



FORMAZIONE 20 16

Formindustria Emilia-Romagna

è un Consorzio costituito nel 2002, per esplicita volontà delle Associazioni-Unioni Industriali dell'Emilia-Romagna (Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini), con l'obiettivo di aggregare, a livello regionale, le rispettive Agenzie Formative per dare risposte significative e diversificate in termini di competenze e relative capacità gestionali al sistema delle imprese, soprattutto per favorirne le conoscenze.

Il valore della conoscenza è dato dalla capacità di creare altro valore.

Valore che stimola le idee, che si scambia, si diffonde e si riproduce, dando origine alla cultura aziendale. Investire nella cultura aziendale, oggi, è l'unica via per ottenere quello sviluppo e quella crescita dell'economia, indispensabili per far fronte alla più grande crisi strutturale, economica e finanziaria degli ultimi 50 anni.

Formindustria Emilia-Romagna,

che fa della cultura e della formazione aziendale il proprio scopo, unendo tutte le eccellenze formative del territorio, ha realizzato una proposta formativa innovativa per il 2016, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2016,

proponendo iniziative sui temi più richiesti dalle imprese, ha l'obiettivo di creare valore e scambio di competenze per potenziare la crescita professionale individuale e collettiva e la competitività sul mercato.

Il Presidente
Andrea Namari

La formazione a Parma, dal 1987

Siamo la Società per la formazione e lo sviluppo aziendale di Unione Parmense degli Industriali e Gruppo Imprese Artigiane.

Da quasi trent'anni offriamo alle Imprese del nostro territorio servizi su misura per la gestione e valorizzazione delle risorse umane, collaborando con Università, centri di ricerca, Enti Pubblici e altri partner nazionali e internazionali.

Oggi siamo una realtà formata da più di trenta professionisti impegnati a ideare, sviluppare e gestire servizi sempre più in linea con le reali esigenze delle Aziende da un lato e del mercato del lavoro dall'altro.

Il nostro sistema qualità è certificato UNI EN ISO9001:2008, siamo qualificati per la presentazione di progetti formativi su Bandi e Avvisi di **Fondimpresa** e siamo accreditati presso la **Regione Emilia-Romagna** per i seguenti ambiti: Formazione superiore, Formazione Continua e Permanente, Apprendistato, Formazione a distanza (FAD).

Le nostre competenze al vostro servizio

- Assistenza e consulenza personalizzata per l'analisi dei fabbisogni formativi e la progettazione di interventi *ad hoc* per la singola realtà aziendale
- Servizio di ricerca e gestione dei finanziamenti per la formazione
- Corsi di aggiornamento, specializzazione e riqualificazione per tutti i profili e funzioni aziendali
- Programmi specialistici di affiancamento e coaching
- Consulenza per la formazione relativa al contratto di apprendistato
- Servizio di attivazione in azienda di percorsi di stage e tirocinio formativo
- Servizi a supporto di nuove idee imprenditoriali

UN'OFFERTA COMPLETA

CORSI SULLA SICUREZZA: abbiamo un catalogo completo specificamente dedicato a corsi in linea con le norme di legge e con gli Accordi Stato-Regioni relativi alla formazione di lavoratori, preposti, dirigenti, addetti all'utilizzo delle attrezzature di lavoro e datori di lavoro che svolgono direttamente i compiti del Servizio di Prevenzione e Protezione dai rischi. Una moderna visione del "tema sicurezza" a disposizione di tutti i ruoli aziendali che a vario titolo sono coinvolti nella gestione della sicurezza.



CORSI DI LINGUE: organizziamo corsi interaziendali di lingue straniere per tutti i livelli, fino ai più avanzati e specializzati, con la possibilità di ottenere certificazioni di competenza linguistica. Tra gli esempi possibili troviamo corsi di lingua Inglese come "English Empowerment", "Business English", "Public Speaking in English", oltre a percorsi formativi in altre lingue quali Francese, Tedesco e Cinese. Affianchiamo le Aziende per progettare interventi personalizzati e mirati alle specifiche esigenze di conoscenza, realizzando corsi con docenti di solida preparazione e basati su metodologie e strumenti i più avanzati, innovativi e interattivi.



E-LEARNING: una nuova offerta formativa che, impiegando le più recenti metodologie sviluppate grazie alle nuove tecnologie, consenta agli utenti di aggiornare le proprie competenze in maniera flessibile e personalizzata, mettendo a valore il tempo investito nell'accrescimento del proprio sapere anche in mobilità.



SERVIZI PERSONALIZZATI PER L'AZIENDA

Tutte le proposte del catalogo possono essere personalizzate e realizzate in azienda.

Progettiamo e realizziamo percorsi di formazione ad hoc per la singola impresa, intervenendo nelle aree professionali strategiche della vita aziendale avvalendoci di esperti e professionisti qualificati.

Tutti gli interventi formativi aziendali sono ideati in accordo con i vertici dell'azienda e con i responsabili di funzione, in modo da identificare con precisione l'ambito di intervento e i contenuti del percorso formativo.

I nostri referenti commerciali sono a vostra disposizione per costruire soluzioni su misura con quotazioni personalizzate.



I FINANZIAMENTI PER LE AZIENDE

FINANZIAMENTI PER LA FORMAZIONE: seguiamo costantemente i canali di finanziamento (Fondo Sociale Europeo, finanziamenti nazionali, regionali e comunitari, Fondi Interprofessionali) per poter assicurare ai nostri clienti la possibilità di una copertura parziale o totale dei costi delle attività.

Nell'ambito dei Fondi Interprofessionali abbiamo maturato una consolidata esperienza nella gestione di **Fondimpresa** e **Fondirigenti** svolgendo per le aziende clienti le attività di:

- raccolta dei fabbisogni e gestione della documentazione per la presentazione di Piani Formativi da realizzare con il contributo del Conto di Sistema (Avvisi e Bandi)
- assistenza nella gestione (progettazione, presentazione, monitoraggio, rendicontazione) dei Piani Formativi da finanziare con il Conto Formazione

NUOVI SERVIZI, NUOVI FINANZIAMENTI PER LE IMPRESE:

per fornire ai nostri clienti più occasioni di aggiornamento e di crescita, mettendo a valore ogni opportunità a supporto e a sostegno dello sviluppo aziendale, abbiamo **esteso i nostri servizi all'ambito di canali di finanziamento legati non solo alla formazione strettamente intesa**. Diverse forme di finanziamento destinate allo sviluppo delle Aziende, siano esse Grandi Imprese o PMI, per accrescere il campo di opportunità che ci vede impegnati nel fornire sempre maggiore valore aggiunto ai nostri clienti.



IL CATALOGO 2016

I vantaggi per chi partecipa ai nostri corsi

Alle Aziende aderenti UPI/GIA e alle Aziende convenzionate, oltre alle quote di partecipazione agevolate a loro riservate (vedi pag.7) offriamo:

- Iscrizioni multiple: le Aziende che iscrivono due o più persone a uno stesso corso beneficiano di uno sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione.
- Sosta gratuita al Parcheggio "Goito".
- Sconti sulle quote di partecipazione ai corsi fuori catalogo, di alta formazione e iniziative speciali.
- Sconti per le Aziende che sottoscrivono un **Piano Formativo** che comprenda la partecipazione ad una serie di corsi e attività da definire in base alle esigenze specifiche della singola Azienda.

Programmare e pianificare in anticipo i corsi del Catalogo 2016 è vantaggioso per:

VALORE	Far crescere le competenze professionali presenti in azienda
TEMPO	Ottimizzare il tempo a disposizione
RISPARMIO	Individuare la soluzione economica ottimale

Alle altre Aziende che seguono i nostri corsi, offriamo:

- Iscrizioni multiple: le Aziende che iscrivono due o più persone a uno stesso corso beneficiano di uno sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione

Modalità di iscrizione e pagamento

Quote di partecipazione:

N. ore corso	Aziende UPI/GIA e Convenzionate*	Altri
4	150 € (+ iva)	180 € (+ iva)
7	250 € (+ iva)	300 € (+ iva)
8	300 € (+ iva)	360 € (+ iva)
14	450 € (+ iva)	540 € (+ iva)
21	600 € (+ iva)	720 € (+ iva)

* Possessori della CISITA CARD

MODULO DI ADESIONE: per formalizzare l'iscrizione è necessario, entro dieci giorni dall'avvio del corso, compilare e spedire l'apposito modulo di adesione tramite fax, e-mail oppure on-line. La scheda di iscrizione trasmessa ha valore di impegno alla partecipazione al corso, a fronte della quale verrà emessa regolare fattura.

CONFERMA DEL CORSO: ci impegniamo a confermare, almeno 5 giorni prima dell'inizio del corso, l'avvio e a comunicare tutti i dettagli necessari per la partecipazione. In caso di annullamento del corso o di slittamento della data di avvio, ci impegniamo a comunicare tempestivamente le variazioni.

ANNULLAMENTO DELL'ISCRIZIONE: in caso di rinuncia o di impossibilità a partecipare, l'Azienda/il partecipante si impegna ad informarci a mezzo fax o e-mail entro i 5 giorni antecedenti la data di inizio del corso. Se tali termini non verranno rispettati:

- Fino a 3 giorni prima dell'inizio del corso sarà fatturato il 50% della quota d'iscrizione al corso.
- Fino a 2 giorni prima dell'inizio del corso sarà fatturato l'intero ammontare della quota.

SOSTITUZIONE DEL PARTECIPANTE: in qualsiasi momento è possibile sostituire il nominativo del partecipante, dandone informazione scritta tramite fax o e-mail, con i dati relativi al nuovo partecipante.

MODALITÀ DI FATTURAZIONE: la fattura sarà emessa dopo il primo giorno di corso.

MODALITÀ DI PAGAMENTO: il pagamento dovrà avvenire a vista a mezzo bonifico a seguito della conferma da parte di Cisita Parma dell'avvio del corso. Per accedere al corso sarà necessario dare evidenza dell'avvenuto pagamento. I dati bancari sono indicati sulla scheda di iscrizione e comunque riportati nella comunicazione di conferma dell'avvio del corso.

CONTATTI

Cisita Parma Imprese srl – Borgo Girolamo Cantelli 5 – 43121 Parma

telefono: 0521 226500 – fax: 0521 226501 – Lucia Tancredi: tancredi@cisita.parma.it – www.cisita.parma.it

orario di apertura uffici: 09.00 – 13.00 e 14.00 – 18.00 dal lunedì al venerdì

COME FINANZIARE LA FORMAZIONE

Su richiesta delle imprese ricerchiamo opportunità di finanziamento per sviluppare percorsi formativi personalizzati.

Nelle nostre attività ci avvaliamo di diversi canali per finanziare la formazione, in particolare **Fondimpresa** e **Fondirigenti**, ma anche **Fondo Sociale Europeo** (Ministero e Regione).

Fondimpresa è il Fondo Interprofessionale costituito da Confindustria e CGIL, CISL e UIL, che risulta ad oggi il fondo più importante per la formazione continua nel panorama nazionale.

Fondimpresa finanzia la formazione secondo le esigenze di ogni singola azienda:

- con il **Conto Formazione** ogni impresa può avviare il proprio piano formativo entro un mese, in modo da rispettare pienamente le esigenze del contesto produttivo, della fase economica e dell'aggiornamento delle competenze professionali.
- con il **Conto Sistema** la piccola impresa trova risorse, partner, assistenza. È un conto collettivo ideato per sostenere, in particolare, la formazione nelle aziende di piccole dimensioni, favorendo l'aggregazione di imprese su piani formativi comuni, in ambito aziendale, settoriale o territoriale.

Fondirigenti è il Fondo Interprofessionale promosso da Confindustria e Federmanager per promuovere la formazione dei dirigenti, mettendo a disposizione delle imprese aderenti un ventaglio di servizi e strumenti per finanziare piani formativi su misura delle aziende e dei loro manager.

Da anni supportiamo le aziende sia nella scelta delle fonti di finanziamento disponibili che negli aspetti gestionali e amministrativi legati al loro utilizzo.

AREA DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA		PAG. 13
N. 1	Agile Project Management: come gestire in modo "agile" i progetti	Pag. 14
N. 2	Implementare il controllo di gestione: modelli e strumenti per competere oggi	Pag. 15
N. 3	Il cruscotto aziendale per la misura delle prestazioni	Pag. 16
N. 4	Analisi di bilancio in ottica strategica	Pag. 17
N. 5	Finanza in ottica strategica	Pag. 18
N. 6	Il lancio di un nuovo prodotto	Pag. 19
N. 7	Leggere e comprendere il bilancio per non specialisti	Pag. 20
N. 8	Come innovare il modello aziendale attraverso il BUSINESS MODEL CANVAS	Pag. 21
N. 9	Finanza per non specialisti	Pag. 22
N. 10	Ripensare l'azienda: i 5 elementi	Pag. 23
N. 11	Rating di legalità	Pag. 24
N. 12	Azienda Lean: strumenti per snellire i processi organizzativi e potenziare l'impatto commerciale	Pag. 25
N. 13	Affrontare il cambiamento: gestione dello stress ed equilibrio psico-fisico	Pag. 26
N. 14	A volte si vince, a volte si impara: l'importanza dell'errore per sviluppare innovazione	Pag. 27
AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE		PAG. 28
N. 15	Il ruolo del facilitatore nel condurre riunioni in azienda: la comunicazione come supporto	Pag. 29
N. 16	Costruire tempo nel lavoro	Pag. 30
N. 17	Parlare in pubblico con sicurezza ed incisività: convegni, convention, riunioni	Pag. 31
N. 18	Ruolo del capo: automotivarsi e motivare attraverso l'intelligenza emotiva	Pag. 32
N. 19	Strumenti di problem solving	Pag. 33
N. 20	Creare valore: lo sviluppo delle competenze attraverso la delega	Pag. 34
N. 21	Lean office: metodologie e strumenti per rimuovere le attività non a valore negli uffici	Pag. 35
N. 22	Emotional Leader: come sviluppare la leadership e guidare le persone verso risultati straordinari utilizzando l'Intelligenza Emotiva	Pag. 36
N. 23	Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	Pag. 37
N. 24	Organizzarsi per il cliente	Pag. 38
N. 25	Gestire i rapporti interpersonali in azienda: trasformare i conflitti in opportunità di crescita	Pag. 39
N. 26	Mail netiquette: le regole aziendali per usare correttamente la e-mail nella comunicazione esterna ed interna	Pag. 40
N. 27	Gruppo che non litiga e team building	Pag. 41
N. 28	C'è un capo dentro di te: fai emergere il tuo autentico stile di Leadership	Pag. 42
N. 29	Stressato? Usa il tuo stress per essere efficiente, abbatti lo stress per essere efficace	Pag. 43
N. 30	Un'azienda che sorride: la forza di attrazione del front office	Pag. 44
N. 31	Il cambiamento di ruolo	Pag. 45
AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE		PAG. 46
N. 32	Internazionalizzazione: come entrare sui mercati internazionali e come presidiarli	Pag. 47
N. 33	Gli aspetti doganali del commercio con l'estero	Pag. 48

N. 34	Negoziazione nel nuovo mondo globale	Pag. 49
N. 35	Origine delle merci: dal "Made in" all'origine preferenziale. L'esportatore autorizzato	Pag. 50
N. 36	La corretta applicazione delle regole Incoterms 2010 negli scambi internazionali	Pag. 51
N. 37	Gli strumenti di finanziamento e di finanza agevolata per l'internazionalizzazione delle PMI	Pag. 52
N. 38	Lettere di credito nelle operazioni import/export	Pag. 53
N. 39	Il valore delle merci in dogana	Pag. 54
N. 40	Marketing internazionale: Preparazione per vincere nei mercati internazionali	Pag. 55
N. 41	Operatore economico autorizzato	Pag. 56
N. 42	La gestione amministrativa del commercio con l'estero	Pag. 57
N. 43	Dalla negoziazione internazionale all'esportazione del prodotto: i mercati esteri come sfida ed opportunità	Pag. 58
N. 44	Web marketing e internazionalizzazione: quali mercati per i miei prodotti	Pag. 59

AREA COMMERCIALE E MARKETING

PAG. 60

N. 45	I tuoi clienti strategici: crea relazioni efficaci!	Pag. 61
N. 46	La gestione della comunicazione telefonica nella relazione commerciale (identificazione dei bisogni, qualità della comunicazione, gestione delle criticità)	Pag. 62
N. 47	Strategie commerciali per il tuo personale tecnico	Pag. 63
N. 48	Il budget di vendita: metodologia e creatività a confronto	Pag. 64
N. 49	Gestire un reclamo: da un problema si genera un'opportunità	Pag. 65
N. 50	E-commerce: opportunità e limiti	Pag. 66
N. 51	L'impatto economico della trattativa commerciale: gestire con successo le negoziazioni	Pag. 67
N. 52	La tua rete vendita: come raggiungere il budget	Pag. 68
N. 53	Se mi lasci non vale: la fidelizzazione del cliente	Pag. 69
N. 54	DIGITAMINA: il marketing digitale per aumentare la notorietà del marchio aziendale	Pag. 70
N. 55	Le grandezze economiche e finanziarie spiegate alla funzione commerciale	Pag. 71
N. 56	La negoziazione che fa la differenza	Pag. 72
N. 57	SEO E WEB 2.0 per aumentare la visibilità on-line	Pag. 73
N. 58	Tecniche di vendita (livello base)	Pag. 74
N. 59	Creare valore: come coordinare la squadra di vendita	Pag. 75
N. 60	La mia azienda su Facebook, LinkedIn e Twitter: evitare, gaffes e public shame e ottenere risultati positivi	Pag. 76

AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

PAG. 77

N. 61	La contabilità industriale e la definizione del costo del prodotto	Pag. 78
N. 62	Pricing: come strutturare correttamente i prezzi di vendita	Pag. 79
N. 63	Recupero crediti: competenze relazionali e legali	Pag. 80
N. 64	Modelli INTRASTAT 2015	Pag. 81
N. 65	Conoscere i costi aziendali per decidere	Pag. 82
N. 66	Flussi di cassa e relativo monitoraggio	Pag. 83

N. 67	I mezzi di pagamento internazionale e le problematiche connesse con il mancato pagamento	Pag. 84
N. 68	Controllo di gestione e reporting con Excel: l'analisi del bilancio per misurare la salute dell'azienda	Pag. 85
N. 69	I bilanci infrannuali e di pre-chiusura	Pag. 86
N. 70	Il budget: lo strumento per la pianificazione e il controllo	Pag. 87
N. 71	Business Plan: strumento operativo per creare un piano d'impresa	Pag. 88
N. 72	Contabilità (livello base)	Pag. 89

AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

PAG. 90

N. 73	Il costo del lavoro e il budget del personale	Pag. 91
N. 74	Le sanzioni disciplinari e controversie lavorative	Pag. 92
N. 75	Le scritture contabili del personale	Pag. 93
N. 76	Corso buste paga (livello base)	Pag. 94
N. 77	Il sistema retributivo aziendale: riconoscere al meglio il merito dei collaboratori	Pag. 95

AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI

PAG. 96

N. 78	Gestire il magazzino ottimizzando le scorte	Pag. 97
N. 79	Come ridurre i costi degli acquisti incrementando la qualità ed il servizio	Pag. 98
N. 80	La gestione della produzione e i flussi aziendali	Pag. 99
N. 81	La ricerca e l'analisi dei fornitori migliori	Pag. 100
N. 82	Ridurre il tempo di attraversamento del processo logistico-produttivo tramite le VSM (Value Stream Mapping)	Pag. 101
N. 83	Organizzare il controllo in accettazione per monitorare e valutare le performances dei fornitori	Pag. 102
N. 84	Il ruolo del responsabile in produzione	Pag. 103
N. 85	Il Visual Factory e 5 S	Pag. 104
N. 86	KPI Produzione-Logistica	Pag. 105
N. 87	Taglio costi e massimizzazione efficienza in produzione	Pag. 106
N. 88	L'assicurazione dei trasporti: coprire i rischi sulle merci durante il trasporto	Pag. 107
N. 89	La scelta dei sistemi di immagazzinamento e di stoccaggio dei materiali	Pag. 108
N. 90	La riduzione dei tempi di set up attraverso la tecnica SMED	Pag. 109
N. 91	Come organizzare l'ufficio acquisti: acquistare in modo professionale ed efficace	Pag. 110
N. 92	La qualità del prodotto finito e la gestione della Customer Satisfaction	Pag. 111
N. 93	La forza dei numeri due: il capo reparto	Pag. 112
N. 94	Lean Assessment: come valutare le performances Lean della propria organizzazione	Pag. 113
N. 95	Sviluppo del Continuous Improvement in azienda: come fare ed errori da evitare	Pag. 114
N. 96	La Overhead Analysis per lo studio dei costi generali di azienda	Pag. 115

AREA INFORMATICA

PAG. 116

N. 97/1 e 97/2	Excel (livello base)	Pag. 117
N. 98/1 e 98/2	Excel (livello intermedio)	Pag. 118
N. 99	Microsoft Powerpoint: dalla ideazione alla presentazione dei progetti (livello base)	Pag. 119
N. 100	La gestione dei progetti con MS Project (MS Project livello base)	Pag. 120
N. 101	L'utilizzo delle risorse e la programmazione delle attività con MS Project (MS Project livello intermedio)	Pag. 121
N. 102	Analisi dei dati con le tabelle Pivot e le funzioni Database (Excel livello intermedio/avanzato)	Pag. 122
N. 103	Dietro le quinte: automatizzare Excel con l'utilizzo delle Macro (Excel avanzato)	Pag. 123
N. 104	Excel per l'analisi dei dati e le previsioni di vendita	Pag. 124
N. 105	Introduzione al Cloud Computing	Pag. 125

AREA QUALITÀ E AMBIENTE

PAG. 126

N. 106	Dalla Norma ISO 9001 alla Specifica tecnica ISO/TS 16949: i requisiti specifici applicati ai fornitori del settore automotive certificati ISO 9001	Pag. 127
N. 107	Corso su norma UNI EN ISO 9001:2015: come si inserisce il risk management all'interno della norma	Pag. 128
N. 108	Corso su norma UNI EN ISO 14001:2015	Pag. 129

AREA LEGALE E PRIVACY

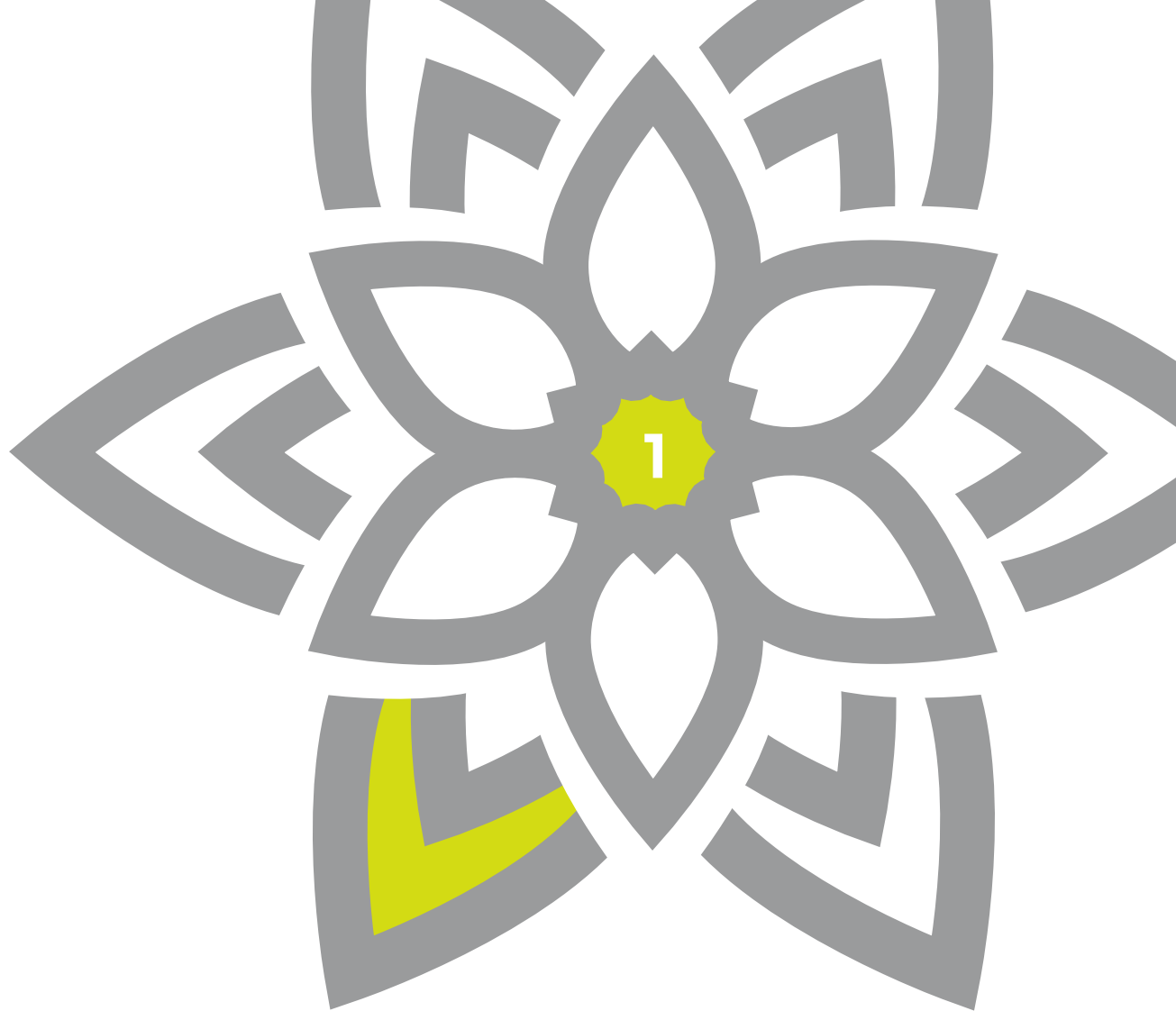
PAG. 130

N. 109	Privacy e rapporto di lavoro: uso di tecnologie e possibilità di controllo	Pag. 131
N. 110	Privacy, nuovo Regolamento Europeo, dalla teoria alla pratica. Che cosa prevede, linee guida per essere conformi	Pag. 132

AREA TECNICA

PAG. 133

N. 111	Oleodinamica: strutture base degli impianti oleodinamici	Pag. 134
N. 112	Corso intermedio di oleodinamica: strumenti per una valutazione tecnico-operativa delle apparecchiature di un impianto	Pag. 135
N. 113	Studiare i metodi e i tempi di lavorazione per ottimizzare i rendimenti produttivi	Pag. 136
N. 114	Lettura e interpretazione del disegno tecnico	Pag. 137
N. 115	Lettura ed interpretazione del disegno meccanico	Pag. 138
N. 116	Lettura ed interpretazione del disegno di saldatura	Pag. 139
N. 117	Lettura ed interpretazione del disegno meccano-plastico	Pag. 140
N. 118	Elettronica di base e sviluppo innovativo	Pag. 141
N. 119	Motori elettrici e azionamenti nelle applicazioni mecatroniche	Pag. 142
N. 120	La scheda di autocontrollo come strumento principale di controllo del processo	Pag. 143
N. 121	La progettazione meccanica con autodesk Product Design Suite Inventor, per chi progetta nell'era della connessione	Pag. 144
N. 122	Il controllo statistico nella qualità e la capacità di processo	Pag. 145
N. 123	FMEA: la prevenzione dei difetti	Pag. 146
N. 124	Problem solving di manutenzione	Pag. 147
N. 125	Maintenance Assessment Autodiagnosi del processo manutenzione	Pag. 148
N. 126	RCM - Concetti di manutenzione affidabilistica	Pag. 149
N. 127	La gestione dell'acquisto di impianti industriali	Pag. 150



AREA DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA

SEDI E DATE**PIACENZA**
23 e 30 marzo**PARMA**
18 e 25 gennaio**REGGIO EMILIA**
16 e 23 giugno**MODENA**
9 e 16 febbraio**RAVENNA**
19 e 26 settembre**CESENA**
22 e 29 febbraio**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**AGILE PROJECT MANAGEMENT:
COME GESTIRE IN MODO “AGILE” I PROGETTI****OBIETTIVI**

L'Agile Project Management è una metodologia di gestione agile dei progetti. Nasce per dare adeguate e valide risposte ai progetti che si sviluppano in un ambiente diverso da quello tradizionale, che presenta le seguenti caratteristiche: alta velocità, alto livello di turbolenza, alto livello di incertezza, alto livello di imprevedibilità, alto livello di cambiamento, alto livello di tensione. Obiettivo del corso è:

- Comprendere valori e principi teorici, dei benefici, dei problemi, dei ruoli in gioco, dei campi di applicazione dell'APM.
- Sperimentare alcune delle pratiche suggerite dal modello su specifiche situazioni di lavoro ricavate dalla realtà aziendale.
- Sviluppare una profonda capacità di cambiamento del proprio modo di essere e di porsi nelle relazioni all'interno dell'Agile Project Team.
- Sperimentare nuovi stili di relazione e di gestione come individui e come gruppi di lavoro.

DESTINATARI

Project manager, product manager, responsabili di business unit.

CONTENUTI

- APM Environment: “Agile Revolution” ed il suo impatto sull'ambiente di progetto; i valori ed i principi che guidano l'APM; i benefici, i problemi ed i fattori critici determinati da questa “rivoluzione”; un modello di riferimento in cinque fasi.
- APM Mind: l'“Agile Mind-set” ed il suo impatto sull'ambiente di progetto; lo stile di leadership più adatto all'interno del modello dell'APM; il lavoro di gruppo e la responsabilizzazione dei membri del gruppo; la relazione con i diversi stakeholder del progetto.
- APM Techniques: il passaggio dal piano valoriale al piano operativo; quando applicare l'APM e quando no?; la scelta e la personalizzazione degli strumenti più adatti al proprio contesto; le strategie per implementare e diffondere l'APM all'interno della propria realtà.

DOCENTE

VALUEGROUP - nasce nel 2005 e la mission perseguita è quella di supportare le persone verso una crescita e un miglioramento continuo, finalizzato a sviluppare e implementare le competenze professionali e personali e a favorire il raggiungimento dei propri obiettivi.

Per la sede di Parma: MARCO REDAELLI & ASSOCIATI - nasce su iniziativa di un gruppo di manager, per offrire agli imprenditori di PMI servizi di Consulenza di Direzione. Il know-how è consolidato e costantemente aggiornato attraverso l'attenzione continua all'innovazione.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**REGGIO EMILIA**
8 e 15 febbraio**FERRARA**
12 e 19 maggio**RAVENNA**
13 e 20 aprile**CESENA**
9 e 16 marzo**RIMINI**
24 e 31 marzo**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**IMPLEMENTARE IL CONTROLLO DI GESTIONE:
MODELLI E STRUMENTI PER COMPETERE OGGI****OBIETTIVI**

Il corso offre gli strumenti per formare una figura professionale in grado di gestire con autonomia il sistema di controllo di gestione, particolarmente in situazioni di turbolenza aziendale ed incertezza. Obiettivo e' anche illustrare ed applicare, anche tramite casi reali svolti in aula, le tecniche innovative del controllo di gestione, con riferimento anche alle analisi di lungo periodo.

DESTINATARI

Addetti al controllo di gestione e addetti amministrativi, responsabili amministrazione finanza e controllo, personale aziendale da avviare al tema del controllo.

CONTENUTI

- Il controllo di gestione e le sue funzioni: come impostare il controllo degli andamenti economici, delle performance e il sistema di responsabilizzazione e valutazione manageriale.
- Gli strumenti del controllo di gestione: Contabilità generale e Bilancio (cenni); Contabilità Analitica, Budget.
- L'analisi dei costi a supporto del processo decisionale: modalità di classificazione dei costi, modalità di imputazione dei costi; metodologie di calcolo del costo di produzione.
- Direct e full costing, analisi del margine di contribuzione, analisi dei costi con basi di ripartizione (base unica e basi multiple); il costo di produzione in serie, per commessa, orario di funzionamento macchina / di reparto / per addetto.
- Il full costing integrale activity based costing (ABC).
- La Break even analysis: applicazioni sulla determinazione del punto di pareggio: le modalità per individuare il fatturato di pareggio; il prezzo di vendita che garantisce l'equilibrio economico; la quantità di vendita che garantisce l'equilibrio economico; la struttura dei costi che garantisce l'equilibrio economico.
- Le scelte di convenienza economica mediante l'analisi differenziale.
- L'analisi del costo delle operazioni finanziarie e la valutazione di convenienza all'indebitamento.
- Le analisi di costo di lungo periodo, l'approccio del ciclo di vita, l'attualizzazione dei costi.
- La valutazione degli investimenti nel lungo periodo con l'approccio dei flussi di cassa scontati.

DOCENTE

Leonardo Mariggì e Federico Canella (MBS SRL) - Consulenti esperti in ambito Amministrazione Finanza e Controllo di Gestione. Svolgono attività professionali, di ricerca e docenza sui temi dei sistemi del controllo di gestione, valutazioni aziendali e business plan.

Per la sede di Reggio Emilia: Mattia Iotti - Professore a contratto di valutazione economica dei progetti dell'Università di Parma. Svolge attività professionale, di ricerca e docenza sui temi dei sistemi del controllo di gestione e valutazioni aziendali, in ambito nazionale ed internazionale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

RAVENNA
15 e 23 febbraio

CESENA
21 aprile e 3 maggio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**
Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL CRUSCOTTO AZIENDALE PER LA MISURA DELLE PRESTAZIONI

OBIETTIVI

Far comprendere l'importanza di associare agli indicatori economico-finanziari che derivano dal bilancio d'esercizio, altri indicatori per la misurazione delle prestazioni nei singoli settori aziendali.

Fornire conoscenze e metodi pratici per progettare un cruscotto aziendale.

Fornire conoscenze e metodi pratici per attivare azioni di miglioramento in ogni area, con particolare attenzione all'area commerciale.

DESTINATARI

Titolari, operatori in amministrazione e controllo di gestione, responsabili commerciali che desiderano acquisire conoscenze e strumenti operativi nell'area del controllo organizzativo.

CONTENUTI

- Chi coinvolgere in fase di progettazione del cruscotto.
- Il raccordo con il sistema informativo già presente.
- La tempificazione e la discussione dei dati del cruscotto.
- Presentazione degli indicatori caratteristici di ciascuna area, modalità di reperimento in azienda e lettura del loro significato: indicatori dell'area economico-finanziaria, dell'area clienti, dei processi interni, del personale.
- Azioni da intraprendere in ogni area per il miglioramento dei risultati, con approfondimenti nell'area commerciale.

DOCENTE

Marco Limido - Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**CESENA**
9 giugno**RIMINI**
18 gennaio**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ANALISI DI BILANCIO IN OTTICA STRATEGICA

OBIETTIVI

Analizzare in ottica integrata e strategica gli indicatori di performance ed i flussi. Sono questi, infatti, gli strumenti attraverso i quali far emergere compiutamente, dai dati di bilancio riclassificati, le caratteristiche economiche e quelle finanziarie della gestione dell'impresa sottoposta ad analisi.

Dopo aver evidenziato le logiche ed i modelli di "riclassificazione" dei prospetti di bilancio, l'analisi di bilancio sarà condotta in un'ottica esterna e relativamente a bilanci di società non quotate.

DESTINATARI

Manager, imprenditori, responsabili amministrativi o coloro che abbiano la necessità di approfondire l'analisi di bilancio attraverso una lettura integrata di carattere strategico. È opportuna una buona conoscenza dei seguenti temi: redazione del bilancio, aspetti contabili e civilistici, criteri base di riclassificazione dei bilanci.

CONTENUTI

- La riclassifica dello stato patrimoniale secondo la logica finanziaria gestionale.
- La riclassifica del conto economico: le configurazioni di reddito, il valore aggiunto, la gestione operativa, il margine di contribuzione.
- L'analisi per indici e per margini: indicatori di redditività, indicatori patrimoniali, indicatori finanziari, indicatori di produttività.
- L'analisi economica e di solidità.
- Le relazioni dinamiche tra gli indicatori di performance: la leva operativa e la leva finanziaria.
- L'analisi per flussi e il rendiconto finanziario: le tipologie, le grandezze fondo, la riclassifica dei movimenti finanziari per aree di gestione, la misurazione dei flussi, i flussi per la valutazione d'azienda.

DOCENTE

Leonardo Mariggìo e Federico Canella (MBS SRL) - Consulenti esperti in ambito Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione. Svolgono attività professionali, di ricerca e docenza sui temi dei sistemi del controllo di gestione, valutazioni aziendali e business plan.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**
25 maggio**PARMA**
13 ottobre**REGGIO EMILIA**
8 giugno**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**FINANZA IN OTTICA STRATEGICA****OBIETTIVI**

Il corso è diviso in due parti. Nella prima vengono fornite le basi teoriche, la terminologia e le nozioni utilizzate nella prassi internazionale e le modalità per ricostruire i flussi finanziari d'impresa attraverso la rielaborazione dei bilanci aziendali. La seconda parte è improntata alle riflessioni sui fattori che determinano la situazione finanziaria e i livelli di indebitamento aziendali e sui profili finanziari della strategia d'impresa.

DESTINATARI

Imprenditori, direttori d'impresa e manager.

CONTENUTI

- La dinamica finanziaria d'impresa: uno schema di riferimento.
- La misurazione della cassa prodotta dal business: il cash flow e i free cash flow.
- Come ricostruire i flussi finanziari aziendali a partire dal bilancio.
- Reporting per la direzione e terminologia nella prassi internazionale.
- Cosa guardano le banche e l'impiego dei Covenant sul debito.
- I forecast finanziari e la verifica della fattibilità finanziaria della strategia d'impresa.

Per tutti i partecipanti al corso, è inclusa l'attivazione gratuita, sulla piattaforma di e-learning www.analisiaziendale.it, di una UserID della durata di un mese, che comprende gli strumenti online tipici del reporting economico-finanziario e del business planning, con possibilità di applicare concretamente molti dei concetti teorici sopra esposti.

