



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 1/19

**OGGETTO: Ratifica Decreto Rettorale d'urgenza n. 19 del 30 luglio 2015 aventi ad oggetto l'approvazione dell'adesione della presentazione alla Regione Marche delle proposte di progetti finalizzati allo svolgimento di corsi I.F.T.S.**

N. o.d.g.: 07/01	Rep. n. 162/2015	Prot. n. 27308	UOR: UFFICIO ALTA FORMAZIONE, POST LAUREA, PERGAMENE
------------------	------------------	----------------	---

Nominativo	F	C	A	As
Vilberto STOCCHI	X			
Martino ABBRACCIAMENTO	X			
Anna GUERRA	X			
Francesco Santino LOBRIGLIO				X
Orazio CANTONI	X			
Riccardo CUPPINI	X			
Ilario FAVARETTO	X			
Graziella MAZZOLI	X			
Nicola PANICHI	X			

Nominativo	F	C	A	As
Paolo PASCUCCI	X			
Piero TOFFANO	X			
Flavio VETRANO	X			
Enrico MORONI	X			
Roberta BOCCONCELLI	X			
Lucia Anna Maria POTENZA				X
Salvatore RITROVATO				X
Carmela NICOLETTI	X			
Vincenzo POMPILO	X			

**Legenda:** (F - Favorevole) - (C - Contrario) - (A - Astenuto) - (As - Assente)

Partecipano il Pro-Rettore Vicario Prof. Giorgio Calcagnini e il Direttore Generale Dott. Alessandro Perfetto.

IL SENATO ACCADEMICO

- Visto lo Statuto della Università degli Studi di Urbino Carlo Bo emanato con D.R. n.138 /2012 del 2 aprile 2012, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 16 aprile 2012 n.89;
- Visto l'art.3 del Regolamento Didattico di Ateneo emanato con D.R. n.487 del 4 novembre 2013;
- Visto l'Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di istruzione formazione tecnica superiore (IFTS) – ANNO 2015 (o 2016 o 2017) (P.O.R. Marche – F.S.E. 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4) di cui alla D.G.R. n. 384 del 5/5/2015);
- Vista la Disposizione n. 118/2015 del 10 luglio 2015 del Direttore del Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingua, Culture, Prof. Piero Toffano, con la quale si approva l'adesione al progetto IFTS in "Gestione degli eventi e fatti culturali" – Profilo Regionale: Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità di eventi del territorio;
- Vista la Delibera n. 6/2015 del 1 luglio 2015 del Direttore di Dipartimento di Economia, Società, Politica, Prof. Ilario Favaretto, con la quale approva, rispettivamente: 1) con determinazione n. 3/22, l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio" – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali; 2) con determinazione n. 4/22, l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche di produzione multimediale" – Profilo Regionale: Digital Strategy applicata ai distretti culturali evolutivi, Provincia di Pesaro e Urbino; 3) con determinazione n. 5/22 in "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria - Export, tecniche di vendita sui mercati internazionali, Web Strategy per il mercato brasiliano - Profilo Regionale: Esperto nel settore vendite;
- Vista la delibera n. 7/2015 del 1 luglio 2015 del Direttore di Dipartimento di Economia, Società, Politica, Prof. Ilario Favaretto, con la quale approva rispettivamente: 1) con determinazione n. 5-bis/22, l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria" - Profilo Regionale declinato: Export, Tecniche di Vendita sui Mercati Inter-



## Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 2/19

- nazionali, Web Strategy; 2) con determinazione n. 5-ter/22 l'adesione al progetto Formativo in: "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio" – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali; 3) con determinazione n. 1/7, l'adesione al progetto Formativo IFTS in: "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria – Profilo Regionale declinato: Europrogettazione. Area Professionale di riferimento: Servizi Commerciali;
- Vista la delibera n. 68/2015 del Direttore del Dipartimento di Giurisprudenza, Prof. Paolo Pascucci, con la quale, con determinazione n. 73/15, viene approvata l'adesione al progetto IFTS in: "Tecniche per l'amministrazione economica Finanziaria" – Profilo regionale: Europrogettazione";
  - Ritenuto coerente con gli obiettivi statutarî dell'Ateneo la partecipazione a corsi di formazione in convenzione con altri enti, scuole e associazioni di imprese, volti alla formazione professionale e del lavoro;
  - Rilevato che il termine per la presentazione dei progetti alla Regione Marche è fissato per il 9 agosto 2015, e che non vi sono sedute del Senato Accademico entro tale data;
  - Visto l'art. n. 16 c. 2 dello Statuto dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, che conferisce al Rettore il potere di assumere provvedimenti amministrativi di competenza del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione;

### DELIBERA

1. Di ratificare il Decreto Rettorale d'urgenza n. 19 del 30 luglio 2015 aventi ad oggetto l'approvazione dell'adesione della presentazione alla Regione Marche delle proposte di progetti finalizzati allo svolgimento di corsi I.F.T.S..

