

## Competenze-Risorse (Co-Ri) del modulo FFA-D-M5

### Posizionare l'offerta formativa nel contesto

| Competenza operativa: I/Le titolari del certificato di modulo posizionano e comunicano la propria offerta formativa nel contesto dell'azienda o sul mercato della formazione   |  |
|--|--|
| Competenze   | Risorse  |
| <p><b>Interessarsi agli sviluppi e tendenze sul piano dell'economia, della cultura, della società e della politica della formazione</b></p> <p>I responsabili di formazione si interessano agli sviluppi e tendenze sul piano dell'economia, della cultura, della società e della politica della formazione, in particolare a quelli con un influsso diretto o indiretto sul settore della formazione. Si informano sui vari mezzi di comunicazione, partecipano a eventi importanti d'informazione e di discussione e curano la loro rete di contatti personali.</p> <p><b>Orientare l'offerta di formazione secondo gli sviluppi e le tendenze sul piano dell'economia, della cultura, della società e della politica della formazione</b></p> <p>I responsabili di formazione orientano la loro offerta – per quanto riguarda gli obiettivi, i contenuti e le modalità – secondo le tendenze e gli sviluppi che si profilano sul piano dell' economia, della cultura, della società e della politica della formazione.</p> <p><b>Adattare l'offerta di formazione alle strategie di sviluppo dell'organizzazione e ai processi di</b></p> | <p><b>Conoscenze</b> (riguardo al contesto, direttive, teorie, modelli e metodi)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Contesto della società</i>: orientamento nei settori della cultura, dell'economia e della società, tendenze attuali</li> <li>– <i>Contesto socioeconomico</i>: orientamento nelle tendenze della società e dello sviluppo socioeconomico</li> <li>– <i>Sistema svizzero della formazione</i>: strutture della formazione e della politica della formazione in Svizzera e in Europa, quadro giuridico, forme e funzionamento di sussidi pubblici alla formazione, tendenze attuali</li> <li>– <i>Contesto della formazione</i>: strutture del contesto specifico (associazioni, OML ecc.), in particolare riguardo alle strutture della formazione e della qualificazione, tendenze e sviluppi attuali</li> <li>– <i>Mercato della formazione</i>: sviluppi e tendenze, segmenti di mercato rilevanti, situazione della concorrenza</li> <li>– <i>Organizzazione e contesto organizzativo</i>: conoscenza dettagliata dei propri prodotti e servizi</li> <li>– <i>Condizioni quadro</i>: strategie generali di marketing dell'organizzazione</li> <li>– <i>Teorie e modelli</i>: nozioni di base di marketing (analisi di mercato, indicatori pertinenti di mercato, USP ecc.), nozioni di base di statistica</li> </ul> |

### **cambiamento connessi**

I responsabili di formazione – in collaborazione con i servizi competenti dell'organizzazione – adattano l'offerta di formazione all'orientamento strategico a lungo termine dell'organizzazione e agli obiettivi di sviluppo a medio termine. Si preparano al cambiamento e sostengono i processi di cambiamento con misure di formazione mirate.

### **Pianificare e monitorare misure di marketing e di comunicazione**

I responsabili di formazione – eventualmente avvalendosi della collaborazione di professionisti – pianificano misure di marketing e di comunicazione destinate a prodotti e servizi della loro unità organizzativa. Si basano sulla strategia di marketing e di comunicazione dell'organizzazione e su progetti di marketing che esistono, e sfruttano i canali di comunicazione a disposizione. Formulano proposte per misure di comunicazione o di promozione dei loro prodotti e servizi a enti o persone esterne.

### **Eseguire analisi di bisogni formativi e di bisogni individuali**

I responsabili di formazione determinano i bisogni in formazione e i bisogni individuali di un gruppo potenziale di discenti. Da questa situazione elaborano proposte per misure formative collettive e/o individuali adeguate a questi bisogni. Definiscono le circostanze e le condizioni quadro della situazione specifica.