DOCENTE

Paolo Camanzi - Revisore legale, co-fondatore di analisiaziendale.it; consulente per l'implementazione di sistemi di rating di confidi vigilati; professore a contratto al MITA (Master Internazionale in Tecnologia degli Alimenti), con sede a Buenos Aires (Argentina), collaborazione con l'Università di Parma e l'Universidad de Buenos Aires (continuazione del progetto del MIUR per l'internazionalizzazione del sistema universitario nazionale).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 6

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
4 maggio

FERRARA
9 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL LANCIO DI UN NUOVO PRODOTTO

OBIETTIVI

Come ideare, sviluppare e lanciare un nuovo prodotto di successo. Le analisi di mercato, la compatibilità con le risorse aziendali, gli obiettivi e le strategie, il processo di sviluppo e il coordinamento tra le funzioni aziendali, lo sviluppo delle vendite, la misura della redditività e la soddisfazione del cliente.

DESTINATARI

Imprenditori, manager, dirigenti, direttori generali, responsabili di funzione.

CONTENUTI

- Fondamenti di marketing – Strategia.
- Fondamenti di marketing – Leve operative.
- Il processo di sviluppo interfunzionale.
- I documenti cardine.
- Gli strumenti di supporto alla vendita.
- Lo sviluppo delle vendite e il controllo della redditività.

DOCENTE

Massimiliano Verde – Consulente di Direzione, Temporary Manager e Docente, ha ricoperto per oltre vent'anni ruoli di direzione generale, marketing e vendite presso grandi gruppi internazionali quali Hewlett Packard, Telecom Italia e Invensys e alcune PMI italiane.

DURATA E ORARI

7 ore – 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
24 febbraio

PARMA
27 maggio

REGGIO EMILIA
13 maggio

MODENA
18 maggio

FERRARA
7 marzo

RAVENNA
16 giugno

CESENA
28 settembre

RIMINI
8 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LEGGERE E COMPRENDERE IL BILANCIO PER NON SPECIALISTI

OBIETTIVI

Comprendere come è composto un bilancio per poterlo leggere e capire le basi per predisporre un budget e il modello di budget preventivo (revised budget). Questo permette di capire e monitorare lo stato di salute della propria azienda e di poter intervenire con azioni correttive in determinate aree o linee, prima che la situazione sia troppo critica.

DESTINATARI

Tutti coloro che non hanno una conoscenza del bilancio ma che hanno necessità di capire lo stato di salute dei concorrenti, fornitori, clienti e che devono programmare gli obiettivi di medio e breve termine della propria azienda o area aziendale.

CONTENUTI

- Spiegazione del bilancio: voci che compongono lo stato patrimoniale e il conto economico.
- La riclassificazione del bilancio per poterlo comprendere meglio.
- Il rendiconto economico.
- Il rendiconto patrimoniale.
- Il rendiconto finanziario.
- Differenza tra budget e business plan.
- La programmazione di breve e di medio lungo termine.
- Il revised budget come strumento di controllo.

DOCENTE

Angelica Ferri Personali - Dottore commercialista, revisore contabile, curatore fallimentare, delegato alle vendite immobiliari, conciliatore, CTU. Socio e amministratore di una società di direzione aziendale che da anni si occupa di riconversione, ristrutturazione e riorganizzazione delle aziende in crisi.

Per le sedi di Parma e Reggio Emilia: Marco Limido Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PARMA
4 e 11 aprile

REGGIO EMILIA
20 E 27 settembre

MODENA
12 e 19 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

COME INNOVARE IL MODELLO AZIENDALE ATTRAVERSO IL BUSINESS MODEL CANVAS

OBIETTIVI

Il corso consentirà ai partecipanti di acquisire le competenze necessarie all'utilizzo del Business Model Canvas, uno strumento semplice e potente, divenuto ormai uno standard a livello internazionale per l'innovazione dei modelli aziendali ed il ripensamento delle strategie competitive.

DESTINATARI

Imprenditori, manager e consulenti aziendali di imprese consolidate, start-up e reti d'impresa.

CONTENUTI

- Cosa si intende per Business Model.
- L'importanza dell'innovazione dei modelli di business.
- Esempi di modelli di business dirompenti.
- Lo strumento del Business Model Canvas per rappresentare ed innovare un modello di business.
- Casi di studio per l'applicazione del Canvas.
- Segmenti di clientela e valore offerto: gli strumenti della Empathy Map e del Value Proposition Canvas.
- Il Business Model Canvas e la Strategia Oceano Blu.
- Le 7 regole per creare un modello di business imbattibile.

DOCENTE

Simone Palazzi Rossi - Consulente esperto in strategia e organizzazione aziendale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 9

SEDI E DATE

PARMA
17 e 24 febbraio

CESENA
20 e 27 gennaio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

FINANZA PER NON SPECIALISTI

OBIETTIVI

Il corso ha l'obiettivo di trasferire a coloro che in azienda non si occupano prioritariamente e quotidianamente di finanza gli strumenti necessari per interpretare i dati numerici più rilevanti, al fine di essere in grado di valutare gli impatti che le loro scelte possono avere sulla situazione finanziaria aziendale.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, responsabili di funzione che intendano migliorare la comprensione dei dati economico-finanziari.

CONTENUTI

- La principale terminologia in uso in ambito finanziario.
- Lettura ed interpretazione del bilancio d'esercizio.
- L'analisi dei «numeri» aziendali: indici, indicatori e scoring.
- Il fabbisogno finanziario dell'azienda e la sua copertura.
- Principi di valutazione delle aziende da parte del sistema creditizio.
- L'attività di reporting ai fini della comunicazione interna ed esterna.
- L'importanza dei dati previsionali e dei business plan.

Per tutti i partecipanti al corso, è inclusa l'attivazione gratuita, sulla piattaforma di e-learning www.analisiaziendale.it, di una UserID della durata di un mese, che comprende gli strumenti online tipici del reporting economico-finanziario e del business planning, con possibilità di applicare concretamente molti dei concetti teorici sopra esposti.

DOCENTE

Paolo Camanzi - Revisore legale, co-fondatore di analisiaziendale.it; consulente per l'implementazione di sistemi di rating di confidi vigilati; professore a contratto al MITA (Master Internazionale in Tecnologia degli Alimenti), con sede a Buenos Aires (Argentina), collaborazione con l'Università di Parma e l'Universidad de Buenos Aires (continuazione del progetto del MIUR per l'internazionalizzazione del sistema universitario nazionale).

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 10

SEDI E DATE

PIACENZA
28 gennaio

PARMA
19 settembre

REGGIO EMILIA
8 aprile

MODENA
29 gennaio

RAVENNA
23 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RIPENSARE L'AZIENDA: I 5 ELEMENTI

OBIETTIVI

La tua azienda ha ridotto i margini di profitto? Cosa puoi offrire al tuo potenziale Cliente? Perché dovrebbe sceglierti? Ti capita di parlare a Clienti che non hanno chiaro cosa stai loro offrendo? Quali sono le % di chiusura di vendita rispetto ai contatti? Sei in media con i competitors? Conosci i tuoi numeri? Insieme possiamo analizzare le criticità del tuo business e migliorarlo attraverso un approccio innovativo.

DESTINATARI

Imprenditori e manager.

CONTENUTI

- Il nostro modello di business: analisi della criticità.
- Il 20% di situazione che producano l'80% dei risultati.
- I 5 elementi.
- Un nuovo approccio al nostro business.

DOCENTE

Alessandro Busani - Dottore commercialista presso Studio Busani, Reggio Emilia. Ha maturato una esperienza pluriennale nell'ambito della formazione negli ambiti di Amministrazione, Finanza, Controllo, Organizzazione aziendale.

DURATA E ORARI

4 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PARMA
23 marzo

REGGIO EMILIA
9 febbraio

MODENA
9 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RATING DI LEGALITÀ

OBIETTIVI

Informare le aziende sul contenuto del D.Lg. 1/2012 specificato poi con il regolamento attuativo dell'Antitrust 24075 del 14.11.2012 (modificato e recentemente integrato con il regolamento del 4 dicembre 2014) e sulle finalità e vantaggi del rating di legalità.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, quadri, collaboratori con responsabilità di gestione e internal auditor.

CONTENUTI

Il rating di legalità:

- La certificazione di rating e le imprese che possono farne richiesta.
- I requisiti di base.
- Finalità e vantaggi del rating di legalità per le imprese.
- Il comportamento dell'impresa e l'attribuzione del punteggio da 1 a 3 stelletto.
- Il procedimento di presentazione della domanda e il procedimento di assegnazione.
- Durata, rinnovo, revoca e sospensione.
- Obblighi informativi nei confronti dell'Agcom.
- Case studies.

DOCENTE

Ferdinando Del Sante - Avvocato Cassazionista, docente a contratto dell'insegnamento "Aspetti normativi della sicurezza d'impresa" all'Università di Modena e Reggio Emilia.

DURATA E ORARI

4 ore - 9.30-13.30

N. 12

SEDI E DATE

FERRARA

13 aprile

RIMINI

18 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

AZIENDA LEAN: STRUMENTI PER SNELLIRE I PROCESSI ORGANIZZATIVI E POTENZIARE L'IMPATTO COMMERCIALE

OBIETTIVI

Il Lean thinking, prima che una procedura di passaggi da realizzare, è un modo di pensare che trae origine da una cultura specifica. Il percorso ha due obiettivi: introdurre ai fondamenti della cultura lean ed offrire suggerimenti di principio e campi di applicazione pratica per la vita dell'impresa.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, persone con ruoli di responsabilità all'interno dell'azienda.

CONTENUTI

- Origini e sviluppo del lean thinking: non una serie di ricette ma un cambiamento di pensiero sull'organizzazione dell'azienda e sulla sua gestione.
- Il significato di snello applicato ai processi aziendali: il metodo 5S.
- Gli obiettivi del lean: la soddisfazione dei clienti (fatturato) e il successo dei membri del team (motivazione e coinvolgimento).
- I benefici del pensiero lean per la vita di una PMI.
- Al centro il cliente: un cambio di focus.
- Il cambiamento del mondo e del mercato: necessità di snellire burocrazia e transazioni e potenziare l'impatto commerciale.
- La valorizzazione di ogni collaboratore e delle sue abilità: sviluppo delle competenze e capacità di problem solving.
- La riduzione dei passaggi: coniugare autonomia e controllo.
- La semplificazione dei processi e l'organizzazione dei flussi: "quanto tempo per fornire un preventivo al cliente?".
- Il project management ed il lavoro in team come strumenti per l'individuazione di sprechi e la rimodellazione organizzativa e produttiva.
- Analisi di situazioni per una applicazione concreta dei principi (caso 1: "Assistenza post vendita: chi interviene?"; caso 2: "Elena e Massimo: autonomia e controllo nella strategia commerciale"; caso 3: "La richiesta del cliente: quando il possesso delle informazioni fa la differenza").

DOCENTE

OFFICINA STUDIO - CONSULENZA per le risorse umane è un team di formatori e consulenti con un'esperienza consolidata nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale e di marketing, di gestione dei collaboratori, organizzazione e gestione del lavoro, e in tutti i processi comunicativi.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 13

SEDI E DATE

RAVENNA
20 e 28 gennaio

RIMINI
13 e 20 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO: GESTIONE DELLO STRESS ED EQUILIBRIO PSICO-FISICO

OBIETTIVI

Il corso darà ai partecipanti la possibilità di:

- Acquisire la capacità di riconoscere e gestire le proprie resistenze al cambiamento.
- Acquisire conoscenza sulle modalità di reazione dell'organismo alle situazioni stressogene.
- Riconoscere i sintomi dello stress fisico e psicologico.
- Sviluppare consapevolezza sulla propria soggettività come strumento di prevenzione di stati di tensione potenzialmente lesivi.
- Acquisire conoscenza rispetto alle diverse possibilità/modalità individuali di fronteggiamento dello stress e del cambiamento.
- Riconoscere i processi psicologici che intervengono in situazioni stressogene, di tensione e di forte coinvolgimento emotivo.
- Acquisire la capacità di affrontare cambiamenti progressivi e soggettivamente sostenibili.
- Migliorare le proprie capacità comunicativo-relazionali e di problem solving come risorse per una gestione funzionale del cambiamento e dello stress ad esso correlato.

DESTINATARI

Manager e imprenditori che hanno la necessità di trasformare la difficoltà congiunturale in opportunità.

CONTENUTI

- Analisi di uno stato di crisi: stress, paura, reattività.
- Proattività e reattività nell'approccio al nuovo.
- Le resistenze al cambiamento.
- La comfort zone: come ampliarla per incorporare i vantaggi del cambiamento.
- Stress e livelli di cambiamento.
- Le situazioni stressogene e la reattività individuale.
- Le strategie e le modalità individuali di fronteggiamento dello stress: coping.
- Le componenti soggettive nella gestione dei cambiamenti e dello stress personale: i condizionamenti.
- Le manifestazioni psicopatologiche da distress psicofisico: effetti cognitivi, emotivi, comportamentali e fisiologici da distress.
- Comunicare il cambiamento e gestire lo stress ad esso correlato.

DOCENTE

Even Mattioli - Psicologo del lavoro, Formatore, Psicologo, Psicoterapeuta. Consulente per la formazione e gestione delle risorse umane. Consulente in materia di rischi psicosociali nei luoghi di lavoro. CTP-CTU presso il Tribunale di Pesaro.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 14

SEDI E DATE

RAVENNA
16 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

A VOLTE SI VINCE, A VOLTE SI IMPARA: L'IMPORTANZA DELL'ERRORE PER SVILUPPARE INNOVAZIONE

OBIETTIVI

Individuare le migliori tecniche e metodologie che stimolano la capacità di innovazione delle imprese in termini di stili di direzione, clima organizzativo, sviluppo delle competenze dei singoli dipendenti.

Imparare a riconoscere gli alibi nocivi che impediscono il progresso dell'organizzazione.

Definire i comportamenti necessari per costruire aziende di valore.

Sviluppare la cultura del miglioramento continuo.

DESTINATARI

Manager, imprenditori.

CONTENUTI

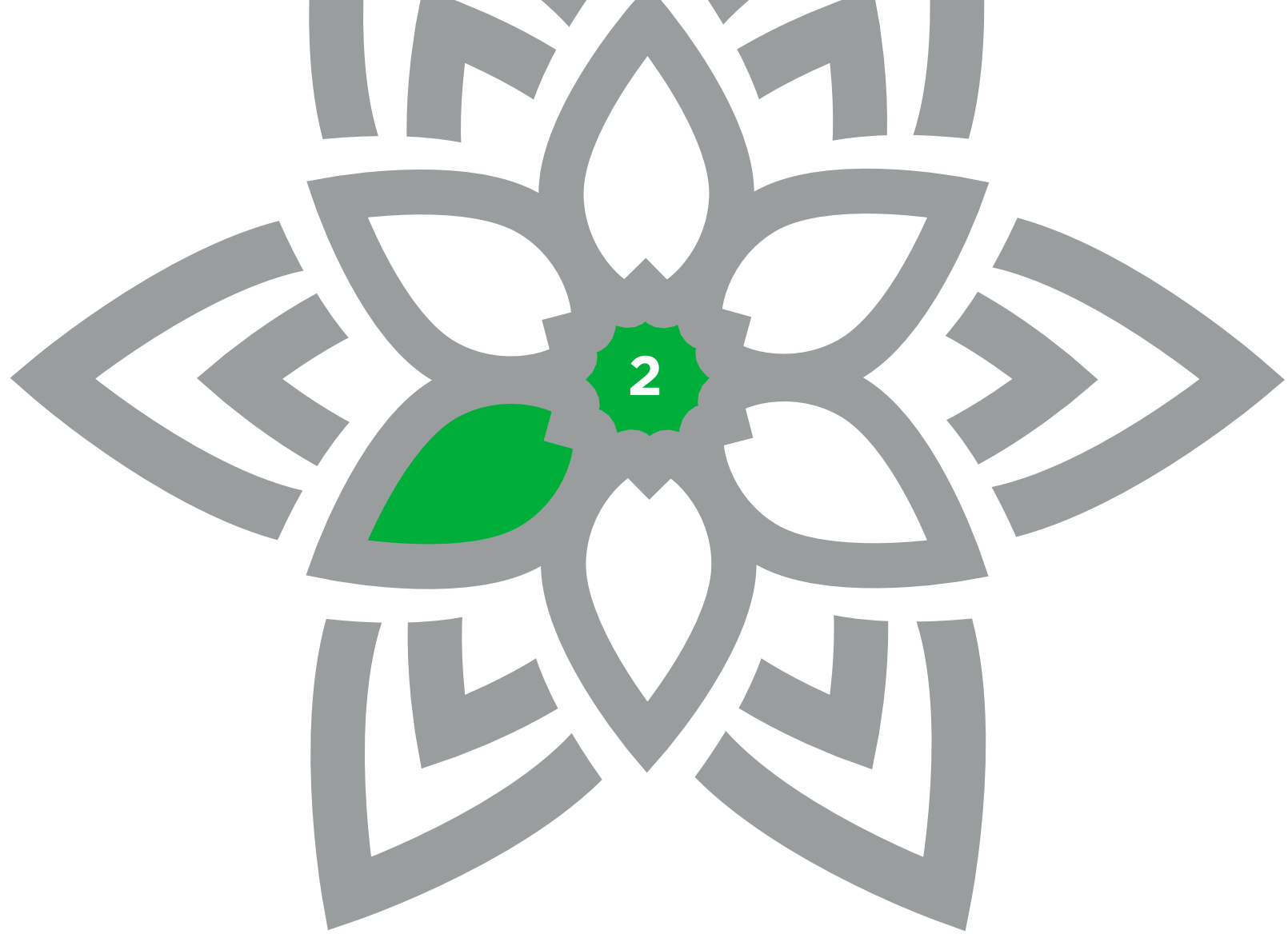
- Il contesto competitivo e la catena interna della fornitura: uscire dai pregiudizi organizzativi.
- Costruire fiducia: collaborare anziché competere.
- I principi del miglioramento continuo: «Quando qualcosa va storto, i dipendenti di tutti i livelli cercano di capirne le ragioni, anziché mettersi alla ricerca del colpevole». L'arte di ammettere gli errori e di imparare da loro.
- L'ingaggio dei dipendenti e il problem solving creativo.
- Lo stile di guida autorevole: esempio, coerenza, costanza.
- Condividere le buone pratiche: le riunioni di benchmark interno.

DOCENTE

Cristina Braidì - Titolare di ARCHÈ, società di consulenza manageriale e organizzativa per lo sviluppo, la formazione e la selezione delle risorse umane. Vanta un'esperienza pluriennale nella docenza e consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE



SEDI E DATE

PIACENZA
30 giugno

REGGIO EMILIA
22 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL RUOLO DEL FACILITATORE NEL CONDURRE RIUNIONI IN AZIENDA: LA COMUNICAZIONE COME SUPPORTO

OBIETTIVI

Stanco di partecipare a riunioni interminabili e inconcludenti? Curioso di scoprire come organizzare e gestire riunioni produttive, con tempi rispettati, e risultati raggiunti?

Il corso si prefigge di migliorare la capacità di organizzare, coordinare e gestire le riunioni per renderle più concrete, produttive e motivanti.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a imprenditori, dirigenti, manager, consulenti e a chiunque debba gestire un gruppo di lavoro.