### DECRETO RETTORALE D'URGENZA N. 19 /2015

### IL RETTORE

- Visto lo Statuto della Università degli Studi di Urbino Carlo Bo emanato con D.R. n.138/2012 del 2 aprile 2012, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 16 aprile 2012 n.89;
- Visto l'art.3 del Regolamento Didattico di Ateneo emanato con D.R. n.487 del 4 novembre 2013;
- Visto l'Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di istruzione formazione tecnica superiore (IFTS) – ANNO 2015 (o 2016 o 2017) (P.O.R. Marche – F.S.E. 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4) di cui alla D.G.R. n. 384 del 5/5/2015);
- Vista la Disposizione n. 118/2015 del 10 luglio 2015 del Direttore del Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingua, Culture, Prof. Piero Toffano, con la quale si approva l'adesione al progetto IFTS in "Gestione degli eventi e fatti culturali" – Profilo Regionale: Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità di eventi del territorio;
- Vista la Delibera n. 6/2015 del 1 luglio 2015 del Direttore di Dipartimento di Economia, Società, Politica, Prof. Ilario Favaretto, con la quale approva, rispettivamente: 1) con determinazione n. 3/22, l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio" – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali; 2) con determinazione n. 4/22, l'adesione al progetto Formativo IFTS in "Tecniche di produzione multimediale" – Profilo Regionale: Digital Strategy applicata ai distretti culturali evolutivi, Provincia di Pesaro e Ur-



## Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 3/19

- bino; 3) con determinazione n. 5/22 in “Tecniche per l’amministrazione economico-finanziaria - Export, tecniche di vendita sui mercati internazionali, Web Strategy per il mercato brasiliano - Profilo Regionale: Esperto nel settore vendite;
- Vista la delibera n. 7/2015 del 1 luglio 2015 del Direttore di Dipartimento di Economia, Società, Politica, Prof. Ilario Favaretto, con la quale approva rispettivamente: 1) con determinazione n. 5-bis/22, l’adesione al progetto Formativo IFTS in “Tecniche per l’amministrazione economico-finanziaria” - Profilo Regionale declinato: Export, Tecniche di Vendita sui Mercati Internazionali, Web Strategy; 2) con determinazione n. 5-ter/22 l’adesione al progetto Formativo in: “Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio” – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali; 3) con determinazione n. 1/7, l’adesione al progetto Formativo IFTS in: “Tecniche per l’amministrazione economico-finanziaria – Profilo Regionale declinato: Europrogettazione. Area Professionale di riferimento: Servizi Commerciali;
  - Vista la delibera n. 68/2015 del Direttore del Dipartimento di Giurisprudenza, Prof. Paolo Pascucci, con la quale, con determinazione n. 73/15, viene approvata l’adesione al progetto IFTS in: “Tecniche per l’amministrazione economica Finanziaria” – Profilo regionale: Europrogettazione”;
  - Ritenuto coerente con gli obiettivi statutarî dell’Ateneo la partecipazione a corsi di formazione in convenzione con altri enti, scuole e associazioni di imprese, volti alla formazione professionale e del lavoro;
  - Rilevato che il termine per la presentazione dei progetti alla Regione Marche è fissato per il 9 agosto 2015, e che non vi sono sedute del Senato Accademico entro tale data;
  - Visto l’art. n. 16 c. 2 dello Statuto dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, che conferisce al Rettore il potere di assumere provvedimenti amministrativi di competenza del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione;

### DECRETA

1. di approvare l’adesione per la presentazione delle proposte di progetti finalizzati allo svolgimento dei seguenti corsi I.F.T.S.:
  - **Dipartimento di Studi Internazionali. Storia, Lingue, Culture:**  
Corso in “Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio” – Profilo Regionale: Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio - della durata di 800 ore (di cui 392 di stage) – Enti Promotori: Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento Studi Internazionali. Storia. Lingue Culture; Ente Formativo: GGF Group S.r.l. (ente capofila, cfr scheda di progetto in calce al presente decreto).
  - **Dipartimento di Economia, Società, Politica:**  
Corso in “Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio” – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali – della durata di 800 ore (di cui 360 di stage) - Enti Promotori: Center Stage di Mungherli Laura (Pesaro); varie imprese del settore turistico e culturale; Liceo “Terenzio Mamiani” (Pesaro); Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.



## Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 4/19

Corso in “Tecniche di produzione multimediale” – Profilo Regionale: Digital Strategy applicata ai distretti culturali evolutivi, Provincia di Pesaro e Urbino – della durata di 800 ore (di cui 364 di stage) – Enti Promotori: Formaconf Consorzio per la Formazione e il Lavoro della Confcommercio di Pesaro e Urbino; varie imprese del settore turistico e culturale; Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.

Corso in “Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria - Export, tecniche di vendita sui mercati internazionali, Web Strategy per il mercato brasiliano” - Profilo Regionale: Esperto nel settore vendite - della durata di 800 ore (di cui 400 di stage) – Enti Promotori: Ente di formazione Agorà s.c.a.r.l. (ente promotore e ente gestore); I.T.C.G. “E.F. Corinaldesi”; Confcooperative Marche; Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.

Corso in “Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria” - Profilo Regionale declinato: Export, Tecniche di Vendita sui Mercati Internazionali, Web Strategy – della durata di 800 ore (di cui 300 di stage) – Enti Promotori: Assindustria Consulting (Ente Gestore) (Pesaro); Istituto Istruzione Superiore G.Celli – Cagli (PU); Confindustria Pesaro-Urbino; Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - Dipartimento di Economia, Società, Politica.

