

DISPENSA DIDATTICA

TEMA A LAVORO E SVILUPPO PRODUTTIVO

 *RICERCA DEL LAVORO*



Presentazione della dispensa

Questa dispensa accompagna il percorso formativo dedicato alla Ricerca del Lavoro, sviluppato nell'ambito del progetto Digita Facile Campania. Si rivolge a chi vuole orientarsi nel mercato del lavoro locale e nazionale con maggiore consapevolezza, sfruttando al meglio gli strumenti digitali disponibili: dalle piattaforme per la ricerca di offerte alla costruzione di un profilo professionale efficace, dalle tecniche per affrontare un colloquio alla pianificazione di un percorso di crescita professionale a lungo termine.

Il percorso è articolato in sei moduli. Il primo offre una panoramica delle tendenze attuali del mercato del lavoro, con attenzione alle opportunità specifiche del territorio campano. Il secondo approfondisce le tecniche per scrivere un curriculum vitae e una lettera di presentazione efficaci. Il terzo si concentra sulla simulazione dei colloqui e sulle tecniche di networking. Il quarto esplora le piattaforme online per la ricerca di lavoro e la costruzione del profilo professionale digitale. Il quinto affronta lo sviluppo delle competenze trasversali — le soft skills — sempre più valorizzate dal mercato. Il sesto, infine, guida nella costruzione di un piano d'azione personalizzato per la propria carriera.

Ogni modulo è scritto in un linguaggio accessibile, con esempi concreti, consigli pratici e spunti di riflessione. Non è necessario avere competenze digitali avanzate per beneficiarne: basta la curiosità di capire come funziona il mercato del lavoro oggi e la voglia di affrontarlo con gli strumenti giusti.

Questa dispensa non è solo un testo da leggere: è uno strumento da usare. Puoi tornarci ogni volta che devi scrivere un CV, prepararti a un colloquio, aggiornare il tuo profilo LinkedIn o costruire il tuo piano professionale. Tienila a portata di mano.

Il digitale come chiave per il mercato del lavoro

Diventare cittadini digitali autonomi

Partecipare attivamente al mercato del lavoro nell'era digitale non significa soltanto saper usare un computer o uno smartphone. Significa saper navigare tra le piattaforme dove si trovano le offerte di lavoro, costruire una presenza professionale online credibile, comunicare efficacemente in ambienti digitali e sfruttare gli strumenti che la tecnologia mette a disposizione per presentarsi al meglio ai potenziali datori di lavoro.

Il divario digitale — la distanza tra chi sa usare questi strumenti e chi non li conosce — si traduce direttamente in un divario di opportunità. Chi non sa come funziona LinkedIn o come ottimizzare il proprio curriculum per i sistemi di selezione automatica rischia di essere invisibile a una fetta crescente del mercato del lavoro, anche se ha le competenze giuste per il ruolo che cerca. Colmare questo divario è esattamente l'obiettivo di questo percorso.



I vantaggi concreti del digitale nella ricerca del lavoro

L'uso consapevole degli strumenti digitali nella ricerca del lavoro offre vantaggi concreti e misurabili. Il primo è il risparmio di tempo: invece di girare di azienda in azienda con il curriculum in mano, oggi è possibile candidarsi a decine di posizioni in pochi minuti, direttamente da casa. Il secondo è la visibilità: un profilo LinkedIn ben curato può essere trovato dai recruiter che cercano attivamente candidati, senza che ci sia bisogno di candidarsi a nessun annuncio specifico.

Il terzo vantaggio è la personalizzazione: le piattaforme digitali permettono di filtrare le offerte per settore, luogo, tipo di contratto e livello di esperienza, risparmiando il tempo di consultare centinaia di annunci irrilevanti. Il quarto è la rete: il networking digitale permette di costruire e mantenere relazioni professionali con persone di tutta Italia e di tutto il mondo, ampliando enormemente le opportunità rispetto a quelle accessibili solo attraverso contatti personali diretti.



MODULO 1

Il mercato del lavoro: tendenze e opportunità del territorio

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo comprenderai le principali tendenze che stanno trasformando il mercato del lavoro a livello nazionale e locale. Saprai identificare i settori in crescita nel territorio campano e le competenze più richieste, così da orientare la tua ricerca di lavoro e i tuoi investimenti formativi nella direzione più produttiva.

Le tendenze che trasformano il mercato del lavoro

Il mercato del lavoro è in continua trasformazione, guidato da forze che agiscono a livello globale ma che producono effetti molto concreti anche a livello locale. Quattro grandi tendenze stanno ridisegnando il paesaggio delle opportunità professionali.

La digitalizzazione è la trasformazione più pervasiva. Ogni settore, dalla grande industria alla piccola bottega artigiana, è attraversato da una crescente domanda di competenze digitali. Non si tratta soltanto di sapere usare un computer: le aziende cercano persone capaci di gestire la presenza online, di analizzare i dati sui clienti, di ottimizzare i processi con strumenti digitali. Anche settori tradizionalmente lontani dal mondo tecnologico — come l'agricoltura, il commercio al dettaglio o i servizi alla persona — sono sempre più interessati da questa trasformazione.

La sostenibilità è la seconda grande tendenza. La transizione verso un'economia più rispettosa dell'ambiente sta creando nuove figure professionali e trasformando quelle esistenti. L'agricoltura biologica, il turismo sostenibile, le energie rinnovabili, l'economia circolare: questi non sono soltanto slogan ma settori in crescita reale, che cercano professionisti con competenze specifiche. Agronomi, esperti ambientali, guide naturalistiche, tecnici per le energie rinnovabili: sono figure sempre più richieste anche nei territori rurali e montani.

Il turismo enogastronomico rappresenta un'opportunità particolarmente rilevante per il territorio campano. La valorizzazione delle produzioni locali — vino, olio, prodotti tipici — e la crescente attenzione dei viaggiatori per le esperienze autentiche legate al territorio hanno creato una domanda sostenuta di professionisti dell'ospitalità, della ristorazione, della comunicazione del territorio e dell'organizzazione di esperienze turistiche. Il Sannio, il Cilento, l'Irpinia, la Costiera: sono aree con un patrimonio enorme, che aspetta di essere valorizzato da persone capaci di comunicarlo e gestirlo.