CONTENUTI

- Definire gli obiettivi e la tipologia della riunione.
- Pianificare correttamente i tempi della riunione e l'ordine del giorno (agenda).
- Identificare i partecipanti.
- Gestire le situazioni stressanti/conflittuali.
- Apprendere le tecniche di conduzione delle riunioni.
- Raggiungere i risultati nel tempo prefissato.
- Uscire dalla riunione con decisioni prese e "take-aways".
- Produrre verbali e piani d'azione.
- Follow-up delle riunioni.

DOCENTE

Alessandra Bonezzi – Consulente, formatrice e facilitatrice certificata. Ha maturato esperienza in Italia e all'estero in sviluppo delle risorse umane, management interculturale e internazionale, formazione formatori, ingegneria di programmi di formazione e facilitazione.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
19 maggio

PARMA
20 giugno

REGGIO EMILIA
14 aprile

MODENA
28 aprile

RAVENNA
5 dicembre

RIMINI
13 dicembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

COSTRUIRE TEMPO NEL LAVORO**OBIETTIVI**

Acquisire competenze per una migliore gestione del tempo nel nostro lavoro, saper leggere più consapevolmente propri ed altrui comportamenti rispetto alla gestione del tempo, identificare criteri e strumenti per essere padroni delle nostre scelte e salvaguardare le nostre priorità.

DESTINATARI

Imprenditori, manager o collaboratori che hanno la responsabilità di individuare le priorità nel proprio lavoro e definire e mantenere programmi di lavoro propri od altrui.

CONTENUTI

- Tempo come problema complesso: cavalcare il caos organizzativo.
- Tempo e comportamenti: la teoria dei talenti di Buckingham & Coffman e la delega.
- Tempo e difficoltà ricorrenti: comportamenti giusti o funzionali.
- Tempo e progetto: la dimensione del tempo nel ruolo aziendale.
- Tempo e criteri di decisione: la matrice di Eisenhower e la definizione degli obiettivi.
- Tempo ed azienda: come condividere e costruire tempo “nuovo” in azienda.
- Tempo e persona: gestire lo stress e alfabetizzazione emotiva.

DOCENTE

Roberta Rozzi - Coach e Counselor, senior trainer sulle competenze trasversali e manageriali, consulente organizzativo nell'area del capitale umano, esperta di teambuilding e problem solving organizzativo. I suoi modelli di riferimento sono PNL, Gestalt, modelli della complessità e può trattare molti temi formativi attraverso le tecniche teatrali.

Per la sede di Reggio Emilia: Francesca Fiori - Consulente e Formatrice di formazione filosofica, lavora da anni a fianco di piccole e medie organizzazioni nel perseguire obiettivi di sviluppo delle persone nei loro ruoli e dei metodi di lavoro. Svolge percorsi di rafforzamento, individuali e di gruppo, delle capacità e competenze manageriali. Nella formazione d'aula predilige uno stile altamente interattivo di confronto e lavoro di gruppo.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
13 e 20 aprile

PARMA
08 e 15 luglio

REGGIO EMILIA
08 e 15 giugno

MODENA
03 e 10 maggio

RAVENNA
6 e 13 ottobre

CESENA
08 e 15 febbraio

RIMINI
17 e 25 ottobre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

PARLARE IN PUBBLICO CON SICUREZZA ED INCISIVITÀ: CONVEGNI, CONVENTION, RIUNIONI

OBIETTIVI

Fornire tecniche per essere più efficaci, sicuri e incisivi nelle comunicazioni in pubblico, lavorando prima sull'analisi di conoscenza e capacità possedute (strategie, contenuti, comportamento, stile), poi sul comportamento con un insieme di esercizi e ristrutturazioni che coinvolgono corpo e voce, attraverso prove e simulazioni.

DESTINATARI

Chi desidera essere un relatore chiaro, sicuro di sé e convincente, chi vuole essere efficace e incisivo nelle riunioni, chi vuole fornire informazioni e spiegazioni comprensibili e organizzate nei contesti di comunicazione professionale.

CONTENUTI

- Progettazione strategica dell'intervento: obiettivi, contenuti, sequenze argomentali, contestualizzazione, ancore e repertorio aneddotico.
- Analisi psicografica delle slide e dei sussidi.
- Ripresa video filmata ed analisi dello stile comportamentale naturale: punti di forza e debolezza nell'uso del corpo, della voce, nella variazione interpretativa del contenuto.
- Esercizi di scioglimento comportamentale: voce e corpo.
- Cura emotiva ed interpretativa del discorso: la voce e i quattro elementi.

DOCENTE

Stefania Panini e Marco Alterio – Stefania Panini è consulente e formatrice sui temi della comunicazione, del business writing, delle strategie per la conoscenza, già professore a contratto per le università di Bologna e di Pisa; Marco Alterio è attore, insegnante di recitazione, dizione, fonetica e uso della voce. Donatore di voce per numerosi audiolibri. Docente nella scuola di recitazione del Teatro Nero di Modena.

Per la sede di Modena: Massimiliano Panarari – Consulente di comunicazione pubblica, politica e aziendale e di public speaking. È docente di “Comunicazione politica” all'Università Luiss “G. Carli” di Roma e di “Informazione e potere” presso l'Università Commerciale “L. Bocconi” di Milano. E' editorialista di alcuni importanti quotidiani. Partecipa come ospite e commentatore a vari talk show.

DURATA E ORARI

14 ore – 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 18

SEDI E DATE

PARMA
11 e 18 febbraio

REGGIO EMILIA
21 e 28 settembre

FERRARA
22 e 29 giugno

RAVENNA
3 e 10 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RUOLO DEL CAPO: AUTOMOTIVARSI E MOTIVARE ATTRAVERSO L'INTELLIGENZA EMOTIVA

OBIETTIVI

Acquisire consapevolezza emotiva personale e di relazione, attingere alle risorse emotive personali per attivare il processo di auto-miglioramento in termini di efficacia personale e auto motivazione.

Competenze personali: autoconsapevolezza e a ciò che faccio su me stesso = autocontrollo.

Competenze sociali: coscienza sociale e a ciò che faccio con gli altri = gestione dei rapporti interpersonali.

DESTINATARI

Responsabili di funzione, area manager, professionisti.

CONTENUTI

- La piattaforma del percorso di sviluppo personale e professionale.
- Da dove arrivano le emozioni: i fondamenti fisiologici.
- Come nascono e come si creano le motivazioni: dal campo base alla vetta.
- La consapevolezza delle proprie emozioni come base dell'autocontrollo.
- La consapevolezza delle emozioni altrui come base della gestione dei rapporti interpersonali.
- La dimensione del "Saper Essere" come direttrice dell'auto-miglioramento.
- Competenze da allenare.
- Individuazione di un percorso di sviluppo personale: strategie per sviluppare il proprio QE.
- Intelligenza emotiva e relazione con i propri interlocutori, "gestione" dei colleghi, dei clienti e dei collaboratori.
- Mezzi e risorse e piano d'azione.

DOCENTE

Stefania Sala - Counselor e business coach, titolare della Società ARTIOLI E SALA CONSULTING, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PARMA**

3 e 10 ottobre

REGGIO EMILIA

18 e 25 ottobre

MODENA

5 e 12 ottobre

CESENA

15 e 22 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**STRUMENTI DI PROBLEM SOLVING****OBIETTIVI**

Tutti affrontiamo problemi, ma solo alcuni di noi sanno farlo con determinazione, ingegno e perdendo poco tempo. È una abilità che si affina, acquisendo sensibilità e metodo. Questo corso ha un taglio applicativo e coinvolgente, propone diverse attività per sperimentare concretamente come possiamo attivarci al meglio quando sul lavoro nasce un problema.

DESTINATARI

Tutti coloro che nel proprio ruolo aziendale affrontano problemi rilevanti, chi si occupa di miglioramento continuo ed innovazione, ed inoltre coloro che guidano team e vogliono coinvolgerli e motivarli per passare dal problema alle soluzioni.

CONTENUTI

- I contenuti principali saranno:
- Come affrontare un problema che pare insolubile, spezzettandolo in problemi più piccoli e gestibili.
- Come procedere con metodo nell'affrontare problemi complessi, tenendo sotto controllo costi e benefici.
- Come distinguere il problema vero da ansie, "paranoie" ed esagerazioni, e come non cadere in pericolosi meccanismi di sottovalutazione delle criticità, in sostanza come si misura un problema.
- Come motivare chi ha un approccio negativo e i problemi li crea, verso un approccio positivo, che ricerca le soluzioni.
- Come applicare tutto questo alle concrete situazioni di lavoro, ed in particolare quando in azienda dobbiamo o vogliamo innovare.

DOCENTE

Simonetta Pugnaghi - Consulente di direzione, formatore e counselor, da oltre venticinque anni si occupa di organizzazione e risorse umane. I suoi focus sono lo sviluppo organizzativo, il miglioramento personale e dei gruppi di lavoro.

Per la sede di Modena: Serena Barbi - Fondatrice di BB FORMAZIONE, società specializzata in formazione e consulenza aziendale. È psicoterapeuta e psicologa del lavoro con esperienza decennale negli interventi di empowerment individuale ed organizzativo.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 20

SEDI E DATE

RAVENNA
23 febbraio

CESENA
26 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CREARE VALORE: LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE ATTRAVERSO LA DELEGA

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire le conoscenze e gli strumenti per sviluppare, gestire e monitorare la crescita delle competenze delle persone attraverso il corretto utilizzo della delega e del feedback.

DESTINATARI

Responsabili, manager, imprenditori.

CONTENUTI

- Il contesto competitivo: individuare i nuovi “saperi” organizzativi per creare valore.
- Riflessione sul ruolo: cosa significa oggi gestire persone. L'autovalutazione come strumento di crescita individuale.
- Il modello delle competenze per lo sviluppo delle aziende: conoscere le persone per stimolare il miglioramento continuo delle organizzazioni.
- Lavorare per obiettivi e risultati: fare, far fare, far accadere. Quando, come e a chi delegare.
- La responsabilità e gli alibi nocivi: come sviluppare affidabilità e senso di appartenenza.

DOCENTE

Cristina Braidì - Titolare di ARCHÈ, società di consulenza manageriale e organizzativa per lo sviluppo, la formazione e la selezione delle Risorse Umane. Vanta un'esperienza pluriennale nella docenza e consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**

5 e 12 ottobre

PARMA

4 e 11 novembre

REGGIO EMILIA

16 e 23 novembre

RAVENNA

21 e 28 gennaio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LEAN OFFICE: METODOLOGIE E STRUMENTI PER RIMUOVERE LE ATTIVITÀ NON A VALORE NEGLI UFFICI

OBIETTIVI

Organizzare le attività aziendali non produttive con ottica Lean. Migliorare efficacia ed efficienza dei processi negli uffici.

DESTINATARI

Imprenditori, direttori e responsabili di funzione (amministrazione e uffici in generale).

CONTENUTI

- Lean Thinking, Lean Office e ChangeCoach®.
- Valore e spreco.
- Il cliente.
- “I sette + 2” sprechi codificati dal Lean in generale.
- I 14 sprechi codificati negli uffici.
- Kaizen e miglioramento: miglioramento continuo, obiettivi del kaizen, standard come base del miglioramento.
- Value Stream Mapping: tecniche e strumenti per individuare gli sprechi nei processi non produttivi.
- Il Visual Management.
- Esercitazioni e discussione di casi concreti.
- Come impostare un progetto:
 - La Struttura.
 - I Ruoli Organizzativi.
 - Le Attività.
- Le 5S in un ufficio.
- Il cambiamento e l'evoluzione dei ruoli in azienda Lean e sistemi informativi: il ruolo del flusso delle informazioni nella riorganizzazione dei processi.

DOCENTE

Consulente esperto di HH&PARTNERS, società di formazione e di consulenza industriale con particolare focus sulla performance di processo.

Per la sede di Reggio Emilia: Andrea Righetti e Francesco Curcio – Partners Q&O CONSULTING.

DURATA E ORARI

14 ore – 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
23 febbraio e 1 marzo

PARMA
4 e 12 aprile

RAVENNA
21 e 28 giugno

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

EMOTIONAL LEADER: COME SVILUPPARE LA LEADERSHIP E GUIDARE LE PERSONE VERSO RISULTATI STRAORDINARI UTILIZZANDO L'INTELLIGENZA EMOTIVA

OBIETTIVI

Le capacità relazionali di ciascuno di noi sono definite dal nostro quoziente emotivo (QE). Le ricerche ci dimostrano che più del 50% della nostra performance ed efficacia personale è determinata dall'Intelligenza Emotiva (IE). Attingere dalle proprie emozioni per ottenere più informazioni e prendere con maggiore consapevolezza decisioni importanti e complesse: questo vuol dire essere leader emotivamente intelligenti! Un imprenditore o un manager nervoso e stressato rischia di creare un clima d'ufficio nervoso e stressato! Le emozioni sono contagiose e per gestire gli altri bisogna partire dalla gestione di noi stessi. Il corso è un'occasione per riflettere sul proprio stile come leader e fornirà strumenti pratici e innovativi che possono essere immediatamente applicati al proprio contesto aziendale.

DESTINATARI

Imprenditori e titolari d'azienda interessati a conoscere un metodo con il quale aiutare le proprie persone a migliorare con autenticità e passione, creando maggiore fiducia e motivazione con l'obiettivo di migliorare i risultati dei collaboratori e dell'organizzazione.

CONTENUTI

- Il mondo sta diventando sempre più volatile, incerto e complesso: cosa fare?
- Il proprio stile di leadership e l'impatto sui collaboratori.
- Come funziona il cervello emotivo.
- Dalla Reazione all'Intenzione: il leader che ascolta e guida.
- Gestire le situazione stressogene.
- Chiedere aiuto alle emozioni.
- Motivarsi per motivare i collaboratori.
- Stile di pensiero ottimista: come trovare le alternative in un contesto complesso.

DOCENTE

Mirco Soprani - Professional Certified Coach (PCC) International Coach Federation. Executive Coach e Facilitatore. Trainer certificato sull'Intelligenza Emotiva e Partner di Six Seconds network internazionale specializzato sullo sviluppo dell'Intelligenza.

Per la sede di Ravenna: Davide Neri - Imprenditore, consulente ed allenatore mentale. Aiuta imprenditori, senior leader e manager a prosperare in un mondo sempre più complesso, volatile ed incerto, grazie a nuove competenze, supportate dalla scienza, che permettono di migliorare la collaborazione, la performance e la resilienza dell'intera organizzazione.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 23

SEDI E DATE

PIACENZA

9 e 16 marzo

REGGIO EMILIA

17 e 24 maggio

MODENA

25 gennaio e 1 febbraio

RIMINI

7 e 14 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ALLENAMENTO COMPORTAMENTALE: ALLENA LA TUA CAPACITÀ DI FARTI CAPIRE, SPIEGARE, CONVINCERE

OBIETTIVI

Prestiamo attenzione a chi cattura la nostra curiosità, confidiamo in chi ci dimostra sicurezza e competenza, rispondendo alle nostre domande interiori. Dote innata o comportamento che può essere appreso? Il corso vuole fornire le tecniche di base per migliorare lo stile di relazione allenandosi e acquisendo tecniche di semplice utilizzo ma estremamente efficaci.

DESTINATARI

Chi desidera migliorare il proprio comportamento, essere più incisivo, credibile, affidabile.

CONTENUTI

- Rafforzamento comportamentale: la cassetta degli attrezzi.
- Parole e sottotesto: cosa passa tra le righe nei nostri discorsi.
- Sicurezza e credibilità: occhi, apertura e chiusura, tenuta posturale, distanza emotiva e prossemica, uso della voce.
- Discussione e litigio: valorizzare le differenze, evitare i conflitti.
- Stili e contro stili: sfuggente, assertivo, aggressivo, manipolatore.
- Prove video filmate di interscambi comunicativi.

DOCENTE

Stefania Panini - Consulente e formatrice sui temi della comunicazione, del business writing, delle strategie per la conoscenza, già professore a contratto per le università' di Bologna e di Pisa.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 24

SEDI E DATE

PIACENZA
5 luglio

REGGIO
20 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ORGANIZZARSI PER IL CLIENTE

OBIETTIVI

Scopo del seminario è quello di fornire linee guida e strumenti operativi per legare il disegno dell'organizzazione interna ai processi che generano valore per il cliente. I partecipanti impareranno ad utilizzare alcuni strumenti di analisi della propria organizzazione e di definizione di ruoli e responsabilità.

DESTINATARI

Titolari d'azienda, responsabili di funzione, responsabili HR.

CONTENUTI

- Azienda - clienti - organizzazione - persone.
- Cosa vuole il cliente?
- I processi al servizio del cliente: come definirli e riconoscerli?
- Alcuni equivoci da sfatare sulla flessibilità.
- Un metodo per definire i processi.
- Un metodo per attribuire le responsabilità.
- Il modello funzionale (tradizionale) di attribuzione delle responsabilità.
- Il modello per processi di attribuzione delle responsabilità.
- Organigramma e aree di responsabilità: chiarezza senza burocrazia.
- Esercitazione: definire il processo principale della propria azienda.
- Esercitazione: ridefiniamo le responsabilità.
- Alcuni suggerimenti per gestire un progetto di cambiamento organizzativo.

DOCENTE

Gianmarco Falzi - Consulente e formatore aziendale, ha maturato esperienze nella direzione risorse umane di Ferrari, Maserati e Snam.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 25

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA

25 novembre e 2 dicembre

FERRARA

10 e 17 maggio

RAVENNA

6 e 13 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

GESTIRE I RAPPORTI INTERPERSONALI IN AZIENDA: TRASFORMARE I CONFLITTI IN OPPORTUNITÀ DI CRESCITA

OBIETTIVI

Il contesto aziendale porta ogni giorno al confronto con altre persone. Le relazioni interpersonali a tutti i livelli richiedono sempre più la capacità di gestire situazioni complesse. Le situazioni organizzative per questo sono relazionali complesse ed in quanto tali, non immuni all'insorgere di conflitti. Obiettivo del corso è comprendere i meccanismi e le cause alla base dei conflitti analizzando i giochi psicologici utilizzati dagli attori aziendali e le metodologie per superarli.

DESTINATARI

Responsabili intermedi o di funzione.

CONTENUTI

- Il conflitto come dimensione fisiologica nelle relazioni e nell'organizzazione.
- Individuazione ed analisi delle diverse tipologie di conflitti.
- Riconoscere i conflitti comunicativi attraverso l'analisi dei giochi psicologici messi in atto.
- La struttura dei giochi psicologici: gancio, anello, scambio, tornaconto.
- Caratteristiche dei giochi psicologici messi in atto.
- Tipologia dei giochi.
- Le opzioni comunicative più adatte alle diverse situazioni interpersonali.
- La negoziazione nei conflitti.