Corso in “Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio” – Profilo Regionale: Gestione degli eventi e fatti culturali – della durata di 800 ore (di cui 320 di stage) – Enti Promotori: Ente Gestore: I.I.S. “A. Panzini”, Via Capanna, 62/a, Senigallia; Associazione Culturale S.E.T.A. - via Scossicci, 51 a Porto Recanati (MC) (Ente di Formazione); Associazione Compagnia delle Opere Marche Sud, Lungomare Gramsci Nord, 1, Porto San Giorgio; Expo Marche Srl – CNA Confartigianato, via R. Sanzio, 271, Senigallia; Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - Dipartimento di Economia, Società, Politica.

Corso in “Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria” – Profilo Regionale declinato: Europrogettazione. Area Professionale di riferimento: Servizi Commerciali della durata di 800 ore (di cui 300 di stage) - Enti Promotori: LABIRINTO SOC. COOP (Ente Gestore) (Pesaro); ITC DONATI (Fossombrone); LEGACOO MARCHES; Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - Dipartimento di Economia, Società, Politica.

- **Dipartimento di Giurisprudenza:**

Corso in “Tecniche per l'amministrazione economica Finanziaria”- Profilo Regionale declinato: Europrogettazione – della durata di 800 ore (di cui 400 di stage); Ente Promotore e Gestore: L.A.B Società cooperativa di Ancona (cfr scheda di progetto in calce al presente decreto).

2. di approvare il riconoscimento di Crediti Formativi Universitari (CFU) ai partecipanti che avranno portato a termine con profitto i corsi e che si iscriveranno ai corsi di laurea dell'Ateneo dei rispettivi Dipartimenti con i criteri di seguito riportati:

- **Dipartimento di Studi Internazionali. Storia, Lingue, Culture:**

Corso in “Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio”

Riconoscimento: 8 CFU per l'insegnamento di Marketing oppure 10 CFU per le attività di tirocinio /stage.



## Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 5/19

- **Dipartimento di Economia, Società, Politica:**

Corso in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

Corso in "Tecniche di produzione multimediale"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

Corso in "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria - Export, tecniche di vendita sui mercati internazionali, Web Strategy per il mercato brasiliano"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

Corso in "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

Corso in "Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta libera dello studente. I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

Corso in "Tecniche per l'amministrazione economico-finanziaria"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta dello studente oppure negli ambiti di seguito indicati:

a) 6 CFU per un insegnamento di "Lingua Inglese", solo nel caso in cui sia previsto un programma con valutazione finale individuale equivalente ad un PET (Preliminary English Test);

b) fino ad un massimo di 5 CFU per lo stage, nel caso in cui questo sia pienamente aderente alle finalità del corso e sia realizzato per tutta la durata prevista;

c) fino ad un massimo di 6 CFU per ciascuna disciplina il cui settore scientifico disciplinare sia corrispondente o affine a quelle contenute nel piano degli studi previsto nel regolamento didattico del corso di laurea;

d) per il riconoscimento di altri crediti relativi ad insegnamenti previsti sia nel corso IFTS che nel piano degli studi del corso di laurea dovranno essere adottate delibere specifiche della Scuola, su parere della Commissione Didattica.

I crediti acquisiti saranno riconosciuti nel percorso di laurea triennale in Economia e Management (L-18).

- **Dipartimento di Giurisprudenza:**

Corso in "Tecniche per l'amministrazione economica Finanziaria"

Riconoscimento: 12 CFU a scelta dello studente o in alternativa negli insegnamenti previsti nel piano degli studi del Corso di laurea magistrale a ciclo unico in Giurisprudenza (LMG/01) oppure nel Corso di Laurea triennale in Scienze Giuridiche per la consulenza del lavoro e la sicurezza dei lavoratori (L-14), su parere della Commissione didattica e con l'adozione di specifiche delibere nel Consiglio della Scuola a cui afferisce il Corso di Laurea.

3. I crediti saranno riconoscibili per un periodo di 3 anni dalla conclusione del corso IFTS.



## Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 6/19

4. L'impegno didattico dei docenti dei Dipartimenti nei corsi non dovrà essere tale da condizionare la loro attività (didattica, di ricerca, organizzativa) nei Dipartimenti.
5. Il presente Decreto verrà sottoposto a ratifica del Senato Accademico nella seduta immediatamente successiva.

### **SCHEDE SINTETICHE DI PROGETTO**

**Dipartimento di Studi Internazionali. Storia, Lingue, Culture:**

#### **ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Carlo Bo - DISTI Dipartimento Studi Internazionali. Storia, Lingue, Culture (DISTI)

