

Descrittivo di 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.

Verifica delle competenze acquisite

Analisi del contesto e presentazione commentata di una progettazione di misure di marketing o di comunicazione.

Collocamento

Il modulo FFA-D-M5 „Posizionare l'offerta formativa nel contesto“ è uno dei moduli richiesti per accedere all'esame professionale superiore di responsabile di formazione (livello 3 del sistema modulare „Formazione per formatori“).

Requisiti

I/Le partecipanti dovrebbero possedere le **conoscenze** seguenti (a un livello di approfondimento che corrisponde ai moduli AF-M3, AF-M4 e AF-M5 del sistema modulare “Formazione per formatori”):

- Conoscenze che gli permettono di orientarsi e individuare sviluppi e tendenze attuali ai livelli dell'economia, della cultura, della società e della politica della formazione
- Conoscenze dettagliate dei propri prodotti e servizi, del contesto di mercato nonché del posizionamento della concorrenza
- Nozioni di base del marketing della formazione
- Nozioni di base di economia aziendale

Dovrebbero ugualmente disporre delle **capacità** seguenti:

- Accertare e analizzare bisogni formativi aziendali e individuali
- Calcolare i costi di misure formative
- Utilizzo efficiente delle TIC, in particolare relativo all'elaborazione e alla redazione di testi e alla visualizzazione con grafici semplici
- Redigere testi efficaci e adatti al pubblico a cui sono indirizzati
- Tecniche di presentazione

Dovrebbero inoltre disporre di **esperienze pratiche** negli ambiti seguenti:

- Attività di gestione o di coordinamento all'interno di un istituto di formazione o nel settore formazione di un'azienda o organizzazione
- Accertamento e analisi di bisogni formativi aziendali e individuali
- Calcolo dei costi di misure formative

Obiettivi

I/Le titolari del certificato di modulo

- sanno adeguare l’offerta formativa – per quanto riguarda gli obiettivi, i contenuti e le modalità di apprendimento – alle tendenze e agli sviluppi che si stanno profilando ai livelli dell’economia, della società e della politica della formazione.
- sanno adattare l’offerta formativa all’orientamento strategico a lungo termine dell’organizzazione e agli obiettivi di sviluppo a medio termine.
- sanno sostenere processi di cambiamento in organizzazione con misure formative mirate.
- sulla base di strategie e progetti di marketing definiti, ed eventualmente avvallandosi della cooperazione con professionisti del marketing, sanno pianificare misure di marketing e di comunicazione per i prodotti e servizi della propria unità organizzativa sfruttando i canali di comunicazione a disposizione.
- sanno accertare i bisogni formativi aziendali e i bisogni individuali di un gruppo potenziale di partecipanti e, sulla base di questi dati, sono in grado di elaborare proposte per misure formative collettive e/o individuali.
- sanno preparare delle offerte per corsi o altri servizi nell’ambito della formazione tenendo conto delle esigenze dei potenziali committenti nonché dei principi di etica professionale.
- sono in grado di negoziare con committenti interni o esterni all’organizzazione cercando di ottenere un risultato soddisfacente per tutt’e due le parti per quanto riguarda la relazione costi-prestazioni.
- sanno rappresentare la propria organizzazione in occasioni di portata sopra-istituzionale, in progetti di sviluppo o verso organizzazioni del mondo lavorativo o enti pubblici presentando informazioni valide sui propri prodotti e servizi in maniera adatta alla situazione e agli interlocutori.

Durata

Il modulo comprende almeno 45,5 ore di corso, e circa 90 ore di apprendimento autogestito (totale ca. 135 ore, corrispondono indicativamente a 4.5 ECTS). Il tempo di apprendimento autogestito (parzialmente guidato) comprende tutte le attività legate all’apprendimento, come per esempio letture di approfondimento, elaborazione delle verifiche delle competenze del modulo ecc. Questo può variare a secondo delle conoscenze e abilità precedentemente acquisite.

Riconoscimento

Il certificato di modulo è uno dei requisiti per l’ammissione all’esame professionale superiore per responsabili di formazione.

Validità del descrittivo di modulo

3 anni

Appendice al descrittivo di modulo (FFA-D-M5)

Contenuti del modulo

I contenuti elencati qui di seguito sono da considerare indicativi per gli istituti di formazione (cf. anche l'elenco delle competenze e delle risorse del modulo D-M5). Gli istituti di formazione dovrebbero concordare delle priorità con i loro partecipanti, oppure integrare altri contenuti specifici.