DOCENTE

Stefania Sala - Counselor e business coach, titolare della Società ARTIOLI E SALA CONSULTING, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

Per la sede di Ferrara: Marcello De Felice - Formatore, counsellor e mediatore, dopo anni di esperienza aziendale in cui ha sviluppato competenze in ambito organizzativo e di gestione del personale, da più di un decennio si occupa, in libera professione, di consulenza aziendale nell'area R.U., valutazione della formazione e sviluppo del capitale umano.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 26

SEDI E DATE

PIACENZA
17 novembre

REGGIO EMILIA
16 febbraio

CESENA
12 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MAIL NETIQUETTE: LE REGOLE AZIENDALI PER USARE CORRETTAMENTE LA E-MAIL NELLA COMUNICAZIONE ESTERNA ED INTERNA

OBIETTIVI

Scrivere e-mail efficaci, sintetiche, semplici da leggere. Evitare malintesi ed effetti indesiderati. Rafforzare stile ed efficacia.

DESTINATARI

Chi utilizza quotidianamente la e-mail per la comunicazione esterna e interna.

CONTENUTI

- Uso ed abuso della e-mail: principi di e-mail netiquette.
- Sintesi, chiarezza, efficacia.
- La e-mail è un testo a strati: mittente, oggetto, testo, allegati e link.
- Flames e risposte risentite: quando la e-mail non viene compresa.
- La scrittura visiva: evitare il cestino dopo la prima occhiata.
- Le parole che non ti ho detto: cosa si può leggere tra le righe di una e-mail.

DOCENTE

Stefania Panini - Consulente e formatrice sui temi della comunicazione, del business writing, delle strategie per la conoscenza, già professore a contratto per le università di Bologna e di Pisa.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 27

SEDI E DATE

PIACENZA
4 febbraio

MODENA
6 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

GRUPPO CHE NON LITIGA E TEAM BUILDING

OBIETTIVI

Anticipare, evitare, disinnescare il conflitto nel gruppo di lavoro. Aumentare l'efficacia del gruppo di lavoro. Individuare stili e comportamenti che fanno maturare il gruppo o ne rovinano il clima.

DESTINATARI

Team leader, responsabili di unità organizzative e uffici, capireparto.

CONTENUTI

- Il gruppo che funziona: caratteristiche.
- Le fasi di maturazione e il conflitto inevitabile.
- Tutti i conflitti fanno male? Discussione, distribuzione, integrazione.
- Evitare il conflitto: come vederlo arrivare.
- Gestire il conflitto: stili e contro stili.
- Risolvere il conflitto: disinnescare e ricostruire.

DOCENTE

Stefania Panini - Consulente e formatrice sui temi della comunicazione, del business writing, delle strategie per la conoscenza, già professore a contratto per le università' di Bologna e di Pisa.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 28

SEDI E DATE

PIACENZA
19 e 26 ottobre

MODENA
11 e 18 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

C'È UN CAPO DENTRO DI TE: FAI EMERGERE IL TUO AUTENTICO STILE DI LEADERSHIP

OBIETTIVI

Se i tuoi collaboratori non si mostrano sufficientemente coinvolti negli obiettivi che dai, se non ti sembrano motivati, se non crescono, se nel tuo gruppo c'è conflitto e manca lo spirito di team, probabilmente non stai utilizzando al meglio il tuo potenziale di leadership. Sono state proposte tante definizioni e stili di leadership ma l'unico stile da cercare è il tuo, unico e personale. Il corso è un percorso di autoconoscenza, che mira a fare emergere e sbloccare le risorse personali. Ma la Leadership è anche capacità di affrontare l'ignoto e di cambiare continuamente e per poterlo fare, occorre superare i propri blocchi interni.

DESTINATARI

Tutti coloro che per motivi professionali hanno bisogno di esprimere al meglio la propria leadership.

CONTENUTI

- Definizione di leadership.
- Differenza fra leadership e management.
- Quali sono le mie risorse: autoanalisi dei meccanismi di funzionamento e del carattere per scoprire i punti di forza su cui contare.
- Quali sono le mie convinzioni: autoanalisi dei valori e delle credenze legate alla leadership.
- Lo studio di figure di leader tratte dalla vita reale o dalla letteratura (propedeutico alla successiva autoanalisi).
- Allineamento sui livelli logici: come funziono quando non riesco ad esprimere la mia leadership? Qual è l'allineamento che mi permette invece di esprimerla?
- Il cambiamento e la leadership.

DOCENTE

Roberta Rozzi - Coach e Counselor, senior trainer sulle competenze trasversali e manageriali, consulente organizzativo nell'area del capitale umano, esperta di teambuilding e problem solving organizzativo. I suoi modelli di riferimento sono PNL, Gestalt, modelli della complessità e può trattare molti temi formativi attraverso le tecniche teatrali.

DURATA E ORARI

14 ore- 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
28 novembre e 5 dicembre

PARMA
12 e 18 ottobre

CESENA
1 e 8 giugno

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

STRESSATO? USA IL TUO STRESS PER ESSERE EFFICIENTE, ABBATTI LO STRESS PER ESSERE EFFICACE

OBIETTIVI

Non tutto lo stress fa male, c'è un eustress che attiva i nostri riflessi, che ci fa essere più concentrati, veloci, acuti. Ognuno di noi ha però il suo limite, oltre al quale lo stress diventa dannoso per la salute, per la performance lavorativa, per le relazioni. Identificare i propri stressors, la propria soglia di passaggio da eustress a distress, i propri obiettivi e aspettative, è il punto di partenza per poter gestire lo stress. Il corso aiuta questo lavoro e fornisce allo stesso tempo dei metodi piacevoli e divertenti per aiutarti a "usare" e "gestire" lo stress ... perché non tutto deve essere preso sul serio.

DESTINATARI

Tutti coloro che sentono di avere raggiunto, o di essere vicini al raggiungere uno stato di distress, che può compromettere la loro performance e/o il loro benessere psicofisico e/o le loro abilità socio-comunicative.

CONTENUTI

- Il significato di stress, eustress e distress.
- Le fonti di stress (stressors) nelle organizzazioni, identificare i propri stressors e dare un nome al proprio stress.
- I sintomi dello stress e i sintomi del burnout.
- Le personalità maggiormente sensibili allo stress.
- La soglia personale fra eustress e distress: usare lo stress performante.
- Definire i propri obiettivi e aspettative nel lavoro e nella vita privata.
- L'equilibrio tempo lavoro/tempo privato.
- La distinzione fra i problemi e i dati di fatto, cambiamento di prospettiva e ridimensionamento creativo dei problemi.
- Sfogarsi attraverso il corpo: movimenti, azioni, esercizi antistress, tecniche di respirazione e auto massaggio.
- Training autogeno e gestione delle emozioni.
- Parlare per gestire lo stress.
- Ridere per dominare lo stress.

DOCENTE

Roberta Rozzi - Coach e Counselor, senior trainer sulle competenze trasversali e manageriali, consulente organizzativo nell'area del capitale umano, esperta di teambuilding e problem solving organizzativo. I suoi modelli di riferimento sono PNL, Gestalt, modelli della complessità e può trattare molti temi formativi attraverso le tecniche teatrali.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 30

SEDI E DATE

PIACENZA
22 e 28 settembre

PARMA
9 e 15 novembre

MODENA
23 e 30 settembre

CESENA
3 e 10 novembre

RIMINI
24 novembre e 1 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

UN'AZIENDA CHE SORRIDE: LA FORZA DI ATTRAZIONE DEL FRONT OFFICE

OBIETTIVI

Il corso si pone come obiettivi:

- Identificare gli aspetti che influiscono sull'immagine dell'impresa.
- Definire i contenuti del proprio ruolo, accrescendo il senso di responsabilità.
- Consolidare le competenze di chi opera in servizi di front office sui temi del servizio e dell'accoglienza.
- Sviluppare le tecniche di comunicazione efficace e identificare i comportamenti relazionali eccellenti idonei alla promozione dell'immagine aziendale.

DESTINATARI

Personale di front office.

CONTENUTI

- Il contesto competitivo e il valore di un'immagine aziendale positiva.
- Il ciclo del servizio e i "momenti della verità".
- Miglioramento continuo e contenuto di ruolo: cosa significa reoperare in front office. Come sconfiggere gli alibi nocivi: il ruolo delle emozioni.
- Le fasi della relazione:
 - L'arte seducente di saper accogliere;
 - Le tipologie di interlocutore: riconoscerle e gestirle;
 - Importanza delle parole e del linguaggio del corpo nel rapporto con gli altri;
 - Come costruire empatia tramite un ascolto attento ed intelligente;
 - La grande importanza dell'impressione finale: come ci si congeda.
- La comunicazione telefonica eccellente. L'arte del "filtro".
- Come gestire le situazioni "difficili": tecniche e strumenti.

DOCENTE

Per le sedi dell'Emilia: Cristina Braidì - Titolare di ARCHÈ, società di consulenza manageriale e organizzativa per lo sviluppo, la formazione e la selezione delle Risorse Umane. Vanta un'esperienza pluriennale nella docenza e consulenza per la formazione manageriale, organizzativa e gestionale

Per le sedi della Romagna: OFFICINA STUDIO - CONSULENZA per le risorse umane è un team di formatori e consulenti con un'esperienza consolidata nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale e di marketing, di gestione dei collaboratori, organizzazione e gestione del lavoro, e in tutti i processi comunicativi.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PARMA**
21 e 28 gennaio**MODENA**
13 e 20 maggio**CESENA**
14 e 21 ottobre**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**IL CAMBIAMENTO DI RUOLO****OBIETTIVI**

Il percorso ha l'obiettivo di accompagnare i partecipanti a migliorare la propria capacità di accettare ed integrare la dimensione del cambiamento nella propria vita professionale e privata, sia con riferimento ai cambiamenti promossi che a quelli "subiti"; acquisire dimestichezza con i processi di "identificazione", "disidentificazione" ed "autoidentificazione", quali chiavi per una gestione più efficace di qualsiasi ruolo professionale o privato; contattare pienamente le risorse e potenziali personali sia per gestire al meglio i processi di cambiamento che al fine di dirigerli verso obiettivi liberamente e consapevolmente scelti.

DESTINATARI

Il percorso è rivolto a tutti coloro che nelle aziende intendono acquisire la capacità di affrontare in modo proficuo ed efficace i cambiamenti, siano essi strategici, organizzativi, professionali o personali e mobilitare le risorse interne ed i potenziali per viverli come opportunità di crescita ed integrazione della propria personalità.

CONTENUTI

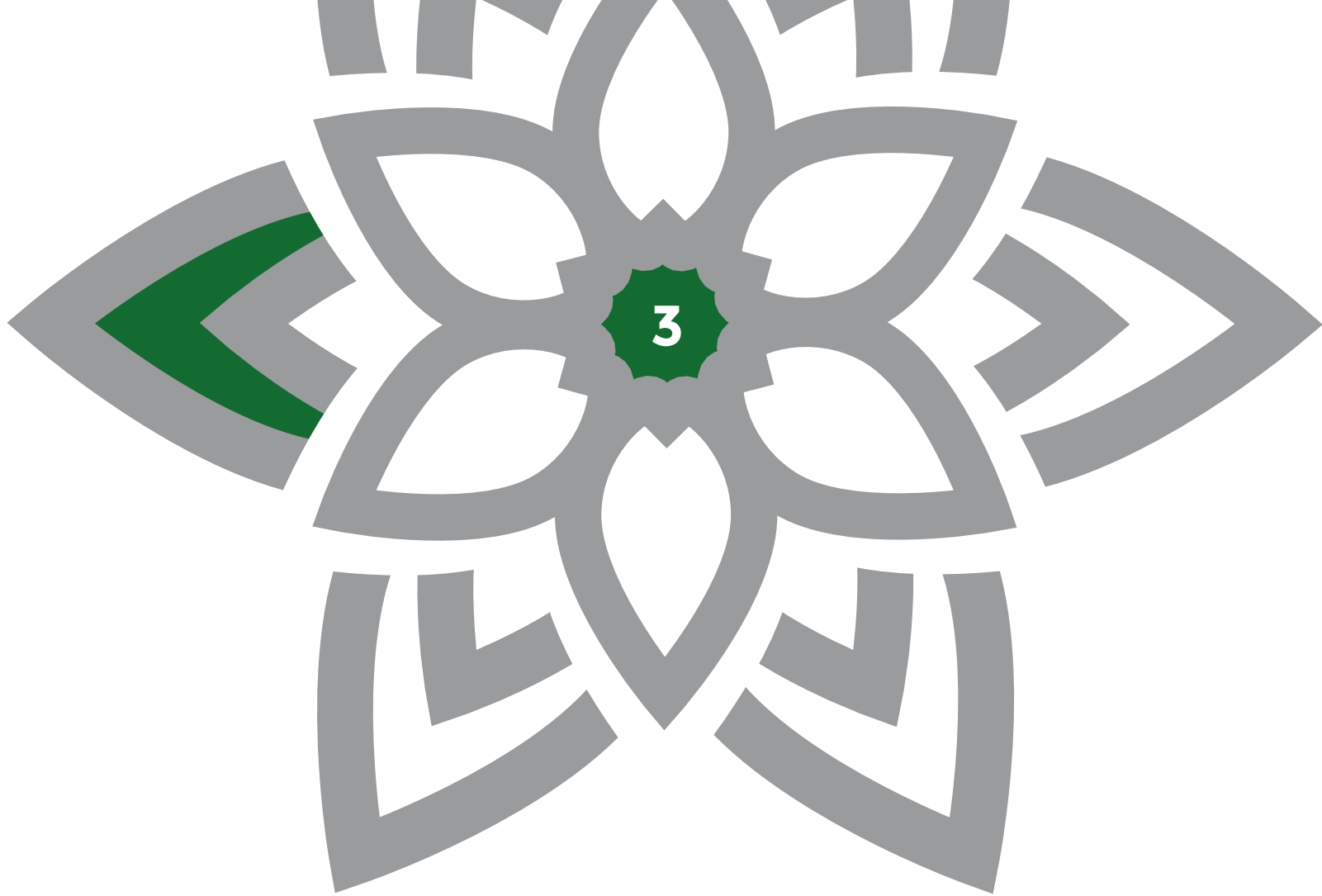
- Introduzione: organizzazione, ruoli, cambiamento.
- Il cambiamento come dimensione dell'esistenza personale e professionale. Problema o opportunità? Le dimensioni soggettive ed oggettive del cambiamento.
- "Chi ha spostato il mio formaggio?" Come vivo il cambiamento. Ascolto e condivisione delle esperienze di cambiamento che stanno vivendo i partecipanti e di come lo stanno vivendo. L'uomo e le funzioni psicologiche. La motivazione.
- "Alla ricerca del tesoro": lavoro sulle qualità e sui potenziali. Lavoro di ricapitolazione, attraverso il racconto, delle esperienze professionali/personali: il recupero dei potenziali e della creatività da utilizzare nel processo di trasformazione. Identificare le qualità ed i potenziali emersi in ciascuna tappa.
- Il ruolo: riflessioni su ruolo e identità professionale, sociale, psicologica. Ruoli e auto immagini. Gli ostacoli interni ed esterni al cambiamento. Il processo di identificazione, disidentificazione ed autoidentificazione. Padroni del ruolo: gestire il ruolo e non essere gestiti dallo stesso.
- Verso il futuro: l'utilizzazione dell'immaginazione creativa nel processo di cambiamento e di assunzione del nuovo ruolo. La gestione delle emozioni e dei conflitti interni tra vecchio e nuovo.
- La funzione della volontà La creatività esistenziale: strumenti pratici e tecniche specifiche per indirizzare le risorse psichiche nella gestione creativa del nuovo ruolo.

DOCENTE

Paola Pigrucci - Formatore Senior e Counselor. Ha maturato una ventennale esperienza nella formazione di figure manageriali di aziende italiane e multinazionali su temi di change management, sicurezza e benessere organizzativo, comunicazione, self empowerment e identificazione e sviluppo dei potenziali.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE



SEDI E DATE

PIACENZA
27 ottobre

REGGIO EMILIA
20 ottobre

CESENA
11 luglio

RIMINI
29 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

INTERNAZIONALIZZAZIONE: COME ENTRARE SUI MERCATI INTERNAZIONALI E COME PRESIDARLI

OBIETTIVI

Il corso si propone di identificare e mettere a fuoco le diverse metodologie di analisi, pianificazione, presa di contatto, costruzione e mantenimento di una struttura commerciale all'estero.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e funzionari commerciali, consulenti e figure professionali interessate ad approfondire la tematica dell'internazionalizzazione in termini concreti e operativi.

CONTENUTI

- Lo scenario dell'economia internazionale dopo l'inizio della crisi economica mondiale.
- Struttura e andamento dello scambio mondiale. Chi compra, chi vende.
- Le principali difficoltà che le imprese affrontano per entrare nei nuovi mercati.
- Come si fa l'analisi di un mercato estero e la scelta delle strategie competitive nei mercati esteri.
- La segmentazione del mercato.
- Tecniche di marketing internazionale. Le strategie di prodotto e la politica dei prezzi.
- La scelta dei canali di entrata nei mercati esteri e dei canali di distribuzione.
- Le forme di promozione nei mercati esteri.
- Business plan per internazionalizzazione.
- Partecipazione agli eventi fieristici ed ottimizzazione della presenza a fiere e missioni commerciali.
- La scelta della fiera internazionale.
- L'allestimento dello stand e la comunicazione prima, durante e dopo l'evento.
- Logistica e INCOTERMS.
- Tecniche di comunicazione internazionale e negoziazione e trattative interculturali (nei Paesi Arabi, in Russia, Est Europa, Asia).

DOCENTE

RONCUCCI & PARTNERS – Società di Business Development Internazionale con esperienza pluriennale, specializzata nel progettare e realizzare percorsi di internazionalizzazione d'impresa, project management e marketing internazionale.

Per la sede di Reggio Emilia: Andrea Magnani – Direttore Generale e consulente di organizzazione.

DURATA E ORARI

7 ore – 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PARMA
17 maggio

REGGIO EMILIA
7 aprile

MODENA
20 luglio

RAVENNA
11 novembre

CESENA
15 settembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

GLI ASPETTI DOGANALI DEL COMMERCIO CON L'ESTERO

OBIETTIVI

Tutte le volte che le merci si muovono tra paesi diversi si attivano delle operazioni soggette al controllo delle rispettive autorità doganali. A qualsiasi titolo le merci si muovano, devono dare conto a tali autorità dei motivi e di una serie di informazioni fondamentali per poter determinare con certezza gli aspetti tributari prima di tutto ma, sempre più spesso, anche gli aspetti relativi ad autorizzazioni, licenze, controlli di vario tipo. Saranno presentati gli adempimenti relativi ad ogni regime doganale a cui possono essere assoggettate le merci evidenziando criticità ed opportunità che la tecnica doganale presenta.

DESTINATARI

Imprenditori, addetti ufficio estero, ufficio logistico, ufficio amministrazione, ufficio commerciale ed ufficio acquisti di aziende export oriented.

CONTENUTI

- La grande famiglia delle operazioni con l'estero: operazioni extra UE e operazioni intracomunitarie.
- I regimi doganali: operazioni definitive e temporanee.
- Le criticità legate alle operazioni doganali in import ed export.
- La prova dell'avvenuta esportazione caso per caso.
- La classificazione doganale ed i rischi connessi all'imperfetta codifica delle merci.
- Il valore in dogana delle merci.
- Individuazione e calcolo del dazio all'importazione.
- La determinazione del "Made in" e dell'origine preferenziale delle merci.
- Le agevolazioni doganali: l'esportatore autorizzato e l'operatore economico autorizzato (AEO).
- Autorizzazioni, divieti e dichiarazione di libera esportazione.