**Ente Formativo:** GGF Group S.r.l. (ente capofila)

**Istituto Scolastico:** Istituto superiore Cambi-Serrani di Falconara Marittima

**Aziende:** FABBRICA CULTURA, Consorzio Marche Maraviglia Scarl e la Fondazione Symbola

**Durata:** 2 semestri, per un totale di 800 ore, di cui 396 d'aula, 392 stage, 12 esami finali

**Allievi:** 20

**Sedi:** Ancona e Falconara Marittima (sede della GGF Group S.r.l. o dell'istituto scolastico)

### **PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER LA PROMOZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI CON ATTENZIONE ALLE RISORSE, OPPORTUNITA' ED EVENTI DEL TERRITORIO - Profilo Regionale: GESTIONE DEGLI EVENTI E DEI FATTI CULTURALI - TECNICO SUPERIORE DELLA GESTIONE DEGLI EVENTI E FATTI CULTURALI</b>		
<b>UNITA' DI COMPETENZA</b>	<b>ORE</b>	<b>ORE totali</b>
<b>Unità di competenza 2 Competenza relazionale - Interagire nel gruppo di lavoro, adottando modalità di comunicazione e comportamenti in grado di assicurare il raggiungimento di un risultato comune</b>		<b>88</b>
<b>BILANCIO DELLE COMPETENZE IN INGRESSO</b> Competenze acquisite da percorso di studio Competenze acquisite da esperienze professionali Competenze acquisite da esperienze personali pregresse	12	
<b>TEAM WORKING</b> Come ottimizzare i risultati grazie al team work; qualità e skills necessarie, sviluppo delle attitudini Differenza fra Gruppo e Squadra I ruoli del leader e dei componenti la squadra Le fasi di sviluppo del team Gli ostacoli a divenire una squadra vincente Le strategie per accelerare lo sviluppo del team Gli 'ingredienti' per costruire il team I problemi interpersonali e la loro risoluzione Gli ostacoli al team	8	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 7/19

La gestione delle riunioni Attività pratiche di teambuilding		
PROBLEM SOLVING Gestire la complessità Gli strumenti del problem solving La comprensione del problema La struttura della decisione La preparazione della decisione Il processo di decision making Le capacità del problem solver	8	
COMUNICAZIONE EFFICACE - PUBLIC SPEAKING Saper comunicare ed avere riscontro che la comunicazione ha raggiunto il suo target: nella vita, sul lavoro, nelle riunioni, per iscritto Comunicazione verbale e non verbale	8	
Strategie, abitudini e strumenti per una buona comunicazione La funzione delle pause. La gestualità. I 5 elementi base della comunicazione verbale. Linguaggio ed espressione Le strategie del linguaggio. Gli ostacoli alla comunicazione. Il potere del NO. Come strutturare un discorso. Il linguaggio del corpo. La gestione dei meeting. L'uso del telefono		
ORIENTAMENTO ALLA FIGURA PROFESSIONALE Presentazione del percorso formativo in termini di organizzazione e contenuti Analisi dei fabbisogni formativi Presentazione della figura professionale in uscita, dei possibili sbocchi occupazionali e delle relazioni fondamentali nel contesto di lavoro Metodologie formative ed obiettivi conoscitivo-professionali Analisi delle aspettative dei partecipanti rispetto al percorso formativo proposto	4	
Bilancio delle competenze in uscita dallo stage e dal percorso formativo Come spendere nel mondo del lavoro l'esperienza fatta in stage Preparazione all'esame finale	8	
ORIENTAMENTO ALLE PARI OPPORTUNITÀ Fondamenti di pari opportunità Normativa comunitaria, nazionale, regionale in materia di parità, pari opportunità e azioni positive Gestione al cambiamento organizzativo in una prospettiva di genere Genere e mercato del lavoro nell'area di riferimento: dati, politiche attive, attori, prospettive Progettare in materia di pari opportunità Le pari opportunità dal punto di vista del lavoro	4	
LINGUA INGLESE Studio della fonetica Comprendere: leggere ed ascoltare Sostenere conversazioni orali su vari argomenti Utilizzo corretto della grammatica Produrre testi scritti anche comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse	36	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 8/19

Utilizzare la lingua inglese per orientarsi nel mercato del lavoro, individuare opportunità professionale Comprendere: leggere ed ascoltare documenti tecnici relativi alla figura in uscita		
<b>Identificare ed erogare servizi turistici finalizzati a valorizzare e integrare risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche del territorio</b>		<b>84</b>
IL SETTORE TURISTICO NAZIONALE E REGIONALE	4	
IL TERRITORIO MARCHIGIANO caratteristiche geografiche storiche culturali artisti- che	16	
SERIVIZI TURISTICI INTEGRATI	4	
INTRODUZIONE AL MARKETING Introduzione al Marketing e termini base Il mercato, i consumatori, i prodotti, il brand, il prezzo, la distribuzione. Analisi swot Il marketing convenzionale: Definizione di marketing; a che serve il marketing; il marke- ting strategico il marketing operativo Il marketing non convenzionale: Definizione di Marketing non convenzionale; il passa- parola; il buzz marketing; viral; marketing; il guerrilla marketing	8	
PIANO DI MARKETING Cos'è il piano di marketing I vari tipi di piani di marketing Gli strumenti essenziali per la pianificazione Come si prepara il piano	4	
COMUNICAZIONE E MARKETING Elementi di comunicazione, promozione, pubblicità e pubbliche relazioni: il piano di co- municazione. La gestione dell'ufficio stampa Le politiche di pricing e budgetting	8	
WEB MARKETING I principali strumenti di Internet Marketing I fondamenti di SEO e SEM I fondamenti di E-mail marketing Posizionamento e motori di ricerca Le potenzialità dell' e-commerce Fondamenti di Management Multimediale Article Marketing, i contenuti fanno la differenza La gestione dei blog Relazioni tra blog Ufficio Stampa 2.0 Il comunicato stampa 2.0. La gestione di facebook, twitter e social Network Progettazione di piani di social media marketing La suite Google Mobile marketing: la promozione Marketing relazionale Gestione dei rapporti con i clienti, Dsm, portali, newsgroup, chat, newsletters Ampliamento e fidelizzazione dell'audience	40	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 9/19

