

GREEN & BLUE ECONOMY

Attività integrate per l'empowerment, la formazione professionale, la certificazione delle competenze, l'accompagnamento al lavoro, la promozione di nuova imprenditorialità, la mobilità transnazionale negli ambiti della Green & Blue Economy

Operazione cofinanziata al 50% con risorse del Fondo Sociale Europeo

LINEA 2 - C

CUP E67B16000950009 - DCT 20162CRO264 - CLP 1001031863GD160001

SCHEDA CORSO

IMPRESA SINERGIA

PERCORSI DI FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO
ALLA CREAZIONE D'IMPRESA E AL LAVORO AUTONOMO

LINEA 2 – C

Progetti a carattere regionale

SINTESI DELL'AZIONE FORMATIVA

Fase	MODULO	TIPOLOGIA	TOTALE	TEORIA	PRAT.
1	Impresa sinergia	Formazione d'aula	30	10	20
2	Business management	Consulenza piccoli gruppi	30	20	10
3	Business Planning	Consulenza individuale	60	15	45
..	Totale		120	45	75

OBIETTIVO

Gli obiettivi dell'attività sono:

- Favorire lo sviluppo locale, l'occupazione e la creazione di nuove realtà imprenditoriali (start up) nell'ambito territoriale del Parteolla e Basso Campidano (Barrali, Dolianova, Donori, Sordiana, Soleminis e Settimo San Pietro), nel settore **Agrifood** e **Turismo, beni culturali e ambientali**.
- Coniugare le attitudini personali dei discenti sia con l'acquisizione di specifiche competenze in materia di **creazione di impresa**, mediante un percorso di formazione/consulenza specialistico nell'area strategica **"Turismo e beni culturali e ambientali"** e **"Agrifood"**, sia attraverso lo sviluppo delle abilità e conoscenze che li renda in grado di compiere un'attenta valutazione del mercato dei propri prodotti/servizi, elaborando conseguenti decisioni di sviluppo del business.

Gli obiettivi specifici, che verranno raggiunti attraverso il corso formativo, sono:

- Acquisire consapevolezza delle componenti del sistema impresa e del ruolo dell'imprenditore;
- Strutturare l'idea di impresa in un progetto imprenditoriale basato sulle potenzialità di investimento nelle aree di specializzazione di riferimento;
- Individuare e riconoscere il valore delle risorse territoriali locali e basare la propria idea imprenditoriale su di esse;
- Conoscere le forme di aggregazione tra imprese (reti) e le connesse modalità di costituzione e funzionamento;
- Integrare la propria idea imprenditoriale con le strategie di sviluppo già avviate nel territorio;
- Definire il Business model attraverso la consulenza specializzata in creazione di impresa;
- Individuare le più opportune fonti di finanziamento per la realizzazione del proprio progetto imprenditoriale;
- Definire la pianificazione strategica funzionale al raggiungimento degli obiettivi di fatturato/profitto stabiliti e le scelte operative conseguenti;
- Compiere una attenta valutazione del mercato dei propri prodotti/servizi, elaborando conseguenti decisioni di sviluppo del business;
- Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti;
- Monitorare l'andamento delle vendite della concorrenza;
- Ricercare e analizzare dati significativi e proposte di sviluppo del business;
- Svolgere e coordinare ricerche sulla soddisfazione dei clienti;
- Apprendere come gestire la fase di crescita dell'impresa dopo le fasi iniziali, dal punto di vista organizzativo e finanziario.

OPPORTUNITA' LAVORATIVE

Il percorso mira all'autoimpiego e alla creazione di una realtà imprenditoriale propria in base alle idee presentate in sede di selezione. L'efficacia occupazionale dell'intervento sarà agevolata grazie alla consulenza *ad hoc* effettuata da esperti del settore, che permetterà di calibrare l'idea iniziale prevedendo, se necessario, opportuni aggiustamenti in base all'effettiva fattibilità e sostenibilità del sistema impresa sul mercato. Per favorire la concreta realizzazione dell'idea imprenditoriale, i discenti saranno accompagnati nell'individuazione delle fonti di finanziamento (agevolate ed ordinarie) funzionali alla copertura dei fabbisogni di risorse per l'investimento e nell'identificazione delle agevolazioni fiscali disponibili in base alla tipologia di azienda che si intende avviare.