DOCENTE

Fabrizio Ceriello - GLOBAL GATEWAY SRL. Laureato in Economia del Commercio Internazionale e dei Mercati Valutari, consulente e formatore per il commercio internazionale con particolare focus sugli aspetti mercantili. Presta attività di consulenza e formazione per numerose aziende ed enti pubblici e privati sull'intero territorio nazionale. È autore di articoli e pubblicazioni per riviste del mondo camerale, associativo e di settore.

Per la sede di Parma: Andrea Toscano e Carbognani Mattia - STUDIO TOSCANO, valido punto di riferimento per le problematiche connesse agli scambi internazionali di merci e alle prestazioni internazionali di servizi. Andrea Toscano, dopo aver conseguito il titolo di doganalista, è stato nominato consulente dall'Unione Parmense degli Industriali del Gruppo Imprese Artigiane e dell'Associazione Commercianti.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 34

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
2 e 9 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

NEGOZIAZIONE NEL NUOVO MONDO GLOBALE

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è acquisire la capacità di trattare e negoziare con clienti e partner internazionali e a formulare strategie adattate alle culture locali. Si imparerà a riconoscere i codici culturali delle controparti commerciali, a evitare l'uso di pregiudizi, stereotipi e generalizzazioni, ad assumere comportamenti, attitudini e linguaggi comunicativi adeguati ai diversi contesti culturali.

DESTINATARI

Imprenditori e manager che operano all'estero e/o con l'estero in funzioni aziendali e commerciali e in generale chiunque sia frequentemente impegnato in relazioni e trattative internazionali.

CONTENUTI

- Il contesto culturale in una trattativa internazionale.
- Le dimensioni culturali e la negoziazione.
 - La distanza gerarchica.
 - La percezione del tempo.
 - La comunicazione culturale.
 - Relazioni VS Risultati.
 - Il rapporto con il rischio.
 - La costruzione della fiducia.
- La conoscenza della propria cultura.
- Gli errori più comuni nelle negoziazioni interculturali.
- Decodificare il linguaggio del corpo nelle varie culture.
- Buone pratiche oltre confine.

DOCENTE

Alessandra Bonezzi - Consulente, formatrice e facilitatrice certificata. Ha maturato esperienza in Italia e all'estero in sviluppo delle risorse umane, management interculturale e internazionale, formazione formatori, ingegneria di programmi di formazione e facilitazione.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
23 giugno

PARMA
9 giugno

REGGIO EMILIA
25 maggio

MODENA
5 aprile

CESENA
12 settembre

RIMINI
17 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ORIGINE DELLE MERCI: DAL “MADE IN” ALL’ORIGINE PREFERENZIALE. L’ESPORTATORE AUTORIZZATO

OBIETTIVI

Comprendere l’importanza del concetto di origine: valenza economica e responsabilità penale.
Conoscere le caratteristiche e le regole da rispettare per attestare l’origine preferenziale.
Lo status di esportatore autorizzato: vantaggi diretti ed indiretti.
L’origine non preferenziale e il “Made in”.

DESTINATARI

Esportatori ed importatori, responsabili uffici acquisti, uffici commerciali e responsabili amministrazione.

CONTENUTI

- Origine delle merci: perché è indispensabile? Conseguenze dirette ed indirette di una corretta individuazione dell’origine.
- Origine non preferenziale e preferenziale - Il Made in.
- Attestazione dell’origine preferenziale: in quali modi?
- Come individuare le regole di origine e i vari Protocolli da applicare.
- Lo status di Esportatore Autorizzato: Vantaggi ed adempimenti: dal rilascio ai controlli successivi.
- La dichiarazione del fornitore: come e quando chiederla e rilasciarla.

DOCENTE

Per le sedi dell’Emilia: Giuseppe Condina - Formatore e Funzionario tributario dell’Agenzia delle Dogane. Avvocato. Esperto di diritto doganale con particolare riguardo ai Regimi doganali (perfezionamento attivo e passivo) Origine (rilascio dell’Autorizzazione di Esportatore Autorizzato e controlli specifici) AEO - Iva intracomunitaria/plafond. Dichiarazioni valutarie - black list.

Per le sedi della Romagna: Simone Del Nevo - STUDIO DEL NEVO. Consulente aziendale e formatore. Autore di pubblicazioni relative al campo doganale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
18 febbraio

PARMA
4 febbraio

REGGIO EMILIA
15 marzo

MODENA
1 marzo

RAVENNA
4 aprile

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA CORRETTA APPLICAZIONE DELLE REGOLE INCOTERMS 2010 NEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI

OBIETTIVI

Definire correttamente tutte le obbligazioni relative alla consegna delle merci nell'ambito di una compravendita internazionale, nonché procedere all'analisi degli aspetti doganali, assicurativi e relativi al trasporto nel trasferimento fisico delle merci. Sarà proposta una lettura dell'uso dei termini di resa in chiave di marketing aziendale, che consente all'azienda di sceglierli ed adeguarli alle proprie esigenze, limitando i rischi ed i costi, nell'ottica del servizio reso al cliente.

DESTINATARI

Commerciali estero, export manager ed addetti ufficio export, addetti ufficio amministrativo ed ufficio spedizioni

CONTENUTI

- La consegna delle merci: fattore critico di successo per l'impresa che esporta.
- Le clausole Incoterms 2010: elemento centrale della catena logistica del commercio estero.
- Cosa non determinano le Regole Incoterms 2010.
- Incoterms 2010 e passaggio di proprietà delle merci.
- Il rapporto con il contratto di compravendita: individuare le obbligazioni a carico delle parti.
- La relazione con l'area trasporti, pagamenti, dogane, fiscalità.
- Rischi legati ad un uso improprio delle clausole Incoterms.
- Focus: i rischi della vendita su base Ex Works.
- Esercitazione pratica sui termini di resa.

DOCENTE

Fabrizio Ceriello - GLOBAL GATEWAY SRL. Laureato in Economia del Commercio Internazionale e dei Mercati Valutari, consulente e formatore per il commercio internazionale con particolare focus sugli aspetti mercantili. Presta attività di consulenza e formazione, per numerose aziende ed Enti pubblici e privati sull'intero territorio nazionale. E' autore di articoli e pubblicazioni per riviste del mondo camerale, associativo e di settore.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 37

SEDI E DATE

RAVENNA
3 marzo

CESENA
28 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

GLI STRUMENTI DI FINANZIAMENTO E DI FINANZA AGEVOLATA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti una conoscenza di base delle tecniche di finanziamento dell'attività di export e degli strumenti di finanza agevolata a supporto dei processi di internazionalizzazione delle imprese.

DESTINATARI

Imprenditori, titolari e collaboratori di imprese, addetti agli uffici export, area manager e addetti allo sviluppo di nuovi mercati e/o al rapporto con i clienti esteri.

CONTENUTI

- Il sistema delle norme a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese.
- Le fonti della finanza agevolata (comunitarie, nazionali, locali) e i requisiti necessari per l'accesso.
- Le diverse tipologie di intervento e di accesso agli strumenti di finanza agevolata a sostegno dell'internazionalizzazione.
- Tecniche di finanza strutturata e strategie di internazionalizzazione.
- Strumenti per l'assicurazione dei crediti export e prodotti Sace.
- Gli strumenti Simest e SACE per l'export.
- Gli strumenti di finanziamento della BEI (Banca Europea per gli Investimenti) e della BERS.
- Tecniche di smobilizzo dei crediti export.

DOCENTE

Alessandro Russo - Avvocato internazionalista e professore a contratto per l'Università di Bologna, Senior Partner dello STUDIO ASS. TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS. Specializzato in Diritto commerciale internazionale, Trade Finance e finanza agevolata per l'internazionalizzazione.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
23 marzo

PARMA
27 aprile

REGGIO EMILIA
14 aprile

CESENA
13 maggio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LETTERE DI CREDITO NELLE OPERAZIONI IMPORT/EXPORT

OBIETTIVI

Il modulo si pone l'obiettivo di trasferire competenze operative sui crediti documentari, definendone le caratteristiche e individuandone gli aspetti più peculiari. Ampio spazio sarà dedicato all'analisi della normativa UCP 600 ICC e alla nuova pubblicazione 745 ICC dedicata alla prassi bancaria internazionale uniforme. Si analizzeranno, infine, numerosi casi pratici per meglio comprendere l'operatività dello strumento.

DESTINATARI

Addetti uffici estero, export manager, bancari, operatori commercio internazionale e consulenti d'impresa.

CONTENUTI

- Export Credit Risk Management: come gestire il rischio di credito nelle transazioni commerciali con l'estero.
- Le differenze fra strumenti assicurativi e strumenti finanziari.
- Il credito documentario: definizione, caratteristiche, struttura, funzionamento, soggetti, operatività, normativa di riferimento.
- Le tipologie dei crediti documentari: by payment, by deferred payment, by acceptance, by negotiation e le relative prestazioni delle banche.
- Come annullare rischio banca e rischio paese: la conferma di un credito documentario, la silent confirmation e lo star del credere.
- Il ruolo delle banche: come determinarlo?
- Cosa si intende per "negotiation"?
- Banca designata: quale prestazione?
- Che cosa è una Draft? Cosa si intende per "certified", "visaed", "legalized"?
- Transshipment prohibited: sicuro?
- Che significa "blank endorsed"?
- E se si perdono i documenti?
- La gestione operativa di un credito documentario: come produrre documenti conformi in linea con le UCP 600 ICC e la nuova prassi bancaria internazionale uniforme (Pubb.ne 745 ICC).
- Analisi di numerosi casi pratici.
- Q&A Session.

DOCENTE

Domenico Del Sorbo - Trade & Export Finance Specialist - ICC Certificates of Achievement on URBPO.

Per la sede di Parma: Gabriella Gennari - Doganalista, socia di CredimpexItalia. Attualmente collabora con Studi professionali ed è consulente UPI PARMA per i pagamenti internazionali.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
14 ottobre

PARMA
4 marzo

REGGIO EMILIA
8 febbraio

CESENA
10 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL VALORE DELLE MERCI IN DOGANA**OBIETTIVI**

Obiettivo del corso è fornire conoscenze per comprendere l'importanza della corretta indicazione del valore delle merci nei traffici di Import-Export, alla luce delle novità legislative del 2012 tendenti ad inasprire le sanzioni per errata dichiarazione in bolletta doganale di importazione. La giornata consentirà di approfondire le norme e le modalità per individuare il valore esatto delle merci importate e procedere al calcolo dei tributi doganali applicabili.

DESTINATARI

Responsabili e addetti ufficio estero, responsabili e addetti spedizioni, responsabili e addetti amministrativi, responsabili e addetti dell'area approvvigionamenti e logistica.

CONTENUTI

Norme di riferimento previste dal Codice Doganale Comunitario e dalle Disposizioni di applicazione del Codice Doganale Comunitario.

Importanza dell'elemento valore nelle dichiarazioni doganali con particolare riferimento alle merci in importazione:

- I rapporti fornitore-cliente e loro possibile impatto sul valore in dogana delle merci.
- Elementi che concorrono alla formazione del valore: trasporti, mediazioni, progettazioni, stampi, royalties.
- Rischi e sanzioni.

DOCENTE

Fabrizio Ceriello - GLOBAL GATEWAY SRL. Laureato in Economia del Commercio Internazionale e dei Mercati Valutari, consulente e formatore per il commercio internazionale con particolare focus sugli aspetti mercantili. Presta attività di consulenza e formazione, per numerose aziende ed Enti pubblici e privati sull'intero territorio nazionale. È autore di articoli e pubblicazioni per riviste del mondo camerale, associativo e di settore.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA
1 giugno

PARMA
5 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MARKETING INTERNAZIONALE: PREPARAZIONE PER VINCERE NEI MERCATI INTERNAZIONALI

OBIETTIVI

Il corso si pone l'obiettivo di fornire gli strumenti per:

- Comprendere come il marketing internazionale può essere di supporto nella definizione degli obiettivi di sviluppo aziendali.
- Acquisire la conoscenza di modelli e strumenti di marketing a supporto alle decisioni strategiche utili per raggiungere gli obiettivi aziendali.
- Acquisire la metodologia per progettare e realizzare il piano di marketing internazionale.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili marketing e vendite.

CONTENUTI

- Come definire in quali mercati esteri sviluppare il proprio business.
- Come analizzare il potenziale di un mercato e la competitività dell'impresa.
- Scegliere le opzioni strategiche di sviluppo.
- Metodologia e strumenti per dare forma ad un'offerta distintiva e a valore nell'ottica del cliente.
- La scelta dei canali distributivi.
- Come costruire il database di potenziali clienti.
- La scelta degli strumenti di comunicazione più idonei per raggiungere gli obiettivi aziendali.
- "Piano di marketing internazionale": le fasi per la creazione di un piano di marketing internazionale.

DOCENTE

Stefano Galli da oltre quindici anni svolge attività di formazione e consulenza in area marketing. Project leader e senior consultant in numerosi progetti di pianificazione dello sviluppo commerciale in Italia e all'estero. A partire dal 2010 si specializza nel marketing digitale e nel 2011 è fra i primi in Italia ed il primo a Bologna ad ottenere la Certificazione di "Social Media Consultant".

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 41

SEDI E DATE

PARMA
22 settembre

REGGIO EMILIA
6 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

OPERATORE ECONOMICO AUTORIZZATO

OBIETTIVI

Leggere il questionario di autovalutazione e sapere e contestualizzarlo nella propria realtà operativa.

Riconoscere il proprio ruolo nella catena produttiva in relazione alla normativa doganale.

La proceduralizzazione delle attività: chi fa che cosa e come va fatto.

Sapere individuare i punti di forza e le criticità affrontate e quelle che ancora vanno sviluppate.

DESTINATARI

Esportatori, importatori, vettori e gestori di logistica: responsabili amministrativi e area dogane, responsabili acquisti, logistica e security.

CONTENUTI

La certificazione doganale: AEOC, AEOF, AEOS.

- Come capire se sono interessato: analisi di vantaggi e benefici.
- Il questionario di autovalutazione.
- Il punto di contatto.
- Le aree di valutazione.
- Come fare convergere le procedure esistenti e le esigenze dell'Audit AEO.
- Il commercio con gli USA il Canada ed il Giappone.
- Esercitazione in aula.

DOCENTE

Giuseppe Condina - Formatore e Funzionario tributario dell'Agenzia delle Dogane. Avvocato. Esperto di diritto doganale con particolare riguardo ai Regimi doganali (perfezionamento attivo e passivo) Origine (rilascio dell'Autorizzazione di Esportatore Autorizzato e controlli specifici) AEO - Iva intracomunitaria/plafond. Dichiarazioni valutarie - black list.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**FERRARA**

5 e 12 luglio

CESENA

8 e 15 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL COMMERCIO CON L'ESTERO

OBIETTIVI

La normativa fiscale e doganale riconosce alle aziende italiane che operano con l'estero una serie di strumenti ed agevolazioni, che, se sfruttate appieno, potrebbero garantire un deciso vantaggio sui competitors nazionali ed internazionali.

In quest'ottica, il corso si propone di fornire alle aziende che operano - o che hanno intenzione di operare - sui mercati internazionali una serie di suggerimenti di natura fiscale e doganale, per poter cogliere appieno ed in piena sicurezza le opportunità offerte dai mercati esteri.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e funzionari commerciali, responsabili e funzionari amministrativi, addetti all'ufficio import-export, addetti all'ufficio acquisti.

CONTENUTI

- Pagamenti internazionali e strumenti di garanzia del credito.
- L'IVA negli scambi con l'estero.
- Introduzione al diritto doganale e la classificazione delle merci.
- Dual Use, origine delle merci e valore in dogana.
- La Dichiarazione doganale, immissione in libera pratica, esportazione definitiva.
- Transito, deposito doganale, perfezionamento attivo e perfezionamento passivo.

DOCENTE

Davide Castellani - Avvocato presso uno dei più prestigiosi studi legali di Bologna. Esperto di aspetti legali, fiscali e doganali relativi al processo di internazionalizzazione delle imprese, grazie anche alle esperienze lavorative maturate presso il Parlamento Europeo e le Nazioni Unite.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PARMA
21 e 28 luglio

MODENA
7 e 14 luglio

FERRARA
23 e 30 novembre

CESENA
12 e 21 ottobre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

DALLA NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE ALL'ESPORTAZIONE DEL PRODOTTO: I MERCATI ESTERI COME SFIDA ED OPPORTUNITÀ

OBIETTIVI

L'accresciuto livello di competitività sui mercati internazionali sta spingendo le imprese italiane che desiderano mantenere ed incrementare il proprio fatturato estero ad acquisire competenze sempre più specifiche e innovative.

In quest'ottica, il corso si propone di fornire alle aziende che operano - o che hanno intenzione di operare - sui mercati esteri una serie di consigli pratici di natura commerciale, giuridica e finanziaria, per poter cogliere appieno ed in piena sicurezza le opportunità offerte dai mercati esteri.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e funzionari commerciali ed amministrativi, addetti all'ufficio acquisti.

CONTENUTI

- Gli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese e le opportunità offerte dalle Banche Regionali di Sviluppo.
- Concludere un contratto con un partner straniero: dal c.d. Rischio Paese alle Tecniche di Negoziazione Internazionale.
- Teoria e pratica relativa ai principali contratti internazionali: il contratto di vendita e la vendita con riserva di proprietà, il contratto di agenzia e distribuzione.
- Focus su Cina, USA, Paesi Arabi e Russia.
- Contratto di Trasporto e gli Incoterms.
- Pagamenti Internazionali e Strumenti di Garanzia del Credito.

DOCENTE

Davide Castellani - Avvocato presso uno dei più prestigiosi studi legali di Bologna. Esperto di aspetti legali, fiscali e doganali relativi al processo di internazionalizzazione delle imprese, grazie anche alle esperienze lavorative maturate presso il Parlamento Europeo e le Nazioni Unite.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 44

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
16 giugno

RIMINI
23 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

WEB MARKETING E INTERNAZIONALIZZAZIONE: QUALI MERCATI PER I MIEI PRODOTTI

OBIETTIVI

Fornire elementi utili alla presa di decisioni in merito allo sviluppo di politiche di internazionalizzazione da implementare attraverso il web. Analisi, strumenti e azioni possibili utili ad una maggior penetrazione del mercato in territori extranazionali.

DESTINATARI

Responsabili vendite, responsabili commerciali, area manager, responsabili marketing, responsabili web marketing e comunicazione.

CONTENUTI

Introduzione al web marketing:

- Il marketing: strategie online nel marketing mix.
- Il ciclo virtuoso del web marketing: analisi-azione-analisi.
- Le potenzialità del web marketing nell'acquisizione di nuovi prospect.
- Le potenzialità del web marketing a supporto della rete di vendita e Area Manager.