I servizi alla persona costituiscono il quarto filone di opportunità in forte crescita. L'invecchiamento della popolazione, l'aumento delle fragilità sociali e la crescente attenzione alla qualità della vita stanno producendo una domanda crescente di figure professionali nel settore socio-sanitario, nell'assistenza agli anziani e nelle attività educative. Si tratta di lavori che richiedono competenze relazionali oltre che tecniche, e che hanno il vantaggio di essere difficilmente delocalizzabili: si svolgono vicino alle persone, sul territorio.



Opportunità specifiche nel territorio campano

Il territorio campano, e in particolare le aree interne, presenta caratteristiche che lo rendono ricco di opportunità in alcuni settori specifici. Conoscerle permette di orientare la propria ricerca di lavoro e le proprie scelte formative in modo più mirato ed efficace. Nel settore agroalimentare, le opportunità sono legate sia alla produzione che alla comunicazione e alla commercializzazione. Esperti in produzione biologica, tecnici per la trasformazione dei prodotti tipici, professionisti del marketing agricolo capaci di portare i prodotti locali sui mercati digitali, sommelier e guide enogastronomiche: sono figure richieste da un territorio che ha molto da offrire ma non sempre le risorse umane per valorizzarlo adeguatamente. Nel settore turistico, le opportunità spaziano dalle guide turistiche locali agli operatori di strutture ricettive — bed and breakfast, agriturismi, piccoli hotel — fino agli organizzatori di esperienze enogastronomiche e culturali. Chi sa combinare la conoscenza del territorio con competenze digitali di base — gestione di un sito web, presenza sui social network, uso delle piattaforme di prenotazione online — ha un vantaggio competitivo significativo. Nel commercio e nell'artigianato, la sfida principale è portare online ciò che tradizionalmente si vendeva solo in presenza. Chi sa gestire un negozio online, comunicare efficacemente sui social network, raggiungere clienti al di fuori del mercato locale: queste sono competenze preziose per valorizzare le produzioni artigianali e commerciali del territorio. Nel settore dei servizi, sono particolarmente richiesti formatori e facilitatori digitali — come quelli formati dal progetto Digita Facile Campania — oltre a consulenti per l'accesso a finanziamenti e bandi pubblici (PSR, PNRR), tecnici per la manutenzione e l'installazione di sistemi digitali ed energetici, e figure di supporto alle istituzioni locali nella gestione dei servizi digitali.

Le competenze più richieste

Conoscere le tendenze del mercato serve a poco se non si traduce in una comprensione chiara delle competenze che le aziende cercano. Due grandi categorie di competenze dominano le richieste dei datori di lavoro, indipendentemente dal settore. Le hard skills digitali più richieste includono la capacità di gestire la presenza online di un'azienda o di un professionista — attraverso i social network, un sito web, le piattaforme di e-commerce — la conoscenza dei principi base del marketing digitale, la capacità di gestire dati e informazioni attraverso strumenti digitali, e la padronanza di almeno una lingua straniera, con l'inglese come priorità assoluta. Queste competenze sono trasversali: servono in quasi tutti i settori del mercato del lavoro contemporaneo. Le soft skills più valorizzate sono la proattività — la capacità di agire senza aspettare che qualcuno dica cosa fare — la flessibilità e la disponibilità ad adattarsi a situazioni nuove, la capacità di lavorare in team anche in contesti complessi, il problem solving — affrontare i problemi con metodo anziché bloccarsi di fronte alle difficoltà — e l'orientamento al cliente, ovvero la capacità di capire e rispondere alle esigenze di chi si serve.

Da ricordare: Non devi avere tutte queste competenze per iniziare a cercare lavoro, ma sapere quali sono le più richieste ti aiuta a capire come investire il tuo tempo di formazione per aumentare le tue possibilità.



MODULO 2

Scrivere per convincere: CV e lettera di presentazione

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo saprai applicare le principali tecniche per scrivere un curriculum vitae efficace, personalizzato e ottimizzato per i sistemi di selezione automatica. Saprai anche costruire una lettera di presentazione che completi il CV senza ripeterlo, comunicando con chiarezza la tua motivazione e il valore che puoi portare all'azienda.

Tecniche per un curriculum vitae che funziona

Un curriculum vitae efficace non è semplicemente un elenco di cose fatte: è un documento strategico, costruito per rispondere alle esigenze di chi lo legge e per superare i filtri — umani e automatici — che separano una candidatura dal cestino dall'invito a un colloquio.

La struttura e la chiarezza sono la base di tutto. Il documento deve essere ordinato, immediatamente leggibile, organizzato in sezioni ben definite. L'ordine cronologico inverso — dalla esperienza più recente alla più datata — è lo standard riconosciuto a livello internazionale: inizia dall'ultimo lavoro o dall'ultimo titolo di studio conseguito. I caratteri devono essere leggibili — Arial, Calibri, Georgia sono scelte sicure — e la lunghezza non dovrebbe superare le due pagine, salvo casi di profili con molti anni di esperienza.

La personalizzazione è forse l'aspetto più importante e più spesso trascurato. Ogni curriculum vitae dovrebbe essere adattato all'annuncio specifico a cui ci si candida, incorporando le parole chiave — sia per le hard skills tecniche che per le soft skills — presenti nell'offerta di lavoro. Questo non significa inventarsi competenze che non si hanno, ma presentare quelle che si possiedono usando il linguaggio che il datore di lavoro usa. Questa pratica è particolarmente importante per superare i sistemi ATS — i software che molte aziende usano per pre-selezionare automaticamente i curriculum — che cercano corrispondenze tra le parole dell'annuncio e quelle del documento. Il focus sui risultati distingue un curriculum generico da uno efficace. Invece di limitarsi a elencare le mansioni svolte — "mi occupavo della gestione dei clienti" — quantifica i risultati ottenuti: "Ho gestito un portafoglio di 40 clienti, contribuendo a un aumento del fatturato del 15% in dodici mesi". I numeri rendono le affermazioni credibili e concrete, e aiutano il selezionatore a capire non solo cosa hai fatto ma quanto bene lo hai fatto.

I dettagli essenziali non vanno mai dimenticati: contatti aggiornati con e-mail professionale e numero di telefono con prefisso, link al profilo LinkedIn se aggiornato, e una breve sintesi professionale — tre o quattro righe all'inizio del documento — che presenti chi sei, quali sono le tue competenze principali e qual è il tuo obiettivo professionale attuale.



La lettera di presentazione: raccontare il perché

La lettera di presentazione è il documento che accompagna il curriculum vitae e svolge una funzione completamente diversa: non ripete le informazioni già presenti nel CV, ma le interpreta, le contestualizza e le connette alle esigenze specifiche dell'azienda a cui ci si rivolge. È l'occasione per mostrare la propria motivazione, la propria personalità e la propria comprensione del ruolo e del contesto aziendale.

