

Allegato 2



Borse di Formazione

Gestione Insedimenti e Sportello parco

Sviluppo del capitale umano nel Parco scientifico e tecnologico della Sardegna 2018

PROGETTO FORMATIVO

Comunicazione e marketing Nextage

Soggetto ospitante	NEXTAGE SRL
Sede legale	Piazza della Vittoria 12/12 16121 Genova
Numero di telefono	010-7962720
Numero di fax	
Responsabile legale	Barbara Canesi
Numero di telefono	010-7962720
Indirizzo e-mail	barbara.canesi@nextage-on.com
Sede prevalente della borsa di formazione (70%)	Parco scientifico e tecnologico Loc. Piscina Manna - Pula (Ca)
Sede secondaria della borsa di formazione (30%)	Piazza della Vittoria 12/12 Genova
Sito internet	https://nextage-on.com/
Tutor aziendale* (presente nella sede di svolgimento del percorso formativo)	Laura Pellegrino
Numero di telefono	070-92432953
Indirizzo e-mail	laura.pellegrino@nextage-on.com

*Allegare breve CV

1- AMBITO DI SVOLGIMENTO:

Marketing	X
Ricerca/Produzione	
Amministrazione, Personale e Affari giuridici	
Finanza	

2- OBIETTIVI DEL PROGETTO FORMATIVO

Il candidato si occuperà di affiancare il tutor e il personale aziendale nelle attività di marketing e comunicazione. Nextage è una PMI innovativa con un forte focus su attività di ricerca e applicazione delle nuove tecnologie, tutte le attività verranno pertanto svolte in un'ottica di ricerca e innovazione.

In questo ambito acquisirà competenze e contribuirà relativamente alle attività pianificate di revisione e implementazione dell'immagine aziendale nel suo complesso e dei prodotti e servizi offerti nello specifico.

I temi trattati nel dettaglio saranno i seguenti:

- *Definizione attualizzata della vision e della mission aziendale*
- *Definizione e impostazione del piano aggiornato di comunicazione aziendale: queste attività prevedono anche attività legate alla definizione del materiale informativo, comunicazione verso l'esterno e partecipazione a eventi locali e nazionali*
- *Attività di networking in ambito locale, nazionale e internazionale, basato su analisi della situazione attuale, andando a identificare aziende partner con cui avviare collaborazioni basate sullo scambio di servizi e/o sullo sviluppo di servizi in partenariato, anche nell'ambito di progetti di ricerca*
- *Identificazione di possibili competitor*
- *Identificazione dei punti di forza e di debolezza dei servizi e prodotti proposti dall'azienda nel settore ICT, salute, agrifood e biomedicina*
- *Attività di analisi di mercato orientata al placement dei prodotti aziendali (già presenti o in fase di sviluppo) e alla definizione degli ambiti su cui puntare*

Risultati attesi

Il candidato, affiancando il tutor aziendale, collaborerà sulle tematiche sopra descritte. Questo permetterà di acquisire forti competenze trasversali, non strettamente legate alle specifiche situazioni aziendali. Al termine del progetto formativo il candidato sarà in grado di identificare punti di forza e debolezza di un'azienda nell'ambito comunicazione e marketing, con conseguenti competenze in termini di miglioramento delle strategie di comunicazione aziendale. Inoltre verranno acquisite competenze in termini di creazione di rete di imprese sia nell'ambito di costruzione di partenariati per progetti di ricerca, sia nell'ambito di reti territoriali a diversi livelli per la creazione di partnership commerciali. Infine il candidato acquisirà competenze sulla definizione di nuovi prodotti che rispondano alle esigenze di mercato.

3- COMPETENZE DI BASE RICHIESTE

Al candidato si richiede:

- *Laurea magistrale/specialistica/vecchio ordinamento in discipline tecniche (ingegneria, informatica, matematica, fisica);*
- *Buone conoscenze informatiche di base, con conoscenza di sistemi operativi Windows e preferibilmente Linux;*
- *Buona conoscenza del Pacchetto Office;*
- *Buona conoscenza della lingua inglese;*
- *Buone capacità comunicative;*
- *Predisposizione al lavoro in Team;*
- *Capacità analitiche, capacità di problem solving, dinamicità.*

Costituiscono titoli preferenziali:

- *Conoscenza ed esperienze lavorative pregresse in ambito marketing e comunicazione*
- *Esperienze nella scrittura di documentazione tecnica, articoli e di materiale divulgativo*

- Conoscenze di linguaggi di programmazione e gestione database
- Capacità di gestione e aggiornamento siti internet
- Capacità di gestione delle principali piattaforme social

Nextage richiede che il candidato ideale posseda una laurea tecnica, in quanto una preparazione tecnica di base viene ritenuta fondamentale per poter comprendere a pieno i prodotti/servizi aziendali e quindi poter procedere adeguatamente alle attività di comunicazione e marketing. Durante il periodo di svolgimento della borsa il candidato lavorerà su tematiche di marketing e comunicazione, ma portando su queste tematiche quello che è il core business aziendale, e cioè le competenze tecniche ed in particolare l'innovazione che deriva dall'uso di nuove tecnologie. Le attività di analisi di settore e di mercato saranno effettuate con un focus alle tecnologie utilizzate e a come queste possano rispondere e/o adattarsi a quelle che sono le esigenze del mercato attuale. Una buona base tecnica permetterà al candidato di poter acquisire e consolidare le competenze in tema di marketing e comunicazione.

