



Intervento finanziato con il contributo del Fondo Sociale Europeo, selezionato nel quadro del Programma Operativo cofinanziato dal FSE e sulla base de criteri di valutazione approvati dal Comitato di Sorveglianza del Programma FSE POR 2007 -2013

OB. Competitività regionale e occupazione
DDR 1590 del 06//11/08



INVESTIAMO PER IL VOSTRO FUTURO”
Progetto FSE 3558/1/1/1886/2008
INTERNAZIONALIZZARE A TEMPO DI WEB
Forma mentis, strumenti culturali e metodi di lavoro

PARTNER DI PROGETTO:

Associazione STAFF, Associazione Artigiani Vicenza, Cesar Srl, Wall Street Institute Vicenza e Bassano

I CORSI POSSONO ABBINARE LE UFC IN BASE AGLI OBIETTIVI E AI CONTENUTI SCELTI

Durata: 16 ore minimo

Partecipanti: gruppi aziendali o interaziendali a partire da 6 partecipanti

AREA SCENARI E MARKETING INTERNAZIONALE

Codice UFC	TITOLO UFC	Competenza da acquisire	Contenuti specifici	ORE
1	Scenari globali in rete	Consapevolezza delle dinamiche in atto	Come cambia lo scenario mondiale del mercato Evoluzione nel comparto metalmeccanico e in aree connesse. Il Web 2.0 e i nuovi paradigmi commerciali. Il cliente protagonista attivo della vita aziendale	20
2	Internazional-mente	Consapevolezza delle dinamiche in atto	Scenario mondiale ed evoluzione del comparto. Il Web 2.0 e il cliente protagonista aziendale	8
3	Internazionalizzarsi	Conoscere le basi per una strategia di internazionalizzazione	Definizione del posizionamento sui diversi mercati esteri, analisi delle caratteristiche della domanda, analisi di benchmarking concorrenti.	8

segue AREA SCENARI E MARKETING INTERNAZIONALE

20***	Strategie e piani di marketing	Saper tradurre una strategia in piano operativo	Selezione dei canali di vendita e opportunità di cooperazione commerciale, costruire modelli di organizzazione dei flussi logistici (approvvigionamento e distribuzione), definire politiche di promozione del prodotto, strutturare la rete di vendita e di assistenza post vendita.	16
21***	Alleanze e sinergie	Capire i vantaggi e valutare le difficoltà nel creare alleanze	Fare rete nel territorio per operare come sistema, possibili tipologie di alleanze, criteri di attuazione ed efficacia.	8

AREA E COMMERCE – WEB 2.0

Codice UFC	TITOLO UFC	Competenza da acquisire	Contenuti specifici	ORE
4	E Commerce: principi	Conoscere gli ambiti applicativi dell'E Commerce	Il ruolo del Web nello scenario attuale Web 2.0 Declinazioni dell'utilizzo Web, con particolare riguardo al business: E Government, E Procurement, E Commerce	8
5	E Commerce: strumenti	Saper usare la rete come fonte di conoscenza e di applicativi informatici	Tecniche di navigazione e ricerca Evoluta Gli open source accessibili a non specialisti, come selezionarli e utilizzarli.	16
6	E Commerce: il sito	Impostare e mantenere vivo un sito aziendale	Definire le caratteristiche del sito secondo il tipo di business e di clientela Selezionare le soluzioni tecniche Creare un semplice sito usando le risorse della rete per capirne la dinamica.	24
22	E Commerce: monitoraggio	Saper rilevare indicatori significativi del comportamento on line	Strumenti accessibili on line per rilevare le preferenze dei navigatori	7

AREA BUSINESS ENGLISH

Codice UFC	TITOLO UFC	Competenza da acquisire	Contenuti specifici	ORE
7	Competenze grammaticali livello intermedio – lingua Inglese	Competenze grammaticali livello intermedio	Approfondimento dei vari tempi verbali e utilizzo delle forme condizionali. (Formazione a distanza)	7
8	Comunicazioni e relazioni nel contesto lavorativo – lingua Inglese	Capacità di comunicare e relazionarsi nel contesto lavorativo utilizzando la lingua inglese	Scrivere lettere formali e informali, scrivere e mandare email di ringraziamento; intrattenere ed accogliere clienti in lingua inglese, convenevoli e frasi di cortesia; prendere/chiedere un appuntamento.	8
9	Presentazione in un contesto interculturale – lingua Inglese	Capacità di presentarsi con attenzione alle differenze interculturali.	Introduzione alla cultura inglese (learning the British way). Preparare una presentazione e un profilo aziendale.	7
10	Trattativa commerciale in lingua inglese	Capacità di sostenere una trattativa commerciale in lingua inglese	Gestione rapporti telefonici con clienti. La terminologia commerciale in lingua inglese; simulazione di una trattativa commerciale in lingua inglese	8
11	Grammatica inglese - livello base	Competenze grammaticali di base (Formazione a D.	L'uso quotidiano della lingua inglese: acquisizione delle conoscenze di base necessarie a porre domande e dare risposte su informazioni di vita quotidiana, descrizione elementare di luoghi o persone, situazioni.	7
12	Manualistica in lingua inglese	Capacità di leggere manuali in lingua inglese	Approfondimento di manuali tecnici in lingua in riferimento alle differenti realtà lavorative.	8
13	La cultura anglo-sassone ed americana	Conoscenza della cultura anglosassone ed americana	Introduzione alle culture anglosassone e americana, con approfondimento delle relative differenze (cambio di formule di cortesia, comportamento non verbale, ecc.)	8
14	Fondamenti di Business English	Capacità di utilizzare il linguaggio commerciale base in lingua inglese	Scrivere lettere formali e informali, scrivere e mandare email di ringraziamento; accogliere clienti in lingua inglese; prendere/chiedere un appuntamento.	8
15	Competenze linguistiche livello intermedio	Capacità di comprensione ed espressione	Esercitazioni di pratica linguistica e di ascolto (Fad 7 h)	8
16	Inglese in contesti lavorativi specifici	Capacità di utilizzare l'inglese all'interno di meeting - convegni	Esempi del linguaggio dei meeting, inglese in contesti specifici, redazione di corrispondenza e di profili aziendali, sviluppo di previsioni future e conversazione	8
17	Il sito internet in inglese: keywords ed espressione dei contenuti.	Capacità di navigare siti internet in inglese e rintracciare informazioni.	Il linguaggio della rete. Come trovare e farsi trovare: le keywords. Cosa e come scrivere nel proprio sito web	8

AREA CONSULENZA AZIENDALE

18	Consulenza al team aziendale	Attuare un check up per l'internazionalizzazione e definire un piano	Verifica dello stato attuale per posizionamento e obiettivi. Stesura di un macro-piano operativo per obiettivi, azioni, risorse.	10
19	Consulenza e applicazioni	Saper impostare un corretto approccio alle problematiche aziendali	Definire obiettivi, diagnosticare problemi, tracciare progetti e soluzioni (replicabile).	2

Per informazioni:

ASSOCIAZIONE STAFF – Vicenza – tel. 0444 302526

Il progetto prevede un servizio gratuito di sportello con visita in azienda, per analizzare i bisogni e valutare le possibili soluzioni.

*** **Edizione interaziendale** presso la Fondazione Casa della Gioventù -Trissino, avvio sett./nov. '09