



TECNICO ESPERTO DI MARKETING TERRITORIALE - Percorso formativo riservato al canale universitario

Settore ISFOL: 23 - ATTIVITA' PROMOZIONALI E PUBBLICITA'

SubSettore ISFOL: 2301 - Marketing

Codice Profilo: 2301023

Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore attività di servizi alle imprese. Coordina e gestisce progetti di marketing territoriale, in particolare coordina e sviluppa programmi di marketing applicati ad un territorio. Sviluppa e costruisce reti tra imprese locali e istituzioni per realizzare strategie e azioni comuni. Migliora il coordinamento delle imprese e aiuta i soggetti presenti sul territorio a riconoscere e valorizzare le risorse disponibili rispetto alle opportunità del mercato.

Codice ISFOL (comparto)

2301 - Marketing

Codice ATECO

K74 - ATTIVITÀ DI SERVIZI ALLE IMPRESE

Tipologia: Modulo Professionalizzante

Livello europeo qualifica: IV.c

Riferimenti normativi

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (BASE)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Conoscere gli elementi di base relativi al concetto di sviluppo regionale e locale. Conoscere i principi dello sviluppo sostenibile.	Geografia politica ed economica: risorse e localizzazione delle attività economiche; sviluppo regionale e sviluppo locale; sviluppo sostenibile in Toscana e nelle aree protette; politiche territoriali a livello locale ed europeo.
2	Conoscere strumenti e metodi della organizzazione sociale.	Sociologia dell'organizzazione: organizzazioni e società; modelli di struttura sociale; organizzazione e ambiente.
3	Conoscere i concetti base del funzionamento di un sistema economico, a livello micro e macro, individuando i nessi di casualità tra le grandezze rilevanti. Conoscere ed essere in grado di confrontare analiticamente le teorie sulle forme dei mercati e sul problema dei Monopoli. Conoscere la Teoria dei	Politica economica: efficienza economica; equilibrio economico generale; monopolio e mercato; teoria dei beni pubblici e delle scelte collettive.

4	Conoscere i lineamenti di base della società contemporanea in Europa e della formazione degli stati e del regionalismo.	Storia moderna. Origini della società contemporanea in Europa. Formazione degli stati e del regionalismo.
5	Conoscere ed essere in grado di descrivere aspetti geografici dello sviluppo e in particolare dei divari socio economici; conoscere gli strumenti della cooperazione internazionale, l'evoluzione dell'integrazione europea e i driver dell'economia dell'informazione.	Geografia e storia dello sviluppo. Divario europeo e interdipendenza economica. Cooperazione internazionale. Processo di integrazione europea. Effetti territoriali della new economy.
6	Essere in grado di padroneggiare gli strumenti e di dati a carattere territoriale.	Interpretazione ed uso dell'informazione geografica territoriale. Valorizzazione di tali risorse ai fine di progetti di marketing territoriale.

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TECNICO-PROFESSIONALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Conoscere le principali teorie politiche applicate alle imprese produttive, l'evoluzione dei rapporti tra Stato ed Enti Locali nel processo di crescita.	Politiche per l'impresa. Teoria del funzionamento dell'economia. Ruolo dello Stato nella crescita economica. Commercio internazionale e protezionismo. Strumenti di finanziamento.
2	Conoscere ed essere in grado di utilizzare gli strumenti di analisi per la gestione aziendale e per le retribuzioni salariali. Essere in grado di riconoscere varie tipologie di marketing.	Economia e gestione delle imprese. Sistema impresa e decisioni di gestione. Analisi dei mercati e marketing. Flessibilità. Politiche del lavoro attive e passive. Trade-off occupazione. Salari. Job satisfaction.
3	Conoscere gli strumenti della statistica descrittiva ed analitica.	Statistica. Riferimenti informatici. Istituzioni statistiche ufficiali. Indici e rapporti statistici. Variabilità statistica.
4	Conoscere le normative e gli strumenti del diritto nell'ambito degli Enti Locali e dei servizi pubblici.	Diritto degli Enti Locali e dei servizi pubblici. Autonomia e decentramento. Sistema degli Enti Locali. Forme organizzative e diritto delle amministrazioni pubbliche. Poteri discrezionali delle amministrazioni.
5	Essere in grado di applicare le misure di sicurezza sociale e della tutela del lavoro e di riconoscere interventi volti alla flessibilità dell'occupazione.	Politiche del lavoro. Politiche sociali tra Stato, economia di mercato e società di servizi. Sicurezza sociale e politiche di garanzia del reddito. Tutela del lavoro ed esigenze di flessibilità. Politiche del lavoro nell'U.E.
6	Conoscere la normativa che regola i Fondi Strutturali Europei sia a livello europeo che nazionale e regionale. Essere in grado di progettare, gestire e rendicontare progetti finanziati sui Fondi Strutturali Europei.	Marketing e gestione dei progetti europei. Fondi Strutturali Europei; progettazione; modulistica; identificazione partenariato; rendicontazione.
7	Conoscere le principali teorie e metodologie applicative nell'ambito dell'organizzazione e della pianificazione territoriale.	Pianificazione territoriale. Concetti di organizzazione e pianificazione del territorio. Teorie, esperienze ed applicazioni nell'organizzazione e nella pianificazione del territorio nei Paesi dell'Unione Europea.

8	Essere in grado di utilizzare le tecnologie GIS nella gestione di dati socio-economici e nell'analisi della loro distribuzione territoriale.	Geomarketing. Sistemi Informativi Territoriali. Ambiti di applicazioni.
---	--	---

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TRASVERSALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di diagnosticare le proprie competenze e risorse personali, la qualità dei propri stili comportamentali e dei propri processi di pensiero.	Psicologia della comunicazione: diagnosi dei problemi e delle proprie competenze; l'immagine di sé e delle proprie rappresentazioni del lavoro e del ruolo professionale; l'elaborazione di un documento di sintesi, personale e riservato, in cui sono presenti tutte le informazioni risultate dall'indagine conoscitiva, nonché le attitudini e le conoscenze.
2	Essere in grado di comunicare con gli altri nel contesto di lavoro, in situazioni di interazione diretta o mediata da strumenti di diversa natura (cartacei, informatici, telematici).	Psicologia della comunicazione, relazioni e comunicazione del gruppo di lavoro; decodifica dei messaggi verbali e non verbali provenienti dai gruppi di lavoro.

Durata minima (ore): 500

Requisiti di ingresso

	Titoli di istruzione	Qualifiche professionali conseguite mediante percorso/i formativo/i	Eventuali altri requisiti aggiuntivi rispetto ai titoli di studio/formazione
a)	ISTRUZIONE SECONDO CICLO: (titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale))		Iscrizione Università degli Studi corso di laurea di 1° livello. P.E.T. - Lingua inglese

Sbocchi occupazionali

*Aziende ed amministrazioni pubbliche, istituti di ricerca nazionali e internazionali, istituzioni internazionali, agenzie industriali e per la protezione dell'ambiente, sia come dipendente che come consulente/libero professionista.

Professionalità docente

*Docenti ed esperti del settore.

Attrezzature e sussidi didattici

*Laboratorio GIS (Geographical Information Systems).

Note

*I Crediti Formativi Universitari (C.F.U.) corrispondono almento a 30. Le ore di autoformazione previste sono circa 600.