

Scheda raccolta informazioni incontro formativo

Gruppo 2 PGZ Fiemme e Fassa Luogo: Tesero Data: 18/07/2015

Docente: Francesco Apuzzo

Titolo dell'intervento: Giornata di lavoro sulle strategie organizzative dei PGZ Fiemme e Fassa

Tipologia destinatari

Hanno partecipato vari componenti dei Tavoli, presenti le due RTO, alcuni assessori, docenti, rappresentanti dei Comuni, Referenti Istituzionali

Obiettivi formativi (in relazione alle attività del gruppo)

Gli obiettivi della giornata erano:

- ✓ **PRESENTAZIONI E CONOSCENZA RECIPROCA**
- ✓ **ANALISI FABBISOGNI GENERALI E DEI SINGOLI PIANI**
- ✓ **ELABORAZIONE PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO**
- ✓ **INIZIO STESURA PIANI DI AZIONE**

Contenuti trattati

I principali contenuti trattati sono stati:

- L'importanza della conoscenza reciproca per la collaborazione;
- Come analizzare i fabbisogni della propria zona: il feedback dei partecipanti, l'individuazione e la raccolta delle aspettative dei non partecipanti;
- Analisi delle motivazioni interne ed esterne ai PGZ;
- Elementi di marketing e comunicazione;
- L'importanza di un piano di azione;
- La realizzazione di un piano di azione;
- Il monitoraggio dell'andamento.

Metodologia didattica

La metodologia didattica ha previsto una base teorica sui temi e la continua interazione tra e con i partecipanti, tramite esercizi di "brain writing" collegiali e lavori di gruppo, con presentazione dei risultati, da parte dei due PGZ

Punti di forza e di debolezza riscontrati nell'interazione con il gruppo

Punti di forza: i presenti si sono dimostrati responsabili, attivi e interessati al miglioramento, nel rispetto dei loro ruoli, per cui l'interazione è stata agevole.

Punti di debolezza: alcuni temi presentati erano di tipo aziendalistico e legati al marketing, argomenti che hanno suscitato in alcuni il dubbio di quanto i PGZ necessitino di una impostazione "profit"

Eventuali ulteriori fabbisogni riscontrati collegati agli obiettivi della giornata

Ulteriore formazione e consulenza sulla strategia, sulla comunicazione e motivazione interna, sul marketing strategico e operativo e quindi sulla definizione e raggiungimento degli obiettivi.