

## ADA.18.01.07 - ORIENTAMENTO INFORMATIVO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 2** - Realizzare iniziative per l'orientamento, allestendo servizi a livello stabile in centri dedicati e/o stand fieristici finalizzati alla divulgazione di informazioni, promuovendo e mantenendo un efficace contatto tra servizi e attori socio istituzionali interni e/o esterni al sistema

## 1 - REALIZZAZIONE INIZIATIVE DI ORIENTAMENTO INFORMATIVO

Grado di complessità 2

### 1.2 SPORTELLO INFORMATIVO A DISTANZA

Fornire informazioni e chiarimenti agli utenti via internet, utilizzando specifiche applicazioni o piattaforme per videochiamate, videochat e videoconferenze

Grado di complessità 1

### 1.1 SPORTELLO INFORMATIVO IN PRESENZA

Fornire informazioni e chiarimenti agli utenti e distribuire eventuali materiali informativi attraverso brevi colloqui individuali

### 1.1 STAND INFORMATIVI PRESSO EVENTI E MANIFESTAZIONI

Accogliere l'utente presso lo stand informativo presentando i servizi offerti, rilevando esigenze e richieste e consegnando materiali informativi appositamente predisposti per l'evento (es. opuscoli, volantini, cd-rom, pen drive, ...)

## 2 - GESTIONE RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

Grado di complessità 1

### 2.1 GESTIONE COMUNICAZIONI

Gestire le comunicazioni con gli attori socio-istituzionali interni/esterni al sistema utilizzando canali comunicativi diversi (es. mail, newsletter, telefono, ...) e promuovendo incontri e/o eventi specifici

## ADA.18.01.07 - ORIENTAMENTO INFORMATIVO

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

#### **RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)**

- Strumenti e materiali informativi cartacei (brochure, guide, schede, etc.) e/o digitali (presentazioni, raccolta di link, ...)
- Informazioni e caratteristiche del mercato del lavoro nazionale e locale (p.e. dinamiche, regole di funzionamento, fonti, ...)
- Offerta educativa e formativa regionale, nazionale e/o comunitaria (p.e. caratteristiche, canali di accesso, opportunità di finanziamenti pubblici, soggetti erogatori, etc.)
- Specifiche applicazioni o piattaforme per videochiamate, videochat e videoconferenze
- Tipologia e caratteristiche degli attori socio-istituzionali interni/esterni
- Canali comunicativi (es. mail, newsletter, telefono, ...)

#### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Metodi e tecniche di comunicazione e di gestione delle relazioni

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Informazioni trasmesse a sportello (in presenza e a distanza) e in ambito di eventi pubblici o manifestazioni
- Comunicazioni con gli stakeholder gestite

#### **INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE**

##### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme dei servizi di orientamento informativo sul mercato del lavoro e sull'offerta educativa e formativa (erogazione informazioni e supporto nella ricerca attiva)
2. Almeno due tipologie di utenza

##### **DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

1. Prova prestazionale: erogazione simulata di informazioni e opportunità sul mercato del lavoro e sull'offerta educativa e formativa a sportello e/o a distanza, con riferimento ad una tipologia di utenza
2. Colloquio tecnico relativo alle differenze di approccio in caso di altre tipologie di utenza

## ADA.18.01.07 - ORIENTAMENTO INFORMATIVO

### FONTI

- Batini F., Giaconi F., Orientamento informativo. Percorsi e strumenti per la scelta formativa e professionale, Erickson, 2006
- ISFOL, Accreditamento delle sedi orientative: manuale d'uso, 2004
- ISFOL, Accreditamento delle sedi orientative: raccolta degli idealtipi di strumenti per l'erogazione dei servizi orientativi, parte II, Vol. 1, 2004