Incentivazione di flussi verso il sito web tradizionale		
<b>Ideare e realizzare un evento culturale e promuovere il territorio marchigiano</b>		<b>88</b>
IL MERCATO DI RIFERIMENTO Domanda e offerta e confronto con le realtà del settore Il mondo degli eventi Le strutture convegnistiche ed espositive in Italia Le esposizioni in sede museale Focus eventi nelle Marche Tipologie e classificazione di eventi culturali, dalla conferenza al convegno alla esposizione temporanea	4	
ORGANIZZAZIONE DELL'EVENTO Caratteristiche della committenza: pubblica ( cultura, beni culturali, turismo ect) privata (fondazioni, enti, attori del comparto) La fase preparatoria ed il reperimento dei dati Ideazione dell'evento Le tecniche di progettazione e programmazione L'importanza della location Aspetti psicologici dell'evento: aspettative, spinta alla partecipazione La pianificazione dell'evento	16	
ORGANIZZAZIONE DI UN EVENTO ESPOSITIVO L'esposizione temporanea Fondamenti di museologia Fondamenti sugli allestimenti museali	4	
EVENTI DEL TURISMO CULTURALE ED AMBIENTALE Organizzazione di eventi enogastronomici Redigere una DIA Sanitaria per eventi enogastronomici all'aperto Organizzazione di eventi per il turismo culturale Percorsi Ambientali	4	
ORGANIZZAZIONE EVENTI DELLO SPETTACOLO. Organizzazione eventi teatrali Organizzazione rassegne teatrali e musicali al chiuso e all'aperto (differenze organizzative) Organizzazione di eventi musicali-concertuali Pianificazione, organizzazione e comunicazione di eventi musicali e dello spettacolo La SIAE	8	
ASPETTI GIURIDICI E FISCALI E RESPONSABILITA' CIVILE E PENALE DELL'ORGANIZZATORE Diritto d'impresa Diritto d'autore e SIAE Responsabilità civile e penale di chi organizza un evento Aspetti fiscali relativi alla gestione degli eventi	8	
LA GESTIONE DI RISORSE, FORNITORI E LOGISTICA Gestione dei contatti e dei rapporti con gli artisti, gli sponsor e i testimonial Gestione dei fornitori di beni e servizi Spostamenti, trasporti di persone e materiali, logistica dell'evento	8	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 10/19

LE NORMATIVE SULLA SICUREZZA NEGLI EVENTI Sicurezza e security somministrazione di alimenti Norme sullo spettacolo dal vivo	4	
FUND RAISING PER IL REPERIMENTO FONDI PUBBLICI E PRIVATI, SPONSORIZZAZIONI FUND RAISING SPONSORIZZAZIONI CONTRIBUTI PUBBLICI (individuazione bandi pubblici e presentazione dei progetti)	4	
Project work: la creazione e realizzazione di un evento culturale	28	
<b>Implementare azioni di marketing ed applicare specifiche tecniche di comunicazione e web marketing al fine promuovere un evento culturale nel territorio</b>		<b>80</b>
MARKETING DELL'EVENTO Analisi del pubblico di un ente o di un' organizzazione culturale. Le politiche di prodotto e dell' offerta culturale. Il merchandising, il licensing, la biglietteria, le guide, il catering e i servizi.	4	
INTRODUZIONE AL MARKETING CULTURALE 2.0 Il Marketing culturale 2.0 - Cultura 2.0, progettazione di una campagna culturale, gestione profilo delle istituzioni, analisi quotidiana fonti d'informazione online, marketing emozionale promozione di eventi on line ( attraverso i social media) - Case history - Analisi strategica e discussione di una campagna di comunicazione culturale 2.0 per la promozione di un evento.	12	
LA COMUNICAZIONE DELL'EVENTO: UFFICIO STAMPA	4	
INGLESE COMMERCIALE Produrre testi scritti su temi tecnico-specialistici Esporre oralmente descrizioni e presentazioni su temi relativi alla figura professionale formata. Sostenere conversazioni in lingua inglese sia con singole persone che con gruppi di persone Interagire con un certo grado di scioltezza e precisione terminologica in conversazioni relative ad argomenti ordinari e straordinari nell'ambito professionale. Saper sostenere una telefonata con fornitori e/o clienti	24	
Best Practics	8	
Project work: la promozione dell'evento culturale	28	
<b>Unità di competenza: Competenza gestionale - Assumere comportamenti e strategie funzionali ad un'efficace ed efficiente esecuzione delle attività</b>		<b>56</b>
EXCEL AVANZATO La struttura di una cartella di lavoro Metodi per scrivere formule Metodi per la gestione dei dati Strumenti per la reportistica Personalizzare excel Misurare l'evento e il suo successo	8	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 11/19

