

TALIA:

Tecnologie Abilitanti per Laureate Indirizzo A-tecnico



Antonella Chiusole
Dirigente Generale
Agenzia del Lavoro



TALIA Tecnologie Abilitanti per Laureate Indirizzo A-Tecnico

TALIA = Thalìa (Θάλεια) una delle grandi muse della mitologia greca protettrice della commedia, raffigurata come una ragazza dall'aria allegra, che porta una corona di edera sul capo e tiene una maschera in mano



Tasso di occupazione per titolo di studio in Italia

	2015		
	Maschi	Femmine	Gender Gap
Licenza elementare, media inferiore	44,7	15,4	29,3
Diploma formazione professionale	55,7	32,3	23,4
Diploma scuola superiore	71,8	54,0	17,8
Laurea	82,4	71,7	10,7
Totale 15-64 anni	65,5	47,2	18,3

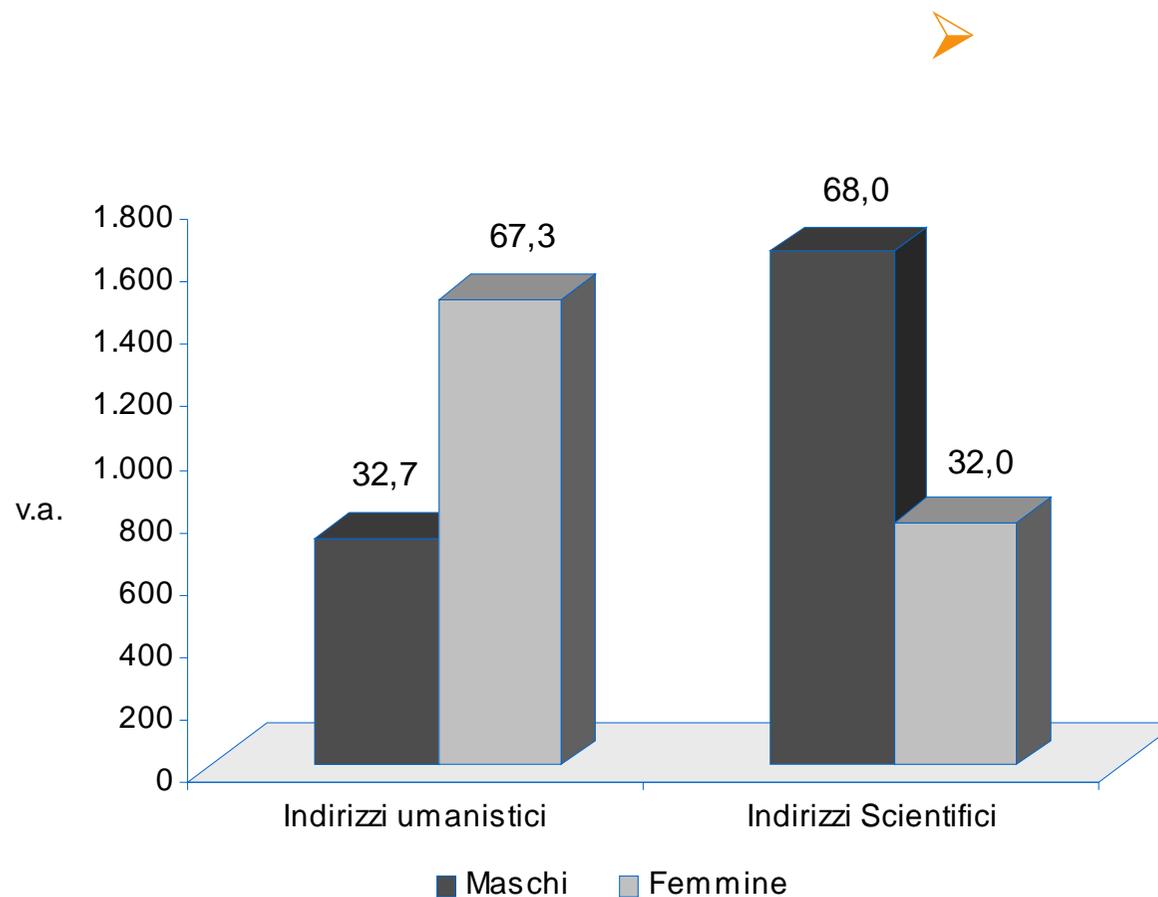


Tasso occupazione per titolo di studio in Trentino

	2015		
	Maschi	Femmine	Gender Gap
Licenza elementare,	49,4	24,7	24,7
Diploma scuola media inferiore	55,9	37,4	18,5
Diploma scuola superiore	81,1	67,3	13,8
Laurea	83,3	79,2	4,1
Totale 15-64 anni	72,3	59,8	12,5



Iscritti al primo anno dell'Università di Trento



Talia in sintesi

- L'iniziativa, mira a coinvolgere giovani donne laureate disoccupate in un percorso formativo finalizzato allo sviluppo di competenze attinenti il Social Media Marketing



Obiettivo generale del Progetto Talia

- Potenziare l'occupabilità delle giovani laureate (non STEM*) e favorire il loro sviluppo di carriera
- Ridurre il gap di conoscenze digitali di queste laureate attraverso lo sviluppo di competenze digitali
- Valorizzare le competenze e le attitudini comunicative di questa categoria di laureate
- Sensibilizzare le imprese sulla comunicazione digitale e sulle tecnologie disponibili
- Offrire alle imprese un servizio consulenziale

(* discipline STEM = Medicina, chirurgia, farmacia, veterinaria, ingegneria, urbanistica, agraria, economia, matematica, fisica, scienze naturali e statistica)



I soggetti coinvolti in Talia

- Agenzia del Lavoro di Trento
- Informatica Trentina
