito formativo per la propria professionalità.

Lo stage verterà sugli argomenti trattati al corso e soprattutto l'attenzione verrà focalizzata sulla stesura di un piano di marketing mirato al riposizionamento del territorio attraverso la valorizzazione, organizzazione e promozione delle proprie risorse (ambientali, culturali, etc.).

Ai corsisti verrà affidato un lavoro - o una simulazione - da portare a termine secondo tempi e scadenze aziendali, entro la durata dello stage.

Durante lo stage i corsisti avranno modo di verificare ed applicare "sul campo" le conoscenze acquisite durante il percorso formativo. Inoltre possono svilupparsi ed accrescere le proprie competenze ed abilità, basandosi sull'esperienza diretta ed attiva, nell'ambito di un concreto ambiente operativo.

Gli obiettivi e le finalità dello stage:

- Orientarsi sul mercato del lavoro
- Entrare in contatto diretto con le aziende e farsi un'idea di come queste funzionano
- Mettere alla prova le proprie capacità
- Valutare le proprie attitudini e propensioni lavorative

La scelta delle sedi dello stage ricadrà su aziende del territorio e non, che hanno già dimostrato interesse verso la figura professionale delineata ed un suo potenziale inserimento lavorativo nel caso in cui il tirocinio fosse stato proficuo ed interessante per entrambe le parti. Si prediligeranno aziende del settore turistico-alberghiero, rappresentative di una vocazione turistica del territorio.

Firma Legale Rappresentante \_\_\_\_\_ Timbro dell'Ente \_\_\_\_\_ spazio per timbro

18