La personalizzazione estrema è la prima regola. Una lettera di presentazione inviata a dieci aziende diverse con solo il nome modificato è praticamente inutile: i selezionatori riconoscono immediatamente le lettere standard e le trattano di conseguenza. Una lettera efficace dimostra di aver letto con attenzione l'annuncio, di conoscere l'azienda — la sua storia, i suoi prodotti o servizi, la sua cultura — e di aver pensato specificamente al valore che si può portare in quel contesto.

La brevità e la struttura chiara sono altrettanto importanti. Una pagina è il limite massimo: nessun selezionatore legge lettere di presentazione lunghe. La struttura ideale prevede un'apertura che cattura l'attenzione e spiega perché ci si candida per quella posizione specifica, un corpo in cui si collegano le proprie esperienze e competenze alle esigenze del ruolo — senza ripetere il CV ma spiegando il significato di quelle esperienze — e una chiusura con una chiara call to action: la richiesta di un colloquio o di un incontro.

L'attenzione alle specificità locali può fare la differenza, soprattutto in un contesto come quello campano. Se si ha un legame con il territorio — si è cresciuti in quella zona, si ha un'esperienza professionale nel settore locale, si conosce la realtà specifica dell'azienda — metterlo in evidenza può essere un elemento di distinzione rispetto ad altri candidati. Un'azienda che opera nel turismo del Sannio apprezzerà che un candidato dimostri di conoscere e amare quel territorio.

Consiglio: Prima di scrivere la lettera di presentazione, dedica dieci minuti a cercare informazioni sull'azienda: il suo sito web, le sue pagine social, eventuali articoli o notizie recenti che la riguardano. Quelle informazioni ti permetteranno di scrivere qualcosa di specifico e genuino, che nessun altro candidato potrà copiare.



MODULO 3

Il colloquio e il networking: costruire relazioni che aprono porte

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo avrai gli strumenti per prepararti efficacemente a un colloquio di lavoro, inclusa la conoscenza del metodo STAR per rispondere alle domande comportamentali. Saprai anche come costruire e coltivare una rete di relazioni professionali — sia online che di persona — che può aprirti opportunità non sempre visibili sui portali di ricerca lavoro.

Prepararsi al colloquio: più che rispondere a domande

Il colloquio di lavoro è un incontro, non un interrogatorio. Chi lo affronta come tale — con la curiosità di conoscere l'azienda, oltre che con il desiderio di presentarsi bene — ottiene quasi sempre risultati migliori di chi lo vive come una prova da superare. Questa premessa non è filosofia: ha conseguenze pratiche molto concrete sul modo in cui ci si prepara.

La preparazione sulle domande comuni è il punto di partenza. Alcune domande compaiono in quasi tutti i colloqui e non hanno nulla di imprevedibile: chi sei e cosa hai fatto, quali sono i tuoi punti di forza e di debolezza, perché vuoi lavorare in quell'azienda, dove ti vedi tra cinque anni. Prepararsi una risposta personale, autentica e concisa per ciascuna di queste domande è il modo più efficace per non essere colti di sorpresa e per comunicare con chiarezza. La risposta alla domanda "parlami di te" non è la storia della tua vita: è una presentazione professionale di circa due minuti, focalizzata su chi sei oggi e perché sei lì.

La ricerca sull'azienda è altrettanto fondamentale. Prima di un colloquio, leggi tutto ciò che riesci a trovare sull'azienda: il sito web, le pagine social, le ultime notizie che la riguardano. Comprendi cosa fa, come lo fa, per chi lo fa. Questo ti permette di rispondere alle domande in modo contestualizzato — non in modo generico — e di formulare domande intelligenti sull'azienda, che dimostrano interesse reale e preparazione.

Il metodo STAR: rispondere con chiarezza e concretezza

Molti colloqui moderni includono domande comportamentali: domande che chiedono di raccontare situazioni reali del passato come indicatori di come ci si comporterà in futuro. "Raccontami di una volta in cui hai dovuto gestire un conflitto in un team", "Descrivi una situazione in cui hai dovuto rispettare una scadenza molto stretta", "Parlami di un progetto che non è andato come previsto e di cosa hai imparato".

Il metodo STAR è uno strumento semplice e potente per rispondere a questo tipo di domande in modo strutturato, chiaro e convincente. L'acronimo sta per Situation (Situazione), Task (Compito), Action (Azione) e Result (Risultato). Si descrive prima il contesto in cui ci si trovava, poi qual era il compito o la responsabilità specifica, poi le azioni concrete che si sono intraprese, e infine il risultato ottenuto — preferibilmente quantificabile.



Un esempio pratico: alla domanda "Raccontami di una volta in cui hai dovuto gestire una situazione difficile con un cliente", una risposta STAR potrebbe essere: "Lavoravo come addetto al ricevimento di un agriturismo (Situazione). Un cliente si lamentava perché la sua camera non corrispondeva a quella prenotata online e minacciava di andarsene (Compito: gestire la situazione senza perdere il cliente). Ho ascoltato senza interrompere, ho riconosciuto il disagio, e ho proposto di aggiornarli gratuitamente alla suite disponibile (Azione). Il cliente non solo è rimasto, ma ha lasciato una recensione a cinque stelle sottolineando la nostra attenzione al servizio (Risultato)". Questo tipo di risposta è enormemente più efficace di una risposta generica come "Cerco sempre di essere gentile con i clienti".

Il networking: costruire relazioni che creano opportunità

Si stima che una percentuale molto alta delle posizioni lavorative venga coperta attraverso reti di conoscenza, senza mai comparire su un portale di annunci. Il networking — la costruzione e la cura di una rete di relazioni professionali — non è quindi un'attività accessoria per chi cerca lavoro: è una delle strategie più efficaci in assoluto.

L'obiettivo del networking non è chiedere lavoro alle persone che si incontrano. È costruire relazioni genuine, basate su interesse reciproco, fiducia e scambio di valore. Chi si avvicina al networking con la mentalità del "cosa posso ottenere" ottiene quasi sempre meno di chi lo affronta con la mentalità del "come posso essere utile". Condividere risorse, fare presentazioni tra persone che potrebbero beneficiarne, offrire il proprio aiuto senza aspettarsi nulla in cambio: queste sono le basi di relazioni professionali solide e durature.