- Associazioni di Categoria e aziende ospitanti il tirocinio
- Mentor: aziende ICT
- Aziende leader esperte nel marketing digitale



L'intervento in numeri

- **46** domande pervenute: candidatura alla selezione su apposito modulo allegando lettera motivazionale e curriculum vitae (www.agenzia lavoro.tn.it/collettore_notizie)
- **36** colloqui motivazionali effettuati
- **30** partecipanti ammesse (4 ritiri per motivi di lavoro e 1 per motivi personali)
- **25** tirocini attivati



La formazione universitaria delle partecipanti

- Lettere, Mediazione linguistica e Lingue straniere: **10**
- Filosofia: **4**
- Conservazione e gestione beni culturali: **3**
- Scienze dell'educazione e formazione: **2**
- Studi internazionali/ scienze politiche: **2**
- Sociologia: **2**
- Psicologia e scienze cognitive: **2**
- Giurisprudenza: **2**
- Architettura: **1**
- Accademia delle belle arti: **1**



Un'offerta di opportunità integrate

- **Formazione d'aula** aspetti teorici per complessive **45 ore**
- **Testimonianze di 5 aziende leader** di settore orientate al marketing o alla comunicazione digitale :**18 ore**
- **Laboratori :21 ore**
- **Tirocini**, presso imprese interessate a realizzare un progetto di social media marketing per **8 settimane**
- **Supervisione di un mentor ICT** nel progetto di tirocinio



Tematiche della formazione in aula

- ✓ Introduzione ai **concetti fondamentali del Marketing**
- ✓ Il **Digital Marketing**: il sito, analitica web, posizionamento in rete e advertising on line
- ✓ I **Social Media**: progettare e valutare un piano social media
- ✓ **Scrivere per la rete**: scrittura per il web, creare e gestire un piano editoriale e un blog



Relatrici in aula

I contenuti formativi sono stati definiti da una docente universitaria di marketing e da un'esperta di marketing e comunicazione digitale:

➤ **MARIANGELA FRANCH**

Docente di Economia e Marketing presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Trento

