|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ITCG CERBONI****AGENZIA FORMATIVA** | **Procedura 1** | **I.T.C.G.\_P\_001** |
|  |
| **PROCEDURA EROGAZIONE DEI CORSI FINANZIATI** | Rev.  00Data: 05/2/2023 |  |
| REVISIONE | DATA | PREPARATA | CONTROLLATA | APPROVATA |
|  |  |  |  |  |
| **PROCESS OWNER***PROPRIETARIO REFERENTE DEL PROT.* | **SCOPO** | **FIELD OF APPLICATION***CAMPO DI APPLICAZIONE* | **STANDARD** |
| R.Q. Arch. Valentina Tecce | GESTIONE CORSI AGENZIA  | FORMAZIONE | ISO 9001:15 |

# **1. Elenco revisioni**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| n° rev  | data  | modifiche  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# **2. Elenco destinatari**

|  |
| --- |
| **ELENCO DEI DESTINATARI DELLE PROCEDURE AGENZIA FORMATIVA** |
| **DIRIGENTE SCOLASTICO** |  |
| **DIRETTORE DEI SERVIZI GENERALI E AMMINISTRATIVI** |  |
| **PERSONALE DOCENTE INTERNO** |  |
| **PERSONALE DOCENTE ESTERNO** |  |
| **ASSISTENTI AMMINISTRATIVI** |   |
| **ASSISTENTI TECNICI** |  |

Sezione 1 – Procedura di Progettazione MOD.1

* 1. PREPARAZIONE DI UNA SCHEDA DI PROGETTO
1. **Identificazione delle esigenze di formazione:**
	* Analisi delle esigenze: Identificare chi sono i destinatari del corso, quali competenze attuali possiedono, e quali competenze devono acquisire.
	* Definizione degli obiettivi di apprendimento: Stabilire quali conoscenze, abilità e competenze si prevede che i partecipanti acquisiscano alla fine del corso.
2. **Sviluppo del curriculum:**
	* Strutturare il contenuto del corso in base agli obiettivi di apprendimento identificati.
	* Organizzare il materiale in moduli o unità di apprendimento logici e sequenziali.
	* Scegliere i metodi didattici appropriati per trasmettere il contenuto (lezioni frontali, esercizi pratici, studi di caso, etc.).
3. **Scegliere le risorse didattiche:**
	* Identificare e sviluppare materiali didattici, come presentazioni, guide, esercizi, video didattici, etc.
	* Se necessario, individuare risorse esterne o online che possano integrare il contenuto del corso.
4. **Progettazione dell'esperienza di apprendimento:**
	* Creare un ambiente di apprendimento stimolante e coinvolgente.
	* Progettare attività che favoriscano l'interazione tra i partecipanti e il facilitatore/insegnante.
	* Considerare l'uso di strumenti tecnologici e piattaforme digitali per migliorare l'esperienza di apprendimento.
5. **Valutazione e monitoraggio:**
	* Definire criteri di valutazione chiari e misurabili per valutare il successo del corso e il raggiungimento degli obiettivi.
	* Implementare strumenti di valutazione formativa durante il corso per monitorare il progresso degli studenti e apportare eventuali correzioni.
	* Pianificare valutazioni sommative alla fine del corso per valutare il livello di apprendimento raggiunto.
6. **Pianificazione delle sessioni e delle attività:**
	* Organizzare il corso in sessioni o incontri individuali.
	* Pianificare le attività di ciascuna sessione, stabilendo tempi e obiettivi specifici da raggiungere.
7. **Erogazione e valutazione del corso:**
	* Avviare il corso seguendo la pianificazione stabilita.
	* Raccogliere feedback dagli studenti durante e alla fine del corso per valutare l'efficacia dell'esperienza di apprendimento.
	* Utilizzare i feedback ricevuti per apportare eventuali miglioramenti futuri al corso.
8. **Monitoraggio del follow-up:**
	* Monitorare il progresso e l'applicazione delle competenze acquisite dai partecipanti dopo il completamento del corso.
	* Valutare l'impatto a lungo termine del corso sulle prestazioni e sulle competenze dei partecipanti.
9. **Aggiornamento e revisione:**
	* Periodicamente, valutare e aggiornare il curriculum e le metodologie didattiche in base ai feedback ricevuti, ai cambiamenti nel contesto o alle nuove conoscenze disponibili.
	1. ANALISI DI FATTIBILITÀ

Per condurre un'analisi della fattibilità per erogare un corso, si deve valutare diversi aspetti che influenzano la possibilità di offrire con successo il corso.

Condurre un'analisi della fattibilità completa e approfondita ti permetterà di prendere decisioni informate sull'erogazione del corso e di minimizzare i rischi associati all'implementazione.