- Tendenze e sviluppi ai livelli dell'economia, della cultura, della società e della politica della formazione e le loro possibili conseguenze per la formazione (per quanto riguarda gli obiettivi e i contenuti della formazione e le modalità di apprendimento)
- Processi di strategia e di cambiamento all'interno di aziende e le loro conseguenze per il settore della formazione e le singole offerte formative
- Analisi di piani di marketing nell'ambito formativo
- Pianificazione di misure di comunicazione e di promozione
- Criteri per la valutazione di dispositivi per misure di marketing e comunicazione
- Collaborazione con professionisti di altri settori professionali (suddivisione dei compiti, chiarimento dei ruoli, briefing, convenzioni per contratti)
- Convenzioni per la preparazione di offerte
- Calcolo della redditività a breve e a lungo termine di un'offerta formativa o di una misura di formazione all'interno di un'azienda
- Negoziazione con committenti (creare fiducia, presentare argomenti, adeguare l'offerta, ecc.)
- Condizioni quadro legali, forme e funzionamento di sussidi pubblici per misure formative, nonché convenzioni per la presentazione di offerte nell'ambito di concorsi e mandati di prestazione di enti pubblici

Direttive per la verifica delle competenze acquisite

La verifica delle competenze acquisite in questo modulo comprende l'analisi del contesto dell'organizzazione e la documentazione, con commento critico, di un dispositivo di misure di marketing o di comunicazione. Può trattarsi di un dispositivo elaborato dalla persona candidata o di un dispositivo elaborato da terzi.

Valgono le **direttive** seguenti:

- Il dispositivo di marketing/comunicazione può riferirsi a una misura di formazione all'interno di un'azienda o a offerte formative pubbliche.
- La funzione della persona candidata all'interno dell'organizzazione e il suo ruolo nell'elaborazione del dispositivo vanno presentate in modo chiaro.
- Se si tratta di una misura (o di misure) di formazione all'interno di un'azienda, vanno descritti e commentati gli aspetti seguenti:
 - Inserimento della misura o delle misure nella strategia aziendale e in processi di cambiamento in atto, eventualmente motivo diretto per la misura
 - Contesto sistemico più ampio, incluso anche il contesto della politica di formazione
 - Accertamento dei bisogni formativi

- Calcolo della misura formativa, esposizione del valore aggiunto generato o progettato a lungo termine
- Negoziazione con il committente (interno), delimitazione delle responsabilità
- Pubblicazione interna della misura di formazione
- Breve valutazione personale del processo di „marketing interno“
- Se si tratta di un’offerta pubblica di formazione, vanno descritti e commentati gli aspetti seguenti:
 - Contesto di mercato e posizionamento dell’istituto di formazione
 - Analisi del mercato e posizionamento dell’offerta formativa, USP
 - Per offerte singole: inserimento nel *portfolio* delle offerte dell’unità organizzativa
 - Inserimento delle misure di comunicazione nella strategia globale di comunicazione dell’organizzazione
 - Calcolo a breve e a medio termine delle misure di comunicazione
 - Criteri per misurare il successo del dispositivo di marketing o di comunicazione a breve e a medio termine
 - Breve valutazione personale del dispositivo di marketing o comunicazione

Il lavoro presentato sarà valutato in base ai **criteri** seguenti. La verifica è superata se tutti i criteri sono stati soddisfatti almeno negli aspetti principali.

- Sono state osservate le direttive.
- Il lavoro dimostra le abilità e gli atteggiamenti seguenti della persona candidata:
 - Riconoscere tendenze e sviluppi attuali, eventualmente individuare il potenziale per offerte formative innovative
 - Analizzare processi di cambiamento per quanto riguarda i bisogni aziendali e individuali di formazione, e reagire con la messa a punto di offerte di formazione adeguate
 - Posizionare offerte di formazione nel contesto
 - Calcolare rischi
 - Scegliere canali di comunicazione in modo mirato e utilizzarli in modo efficace
 - Redigere messaggi scritti in forma adatta al pubblico mirato
 - Redigere mezzi di comunicazione attraenti; valutare la presentazione e la veste grafica di mezzi di comunicazione con criteri chiari
 - Calcolare il valore aggiunto generato da misure di formazione a breve e a medio termine, e presentarlo in modo convincente

Il lavoro presentato come verifica delle competenze acquisite sarà valutato dal responsabile di formazione o dal responsabile di modulo che deciderà se il lavoro soddisfa alle direttive e ai criteri stabiliti, e che farà un breve commento scritto.

Se il responsabile di formazione o il responsabile di modulo non accetta il lavoro presentato, la persona candidata può rielaborarlo e consegnarlo una seconda volta.

Qualora anche la seconda versione non fosse accettata, la persona candidata dovrà documentare e valutare un altro caso pratico.