Acquisire nuovi potenziali di mercato: il web, un potenziale di visibilità internazionale:

- Sito web: multilingua o multisite.
- Analytics: cosa conosciamo del nostro sito (provenienze, accessi, nuovi utenti).
- Quale strategia web per i nuovi mercati: strumenti di analisi Google: dai trend ai keyword-tool per misurare le dimensioni del mercato.

Analisi dei mercati: case history:

- Approcciare nuovi mercati internazionali nel b2c: caso Ariola ed Elsy.
- Approcciare nuovi mercati internazionali nel bsb: caso Bapro, caso Marchesi Gru.

DOCENTE

Luca Catellani - Ceo di LOVEMARK SRL. Consulente e formatore di marketing sulle tematiche dell'innovazione web e digitale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA COMMERCIALE E MARKETING

N. 45

SEDI E DATE

PIACENZA
3 e 10 maggio

PARMA
20 e 27 aprile

REGGIO EMILIA
24 e 31 maggio

RAVENNA
23 e 30 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

I TUOI CLIENTI STRATEGICI: CREA RELAZIONI EFFICACI!

OBIETTIVI

I mercati moderni, sempre più agguerriti, richiedono nuove competenze, soprattutto legate alla comunicazione efficace e alle abilità di essere “consulenti e partner” del business del cliente direzionale. La Negoziazione Strategica, sia psicologica che operativa, consente di pianificare tutti i momenti di preparazione e gestione della trattativa, allo scopo di aumentare concretamente le possibilità di chiusura positiva dell'accordo.

DESTINATARI

Direttori vendite, direttori commerciali, area manager, agenti, venditori.

CONTENUTI

- Gestire Clienti strategici: dalla Professionalità al Professionismo nelle vendite.
- Utilità dei Fondamentali di Negoziazione nei casi difficili e trattative complesse.
- La strategia preliminare, ovvero come pianificare il successo.
- Gli incontri ad alto livello: dai colloqui di vendita, alle P.R., alle negoziazioni complesse.
- La comunicazione efficace per essere convincenti.
- Come elaborare Offerte e Preventivi vincenti.
- La trattativa economica: alternative, possibilità ulteriori, mosse e strategie.

DOCENTE

Eros Tugnoli e/o Stefano Donati: coautori del Blog “marketingevendite.it”. Esperienza pluriennale di consulenza e di docenza. Specialisti di gestione della comunicazione al cliente e delle trattative negoziali. Grazie a centinaia di affiancamenti operativi sul campo, propongono strumenti concreti ed operativi per aumentare clienti e fatturato.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 46

SEDI E DATE

CESENA
27 gennaio

RIMINI
10 marzo

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**
Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE TELEFONICA NELLA RELAZIONE COMMERCIALE (IDENTIFICAZIONE DEI BISOGNI, QUALITÀ DELLA COMUNICAZIONE, GESTIONE DELLE CRITICITÀ)

OBIETTIVI

Sviluppare consapevolezza rispetto alle proprie modalità comunicative nell'approccio telefonico al cliente.

Sviluppare conoscenza sugli aspetti psico-relazionali connessi alla gestione telefonica delle diverse tipologie di utenti, nei loro aspetti emotivi, umorali e caratteriali.

Sviluppare la capacità di individuare i bisogni impliciti del cliente.

Conoscere e comprendere i parametri che determinano la qualità della comunicazione telefonica ed incidono sulla qualità percepita dal cliente.

Conoscere e utilizzare le componenti della comunicazione paralinguistica.

Sviluppare conoscenza sulle espressioni linguistiche da evitare e da utilizzare al fine di una comunicazione telefonica orientata ai bisogni del cliente e funzionale alla gestione delle sue obiezioni.

DESTINATARI

Commerciali interni o esterni all'azienda, segreterie commerciali, post vendita e customer care.

CONTENUTI

- Stili comportamentali e aspetti psico-relazionali nella comunicazione telefonica.
- Modalità comunicative dell'emittente e reazioni correlate degli interlocutori.
- I bisogni del cliente: il bisogno emotivo e il bisogno oggettivo.
- Qualità della comunicazione telefonica e qualità percepita dal cliente.
- La gestione delle obiezioni nella comunicazione telefonica.
- Empatia ed assertività attraverso la comunicazione telefonica.
- Aspetti verbali, non verbali e paraverbali della comunicazione telefonica.

DOCENTE

Even Mattioli - Psicologo del lavoro, Formatore, Psicologo, Psicoterapeuta. Consulente per la formazione e gestione delle risorse umane. Consulente in materia di rischi psicosociali nei luoghi di lavoro. CTP-CTU presso il Tribunale di Pesaro.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PARMA

26 settembre e 3 ottobre

REGGIO EMILIA

20 e 27 ottobre

CESENA

24 novembre e 1 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

STRATEGIE COMMERCIALI PER IL TUO PERSONALE TECNICO

OBIETTIVI

Sempre più le aziende necessitano di figure tecniche preparate sul prodotto, ma altresì competenti sotto il profilo relazionale-commerciale. Obiettivo del corso è fornire strumenti e metodologie che possano supportare il personale tecnico, sia dal punto di vista delle conoscenze tecniche che delle abilità relazionali e commerciali, indispensabili allo sviluppo del ruolo, in modo da completare il profilo professionale e renderlo maggiormente rispondente alle strategie aziendali.

DESTINATARI

Tecnici preposti al contatto con il cliente area vendita, post-vendita, assistenza e venditori di prodotti che richiedono un'elevata conoscenza tecnica.

CONTENUTI

- Il ruolo del consulente tecnico-commerciale: acquisire una mentalità vincente.
- Il primo contatto con il cliente nuovo e l'immagine aziendale.
- L'analisi dei bisogni e delle reali esigenze del cliente.
- La presentazione di un prodotto "tecnico".
- La gestione delle obiezioni del cliente.
- Da "offerta" a "proposta commerciale": tutte le ultime strategie.
- La trattativa economica, con particolare attenzione ai fattori economici e scoutistica.

DOCENTE

Eros Tugnoli e/o Stefano Donati: coautori del Blog "marketingevendite.it". Esperienza pluriennale di consulenza e di docenza. Specialisti di gestione della comunicazione al cliente e delle trattative negoziali. Grazie a centinaia di affiancamenti operativi sul campo, propongono strumenti concreti ed operativi per aumentare clienti e fatturato.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 48

SEDI E DATE

PIACENZA
25 maggio

MODENA
6 maggio

CESENA
9 Febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL BUDGET DI VENDITA: METODOLOGIA E CREATIVITÀ A CONFRONTO

OBIETTIVI

Il budget delle vendite è la fondamentale base di partenza per la preparazione del budget annuale d'esercizio per ogni azienda. Il corso vuole focalizzare l'attenzione dei partecipanti sul budget commerciale e sulle tecniche ed analisi metodologiche per la sua costruzione a preventivo ed il successivo confronto a consuntivo.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili vendite e/o marketing, responsabili del controllo di gestione.

CONTENUTI

- L'importanza del budget aziendale.
- Il processo di costruzione del budget.
- Il budget delle vendite.
- Le tecniche da adottare ed i dati necessari per la previsione delle vendite.
- Come coinvolgere la rete vendita nella costruzione del budget.
- Il budget dei costi variabili commerciali (trasporti, provvigioni e relativi oneri accessori).
- Il budget del marketing.

DOCENTE

Riccardo Bigi - Dottor Commercialista, Revisore Contabile, Consulente di direzione da oltre 13 anni per le PMI. Formatore su tematiche economico-finanziarie. È inoltre Sindaco o Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

Per la sede di Modena: Alessandro Busani - Dottore commercialista presso STUDIO BUSANI di Reggio Emilia. Ha maturato una esperienza pluriennale nell'ambito della formazione negli ambiti di Amministrazione, Finanza, Controllo, Organizzazione aziendale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 49

SEDI E DATE

PARMA
8 giugno

REGGIO EMILIA
21 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

GESTIRE UN RECLAMO: DA UN PROBLEMA SI GENERA UN'OPPORTUNITÀ

OBIETTIVI

Gestire efficacemente reclami e richieste rappresenta una reale opportunità per rafforzare e migliorare la relazione con i clienti.

Il corso fornisce metodi e strumenti per gestire reclami e richieste in modo da fidelizzare il cliente. Comprendere atteggiamenti ed esigenze nascoste del cliente, mantenere un atteggiamento positivo a fronte di situazioni stressanti trasmettendo sicurezza, fiducia e competenza al fine di trovare le soluzioni più idonee a soddisfare il cliente.

DESTINATARI

Venditori, agenti, tecnici commerciali, responsabili e addetti customer service.

CONTENUTI

- Comprendere le cause del reclamo: l'ascolto attivo.
- Le fasi di gestione del reclamo.
- Il colloquio col cliente: comprendere aspetti oggettivi ed emotivi del reclamo.
- Sviluppare una comunicazione efficace con il cliente.
- Problem solving e pensiero creativo: identificare la soluzione ottimale per cliente ed azienda.
- Gestire efficacemente le obiezioni per raggiungere un accordo soddisfacente.

DOCENTE

Stefania Sala - Counselor e business coach, titolare della Società ARTIOLI E SALA CONSULTING, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PARMA**
2 marzo**REGGIO EMILIA**
28 aprile**CESENA**
9 giugno**RIMINI**
12 maggio**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**E-COMMERCE: OPPORTUNITÀ E LIMITI****OBIETTIVI**

Sulla base del trend positivo del mercato e-commerce nel nostro paese saranno analizzati gli strumenti e le strategie per portare il brand online e aumentare le conversioni. Si vedrà come molte PMI nonostante la crisi aumentino il fatturato; si parlerà di promozione, social media business e di strategia di sviluppo dell'e-commerce.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti e responsabili che desiderano aumentare il proprio business attraverso la vendita online.

CONTENUTI

- Come sviluppare il proprio business attraverso l'analisi; monitoraggio della concorrenza e dei clienti per definire la strategia; investimenti e ROI.
- Il tuo sito al microscopio: cosa funziona e cosa non funziona.
- Promozione e Comunicazione: definire il target; SEO; PPC; Social Network orientati all'e-commerce; blog integrato, vantaggi e svantaggi.
- Esche interattive e tecniche di marketing virale.
- A scuola di psicologia sociale: tecniche di neuro web marketing per aumentare la fiducia e il tasso di conversione.

DOCENTE

MARKETING INFORMATICO - Web agency fondata a Rimini nel 2005 da Massimo Tegon, specializzata in web marketing e progetti e-commerce. In soli 10 anni, partendo da Rimini, Marketing Informatico apre altre due sedi a Milano e Bologna, ottiene le certificazioni ufficiali Magento Developer e Google Partner e affianca all'attività operativa e tecnica la consulenza strategica e i corsi di formazione presso Enti, Camere di Commercio e Aziende in tutta Italia.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 51

SEDI E DATE

PARMA
20 e 27 giugno

REGGIO EMILIA
23 e 30 marzo

RAVENNA
19 e 27 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

L'IMPATTO ECONOMICO DELLA TRATTATIVA COMMERCIALE: GESTIRE CON SUCCESSO LE NEGOZIAZIONI

OBIETTIVI

Il corso focalizza l'attenzione sull'aspetto economico della trattativa commerciale: come gestire con successo le negoziazioni, difendendo i propri margini e resistendo alle pressioni del cliente? L'obiettivo del percorso formativo è proprio quello di fornire strumenti per gestire efficacemente la fase negoziale della vendita. Acquisire gli strumenti per pianificare una trattativa vantaggiosa e sviluppare le migliori tecniche di presentazione e salvaguardia del prezzo.

DESTINATARI

Venditori, agenti e tecnici commerciali.

CONTENUTI

- Aspetti relazionali della trattativa: come affrontare il rapporto compratore/venditore.
- Strumenti per pianificare una trattativa vantaggiosa.
- Tecniche di presentazione e salvaguardia del prezzo: la gestione della richiesta di sconto e le alternative allo sconto: servizi e pagamenti.
- Come prevenire possibili trappole e concludere accordi vantaggiosi: strategie per il superamento del blocco psicologico del prezzo e tecniche per affrontare le obiezioni.
- Fondamenti della negoziazione: la contropartita per ogni concessione.

DOCENTE

Stefania Sala - Counselor e business coach, titolare della Società ARTIOLI E SALA CONSULTING, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
20 e 27 settembre

PARMA
5 e 12 luglio

REGGIO EMILIA
12 e 19 maggio

RAVENNA
20 e 27 maggio

CESENA
6 e 13 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA TUA RETE VENDITA: COME RAGGIUNGERE IL BUDGET

OBIETTIVI

La crescita delle imprese è spesso frenata da una azione di vendita che, in un contesto di profondi cambiamenti, tende a riproporre modalità superate anche se, nel passato, produttrici di performances eccellenti. Le reti commerciali moderne esigono una leadership capace di coniugare il perseguimento di risultati nel breve termine con lo sviluppo di capacità umane e professionali di alto profilo. E i risultati, misurabili, devono essere il faro guida del Sales Manager.

DESTINATARI

Manager, responsabili vendite, capi area, responsabili commerciali, agenti e venditori.

CONTENUTI

- L'orientamento al risultato come unica mentalità vincente.
- Come migliorare le performances dei singoli venditori.
- La presentazione motivazionale dei prodotti e dei servizi.
- Tecniche e strategie di vendita: i fondamentali da verificare.
- Risultati oggettivi e risultati soggettivi: l'importante è tenerli sempre monitorati.
- Cenni di negoziazione interna tra Sales Manager e Sales Force.
- Verifica dei risultati e motivazione alla ricerca continua della miglior performance.

DOCENTE

Eros Tugnoli e/o Stefano Donati: coautori del Blog "marketingevendite.it". Esperienza pluriennale di consulenza e di docenza. Specialisti di gestione della comunicazione al cliente e delle trattative negoziali. Grazie a centinaia di affiancamenti operativi sul campo, propongono strumenti concreti ed operativi per aumentare clienti e fatturato.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 53

SEDI E DATE

PARMA

3 e 10 febbraio

REGGIO EMILIA

18 e 25 febbraio

MODENA

9 e 16 marzo

FERRARA

21 e 28 settembre

CESENA

23 e 30 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

SE MI LASCI NON VALE: LA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

OBIETTIVI

“Prevenire è meglio che curare”. Quanto si addice questo antico adagio al rapporto col cliente. Già, perché spesso il cliente se ne va senza preavvisi, senza aver manifestato nemmeno una piccola recriminazione. Ecco un ottimo motivo per il quale è consigliabile adottare tutti quegli accorgimenti che tendono a dissuaderne la fuga. E quand’anche questo avvenisse, vedremo cosa fare per recuperare la sua fiducia.

DESTINATARI

Responsabili marketing e vendite, customer care, imprenditori.

CONTENUTI

- I principi fondanti la fidelizzazione del cliente.
- Soddisfazione e lealtà: un binomio non sempre perfetto.
- Il contatto diretto con i clienti.
- Ecco perché i clienti ci abbandonano.
- Tipologie di clienti e tipologie di azioni commerciali.
- I programmi di recupero dei clienti persi.
- L’importanza di un CRM aziendale.
- Il questionario di customer satisfaction: come realizzarlo e come farsi rispondere.
- Una tecnica infallibile per il cliente arrabbiato: la risposta tri-partita.

DOCENTE

Stefano Donati: coautore del Blog “marketingevendite.it”. Esperienza pluriennale di consulenza e di docenza. Specialista di gestione della comunicazione al cliente e delle trattative negoziali. Grazie a centinaia di affiancamenti operativi sul campo, propone strumenti concreti ed operativi per aumentare clienti e fatturato.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 54

SEDI E DATE

PIACENZA
27 aprile

PARMA
13 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

DIGITAMINA: IL MARKETING DIGITALE PER AUMENTARE LA NOTORIETÀ DEL MARCHIO AZIENDALE

OBIETTIVI

Il corso fornisce ai partecipanti le chiavi per comprendere come sfruttare al meglio il web ed i social media per essere più visibili ed incisivi online, sia a livello nazionale che internazionale.

Il corso intende fare chiarezza su un mondo fatto di sigle spesso criptiche: SEO, SEM, SMO, ... solo per citarne alcune, costruendo un quadro di riferimento utile al fine di pianificare le attività di marketing digitale più adatte per raggiungere gli obiettivi aziendali.

DESTINATARI

Imprenditori di PMI, addetti all'ufficio marketing e comunicazione.

CONTENUTI

Il corso fornisce le linee guida chiave per:

- Comprendere le potenzialità del web per raggiungere i propri clienti.
- Impostare in ottica di marketing i contenuti del sito web aziendale.
- Impostare campagne promozionali (SEM).
- Definire/migliorare la strategia sui Social Media (Blog, social network) al fine di migliorare ulteriormente la visibilità dell'azienda online.

DOCENTE

Stefano Galli - da oltre quindici anni svolge attività di formazione e consulenza in area marketing. Project leader e senior consultant in numerosi progetti di pianificazione dello sviluppo commerciale in Italia e all'estero. A partire dal 2010 si specializza nel marketing digitale e nel 2011 è fra i primi in Italia ed il primo a Bologna ad ottenere la Certificazione di "Social Media Consultant".

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 55

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
17 ottobre

CESENA
27 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LE GRANDEZZE ECONOMICHE E FINANZIARIE SPIEGATE ALLA FUNZIONE COMMERCIALE

OBIETTIVI

Sempre più di frequente la forza vendite si trova ad avere a che fare con concetti e grandezze strettamente economiche e finanziarie quali i margini di contribuzione, il costo del prodotto ed il pricing, il capitale circolante netto, la gestione dei crediti commerciali incagliati, i costi delle perdite su crediti. Obiettivo del corso è proprio quello di fornire ai partecipanti nozioni e strumenti per governare al meglio queste grandezze economiche e finanziarie.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e funzionari commerciali/forza vendite.

CONTENUTI

- Fatturato, costo del venduto e margine di contribuzione.
- Le analisi di convenienza sulla base del margine di contribuzione e del fattore di produzione scarso.
- Le configurazioni per la determinazione del costo del prodotto: direct e full costing.
- Le principali problematiche inerenti alla determinazione del prezzo di vendita.
- Il concetto di capitale circolante netto: il costo della dilazione concessa alla clientela.
- Le criticità ed i costi occulti inerenti alla gestione del contenzioso con i clienti e al recupero dei crediti commerciali.
- Cosa comporta un'eccessiva vastità della gamma di prodotti offerti: i costi dell'obsolescenza di magazzino (*no e slow moving*).

DOCENTE

Riccardo Bigi - Dottor Commercialista, Revisore Contabile, Consulente di direzione da oltre 13 anni per le PMI. Formatore su tematiche economico-finanziarie. È inoltre Sindaco - Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**
9 e 16 novembre**MODENA**
26 gennaio e 2 febbraio**FERRARA**
3 e 10 novembre**CESENA**
10 e 17 ottobre**RIMINI**
7 e 14 luglio**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**LA NEGOZIAZIONE CHE FA LA DIFFERENZA****OBIETTIVI**

Ogni trattativa ha un momento emotivamente piuttosto stressante da gestire: la richiesta di sconti, facilitazioni e vantaggi economici da parte del cliente, a cui spesso si somma la “minaccia” di acquistare dalla concorrenza. In questa giornata formativa si affrontano dettagliatamente le modalità comunicative e i comportamenti da mettere in atto per affrontare le richieste e superare le obiezioni del cliente.