➤ **SABRINA PESARINI**

Responsabile Web Marketing & Content presso Trentino Marketing



Testimonianze

- ✓ **Plus communication:** conoscere il lavoro di un'agenzia pubblicitaria
- ✓ **Corriere del Trentino:** la comunicazione giornalistica "carta e digital"
- ✓ **Pastificio Felicetti:** best case – la comunicazione sui Social Media
- ✓ **Cantine Ferrari:** best case - la comunicazione nel mondo del vino
- ✓ **APT Valle di Fiemme:** il caso Val di Fiemme – comunicazione interna e comunicazione al cliente



Il percorso di Laboratorio

L'attività è finalizzata alla definizione delle fasi del progetto di comunicazione e marketing digitale da realizzare durante il tirocinio in azienda:

1. Situazione dell'azienda e del mercato
2. Posizionamento competitivo
3. Proposta strategia social/digital
4. Piano di azione digital



Il tirocinio

Obiettivo del progetto di tirocinio

- ✓ realizzare, in coerenza con il piano di comunicazione aziendale, un progetto di comunicazione relativo al marketing digitale
- ✓ aggiornare e gestire il sito e i canali social aziendali compresa la scrittura dei testi web

Durata del tirocinio:

- ✓ 8 settimane con un'indennità di € 70 a settimana alle tirocinanti



Il mentore: un aspetto innovativo

Un mentore ICT sostiene le tirocinanti in relazione a:

- ✓ analisi di posizionamento competitivo dell'azienda in ambito social
- ✓ attivazione e gestione dei canali social
- ✓ definizione di azioni di miglioramento



Settori delle 25 aziende ospitanti

- ✓ alberghiero **2**
- ✓ azienda vinicola **1**
- ✓ commercio **3**
- ✓ grafica **3**
- ✓ manifatturiero **1**
- ✓ ristorazione **2**
- ✓ servizi alla persona **6** (cooperative sociali disabili anziani, sindacato, assistenza acquisto immobili)
- ✓ servizi turistici **3** (aziende promozione turistica e agenzie viaggio)
- ✓ servizi alle imprese **3** (agenzia marketing)
- ✓ trasformazione alimentare **1**



Caratteristiche aziende ospitanti

- **Coerenza con il profilo professionale e scolastico della partecipante**
- **Localizzazione:**
 - ✓ aziende raggiungibili con mezzi pubblici dalla tirocinante
- **Rispetto dei requisiti di legge** previsti per le aziende ospitanti il tirocinio (i più rilevanti: la presenza di almeno un dipendente a tempo indeterminato, non aver licenziato o aver in corso procedure di mobilità nei 6 mesi precedenti l'avvio del tirocinio, non aver periodi di sospensione a 0 ore per cassa integrazione guadagni, numero massimo tirocini nell'anno).



I costi dell'iniziativa: € 26.697

- **Docenza**
€ 12.470
- **Marchio e stampa pieghevoli**
€ 787
- **Borse di tirocinio**
€ 13.440



I benefici dei soggetti coinvolti

Partner

- Agenzia del Lavoro: migliorare l'occupabilità delle giovani laureate
- Informatica Trentina: promuovere l'evoluzione digitale del Trentino
- Associazioni di Categoria: potenziare l'evoluzione digitale delle imprese associate

Mentor

- Operare con criteri di responsabilità sociale
- Promuovere l'alfabetizzazione digitale

Destinatario

- Acquisire nuove conoscenze e competenze
- Accrescere la propria spendibilità lavorativa
- Apertura verso opportunità di lavoro autonomo

Imprese

- Acquisire nuovi strumenti e metodi di marketing e comunicazione digitale
- Migliorare la propria presenza sui canali digitali



In sintesi ...



Promuove l'occupabilità di giovani laureate disoccupate facendole diventare protagoniste della trasformazione digitale del nostro tessuto produttivo

Sensibilizza le imprese sulla comunicazione digitale e sulle tecnologie disponibili, fornendo un prodotto nuovo