CREARE, GESTIRE ED AGGIORNARE IL DATABASE		
IL CRM CRM e Customer centricity L'azienda customer-focused Customer Satisfaction Management: il valore della soddisfazione del cliente LTV – Life Time Value Customer Retention e Customer Loyalty La catena del valore; potenziale criticità dei processi aziendali “sell side” Il CRM come strategia di business I 4 pilastri del CRM: dati e informazioni , I dati e il customer database Obiettivi, contenuto e modalità di utilizzo del Customer DB Criteri chiave per raccogliere i dati ed implementare un Customer DB secondo logiche CRM Profilazione del cliente Definire gli obiettivi di relazione con il cliente Valutazione del potenziale dei clienti e analisi ABC Il coefficiente di sviluppo di un cliente Modelli di Scoring, Tecnologie e sistemi IT, Processi e organizzazione Risorse umane	8	
BILANCIO E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA Aspetti economici, patrimoniali, finanziari e organizzativi legati agli eventi Come si legge un bilancio Elementi di contabilità, controllo di gestione e strumenti per la presa di decisione aziendale e per l'orientamento del progetto Pianificazione finanziaria e la leva finanziaria applicata agli eventi Strategie sul prezzo dell'evento	12	
LE NORMATIVE SULLA SICUREZZA Sicurezza nei luoghi di lavoro Igiene dei luoghi; D.lgs 81	4	
UN'OPPORTUNITÀ: I CONTRIBUTI NAZIONALI E COMUNITARI Individuare e saper sfruttare i contributi della Comunità Europea. Obiettivi e misure Richiesta dei contributi, presentazione del progetto	12	
CREAZIONE DI IMPRESA La creazione d'impresa: Cenni alla normativa vigente; Bandi e finanziamenti per la creazione di impresa e per i giovani imprenditori Finanziamenti per le imprese turistiche L'importanza della cultura imprenditoriale La creazione di impresa al femminile La tutela della donna nel mondo del lavoro	12	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 12/19

Le diverse tipologie di imprese turistiche		
Il piano di fattibilità		
Business plan		
<b>STAGE</b>		<b>392</b>
<b>esame finale</b>		<b>12</b>
		<b>800</b>

**Dipartimento di Economia, Società, Politica:**

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP; Center Stage di Mungherli Laura (Pesaro); varie imprese del settore turistico e culturale;

**Istituto Scolastico:** Liceo “Terenzio Mamiani” (Pesaro);

**Durata:** 800 ore, di cui 360 di stage

**Allievi:** 20

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER LA PROMOZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI CON ATTENZIONE ALLE RISORSE, OPPORTUNITÀ ED EVENTI DEL TERRITORIO – Profilo Regionale: GESTIONE DEGLI EVENTI E FATTI CULTURALI –</b>		
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE</b>		<b>ORE</b>
<b>I SEMESTRE</b>		
UF1 Orientamento e Bilancio di competenze		8
UF2-Tecniche di Comunicazione e Gestione delle Relazioni		12
UF3-Lingua Inglese per il Turismo		40
UF4-Informatica		30
UF5- Tecniche di reporting		12
UF6- Analizzare le necessità del cliente		12
UF7- Cultura dell'Integrazione: Usi e Costumi Internazionali	<b>Aggiuntiva</b>	12
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE</b>		
UF8-Sistema qualità e normativa del settore		12
UF9-Normativa:sicurezza e prevenzione		16
UF10-Tecnologie dell'informazione applicata ai settore turistico		20
UF11-Tecniche per la valutazione economica degli eventi		12
UF12-Organizzazione e Gestione dei Servizi Turistici e degli Eventi		30
<b>II SEMESTRE</b>		
<b>COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI</b>		



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 13/19

UF13-II Mercato del Turismo		20
UF14-II territorio regionale: Arte Cultura e Storia		26
UF15-Progettare e Promuovere Piani di Sviluppo Turistici		30
UF16-Marketing dei Servizi Turistici		28
UF17-Economia della cultura	<b>Aggiuntiva</b>	20
UF18- Ideazione, pianificazione, organizzazione dell'evento culturale	<b>Aggiuntiva</b>	36
UF19- Piano economico, piano finanziario e budgeting		26
UF20- Digital Strategy applicata agli Eventi	<b>Aggiuntiva</b>	30
UF21-Stage Aziendale		360
Esami		8
TOTALE ORE CORSO		800

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP; Formaconf Consorzio per la Formazione e il Lavoro della Confcommercio di Pesaro-Urbino; varie imprese del settore turistico e culturale;

**Durata:** 800 ore, di cui 364 di stage

**Allievi:** 20

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE DI PRODUZIONE MULTIMEDIALE – Profilo Regionale: DIGITAL STRATEGY APPLICATA AI DISTRETTI CULTURALI EVOLUTIVI, PROVINCIA DI PESARO E URBINO</b>	
<b>Moduli base/trasversali</b>	<b>Durata</b>
Dinamiche Relazionali	18
Lingua straniera: English for business and trade – Liv. B1.3 Threshold	24
Tecniche di rilevazioni dati e informazioni	12
Gestione flussi informativi, comunicazione e customer satisfaction	16
Tecniche di negoziazione e gestione dei conflitti	12
Sistema integrato qualità, sicurezza e ambiente	16
Organizzazione di Impresa	12
<b>Moduli professionalizzanti</b>	
Normativa di settore: privacy, proprietà intellettuale, accessibilità e usabilità	16
Strategia digitale: come impostarla e quali canali utilizzare	24
Lo spazio digitale: website, landing page, apps, e-commerce, blog	36
La vendita on-line: strategie e strumenti	24
Social Media e Marketing digitale	30
Content marketing: progettazione di contenuti digitali e scelte strategiche di utilizzo	36



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 14/19

Misurazione dei risultati: Google analytics, A/B testing, Web monitoring	24
Strumenti di comunicazione multimediale: immagini, video, suoni	48
Project Management: progettazione, gestione e coordinamento di un progetto Web	30
Distretti culturali evoluti: la tecnologia per la creazione di prodotti e servizi innovativi	42
Stage	364
Esame	16

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP;