Le occasioni di networking sono ovunque: fiere del lavoro, convegni di settore, eventi organizzati da associazioni professionali, meetup tematici, eventi universitari. In un contesto territoriale come quello campano, anche le sagre, i mercati dei produttori locali e gli eventi culturali possono essere occasioni per incontrare imprenditori, professionisti e potenziali collaboratori. Il follow-up è fondamentale: un breve messaggio di ringraziamento dopo un incontro, un commento a un post LinkedIn, una segnalazione occasionale: questi piccoli gesti tengono viva una relazione che altrimenti si spegne nel giro di pochi giorni.

LinkedIn è lo strumento di networking digitale per eccellenza. Permette di mantenere i contatti con persone incontrate dal vivo, di raggiungerne di nuove nel proprio settore, di partecipare a discussioni professionali e di essere trovati da chi cerca competenze come le tue. Seguire le aziende di interesse, commentare i post dei professionisti del proprio settore, condividere contenuti rilevanti: sono azioni semplici che aumentano la visibilità e costruiscono una reputazione professionale online.



MODULO 4

Le piattaforme online: dove e come cercare lavoro

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo saprai utilizzare le principali piattaforme digitali per la ricerca di lavoro, con particolare attenzione a LinkedIn e ClicLavoro. Saprai costruire un profilo professionale online attraente e completo, capace di farti trovare dai recruiter e di rappresentarti efficacemente nel mercato del lavoro digitale.

LinkedIn: molto più di un curriculum online

LinkedIn è la piattaforma professionale più utilizzata al mondo, con oltre un miliardo di utenti registrati. Non è soltanto un posto dove caricare il proprio curriculum: è un ecosistema professionale completo, dove si cercano e si trovano lavori, si costruiscono reti di contatti, si seguono le aziende di interesse, si pubblicano e si leggono contenuti professionali, si partecipa a discussioni di settore.

La differenza tra chi usa LinkedIn in modo passivo — si iscrive, carica il CV e aspetta — e chi lo usa in modo attivo è enorme. Chi partecipa alle discussioni del proprio settore, pubblica occasionalmente contenuti rilevanti, commenta i post delle aziende che segue e interagisce con i professionisti della propria rete aumenta significativamente la propria visibilità. I recruiter non cercano soltanto i profili che si candidano attivamente: cercano anche quelli che emergono nelle ricerche per parole chiave e nelle discussioni di settore.

Per la ricerca di lavoro attiva, LinkedIn offre strumenti potenti: la sezione "Offerte di lavoro" permette di filtrare gli annunci per ruolo, settore, luogo e tipo di contratto, di impostare notifiche per le nuove offerte corrispondenti al proprio profilo, e di candidarsi direttamente dalla piattaforma. La funzione "Aperto a nuove opportunità" — che può essere resa visibile soltanto ai recruiter, non ai propri contatti — segnala la disponibilità a essere contattati per proposte di lavoro.

ClicLavoro e i portali istituzionali

ClicLavoro è il portale ufficiale del Ministero del Lavoro per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Ha una natura istituzionale che lo distingue dalle piattaforme commerciali: gli annunci presenti sono pubblicati da aziende registrate e verificate, ed è il canale attraverso cui molti enti pubblici e aziende convenzionate con i Centri per l'Impiego comunicano le proprie offerte. In Campania, il portale è integrato con il sistema SILF Campania.

Mantenere il proprio profilo aggiornato su ClicLavoro — con il curriculum sempre attuale e tutte le sezioni compilate correttamente — aumenta la visibilità presso una categoria specifica di datori di lavoro che usa questo canale istituzionale. Non è uno strumento alternativo a LinkedIn: è complementare, e consente di raggiungere opportunità che spesso non compaiono sulle piattaforme commerciali.



Costruire un profilo professionale attraente

Sia su LinkedIn che su ClicLavoro, la qualità del profilo determina direttamente la qualità delle opportunità che si ricevono. Costruire un profilo professionale efficace richiede attenzione a diversi elementi.

La foto professionale è il primo elemento che chi visita il profilo nota. Deve essere chiara, con uno sfondo neutro, un abbigliamento appropriato al proprio settore e un'espressione seria ma accogliente. Non una foto di vacanza, non un selfie, non una foto in compagnia: una foto che trasmetta professionalità e affidabilità.

Il titolo professionale — la headline su LinkedIn — è lo spazio più prezioso del profilo. Non deve limitarsi a indicare la posizione attuale, ma deve comunicare il proprio valore in modo sintetico e d'impatto. "Guida turistica | Esperta di enogastronomia del Sannio" dice molto di più di "Dipendente presso Agenzia XYZ". Deve includere le parole chiave con cui i recruiter cercano profili come il tuo.

Il sommario — la sezione "Info" su LinkedIn — è lo spazio per presentarsi in prima persona, in modo coinvolgente e specifico. Non è il riassunto del CV: è la risposta alla domanda "chi sei e cosa puoi fare per me?". Deve essere scritto in modo diretto, mostrare la propria personalità professionale e includere una call to action implicita: far capire che si è disponibili a essere contattati.

Le esperienze devono essere descritte in termini di risultati, non solo di mansioni. Per ogni ruolo, indica l'azienda, le date, il ruolo e — nella descrizione — i risultati concreti ottenuti, preferibilmente con dati numerici. Le competenze elencate devono essere coerenti con il profilo che si vuole costruire. Le raccomandazioni — testi scritti da ex colleghi o superiori che attestano le proprie capacità — sono tra gli elementi più convincenti per un recruiter.

Consiglio: Personalizza il tuo URL LinkedIn: invece dell'indirizzo generato automaticamente dalla piattaforma, crea un indirizzo del tipo [linkedin.com/in/mariabianchi](https://www.linkedin.com/in/mariabianchi). È più professionale, più facile da ricordare e da inserire nel curriculum vitae.



MODULO 5

Le soft skills: le competenze che fanno la differenza

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo comprenderai perché le competenze trasversali — le soft skills — sono sempre più valorizzate nel mercato del lavoro contemporaneo. Conoscerai le principali soft skills richieste e saprai come svilupparle attraverso attività pratiche, come comunicarle efficacemente in un colloquio o in un curriculum, e come riconoscerle nelle proprie esperienze di vita quotidiana, anche in assenza di un'esperienza lavorativa formale.

Cosa sono le soft skills e perché contano

Le soft skills — letteralmente "competenze morbide" — sono le abilità relazionali, comportamentali e cognitive che determinano il modo in cui una persona interagisce con gli altri, gestisce il proprio lavoro e affronta le sfide. Si distinguono dalle hard skills — le competenze tecniche specifiche, come la padronanza di un software o la conoscenza di una lingua straniera — perché non sono legate a un settore o a uno strumento specifico: sono trasversali, cioè utili in qualsiasi contesto lavorativo.