1. **Analisi del mercato:**
	* Valuta la domanda di un corso simile nel mercato attuale.
	* Esamina la concorrenza e determina se ci sono altri corsi simili già disponibili e quali caratteristiche e prezzi offrono.
	* Raccogli feedback da potenziali studenti per comprendere meglio le loro esigenze e preferenze.
2. **Valutazione delle risorse disponibili:**
	* Esamina le risorse disponibili, inclusi budget, personale, infrastrutture, attrezzature e materiale didattico.
	* Valuta se le risorse esistenti sono sufficienti per erogare il corso o se è necessario acquisire ulteriori risorse.
3. **Analisi della competenza del personale:**
	* Valuta se il personale disponibile ha le competenze e le qualifiche necessarie per insegnare il corso in modo efficace.
	* Identifica eventuali lacune nelle competenze del personale e stabilisci se è necessaria formazione aggiuntiva o l'assunzione di nuovo personale.
4. **Valutazione della logistica:**
	* Esamina i dettagli logistici per erogare il corso, come la disponibilità di aule o spazi virtuali, l'accesso alle tecnologie necessarie, la programmazione delle lezioni, ecc.
5. **Analisi dei rischi e delle sfide:**
	* Identifica potenziali rischi e sfide che potrebbero influenzare il successo del corso, come problemi tecnici, difficoltà di reclutamento di studenti, o cambiamenti nel contesto socio-economico.
	* Sviluppa piani di mitigazione per gestire questi rischi e affrontare le sfide.
6. **Stima dei costi e dei benefici:**
	* Stima i costi associati all'implementazione del corso, inclusi costi diretti (ad esempio, materiali didattici, personale) e costi indiretti
	* Compila il **MOD.8** che permette di fare la stima finanziaria del corso.
7. **Valutazione della sostenibilità a lungo termine:**
	* Esamina se il corso è sostenibile a lungo termine, considerando aspetti come la domanda del mercato nel tempo, la capacità dell'istituzione di supportare il corso nel lungo periodo, e l'evoluzione delle esigenze dei partecipanti nel tempo.
8. **Pianificazione delle azioni correttive e del monitoraggio:**
	* Identifica azioni correttive e piani di monitoraggio per garantire il successo del corso nel tempo.
	* Definisci indicatori chiave di performance (KPI) per monitorare il progresso e l'efficacia del corso una volta erogato.

Inizio modulo

* 1. COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE

Pubblicizzare un corso richiede una strategia mirata per raggiungere il proprio pubblico di riferimento e generare interesse nei potenziali partecipanti. Ecco alcuni passaggi per pubblicizzare efficacemente un corso:

1. **Identificazione del pubblico di riferimento:**
	* Definisci chiaramente il pubblico a cui è destinato il corso, inclusi studenti, professionisti o altre categorie specifiche di persone.
2. **Creazione di un piano di marketing:**
	* Sviluppa un piano dettagliato che includa le attività di marketing che intendi utilizzare, come pubblicità online, social media, e-mail marketing, marketing di contenuti, eventi di lancio, collaborazioni con altre organizzazioni, ecc.
3. **Sviluppo di materiali promozionali:**
	* Crea materiali promozionali accattivanti e informativi, come volantini, manifesti, brochure, annunci pubblicitari, post sui social media, articoli di blog, video promozionali, ecc.
4. **Utilizzo dei canali online:**
	* Sfrutta i social media per promuovere il corso e raggiungere un vasto pubblico. Utilizza piattaforme come Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, ecc.
	* Crea una landing page dedicata sul tuo sito web dove i potenziali partecipanti possono trovare informazioni dettagliate sul corso e registrarsi.
	* Utilizza annunci online mirati attraverso piattaforme pubblicitarie come Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, ecc.
5. **Coinvolgimento della comunità:**
	* Coinvolgi la tua comunità locale o di settore attraverso eventi, conferenze, workshop o seminari in cui puoi presentare il corso e rispondere alle domande dei potenziali partecipanti.
	* Collabora con organizzazioni, istituzioni educative, aziende o associazioni professionali per promuovere il corso ai loro membri o dipendenti.
6. **Offerta di incentivi e sconti:**
	* Offri incentivi speciali come sconti per iscrizioni anticipate, pacchetti promozionali, o altri vantaggi per coloro che si registrano al corso.
7. **Monitoraggio e ottimizzazione delle prestazioni:**
	* Utilizza strumenti di tracciamento e analisi per monitorare le prestazioni delle tue attività di marketing e identificare quali strategie funzionano meglio.
	* Ottimizza continuamente le tue strategie di marketing in base ai risultati ottenuti, facendo aggiustamenti e modifiche dove necessario per massimizzare il successo della campagna pubblicitaria.

Sezione 2 – Realizzazione

2.1 ATTIVAZIONE

1. **Inviare all’email Istituzionale il materiale richiesto**
	* Mod. 1 progettazione
	* Mod. 2 richiesta materiale
	* Mod. 3 organizzazione degli ambienti formativi
	* Mod. 4 organizzazione delle strumentazioni necessarie
	* Mod. 8 Scheda finanziaria
	* Materiale pubblicitario: locandine, articoli, etc.
2. **Approvazione dell’erogazione del progetto**
	* La scuola dopo aver ricevuto l’email provvede a protocollarla e farla approvare dalla Dirigenza con apposita firma.

2.2 SELEZIONE, ISCRIZIONE, AVVIO

* + Individuazione docente formatore o eventuali figure a supporto
	+ Raccolta Iscrizioni
	+ Calendario prenotazione Locali di erogazione e materiali tecnologici
	+ Invio coordinate di pagamento
	+ Stampa elenco iscritti e registro presenze
	+ Stampa di eventuale materiale fornito

Sezione 3 – Valutazione

3.1 SOMMINISTRAZIONE MODULO DI GRADIMENTO

* + Somministrare il modulo di gradimento nella modalità prescelta
	+ Raccogliere i dati di gradimento
	+ Elaborare una valutazione
	+ Compilare il Piano delle criticità
	+ Compilare il Piano di miglioramento.