4- INDIVIDUAZIONE DEL CONTESTO LAVORATIVO E SPENDIBILITÀ DELLE COMPETENZE ACQUISITE E IN FUNZIONE DEL CONTESTO

Il progetto formativo si pone l'obiettivo di formare una figura professionale con specifiche competenze nel settore comunicazione e marketing, con una base di conoscenza delle tecnologie utilizzate in azienda. Le competenze così acquisite saranno sia competenze specifiche su tematiche di comunicazione e marketing, sia competenze trasversali. Questo permetterà al borsista, alla fine del periodo di formazione, di lavorare in autonomia con le capacità necessarie per cogliere le caratteristiche di servizi e prodotti aziendali e proporli al meglio, oltre a capacità di identificare nuovi settori di sviluppo. Le competenze acquisite potranno essere utilizzate in attività di ricerca e sviluppo, nelle fasi di identificazione e contatto con possibili partner e nelle attività di networking indispensabili affinché un'impresa innovativa possa insediarsi e svilupparsi con ricadute positive anche al di fuori della stessa.

Queste competenze saranno utilizzate dal borsista per continuare l'attività in azienda. Nel caso in cui non sia possibile continuare la collaborazione il profilo professionale acquisito presenterà competenze avanzate e interdisciplinari, consentendo al candidato di trovare altre possibili opportunità di impiego sia nell'ambito di aziende private sia nell'ambito di enti pubblici e/o organismi di ricerca coinvolti in attività di innovazione tecnologica e sviluppo di prodotti e servizi nel settore ICT, salute e biomedicina.

5- MODALITÀ DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO

Il progetto formativo sarà articolato in tre fasi. Inizialmente il candidato seguirà un percorso di formazione della durata di 2 mesi con l'obiettivo di acquisire le competenze necessarie allo svolgimento delle attività richieste. In particolare il borsista verrà formato su quelli che sono i temi base della comunicazione e del marketing, con un focus su analisi di settore e di mercato per individuare sia la comunicazione corretta per identificare l'azienda all'esterno sia le tecniche da utilizzare per identificare il corretto posizionamento nel settore e lo sviluppo dei prodotti/servizi.

Nella seconda fase, della durata di 5 mesi, il candidato parteciperà alla definizione del nuovo piano di marketing e comunicazione aziendale. In particolare, in affiancamento al tutor aziendale, contribuirà alla definizione degli obiettivi mediante uno studio del settore focalizzato a individuare clienti potenziali e/o partner sul territorio locale e nazionale. In seguito il candidato affiancherà il tutor durante la creazione delle nuove reti di clienti e partner, focalizzandosi sulle attività di networking. Inoltre acquisirà competenza sulla gestione dei rapporti già consolidati. Queste attività verranno svolte sia durante la fase 2 che durante la fase 3.

Durante la terza fase, della durata di 5 mesi, le attività saranno focalizzate su studi di mercato per il riposizionamento dei prodotti/servizi già presenti in azienda e per individuare i possibili sviluppi futuri, identificando potenziali prodotti da sviluppare internamente nell'ambito dell'evoluzione del mercato.

In affiancamento al tutor aziendale il candidato parteciperà alle diverse attività (studio dei settori, studi di mercato) anche nell'ottica dell'apertura aziendale a nuovi settori di applicazione delle tecnologie e competenze sviluppate internamente, settori attualmente non ancora coperti dai servizi aziendali.

Il candidato sarà seguito durante le attività dal tutor aziendale. Sarà previsto un incontro settimanale per impostare le attività e verificarne l'avanzamento. Inoltre mensilmente sarà organizzato un meeting di aggiornamento, eventualmente in teleconferenza, con il responsabile aziendale di area. L'attività formativa verrà svolta presso la sede operativa di Pula (CA), potranno essere previsti brevi periodi (massimo una settimana) di formazione presso la sede centrale di Genova, tali periodi non supereranno, nell'ambito della durata della borsa, un mese complessivo.

Gantt

	Mesi											
Fase	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 – formazione iniziale												
2 – attività di comunicazione												
3 – studio di mercato e sviluppi futuri												

6- INDICATORI DI MONITORAGGIO

Gli output del progetto formativo potranno essere di diverso tipo.

Il borsista presenterà dei brevi report mensili sulle attività svolte, che verranno verificati e validati dal tutor. Nei report verranno indicate le attività svolte, che potranno essere di formazione (anche individuale ma guidata) o di affiancamento, con attività da svolgere in autonomia sotto la supervisione del tutor. Al termine della borsa verrà presentato un report finale.

All'inizio di ogni fase verranno concordati nel dettaglio degli obiettivi specifici che verranno valutati nei report. Di seguito gli output previsti per ogni fase:

- *Fase1 – formazione iniziale: il borsista dovrà presentare un report con i punti chiave da lui identificati su cui lavorare per il posizionamento aziendale e di prodotto*
- *Fase 2 – attività di comunicazione: il borsista dovrà presentare un report sulle attività di comunicazione e networking effettuate, identificando eventuali criticità presenti e proponendo possibili metodi di intervento*
- *Fase 3 – studio di mercato e sviluppi futuri: il borsista dovrà presentare un report sulle attività svolte identificando un prodotto/servizio già presente o in fase di sviluppo aziendale su cui focalizzare attività di marketing e/o proponendo nuovi settori di sviluppo evidenziandone le potenzialità per l'azienda.*