Per molto tempo, le soft skills sono state considerate secondarie rispetto alle competenze tecniche. Oggi, questa gerarchia è stata ribaltata. In un mercato del lavoro in cui le competenze tecniche si aggiornano rapidamente e molte operazioni vengono automatizzate, le capacità che rimangono irriproducibili dalle macchine — la comunicazione empatica, la creatività, il pensiero critico, la capacità di costruire relazioni di fiducia — sono diventate le competenze più preziose. Non a caso, molti selezionatori affermano che preferiscono assumere qualcuno con ottime soft skills e competenze tecniche di base da sviluppare, piuttosto che qualcuno con competenze tecniche eccellenti ma difficoltà relazionali.

Le principali soft skills e come svilupparle

La comunicazione efficace è la prima e forse la più importante soft skill. Comunicare bene non significa soltanto saper parlare in modo chiaro e persuasivo: significa anche saper ascoltare con attenzione, capire il punto di vista dell'altro prima di rispondere, adattare il proprio stile comunicativo al contesto e all'interlocutore, e saper scrivere messaggi ed e-mail che trasmettano esattamente ciò che si vuole dire senza ambiguità.

Per sviluppare la comunicazione efficace nella vita quotidiana, si può praticare l'ascolto attivo: nelle conversazioni, invece di pensare a cosa si dirà mentre l'altro parla, ci si concentra su ciò che l'altro sta dicendo, riassumendone il punto principale prima di rispondere. Si possono fare presentazioni davanti a un gruppo ristretto di amici o familiari, chiedendo feedback specifico. Si può tenere un diario di scrittura, per migliorare la capacità di esprimere i propri pensieri in forma scritta. Il lavoro di squadra è la capacità di collaborare efficacemente con altri verso un obiettivo comune, gestendo le differenze di opinione, le tensioni interpersonali e le diverse modalità di lavoro.



Non si tratta soltanto di andare d'accordo con tutti: si tratta di saper contribuire in modo complementare alle competenze altrui, di saper cedere il proprio punto di vista quando quello di un altro è più valido, e di saper sostenere i colleghi in difficoltà senza aspettare che qualcuno lo chieda. La gestione del tempo e delle priorità è sempre più richiesta in un contesto lavorativo in cui le richieste si moltiplicano e le scadenze si sovrappongono. Saper distinguere l'urgente dall'importante, pianificare la propria giornata in modo realistico, rispettare le scadenze e saper dire no quando il carico di lavoro supera le proprie capacità: queste sono competenze che si imparano con la pratica e con strumenti specifici. Metodologie come la Tecnica Pomodoro — lavorare in blocchi di 25 minuti con brevi pause — o il metodo GTD (Getting Things Done) possono aiutare a costruire abitudini di lavoro più efficaci.

L'adattabilità e la flessibilità sono le competenze del cambiamento: la capacità di affrontare situazioni nuove e impreviste senza bloccarsi, di imparare rapidamente da errori e fallimenti, di modificare il proprio approccio quando la situazione lo richiede. In un mercato del lavoro in continua evoluzione, chi sa adattarsi ha un vantaggio enorme rispetto a chi cerca di mantenere le cose come sono. Si sviluppa esponendosi deliberatamente a situazioni nuove, accettando incarichi diversi da quelli abituali e cercando attivamente il feedback degli altri.

La leadership e l'intelligenza emotiva completano il quadro delle soft skills più richieste. La leadership non è un attributo esclusivo di chi ha un ruolo gerarchico: è la capacità di influenzare positivamente gli altri, di motivare un team verso un obiettivo, di prendere decisioni anche in condizioni di incertezza. L'intelligenza emotiva — la capacità di riconoscere e gestire le proprie emozioni e di comprendere quelle degli altri — è la base di qualsiasi forma di leadership efficace.

Come comunicare le soft skills in un colloquio

Le soft skills non si dichiarano: si dimostrano attraverso esempi. Dire "sono un buon comunicatore" non convince nessuno; raccontare una situazione in cui la propria capacità comunicativa ha risolto un problema concreto, sì. Il metodo STAR — presentato nel modulo precedente — è lo strumento ideale per trasformare le proprie soft skills in storie convincenti.

Chi non ha ancora esperienze lavorative formali non è in svantaggio: le soft skills si acquisiscono e si dimostrano anche attraverso la vita quotidiana. Un progetto di gruppo scolastico dimostra capacità di lavoro di squadra. Un'attività sportiva dimostra disciplina e resilienza. Un'esperienza di volontariato dimostra empatia e orientamento agli altri. Riconoscere queste esperienze come esempi di competenze professionali è il primo passo per comunicarle efficacemente.



MODULO 6

Autovalutazione e piano d'azione per la propria carriera

Obiettivi del modulo

Al termine di questo modulo saprai condurre un'autovalutazione strutturata delle tue competenze e dei tuoi obiettivi professionali. Sarai in grado di costruire un piano d'azione realistico e concreto per la tua ricerca di lavoro, usando strumenti come l'analisi SWOT personale e gli obiettivi SMART. Avrai una roadmap — un percorso tracciato — che ti guiderà nei prossimi mesi.

L'autovalutazione: il punto di partenza

Qualsiasi percorso professionale efficace inizia da una domanda fondamentale: chi sono e dove voglio andare? Rispondere a questa domanda con onestà e chiarezza richiede un esercizio di riflessione strutturata che va oltre il semplice compilare un curriculum vitae. Si tratta di guardare alla propria storia — formativa, lavorativa, personale — e di estrarne il significato professionale: quali competenze ho sviluppato? Quali sono i miei punti di forza autentici? Dove invece sono più fragile? Cosa mi motiva davvero?

Uno strumento utile per questa riflessione è l'analisi SWOT personale, mutuata dal mondo aziendale ma perfettamente applicabile al percorso individuale. Le Strengths — i punti di forza — sono le competenze, le caratteristiche e le esperienze che ti differenziano positivamente dagli altri candidati. Le Weaknesses — i punti di debolezza — sono le aree in cui sei meno competente o meno efficace, che è utile riconoscere onestamente non per scoraggiarsi ma per decidere dove investire in formazione. Le Opportunities — le opportunità — sono le tendenze del mercato del lavoro, i settori in crescita, i cambiamenti nel contesto economico e sociale che creano spazio per profili come il tuo. Le Threats — le minacce — sono i rischi che possono ostacolare il tuo percorso: la concorrenza di altri candidati, la mancanza di una certificazione specifica, la lontananza geografica dalle opportunità più interessanti.