**Ente Formativo:** Agorà s.c.a.r.l. (ente promotore, ente gestore)

**Istituto Scolastico:** I.T.C.G. "E. F. Corinaldesi"

**Aziende:** Confcooperative Marche;

**Durata:** 800 ore, di cui 400 di stage;

**Allievi:** 20

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA - EXPORT, TECNICHE DI VENDITA SUI MERCATI INTERNAZIONALI, WEB STRATEGY PER IL MERCATO BRASILIANO - Profilo Regionale: ESPERTO NEL SETTORE VENDITE -</b>							
<b>Unità formative capitalizzabili</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Tot ore</b>	<b>Ore aula</b>	<b>Ore pratiche</b>	<b>Ore FAD</b>	<b>Stage</b>	<b>Esame</b>
Avvicinarsi al mondo del lavoro	Trasversale	6	3	3	0		
Relazionarsi e comunicare nell'ambiente di lavoro	Base	60	30	30	0		
Massimizzare l'operatività aziendale nel rispetto dei criteri di qualità e sicurezza	Base	18	10	8	0		
Amministrare un'impresa	Profession.	30	20	10	0		
Controllare i processi e le performance di un'impresa	Profession.	30	20	10	0		
Conoscere il Brasile: cultura e mercato di riferimento	Profession.	50	25	20	5		
Applicare tecniche di commercio internazionale	Profession.	84	34	30	20		
Web strategy e Web Marketing per il mercato brasiliano	Profession.	110	45	45	20		



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 15/19

(incluso project work)							
Stage	Profes- sion.	400				400	
Esame	Profes- sion.	12					12
Totale		800	187	156	45	400	12

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Calo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP,

**Ente Formativo:** Assindustria Consulting (Pesaro), (ente gestore)

**Istituto Scolastico:** Istruzione Superiore G. Celli, Cagli (PU)

**Aziende:** Confindustria Pesaro-Urbino;

**Durata:** 800 ore, di cui 300 di stage;

**Allievi:** 20

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA - Profilo Regionale declinato: EXPORT, TECNICHE DI VENDITA SUI MERCATI INTERNAZIONALI, WEB STRATEGY-</b>	
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE</b>	<b>ORE</b>
UF1 - Orientamento e Bilancio di competenze	8
UF2- Tecniche di negoziazione e gestione dei conflitti	12
UF3- Business English	40
UF4- Informatica applicata	30
UF5- Tecniche di reporting	12
UF6- La comunicazione efficace	12
UF7- Aspetti culturali ed economici di Cina e Paesi Arabi	24
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE</b>	
UF8- Sistema qualità e normativa ISO	12
UF9- Normativa : sicurezza, prevenzione e sostenibilità	16
UF10-Tecniche per la valutazione economica delle alternative	12
UF11- Fonti documentali che regolano la vita e l'impresa	12
UF12- Metodi e tecniche di rilevazione dei dati	12
UF13-Normativa doganale e rapporti con l'estero	16
UF14- Organizzazione dell'ufficio Estero e Negoziazione di una vendita verso l'Estero	14
<b>COMPETENZE AMBITO TECNICO PROFESSIONALE</b>	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 16/19

UF 15- Contabilità generale ed analitica	20
UF 16- Il controllo di gestione e gli aspetti economico-finanziari di un impresa	20
UF 17- Procedure amministrativo e contabili nelle operazioni con l'estero	24
UF 18- Gestione logistica e commerciale delle operazioni su estero	24
UF19-Tecniche di Marketing Internazionale	24
UF 20- Strategie di vendita del Made in Italy in Cina	24
UF21- Strategie di vendita del Made in Italy nei Paesi Arabi	24
UF22- WEB Strategy	30
UF 23- Web Marketing per Internazionalizzazione	30
UF24- Project work	40
UF25- Stage	300
Esami	8
<b>TOTALE ORE CORSO</b>	<b>800</b>

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP,

**Ente Formativo:** I.I.S. "A. Panzini"(Pesaro), via Capanna 62/A, Senigallia (ente gestore); Associazione culturale S.E.T.A., Via Scossicci, 51, Porto Recanati (MC); Associazione Compagnia delle Opere Marche Sud, Lungomare Gramsci Nord, 1, Porto San Giorgio;

**Aziende:** Expo-Marche s.r.l. – CNA Confartigianato, via R. Sanzio, 271, Senigallia;

**Durata:** 800 ore, di cui 320 di stage;

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER LA PROMOZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI CON ATTENZIONE ALLE RISORSE, OPPORTUNITÀ ED EVENTI DEL TERRITORIO" – Profilo Regionale: GESTIONE DEGLI EVENTI E FATTI CULTURALI –</b>	
<b>ATTIVITA' FORMATIVE</b>	<b>Durata</b>
U.F. 1 - ORIENTAMENTO E BILANCIO DELLE COMPETENZE	10
U.F. 2 – ANALISI DEL SETTORE MICE: CARATTERISTICHE ED EVOLUZIONE	40
U.F. 3 – IL MARKETING TURISTICO E L'ANALISI DEL TERRITORIO MARCHE	30
U.F. 4 – IL TURISMO DEGLI EVENTI NELLA PROGRAMMAZIONE TURISTICA DELLE MARCHE	40
U.F. 5 – IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE DI UN EVENTO	30
U.F. 6 – L'ORGANIZZAZIONE DI UN EVENTO TURISTICO, MEETING E D'ANIMAZIONE	30
U.F. 7 – ICT, ATTREZZATURE SPECIALISTICHE E PROJECT MANAGMENT	20
U.F. 8 – ELEMENTI LEGISLATIVI E DI CONTRATTUALISTICA	20