METODOLOGIE DIDATTICHE

La metodologia utilizzata è quella del "**Mentoring**" e del "**Business Coaching**" in cui l'esperto del settore trasferisce competenze pratiche, operative e subito spendibili in campo lavorativo attraverso laboratori pratici di simulazione di contesti lavorativi e metodologie didattiche attive (*visite outdoor e workshop*).

SEDE

La prima fase di formazione verrà svolta presso la Promoform in Via Venturi 14, Cagliari e verranno messe a disposizione delle navette che agevoleranno il trasporto da e per i Comuni facenti parte dell'Unione dei Comuni del Parteolla e del Basso Campidano.

La seconda e terza fase di consulenza e assistenza tecnica si svolgeranno presso le sedi che di volta in volta verranno messe a disposizione nei comuni individuati.



REQUISITI IN INGRESSO

Il corso è rivolto a 60 destinatari maggiorenni disoccupati, lavoratori in CIGS, NASPI e in mobilità residenti o domiciliati in Sardegna. Il titolo di studio minimo, richiesto per l'ammissione al percorso è il **Diploma di scuola media superiore**.

Sono previste delle quote di genere tali per cui alle donne verrà riservato un numero di posti pari ad almeno il 45 per cento (27 Donne) rispetto al numero dei partecipanti complessivi.

REPERTORIO REGIONALE DEI PROFILI DI QUALIFICAZIONE

Il percorso formativo fa riferimento ai seguenti profili di qualificazione del repertorio regionale:

Codice 11117 - Tecnico delle politiche commerciali

Codice 11119 - Tecnico del marketing.

AREA DI ATTIVITA' (ADA) / UNITA' DI COMPETENZA (UC)

Alla fine del percorso, previo superamento dell'esame, verrà rilasciata la seguente Certificazione regionale della competenza professionale:

- **1373/696** – Valutazione dell'andamento di mercato dei propri prodotti/servizi

VALIDITA' DEL PERCORSO E CERTIFICAZIONI FINALI

La validità del percorso è vincolata alla frequenza di almeno l'80 per cento delle ore complessive.

Al termine del percorso verrà rilasciato l'attestato di partecipazione e, a seguito dello svolgimento e superamento dell'esame finale, **l'attestato di certificazione per ognuna delle competenze acquisite, rilasciato dalla Regione Autonoma della Sardegna.**

MODULI – LINEE GUIDA GENERALI

MODULO 1

NOME: IMPRESA SINERGIA

CONTENUTI:

La Green&Blue Economy e le Aree di Specializzazione individuate

- Definizione di Green&Blue Economy e le opportunità di sviluppo ad essa collegate;
- Le Aree di Specializzazione strategiche per il territorio dell'Unione dei Comuni del Parteolla e del Basso Campidano: Turismo dei beni culturali e ambientali e Agrifood;
- I confini del settore: definizione e opportunità di sviluppo per le nuove imprese;
- Individuazione dei benchmark di riferimento.

Competenze trasversali per "Fare impresa"

- Impresa e imprenditore: il sistema delle coerenze e la costruzione del Business model;
- Elementi di leadership, team building, problem solving e decision making;
- L'idea imprenditoriale: caratteristiche di base e sostenibilità;
- Forme di aggregazione tra imprese: reti di impresa formali e non formali;
- Analisi delle principali fonti di finanziamento: agevolazioni pubbliche, capitali propri e capitali di terzi;
- Fonti di finanziamento alternative: Crowd funding, Business Angel, Venture capital;

Laboratorio



Presentazione della propria idea imprenditoriale, scambio e confronto assistito tra i discenti. I partecipanti analizzeranno insieme al formatore gli interventi di sviluppo locale già avviati e le realtà imprenditoriali di eccellenza (buone pratiche). L'integrazione tra formazione e strategie di sviluppo locale avverrà soprattutto mediante l'evidenziazione delle criticità (bassa ricettività turistica, mancata valorizzazione dei beni culturali e ambientali locali, ecc..) che ancora non sono state superate ma che possono essere trasformate in punti di forza su cui investire con la creazione d'impresa.