Un secondo strumento di autovalutazione è il riconoscimento dei propri valori e interessi. Capire cosa ti motiva profondamente — non soltanto cosa sai fare, ma cosa ti dà soddisfazione fare — è fondamentale per costruire un percorso professionale sostenibile nel lungo periodo. Chi lavora in un settore che non lo appassiona finisce per essere meno produttivo, meno proattivo e meno soddisfatto, indipendentemente dallo stipendio. Allineare i propri obiettivi professionali ai propri valori autentici non è un lusso: è la condizione per una carriera che duri e che faccia stare bene.

Gli obiettivi SMART: trasformare i sogni in piani

Avere un obiettivo professionale è il primo passo; averlo formulato in modo SMART è il secondo, e forse il più importante. Il metodo SMART è un framework semplice per trasformare un'idea vaga in un obiettivo concreto, misurabile e raggiungibile.



Un obiettivo è Specifico quando indica esattamente cosa si vuole ottenere: non "voglio trovare un lavoro" ma "voglio ottenere una posizione come addetta alla comunicazione di un'azienda agroalimentare campana". È Misurabile quando è possibile verificare se è stato raggiunto: non "voglio migliorare le mie competenze digitali" ma "voglio ottenere la certificazione Google Digital Marketing". È Achievable — raggiungibile — quando è realistico rispetto alle proprie risorse e al contesto: ambizioso ma non impossibile. È Relevant — rilevante — quando è coerente con i propri valori, i propri interessi e la propria situazione di vita. È Time-bound — temporizzato — quando ha una scadenza: non "prima o poi" ma "entro sei mesi".

La distinzione tra obiettivi a breve termine — da uno a due anni — e a lungo termine — da tre a cinque anni o più — è altrettanto importante. Gli obiettivi a breve termine sono quelli su cui si lavora concretamente nei prossimi mesi: completare un corso, ottenere una certificazione, candidarsi a un primo lavoro nel settore desiderato, costruire una rete di contatti in un determinato ambito. Gli obiettivi a lungo termine indicano la direzione generale della carriera: dove si vuole arrivare, che tipo di professionista si vuole diventare.

Il piano d'azione: dai propositi ai passi concreti

Un piano d'azione è la traduzione degli obiettivi in azioni concrete, sequenziali e temporizzate. È la differenza tra chi dice "devo aggiornarmi" e chi sa che ogni martedì dalle 19 alle 20 segue il corso online di marketing digitale che finirà tra tre mesi con una certificazione. È la differenza tra chi vuole fare networking e chi si iscrive all'associazione di categoria locale e partecipa al primo evento del mese.

Il piano d'azione per la ricerca di lavoro si articola in alcune aree fondamentali. Lo sviluppo delle competenze prevede l'iscrizione ai corsi o ai programmi di formazione identificati come prioritari, la pianificazione dei tempi di studio e la definizione delle certificazioni da ottenere. La ricerca mirata delle opportunità prevede la consultazione regolare dei portali di lavoro, la definizione delle aziende target e il monitoraggio delle loro aperture, e l'uso strutturato delle piattaforme digitali. Il networking prevede la partecipazione a eventi di settore, l'attività costante su LinkedIn e la cura delle relazioni esistenti. La preparazione dei materiali prevede l'aggiornamento del curriculum vitae e del profilo LinkedIn, la preparazione di più versioni del CV per diversi tipi di candidatura, e l'esercizio sulle tecniche di colloquio.

Il monitoraggio regolare del piano è altrettanto importante della sua costruzione. Ogni mese, è utile fare un bilancio: cosa si è fatto, cosa si è ottenuto, cosa non ha funzionato e perché. I piani non devono essere rigidi: devono essere flessibili a sufficienza da adattarsi ai cambiamenti del contesto e della propria situazione. L'obiettivo non è eseguire il piano alla lettera, ma usarlo come guida per non perdere di vista la direzione.

Consiglio: Inizia con un passo piccolo ma concreto. Invece di pianificare l'intera carriera, chiediti: qual è la cosa più utile che posso fare questa settimana per avvicinarmi al mio obiettivo? Falla. Poi passa alla prossima. I grandi percorsi si costruiscono un passo alla volta.



Le domande più frequenti: risposte concrete

Nel corso delle sessioni formative, alcuni interrogativi ricorrono con regolarità. Sono domande che molti si pongono ma che spesso non si osano formulare ad alta voce. Rispondere a queste domande in modo diretto e onesto fa parte dell'obiettivo di questo percorso: fornire strumenti reali, non risposte vaghe.

Devo per forza cercare lavoro solo tra le professioni più richieste nella mia zona?

No. Conoscere le professioni più richieste sul territorio è utile non per limitarsi a quelle, ma per capire quali competenze aggiuntive potrebbero rendere il tuo profilo più interessante per le aziende. Se la tua passione e le tue competenze sono in un settore specifico, quella è la direzione giusta da seguire. Il mercato del lavoro premia chi porta competenze uniche e motivazione genuina tanto quanto chi insegue le mode del momento.

Detto questo, conoscere le tendenze ti permette di fare scelte più informate: se il settore che ti interessa è in crescita nel territorio, è una buona notizia. Se è in calo, non significa che devi abbandonarlo, ma che potresti dover essere più creativo nell'identificare le nicchie in cui le tue competenze sono ancora richieste, o nel pensare a come combinarle con competenze digitali per aprire mercati nuovi.

Perché non posso inviare lo stesso CV a tutte le aziende per fare prima?

Perché un CV generico dice al selezionatore che non sei disposto a fare lo sforzo minimo necessario per dimostrare il tuo interesse. In un mercato competitivo, dove centinaia di persone si candidano per lo stesso ruolo, il dettaglio che fa la differenza è spesso proprio questo: qualcuno che ha letto l'annuncio con attenzione, ha capito cosa si cerca e ha presentato la propria esperienza in modo coerente con quella ricerca.

La personalizzazione non richiede riscrivere il CV da zero ogni volta. Significa adattare il profilo professionale iniziale, riorganizzare l'ordine delle esperienze per mettere in evidenza quelle più rilevanti, e assicurarsi che le parole chiave presenti nell'annuncio compaiano nel documento. Venti minuti di lavoro aggiuntivo che possono fare la differenza tra essere chiamati o no.

