



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 1/18

OGGETTO: Ratifica Decreto Rettorale d'urgenza n. 24 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. 244/2015	Prot. n. 29042	UOR: Ufficio Alta formazione, Post Laurea, pergamene
------------------	------------------	----------------	--

Nominativo	F	C	A	As
Vilberto STOCCHI	X			
Massimo BERLONI				X
Vittorio LIVI				X
Tiziana PRIMORI				X
Massimo BALDACCI	X			
Bonita CLERI	X			

Nominativo	F	C	A	As
Tonino PENCARELLI	X			
Stefano PAPA	X			
Mary Cruz BRAGA	X			
Giuseppe DE LORENZO	X			
Chiara SISTI	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.

Collegio dei Revisori dei conti			
Nome	Pres.	Ass.g.	Ass.
Dott.ssa Maria Luisa DE CARLI, Presidente	X		
Dott.ssa Gerardina MAIORANO		X	
Dott. Vincenzo GALASSO	X		

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- 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.



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 2/18

- 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 statuari 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. 24 del 30 luglio 2015 avente 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 URGENZA N. 24 /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



Delibera n. 244/2015 del Consiglio di Amministrazione del 25/09/2015

pag. 3/18

- 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 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 statuari 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 "Te-renzio Mamiani" (Pesaro); Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica.



Delibera n. 244/2015 del Consiglio di Amministrazione del 25/09/2015

pag. 4/18

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); LEGACOOOP MARCHE; 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.

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



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 5/18

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 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.
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.



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 6/18

5. Di autorizzare – in caso di approvazione dei progetti – la costituzione di una Associazione Temporanea di Scopo (ATS) o di un'Associazione Temporanea di Impresa (ATI) per la realizzazione dei corsi prima della stipula della convenzione.
6. L'Amministrazione tratterrà una quota pari al 10% di ciascun importo di finanziamento assegnata ai Dipartimenti, a favore del bilancio di Ateneo.
7. Il presente Decreto verrà sottoposto a ratifica del Consiglio di Amministrazione 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

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		
UNITA' DI COMPETENZA	ORE	ORE totali
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		88
BILANCIO DELLE COMPETENZE IN INGRESSO Competenze acquisite da percorso di studio Competenze acquisite da esperienze professionali Competenze acquisite da esperienze personali pregresse	12	
TEAM WORKING 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	8	



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 7/18

I problemi interpersonali e la loro risoluzione Gli ostacoli al team 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 - PUBBLIC 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		
Strategie, abitudini e strumenti per un'a 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	8	
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 OPPORTUNITA'		
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	36	



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 8/18

diverse Utilizzare la lingua inglese per orientarsi nel mercato del lavoro, individuare opportunità professionale Comprendere: leggere ed ascoltare documenti tecnici relativi alla figura in uscita		
Identificare ed erogare servizi turistici finalizzati a valorizzare e integrare risorse ambientali, culturali ed enogastronomiche del territorio		84
IL SETTORE TURISTICO NAZIONALE E REGIONALE	4	
IL TERRITORIO MARCHIGIANO caratteristiche geografiche storiche culturali artistiche	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 marketing strategico il marketing operativo Il marketing non convenzionale: Definizione di Marketing non convenzionale; il passaparola; 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 comunicazione. 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. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 9/18

Incentivazione di flussi verso il sito web tradizionale		
Ideare e realizzare un evento culturale e promuovere il territorio marchigiano		88
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	
LE NORMATIVE SULLA SICUREZZA NEGLI EVENTI	4	



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 10/18

Sicurezza e security somministrazione di alimenti Norme sullo spettacolo dal vivo		
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	
Implementare azioni di marketing ed applicare specifiche tecniche di comunicazione e web marketing al fine promuovere un evento culturale nel territorio		80
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	
Unità di competenza: Competenza gestionale - Assumere comportamenti e strategie funzionali ad un'efficace ed efficiente esecuzione delle attività		56
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 CREARE, GESTIRE ED AGGIORNARE IL DATABASE	8	
IL CRM	8	



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 11/18

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		
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 Le diverse tipologie di imprese turistiche Il piano di fattibilità Business plan	12	
STAGE		392



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 12/18

esame finale		12
		800

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

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 –		
COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE		ORE
I SEMESTRE		
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	Aggiuntiva	12
COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE		
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
II SEMESTRE		
COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI		
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	Aggiuntiva	20



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 13/18

UF18- Ideazione, pianificazione, organizzazione dell'evento culturale	Aggiuntiva	36
UF19- Piano economico, piano finanziario e budgeting		26
UF20- Digital Strategy applicata agli Eventi	Aggiuntiva	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

TECNICHE DI PRODUZIONE MULTIMEDIALE – Profilo Regionale: DIGITAL STRATEGY APPLICATA AI DISTRETTI CULTURALI EVOLUTIVI, PROVINCIA DI PESARO E URBINO	
Moduli base/trasversali	Durata
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
Moduli professionalizzanti	
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
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



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 14/18

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

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 -							
Unità formative capitalizzabili	Tipologia	Tot ore	Ore aula	Ore pratiche	Ore FAD	Stage	Esame
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 (incluso project work)	Profession.	110	45	45	20		
Stage	Profession.	400				400	
Esame	Profession.	12					12
Totale		800	187	156	45	400	12

ENTI PROMOTORI:

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



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 15/18

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

TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA - Profilo Regionale declinato: EXPORT, TECNICHE DI VENDITA SUI MERCATI INTERNAZIONALI, WEB STRATEGY –	
COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE	ORE
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
COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE	
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
COMPETENZE AMBITO TECNICO PROFESSIONALE	
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



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 16/18

UF25- Stage	300
Esami	8
TOTALE ORE CORSO	800

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

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 –	
ATTIVITA' FORMATIVE	Durata
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
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:



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 17/18

Università: Università degli studi di Urbino Carlo 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

TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – Profilo Regionale declinato: EUROPROGETTAZIONE	
COMPETENZE COMUNI-AMBITO RELAZIONALE	ORE
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
COMPETENZE COMUNI-AMBITO GESTIONALE	
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
UF11- Metodi e tecniche di rilevazione dei dati	12
UF12- Orientarsi nel Terzo settore: progettare e sostenere il cambiamento	12
COMPETENZE AMBITO TECNICO PROFESSIONALE	
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



Delibera n. **244/2015** del Consiglio di Amministrazione del **25/09/2015**

pag. 18/18

UF22- Stage	300
Esami	8
TOTALE ORE CORSO	800

- (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 ; Sito: 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:

TECNICHE PER L'AMMINISTRAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA – profilo regionale declinato: EUROPROGETTAZIONE						
Unità formative capitalizzabili	Tipologia	Tot ore	Ore aula	Ore pratiche	Ore FAD	Stage
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	
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