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 17/19

U.F. 9 – IL BUDGET E IL MONITORAGGIO ECONOMICO-FINANZIARIO DELL'EVENTO	20
U.F. 10 – GLI EVENTI COMPLESSI B2B E B2C	30
U.F. 11 – CATERING, BANQUETING ED EVENTI ENOGASTRONOMICI	40
U.F. 12 – IL MARKETING NON CONVENZIONALE E I NUOVI EVENTI	20
U.F. 13 – INGLESE TECNICO- TURISTICO	30
U.F. 14 – LA RICERCA E LA GESTIONE DEGLI SPONSOR	20
U.F. 15 – TECNICHE DI COMUNICAZIONE RELAZIONALE	30
U.F. 16 – SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO	12
U.F. 17 – ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E START UP D'IMPRESA	30
U.F. 18 – LABORATORI E VISITE DIDATTICHE	20
U.F. 19 – STAGE	320
U.F. 20 – ESAME FINALE	8

**ENTI PROMOTORI:**

**Università:** Università degli studi di Urbino Calo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica – DESP;

**Ente Formativo:** Labirinto Soc. Coop, Pesaro,(ente gestore);

**Istituto Scolastico:** I.T.C. Donati, Fossombrone (PU)

**Aziende:** LegaCoop Marche;

**Durata:** 800 ore, di cui 300 di stage;

**PIANO DIDATTICO**

<b>TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Profilo Regionale declinato: EUROPROGETTAZIONE</b>	
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE</b>	<b>ORE</b>
UF1 - Orientamento e Bilancio di competenze	8
UF2- Tecniche di negoziazione e gestione dei conflitti	12
UF3- Inglese Tecnico	40
UF4- Informatica applicata	36
UF5- Tecniche di reporting	12
UF6- La comunicazione efficace	12
<b>COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE</b>	
UF7- Sistema qualità e normativa ISO	12
UF8- Normativa : sicurezza, prevenzione e sostenibilità	16
UF9-Tecniche per la valutazione economica delle alternative	12
UF10- Fonti documentali che regolano la vita e l'impresa sociale	12



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 18/19

UF11- Metodi e tecniche di rilevazione dei dati	12
UF12- Orientarsi nel Terzo settore: progettare e sostenere il cambiamento	12
<b>COMPETENZE AMBITO TECNICO PROFESSIONALE</b>	
UF 13- Contabilità generale ed analitica	30
UF 14- Il controllo di gestione e gli aspetti economico-finanziari di un impresa sociale	30
UF 15- La Mappa dei Fondi Europei 2014-2020	30
UF 16- Tecnica e metodologia di Redazione dei Progetti Europei (1)	30
UF 17- Budget e Rendicontazione Finanziaria	30
UF18- La Cooperazione Internazionale allo Sviluppo	30
UF19- Tecniche e Strumenti di Progettazione per la cooperazione internazionale allo sviluppo	30
UF 20- Diffusione e sostenibilità dei risultati di progetto	20
UF21- Laboratorio di progettazione	66
UF22- Stage	300
Esami	8
<b>TOTALE ORE CORSO</b>	<b>800</b>

- (1) La UF 16 - Tecnica e metodologia di Redazione dei Progetti Europei verrà svolta interamente in inglese. Anche le esercitazioni e le conversazioni degli allievi nell'ambito delle stesse dovranno svolgersi in questa lingua. Questo è molto utile, perché consente di studiare le tecniche di europrogettazione direttamente nella lingua dei progetti. Naturalmente è indispensabile una buona conoscenza della lingua, per non pregiudicare la qualità dell'apprendimento.

**Dipartimento di Giurisprudenza**

**Ente di formazione:** LAB Società Cooperativa, Via Goito 3, 60100 Ancona - Tel. 071-200711/ Fax 071-200711, Email: [info@labformazione.it](mailto:info@labformazione.it) ; Sito: [www.labformazione.eu](http://www.labformazione.eu)

**Sede/i:** di svolgimento del corso e delle attività: Fano-Pesaro

**Allievi:** 20

**PIANO DIDATTICO**

L'organizzazione didattica del corso prevede un impegno complessivo di 800 ore, suddivise in 2 semestri, con la seguente articolazione:

<b>TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – profilo regionale declinato: EUROPROGETTAZIONE</b>						
<b>Unità formative capitalizzabili</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Tot ore</b>	<b>Ore aula</b>	<b>Ore pratiche</b>	<b>Ore FAD</b>	<b>Stage</b>
Avvicinarsi al mondo del lavoro	Trasversale	6	3	3	0	



Delibera n. **162/2015** del Senato Accademico del **15/09/2015**

pag. 19/19

Relazionarsi e comunicare nell'ambiente di lavoro	Base	60	30	30	0	
Massimizzare l'operatività aziendale nel rispetto dei criteri di qualità e sicurezza	Base	18	10	8	0	
Amministrare un'impresa	Profession.	30	20	10	0	
Controllare i processi e le performance di un'impresa	Profession.	30	20	10	0	
Elaborare una proposta progettuale comunitaria (compreso Project work)	Profession.	193	33	130	30	
Gestire la realizzazione di un progetto europeo	Profession.	40	20	20	0	
Stage	Profession.	400				400
Esame	Profession.	12				
Totale		800	143	225	20	400

Urbino, 30 luglio 2015

Il Rettore  
f.to Vilberto Stocchi