Cosa rispondo alla domanda "parlami di te" se non ho mai lavorato?

Parla di chi sei come persona e come professionista in divenire. Racconta brevemente il tuo percorso formativo, le tue passioni — soprattutto quelle che hanno un collegamento con il ruolo per cui ti candidi — e perché sei motivato a entrare in quel settore specifico. Mostra curiosità, entusiasmo e una disponibilità concreta a imparare.

Ricorda che il selezionatore che incontra un candidato senza esperienza lavorativa non si aspetta un professionista formato: si aspetta una persona con potenziale, voglia di crescere e caratteristiche personali che la rendano un buon investimento. Concentra la risposta su queste dimensioni, non sull'assenza di un curriculum professionale.



Come fisso un obiettivo professionale se non so ancora che lavoro voglio fare?

Non devi sapere con certezza dove vuoi arrivare per iniziare a muoverti. Un obiettivo a breve termine può essere molto semplice: esplorare un settore che ti incuriosisce, fare un corso su una competenza che non possiedi, cercare un primo lavoro part-time per capire cosa ti piace e cosa no. La chiarezza sull'obiettivo finale viene spesso dopo le prime esperienze, non prima.

L'importante è evitare il blocco da perfezionismo: aspettare di avere le idee perfettamente chiare prima di iniziare è una delle trappole più comuni. Inizia dal passo più piccolo che puoi fare oggi — seguire un canale YouTube professionale, leggere due articoli sul settore che ti interessa, chiedere a qualcuno che lavora in quel campo come si trova — e lascia che l'esperienza ti guidi verso una maggiore chiarezza.

Ho un obiettivo grande ma mi sembra irraggiungibile. Da dove inizio?

Spezzettalo in obiettivi più piccoli e concreti. Un obiettivo come "voglio lavorare nel mondo della comunicazione" diventa gestibile quando lo traduci in una serie di passi: questa settimana seguo tre professionisti del settore su LinkedIn; questo mese leggo due libri di marketing; entro tre mesi completo un corso gratuito di content marketing; entro sei mesi ho un piccolo portfolio con tre esempi di lavoro che ho fatto gratuitamente per un'associazione locale.

I grandi obiettivi si raggiungono quasi sempre un passo alla volta, non con un salto solo. E ogni passo completato, per quanto piccolo, costruisce la motivazione e la fiducia necessarie per fare il passo successivo. Non sottovalutare il potere dei risultati intermedi.

Gli errori più comuni nella ricerca del lavoro: come evitarli

Conoscere gli errori che le persone in cerca di lavoro commettono più frequentemente è tanto importante quanto conoscere le buone pratiche. Spesso si tratta di errori involontari, frutto di informazioni incomplete o di abitudini consolidate che non rispecchiano le aspettative del mercato del lavoro moderno.

Candidarsi a tutto senza un criterio

L'idea che mandare più candidature aumenti le probabilità di trovare lavoro è comprensibile ma fuorviante. Candidarsi a decine di posizioni ogni giorno, senza una selezione basata su competenze, interessi e coerenza con il proprio profilo, produce quasi sempre risultati deludenti. I selezionatori riconoscono le candidature non mirate, e la quantità non compensa la mancanza di qualità.

Una strategia più efficace è identificare venti o trenta aziende target — quelle che operano nel settore di interesse, che hanno valori coerenti con i propri, che hanno dimensioni e localizzazione adeguate — e concentrare le energie su quelle, seguendole su LinkedIn, candidandosi quando aprono posizioni pertinenti e costruendo relazioni con le persone che vi lavorano.



Trascurare il follow-up

Inviare una candidatura e aspettare passivamente una risposta è uno degli errori più diffusi. Una settimana dopo aver inviato il CV, un breve messaggio di follow-up — via email o su LinkedIn — che ringrazia per l'attenzione e ribadisce l'interesse per la posizione dimostra proattività e determinazione. Non è invadente: nella stragrande maggioranza dei casi, è apprezzato.

Lo stesso principio vale dopo un colloquio: un messaggio di ringraziamento entro ventiquattro ore, in cui si ricapitola brevemente perché si è convinti di essere adatti al ruolo, può fare la differenza in una selezione in bilico tra due candidati equivalenti.

Non aggiornare i profili digitali

Un profilo LinkedIn non aggiornato, con esperienze che risalgono a tre anni fa e una foto poco professionale, trasmette scarsa cura e scarso interesse. Lo stesso vale per il profilo su ClicLavoro o su altri portali istituzionali. Aggiornare i propri profili dopo ogni nuova esperienza, corso o certificazione dovrebbe essere un'abitudine automatica, come aggiornare il numero di telefono in rubrica quando cambia.

Concentrarsi solo sulle offerte online

Le offerte di lavoro pubblicate sui portali rappresentano soltanto una parte delle posizioni disponibili. Una quota significativa dei posti di lavoro — alcune stime indicano tra il 60 e l'80 per cento — viene coperta attraverso reti informali, prima ancora di essere pubblicata. Chi si affida esclusivamente ai portali online si perde questa fetta del mercato. Il networking, le candidature spontanee, le visite dirette alle aziende di interesse: questi canali, meno comodi ma spesso più efficaci, non vanno trascurati.

Smettere di formarsi mentre si cerca lavoro

Il periodo di ricerca del lavoro non è un tempo di attesa: è un tempo da investire attivamente nel proprio sviluppo professionale. Chi durante una ricerca di lavoro completa un corso, ottiene una certificazione o acquisisce una nuova competenza non solo migliora concretamente il proprio profilo, ma dimostra ai selezionatori una proattività e una motivazione che fanno una differenza significativa.

Da ricordare: Gli errori non sono fallimenti permanenti: sono informazioni. Ogni candidatura che non ha avuto risposta, ogni colloquio che non è andato bene contiene indicazioni preziose su dove migliorare. Chi sa estrarre queste indicazioni e usarle per calibrare la propria strategia trasforma ogni ostacolo in un passo avanti.



Riepilogo dei concetti fondamentali

Questo percorso formativo ha coperto sei grandi temi, costruendo gradualmente un quadro completo degli strumenti e delle competenze necessarie per una ricerca di lavoro efficace nell'era digitale.

Il mercato del lavoro campano offre opportunità concrete in settori in crescita — agroalimentare, turismo enogastronomico, servizi digitali, assistenza alla persona — ma coglierle richiede di conoscere le tendenze, le competenze richieste e i canali attraverso cui le opportunità vengono comunicate. Chi conosce il territorio e sa usare gli strumenti digitali per valorizzarlo ha un vantaggio reale.