MODULO 2

NOME: BUSINESS MANAGEMENT

CONTENUTI:

La Green&Blue Economy e le Aree di Specializzazione individuate

Organizzazione aziendale

• Sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica;

L'analisi del mercato di riferimento

- Il contesto di riferimento: fattori demografici, tecnologici, socioeconomici, normativi, ambientali, economici;
- La domanda: trend, modelli di acquisto, funzioni;
- L'offerta: i competitors, punti di forza, punti di debolezza, fattori critici di successo, posizionamento di mercato;
- Gli strumenti per la conduzione dell'analisi;
- Tecniche di analisi e ricerche di mercato: la lettura e l'interpretazione dei dati statistici; gli strumenti della ricerca qualitativa; la elaborazione delle informazioni raccolte; indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto; Metodologie e strumenti di benchmarking.;
- Definizione di vision, mission, obiettivi e strategie;
- Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix, (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità);
- Pianificazione di marketing: marketing strategico e marketing operativo, segmentazione e posizionamento;
- La strategia di marketing e il marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, promozione pubblicità);
- I social media marketing e l'e-commerce;
- Tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction;
- Tecniche per la qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori.

Laboratorio

A partire dall'idea di impresa di ciascun discente e del settore di riferimento sarà impostato un lavoro di gruppo secondo la metodologia Case-Study, in cui i discenti dovranno analizzare e valutare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi di un'impresa tipo operante nell'AdS e nel territorio di riferimento

MODULO 3

NOME: BUSINESS PLANNING

Laboratorio di Business Coaching

Rafforzare il need for achievement, la motivazione e il decision making, anche in situazioni di criticità, insite nella sfera imprenditoriale

Definizione e lo sviluppo del business plan di un'attività autonoma per l'AdS di riferimento.

Le principali sezioni del Business Plan: Parte descrittiva e Parte numerica:

La Parte Descrittiva

1. Il Proponente: obiettivi, Punti di forza e punti di debolezza, La scelta della forma giuridica, Curriculum;
2. I Prodotti/Servizi: i plus di prodotto/servizio (vantaggi offerti al cliente), i vantaggi competitivi, le caratteristiche del prodotto/servizio rispetto a quelli della concorrenza, i prezzi di vendita, i costi ed il



Promoform
Ente di Formazione Professionale



marginale di profitto di ciascuna linea di prodotto/servizio, i fattori critici di successo, la catena del valore.

3. L'Analisi del Settore: dimensioni, fase di sviluppo e natura competitiva, le barriere all'entrata e allo sviluppo del settore, il ruolo dell'innovazione e del cambiamento tecnologico;

4. L'Analisi del Mercato: dimensioni del mercato target (storico, attuale, previsto, la segmentazione del mercato target, prospettive di crescita nell'ambito di ciascun segmento. I concorrenti, le motivazioni d'acquisto, la distribuzione nei mercati target: rivenditori, vendite dirette, distributori, agenti, le fonti di informazione;

5. La Strategia di Marketing: prezzi e condizioni di pagamento, gli attributi del prodotto/servizio (garanzie, qualità, affidabilità e tempi di risposta, assistenza), l'immagine aziendale (pubblicità e pubbliche relazioni), i canali distributivi, modalità di vendita del prodotto.

La Parte Numerica

1. I Piani operativi: il piano commerciale (obiettivi di vendita), il piano tecnico (quantificazione dei costi di produzione), il piano degli investimenti, il piano organizzativo (forma giuridica, ruoli, mansioni e costi del personale), il piano di comunicazione (mezzi, messaggi, tempi), il piano delle fonti di finanziamento (fonti finanziarie per gli investimenti e la gestione);

2. I capitali necessari: i fondi necessari al piano di sviluppo e fonti di copertura, il "timing" di utilizzo dei capitali richiesti;

3. Le informazioni finanziarie: le proiezioni economico-finanziarie, i flussi di cassa, i principali indici di redditività, l'analisi del BEP, analisi di sensitività dei risultati al variare delle ipotesi più significative. Elaborazione domanda di finanziamento agevolato.

Laboratorio di simulazione sulla valutazione dell'andamento di mercato dei propri prodotti/servizi. Il discente dovrà compiere un'attenta valutazione del mercato dei propri prodotti/servizi, elaborando conseguenti decisioni di sviluppo del business. In particolare dovrà: interpretare report previsionali e a consuntivo (consuntivo simulato) sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti; monitorare l'andamento delle vendite della concorrenza; individuare dati significativi e proposte di sviluppo del business; svolgere ricerche sulla soddisfazione dei clienti.