### **Elaborare offerte e negoziare con committenti**

I responsabili di formazione accertano i bisogni e i desideri di committenti potenziali ed elaborano delle offerte mirate

- *Metodi e procedure*: fattori e impostazione di un dispositivo di marketing, funzioni e influssi di vari mezzi di comunicazione e di promozione (includere comunicazione online / pubblicità), calcolo dei costi di misure formative, contratti (contratti di lavoro, mandati esterni; conseguenze giuridiche), convenzioni per la presentazione di offerte nell'ambito di concorsi e mandati di prestazione di enti pubblici
- *Parametri e criteri* riguardo all'impostazione e alla progettazione grafica di mezzi pubblicitari (vari prodotti di stampa, media elettronici, eventi), indicatori per la valutazione di misure di comunicazione, anche riguardo a risultati a lungo termine

### **Abilità** (capacità cognitive, abilità pratiche, competenze relazionali)

- *Capacità cognitive*: pensiero logico e pensiero laterale (dedurre previsioni di sviluppo), individuare tendenze e sviluppi rilevanti, identificare un potenziale per offerte innovative, verificare intuizioni, interpretare informazioni e identificare un bisogno di azione, vagliare varie opinioni e farsi una propria opinione
- *Procedimento*: eseguire analisi di mercato, elaborare progetti di marketing, definire fattori di successo per misure di comunicazione, eseguire verifiche di bisogni formativi e di bisogni individuali, calcolare i costi di misure formative basandosi su diversi modelli, calcolare l'economicità di un'offerta di formazione (anche a lungo termine), adeguare il calcolo dei costi a condizioni mutate, elaborare e motivare delle offerte trasparenti, redigere e verificare, orientarsi a un tema
- *Organizzazione del lavoro*: accordare strategie, progetti e misure gli uni agli altri
- *Know-how didattico*: tecniche di presentazione
- *Capacità TIC*: utilizzo efficace delle TIC (elaborazione testi, ev. principi dell'online-publishing), presentazioni, ricerca sicura d'informazioni in Internet
- *Competenze linguistiche*: redigere testi attrattivi e adatti al pubblico, motivare la propria opinione in modo efficiente
- *Competenze relazionali*: collaborare con professionisti (delimitare le mansioni,

e trasparenti per dei corsi o altre prestazioni di formazione. Nella presentazione dell'offerta tengono conto delle esigenze dei committenti riguardo all'elaborazione del prodotto o dell'offerta nonché dei principi dell'etica professionale. Conducono trattative con committenti potenziali e cercano di ottenere un rapporto prezzo/prestazioni soddisfacente per entrambe le parti.

#### **Rappresentare la propria organizzazione all'esterno**

I responsabili di formazione rappresentano la loro organizzazione in occasione di eventi di portata sovra-istituzionale, di progetti di sviluppo o di manifestazioni informative o nei confronti di organizzazioni del mondo lavorativo o enti pubblici. Presentano informazioni valide sui prodotti e servizi della propria organizzazione in modo pertinente e adatto agli interlocutori.

chiarire i ruoli, briefing chiari), condurre trattative con committenti e mandatarî (argomentare, creare fiducia ecc.), curare i contatti personali con colleghi e persone provenienti da un contesto lavorativo più ampio, assumere il proprio ruolo nella collaborazione a livello sovra-istituzionale ed esterna all'istituzione, in modo flessibile ed efficiente

#### **Atteggiamenti**

- Sicurezza e fiducia
- Intuizione
- Flessibilità e creatività (adeguamento a condizioni mutate)
- Gestione del rischio
- Convinzione riguardo ai propri prodotti e servizi
- Lealtà nei confronti del datore di lavoro e del committente
- Chiarezza sulle proprie capacità
- Apertura
- Curiosità
- Attitudine cooperativa
- Iniziativa