Il curriculum vitae e la lettera di presentazione sono strumenti strategici, non semplici documenti burocratici. Vanno costruiti con cura, personalizzati per ogni candidatura, ottimizzati per i sistemi ATS e focalizzati sui risultati concreti ottenuti, non soltanto sulle mansioni svolte. Un curriculum ben fatto non garantisce il lavoro, ma un curriculum trascurato impedisce di arrivare al colloquio.

Il colloquio è un incontro, non un'interrogazione. Chi si prepara conoscendo l'azienda, esercitandosi sulle domande comuni e usando strumenti come il metodo STAR per raccontare le proprie esperienze ottiene risultati significativamente migliori di chi arriva impreparato. Il networking, parallelo alla ricerca attiva, apre porte che i portali di annunci non mostrano.

Le piattaforme digitali — LinkedIn, ClicLavoro, SILF Campania — sono i canali principali attraverso cui il mercato del lavoro moderno funziona. Usarle bene richiede un profilo professionale curato, un'attività costante e la capacità di sfruttare le funzionalità avanzate di ciascuna. Non basta essere presenti: bisogna essere visibili e credibili.

Le soft skills sono le competenze del futuro. Comunicazione, lavoro di squadra, adattabilità, gestione del tempo, intelligenza emotiva: in un mercato in cui molte competenze tecniche diventano obsolete rapidamente, queste capacità umane sono quelle che resistono e che fanno la differenza. Si acquisiscono e si dimostrano attraverso le esperienze concrete, anche quelle non lavorative.

L'autovalutazione e la pianificazione sono il punto di partenza e il filo conduttore di qualsiasi percorso professionale efficace. Chi sa chi è, dove vuole andare e quale passo fare oggi è in una posizione enormemente più vantaggiosa di chi aspetta che le opportunità cadano dall'alto. Il piano d'azione trasforma i propositi in azioni, e le azioni in risultati.

Ogni competenza acquisita in questo percorso è immediatamente applicabile. Non aspettare di sapere tutto prima di iniziare: inizia oggi, con quello che hai imparato oggi. Il primo passo è sempre il più importante.



Scheda di autovalutazione

Compila questa scheda al termine del percorso. Per ciascuna area indica il tuo livello su una scala da 1 a 5: 1 = non mi sento ancora in grado, 5 = mi sento completamente autonomo.

Competenza	Prima	Dopo
Conosco le principali tendenze del mercato del lavoro campano		
So scrivere un CV personalizzato e ottimizzato per gli ATS		
So costruire una lettera di presentazione efficace		
So come prepararmi a un colloquio usando il metodo STAR		
So costruire e usare un profilo LinkedIn professionale		
So riconoscere e comunicare le mie soft skills		
Ho un piano d'azione concreto per la mia ricerca di lavoro		

Glossario essenziale

ATS (Applicant Tracking System): software utilizzato dalle aziende per pre-selezionare automaticamente i curriculum vitae in base a parole chiave. Per superarlo, è essenziale usare nel CV il linguaggio dell'annuncio di lavoro.

ClicLavoro: portale ufficiale del Ministero del Lavoro per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. In Campania è integrato con il sistema SILF.

Hard skills: competenze tecniche specifiche e misurabili, come la padronanza di un software, la conoscenza di una lingua straniera o la gestione di sistemi digitali.

Headline (LinkedIn): il titolo professionale che appare subito sotto il nome sul profilo LinkedIn. Deve comunicare il proprio valore in modo sintetico e includere le parole chiave con cui i recruiter cercano profili come il proprio.

Lifelong Learning: apprendimento continuo per tutta la vita professionale. La strategia di formarsi costantemente per adattarsi ai cambiamenti del mercato del lavoro.

LinkedIn: principale piattaforma di networking professionale al mondo. Strumento fondamentale per la ricerca di lavoro, la costruzione di una rete di contatti e la visibilità presso i recruiter.



Metodo STAR: framework per rispondere alle domande comportamentali nei colloqui: Situazione, Task (compito), Action (azione), Result (risultato). Permette di raccontare le proprie esperienze in modo strutturato e convincente.

NEET: acronimo inglese per Not in Education, Employment, or Training. Indica i giovani che non studiano, non lavorano e non seguono percorsi formativi.

Networking: costruzione e cura di una rete di relazioni professionali. Una delle strategie più efficaci per trovare opportunità di lavoro, spesso non visibili sui portali di annunci.

Obiettivi SMART: framework per la definizione di obiettivi efficaci: Specifici, Misurabili, Achievable (raggiungibili), Relevant (rilevanti), Time-bound (temporizzati).

Piano d'azione: traduzione degli obiettivi professionali in azioni concrete, sequenziali e temporizzate. Trasforma i propositi in risultati concreti.

Soft skills: competenze trasversali relazionali e comportamentali come la comunicazione, il lavoro in team, l'adattabilità e la gestione del tempo. Sempre più valorizzate nel mercato del lavoro contemporaneo.

Analisi SWOT personale: strumento di autovalutazione che esamina i propri Punti di Forza (Strengths), Punti di Debolezza (Weaknesses), Opportunità (Opportunities) e Minacce (Threats) nel contesto del mercato del lavoro.

Upskilling: potenziamento delle competenze esistenti per migliorare le proprie prestazioni nel ruolo attuale.

Reskilling: acquisizione di competenze nuove per cambiare ruolo o settore professionale.

Note finali

Questa dispensa è un materiale didattico prodotto nell'ambito del progetto Digita Facile Campania, promosso dalla Fondazione IFEL Campania e selezionato e sostenuto dal Fondo per la Repubblica Digitale – Impresa sociale, nell'ambito del bando "Dritti al Punto", in collaborazione con il Dipartimento per la Trasformazione Digitale.

Il progetto si rivolge a cittadine e cittadini delle aree interne della Campania con l'obiettivo di rafforzare le competenze digitali nelle fasce di popolazione più esposte al rischio di esclusione, promuovendone l'autonomia e l'inclusione. Il percorso formativo si ispira al quadro europeo DigComp 2.2 e include tre macro-aree tematiche: Accesso ai Servizi Essenziali, Sicurezza e Uso Consapevole dei Servizi Digitali, Lavoro e Sviluppo Produttivo.

Per ulteriori informazioni sul progetto e per conoscere il calendario dei prossimi corsi, visita la pagina dedicata su ifelcampania.it/eventi.