DESTINATARI

Venditori, Tecnici Commerciali e di Assistenza e tutto il personale commerciale interessato ad acquisire le tecniche fondamentali della comunicazione nella vendita e della trattativa.

CONTENUTI

- L'atteggiamento e la mentalità vincente.
- Come affrontare emotivamente la trattativa.
- Come affrontare strategicamente la trattativa.
- Efficacia delle informazioni professionali e personali nella trattativa.
- Strategie per il superamento del blocco psicologico del prezzo.
- Tecniche per affrontare le obiezioni.
- La gestione della richiesta di sconto.
- Perché scontare: per incentivo della vendita in cambio di pagamento immediato, per cedere merce invenduta, per indurre l'acquisto di una maggiore quantità di beni.
- Valore nominale, scontocommerciale e tasso di sconto.
- Sconto netto e sconto lordo.

DOCENTE

OFFICINA STUDIO - CONSULENZA per le risorse umane è un team di formatori e consulenti con un'esperienza consolidata nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale e di marketing, di gestione dei collaboratori, organizzazione e gestione del lavoro, e in tutti i processi comunicativi.

DURATA E ORARI**14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30**

SEDI E DATE**PIACENZA**

27 gennaio e 3 febbraio

PARMA

9 e 16 marzo

REGGIO EMILIA

13 e 20 aprile

FERRARA

5 e 12 ottobre

RAVENNA

6 e 7 aprile

CESENA

8 e 15 giugno

RIMINI

4 e 11 febbraio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**SEO E WEB 2.0 PER AUMENTARE LA VISIBILITÀ ON-LINE****OBIETTIVI**

Comprendere le caratteristiche e le potenzialità del web e dei servizi online attuali. Aggiornare, migliorare e riqualificare il marketing e la comunicazione aziendale. Potenziare e fidelizzare il rapporto con clienti, fornitori e partner. Creare nuovi strumenti di sostegno alla vendita e alla customer satisfaction. Aprire nuovi mercati o dare nuova vitalità a quelli esistenti. Accrescere la visibilità dell'azienda sul mercato. Conoscere e applicare nuovi modelli di business con cui incrementare gli utili aziendali.

DESTINATARI

Chiunque intenda acquisire le competenze necessarie per promuovere efficacemente la propria presenza on line e incrementare le vendite o i contatti utili dal web. Prerequisito per partecipare: buona conoscenza di Internet e nozioni di base sulla creazione di siti e sul funzionamento dei principali Social Network.

CONTENUTI

- Il Web 2.0: definizione, caratteristiche, funzioni e opportunità per le imprese.
- Differenze sostanziali tra Web 1.0 e Web 2.0.
- Web 2.0: forme e modelli, strumenti, dati statistici, utenti.
- Strumenti di business: come fare comunicazione e marketing su Internet oggi.
- La comunicazione sui nuovi media: verso un modello.
- I problemi del marketing tradizionale e gli obiettivi del nuovo marketing.
- I principi del nuovo marketing nel Web 2.0: i presupposti del marketing non convenzionale.
- Viral marketing (marketing virale o buzz marketing).
- Community marketing (tribe marketing).
- Marketing esperienziale e guerrilla marketing.
- Workshop ed esercitazioni.

DOCENTE

MARKETING INFORMATICO - Web agency fondata a Rimini nel 2005 da Massimo Tegon, specializzata in web marketing e progetti e-commerce. In soli 10 anni, partendo da Rimini, Marketing Informatico apre altre due sedi a Milano e Bologna, ottiene le certificazioni ufficiali Magento Developer e Google Partner e affianca all'attività operativa e tecnica la consulenza strategica e i corsi di formazione presso Enti, Camere di Commercio e Aziende in tutta Italia.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 58

SEDI E DATE

CESENA
4 e 11 maggio

RIMINI
20 e 27 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

TECNICHE DI VENDITA (LIVELLO BASE)

OBIETTIVI

Il corso fornisce gli strumenti e le tecniche di negoziazione essenziali per chi vuole iniziare un percorso professionale in area vendite e avere successo nell'area sviluppo commerciale in generale.

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di condurre e chiudere una trattativa commerciale gestendo tutte le fasi del processo di vendita, acquisire e applicare metodi efficaci per l'approccio al cliente e per focalizzarsi sui suoi reali bisogni, migliorare le capacità persuasive e negoziali nelle trattative commerciali.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a tutti coloro che hanno l'esigenza di migliorare le capacità di negoziazione per concludere efficacemente una trattativa commerciale.

CONTENUTI

- Le fasi negoziali.
- Il processo negoziale.
- Tecniche di trattativa commerciale.
- Gli errori negoziali.
- Il venditore orientato al marketing.
- Come comunicare all'interno (colleghi) ed all'esterno (clienti), metodi e strumenti on-line e off-line.
- Sapere ascoltare, la vendita intesa come rapporto personalizzato con il cliente.
- La gestione del feedback come strumento fondamentale di professionalità e fiducia.
- Gestione e applicazione degli strumenti di fidelizzazione: la telefonata, la mail, la visita, fiere, meeting.
- Come gestire al meglio le obiezioni del cliente.
- Costruzione, gestione e strumenti di new business on-line e off-line (CRM).
- Simulazioni ed esercizi di negoziazione.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
23 e 30 novembre

PARMA
15 e 22 novembre

CESENA
5 e 12 luglio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CREARE VALORE: COME COORDINARE LA SQUADRA DI VENDITA

OBIETTIVI

Aumentare l'efficacia produttiva dell'azienda mediante un sistematico coordinamento del lavoro di ogni collaboratore, al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali assegnati.

Rafforzare la consapevolezza del ruolo professionale dei collaboratori.

Acquisire e trasmettere un metodo condiviso di approccio alla vendita, così da renderla più efficace, meno occasionale ed espressione dell'intero gruppo di lavoro.

DESTINATARI

Responsabili commerciali.

CONTENUTI

Modulo 1 - L'arte della vendita

- I tre pilastri della relazione col cliente: persona, appartenenza, fiducia.
- L'identità del cliente: chi è e cosa cerca dalla nostra azienda.
- "Venditore io?": pregiudizi e resistenze al ruolo commerciale - la dimensione educativa del responsabile commerciale.
- Cosa si vende: prodotti, servizi e significati.

Modulo 2- Vendere con metodo

- Noto e ignoto: ciò che il cliente conosce e ciò che non sa dei nostri servizi.
- La gestione della trattativa e le sue fasi.
- La percezione del prezzo: condizionamenti e soggettività.
- Risolutori di problemi: norme di comportamento davanti a un reclamo.

Modulo 3 - Organizzare il lavoro commerciale

- I membri della squadra: identificare caratteristiche, potenzialità, criticità di ogni singolo collaboratore.
- Chi fa cosa: definire, comunicare e assegnare gli obiettivi commerciali.
- Pianificare i tempi della squadra: la tabella di marcia.
- Dalla pianificazione alla programmazione.
- Il monitoraggio e la verifica dei risultati: l'efficienza (risultato/risorse) e l'efficacia (risultato/obiettivo).
- La gestione di briefing e incontri personali di ascolto e condivisione.

DOCENTE

OFFICINA STUDIO - CONSULENZA per le risorse umane è un team di formatori e consulenti con un'esperienza consolidata nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale e di marketing, di gestione dei collaboratori, organizzazione e gestione del lavoro, e in tutti i processi comunicativi.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 60

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
28 giugno e 5 luglio

MODENA
6 e 13 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA MIA AZIENDA SU FACEBOOK, LINKEDIN E TWITTER: EVITARE GAFFES E PUBLIC SHAME E OTTENERE RISULTATI POSITIVI

OBIETTIVI

Facebook o LinkedIn o Twitter? Quali canali social scegliere per la vostra azienda?

Il corso vuole orientare le aziende nella scelta dei social network più adatti per le attività aziendali.

Si parlerà di come definire gli obiettivi per una strategia online, come integrare online e offline, quali strumenti utilizzare per promuovere la propria azienda e comunicare in modo efficace ai propri clienti, sia per acquisirli sia per fidelizzarsi attraverso il web e i new media.

Verrà posta molta attenzione all'uso di modalità comunicative corrette, per evitare di incorrere in insidie e fenomeni spiacevoli come gaffes e public shame che possono mettere a repentaglio la propria web reputation o la reputazione in generale. Il corso avrà un taglio pratico, con casi, esempi, esercitazioni.

DESTINATARI

Responsabili marketing e comunicazione. Professionisti nel settore marketing, web marketing, comunicazione e new media.

CONTENUTI

- Presentazione del corso: contenuti e obiettivi.
- Le possibili strategie di azione: come essere presenti sui social media, quali aspettative avere e quali obiettivi realistici perseguire.
- Come acquisire nuovi clienti con l'uso dei social media.
- Facebook, LinkedIn, Twitter: quale canale scegliere e come gestirlo.
- Reputazione e web reputation: come si costruisce e come si mantiene.
- Casi ed esempi di gaffes e public shame: conoscerli per evitarli.
- La scrittura sui 3 social: come comunicare in modo efficace e coerente.
- Esercitazione in gruppi sulla strategia social e sulla comunicazione efficace di un caso aziendale.

DOCENTE

Arianna Zombini - Senior partner di SOLARIS LAB, docente di comunicazione e scrittura social, blogger, tutor e-learning.

Stefania Padoa - Collaboratrice di SOLARIS LAB, coach professionista, docente di comunicazione, marketing e sviluppo HR.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE



SEDI E DATE

CESENA
12 e 19 settembre

RIMINI
16 e 23 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA CONTABILITÀ INDUSTRIALE E LA DEFINIZIONE DEL COSTO DEL PRODOTTO

OBIETTIVI

Impostare e gestire un sistema di Contabilità industriale adeguato alle necessità dell'impresa, ai fini di disporre di un corretto strumento per l'analisi e la valutazione dei risultati aziendali annuali ed infrannuali. Il sistema di Contabilità Industriale deve fornire la valutazione delle performances analitiche di settori e unità organizzative, nonché la valutazione specifica del costo dei prodotti e dei servizi dell'impresa, con adeguato metodo in funzione dell'utilizzo (marginalità, pricing, magazzino).

DESTINATARI

Responsabili amministrativi, responsabili produzione, addetti all'area del controllo di gestione.

CONTENUTI

- Definire gli obiettivi del sistema per soddisfare le esigenze informative e di monitoraggio dei "clienti interni".
- Analogie e differenze tra contabilità generale e contabilità industriale. I vantaggi della contabilità industriale.
- I cardini del Sistema e il suo dimensionamento nell'ottica "costi-benefici", sviluppo del progetto e Team Project.
- La rivelazione dei dati tecnici e dei dati contabili, gestione dell'informazione e principali criticità.
- L'analisi delle performances per centro di costo: rendimento, produttività, costi e costi orari di lavorazione.
- Dai costi per centro al costo del prodotto: differenti metodi per differenti utilizzi e decisioni.
- Le metodologie: direct e full costing. Pregi e difetti di ciascuna metodologia e le diverse modalità di utilizzo.
- La comunicazione efficace del sistema: il reporting.

DOCENTE

Riccardo Bigi - Dottor Commercialista, Revisore Contabile, Consulente di direzione da oltre 13 anni per le PMI. Formatore su tematiche economico-finanziarie. È inoltre Sindaco - Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
5 aprile

PARMA
17 maggio

REGGIO EMILIA
11 luglio

CESENA
16 giugno

RIMINI
15 settembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

PRICING: COME STRUTTURARE CORRETTAMENTE I PREZZI DI VENDITA

OBIETTIVI

Il corso prevede contenuti e tecniche che consentano all'azienda di poter valutare le diverse modalità di analisi dei costi aziendali nell'ottica della determinazione del corretto prezzo di vendita da applicare. Naturalmente la determinazione del target price basato sui costi aziendali fornirà un riferimento per le scelte commerciali che saranno poi compiute considerando le effettive situazioni di mercato e della concorrenza.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi e controller, responsabili commerciali e direzione d'impresa.

CONTENUTI

- Introduzione alle tecniche di pricing e loro dipendenza dalla tipologia di azienda, prodotto e canale di distribuzione.
- Tecniche di costificazione del prodotto, commessa, servizio.
- Full costing, Direct costing e il rapporto prezzo/costo/volume.
- Business cases e costruzione di modelli di simulazione.

DOCENTE

Per le sedi dell'Emilia: Consulente senior di MEVIN SAS, società di consulenza aziendale nelle aree di Amministrazione, Finanza e Controllo di gestione. Opera prevalentemente nel Nord Italia con sviluppo di alcuni progetti in Canada e Repubblica Ceca.

Per le sedi della Romagna: Riccardo Bigi - Dottore Commercialista, Revisore Contabile, Consulente Direzione da oltre 13 anni per le PMI. Svolge regolarmente attività di docenza su tematiche economico-finanziarie. E' inoltre Sindaco o Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
12 e 19 maggio

PARMA
13 e 20 giugno

REGGIO EMILIA
15 e 22 marzo

RAVENNA
8 e 15 aprile

CESENA
31 marzo e 7 aprile

RIMINI
22 e 29 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RECUPERO CREDITI: COMPETENZE RELAZIONALI E LEGALI

OBIETTIVI

Fornire competenze a 360° per raggiungere l'obiettivo: FARSI PAGARE! Nello specifico:

Competenze relazionali che consentano sia di recuperare il credito sia di fidelizzare il cliente e mantenere un'immagine positiva dell'azienda creditrice.

Competenze legali sugli strumenti stragiudiziali di recupero, estremi per la richiesta del decreto ingiuntivo, fondamenti azioni esecutive.

DESTINATARI

Chi svolge attività di recupero crediti indipendentemente dal ruolo rivestito.

CONTENUTI

- Conoscere il proprio atteggiamento nei confronti del recupero crediti.
- Comprendere il profilo dell'interlocutore formulando le domande più idonee e gestire i clienti difficili.
- Ottenere un impegno formale al pagamento.
- Mantenere l'immagine positiva dell'azienda.
- Gestire in modo funzionale il tempo delle telefonate e lo stress legato a questa funzione aziendale.
- Strategie del recupero stragiudiziale del credito.
- Fondamenti giuridici delle azioni esecutive, decreto ingiuntivo e i suoi presupposti.

DOCENTE

Consulente di AZIENDA SRL - Impresa rete per le Innovazioni competitive e si occupa di Organizzazione Aziendale, Finanza Agevolata, Produttività Personale & Formazione, Organizzazione Marketing & Commerciale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
19 settembre

REGGIO EMILIA
11 maggio

MODENA
6 ottobre

CESENA
2 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MODELLI INTRASTAT 2015

OBIETTIVI

Presentare un quadro di riferimento relativo agli adempimenti necessari per la compilazione di dichiarazioni intrastat, disamina degli aggiornamenti, analisi di casi provenienti dalla realtà operativa. Particolare attenzione sarà data alle operazioni triangolari, al contenuto della fattura e alle novità in materia di scambi intraUE.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi, addetti alla contabilità, all'ufficio estero e alle spedizioni.

CONTENUTI

- Novità 2015 in materia di scambi intracomunitari.
- Prova dell'avvenuto spostamento dei beni in ambito UE.
- Il contenuto della fattura, L'irrilevanza delle fatture di acconto.
- Le nuove scadenze per la registrazione degli acquisti intracomunitari.
- La rilevazione dei servizi nei modelli intrastat con analisi dettagliata dei nuovi modelli intra quater.
- Individuazione delle prestazioni di servizio rilevanti ai fini intrastat.
- La rilevazione delle note di variazione relative ai servizi nei modelli intrastat con analisi dettagliata dei nuovi modelli quinques.
- Le operazioni triangolari.
- Le novità di rilevazione relative alle lavorazioni e/o riparazioni intracomunitarie.

DOCENTE

Simone Del Nevo - STUDIO DEL NEVO. Consulente aziendale e formatore. Autore di pubblicazioni relative al campo doganale

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
14 e 21 novembre

REGGIO EMILIA
11 e 18 febbraio

RAVENNA
12 e 19 ottobre

CESENA
12 e 19 luglio

RIMINI
15 e 22 marzo

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CONOSCERE I COSTI AZIENDALI PER DECIDERE

OBIETTIVI

Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le tecniche di utilizzo dei risultati del sistema di contabilità industriale ai fini dello sviluppo di analisi e valutazioni specifiche in relazione a scelte aziendali rilevanti, nonché di gestione corrente e ordinaria. In particolare il percorso prevede metodologie per la valutazione delle scelte di esternalizzare (o meno) processi produttivi, valutare il corretto ritorno dell'investimento o, più in generale, progetti con visione pluriennale. Presupposto delle analisi sarà la valutazione dell'equilibrio economico-finanziario dell'azienda per consentire lo sviluppo delle analisi coerentemente alla situazione aziendale di economicità e solvibilità (sostenibilità finanziaria delle scelte).

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, quadri e responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- L'equilibrio economico e quello finanziario dell'impresa. Le differenze tra i due concetti e le relative modalità di calcolo.
- Equilibrio economico-finanziario dell'impresa.
- Come classificare i costi aziendali in funzione delle analisi da sviluppare.
- Le caratteristiche e la soluzione pratica delle principali difficoltà tecniche nella applicazione dei differenti sistemi dei costi.
- Decidere sull'esperienza passata o su presupposti futuri: dalla statistica alla programmazione.
- Costi sorgenti e costi cessanti.
- Make or buy: metodi alternativi, criteri di valutazione, casi ed esercitazioni.
- Il pricing: l'analisi dei costi a supporto della determinazione dei prezzi di vendita.
- Analisi di convenienza per scelte ordinarie e strategiche; tecniche di valutazione degli investimenti e principi di Business Plan.

DOCENTE

Per le sedi dell'Emilia: Consulente senior di MEVIN SAS, società di consulenza aziendale nelle aree di Amministrazione, Finanza e Controllo di gestione. Opera prevalentemente nel Nord Italia con sviluppo di alcuni progetti in Canada e Repubblica Ceca.

Per le sedi della Romagna: Riccardo Bigi - Dottore Commercialista, Revisore Contabile, Consulente Direzione da oltre 13 anni per le PMI. Svolge regolarmente attività di docenza su tematiche economico-finanziarie. È inoltre Sindaco o Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 66

SEDI E DATE

PARMA
11 luglio

REGGIO EMILIA
16 giugno

MODENA
22 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

FLUSSI DI CASSA E RELATIVO MONITORAGGIO

OBIETTIVI

Prevedere i fabbisogni di liquidità e monitorarli in modo appropriato.
Gestire adeguatamente le diverse aree di generazione e di assorbimento della liquidità.
Allineare le politiche commerciali e le politiche di gestione della liquidità.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi e personale addetto alla “funzione finanziaria” aziendale (consigliato anche per imprenditori e personale addetto alla “funzione commerciale”).

CONTENUTI

- L'importanza dei flussi di cassa nelle PMI.
- Il monitoraggio preventivo e consuntivo dei flussi.
- La costruzione e l'utilizzo del rendiconto finanziario.
- La posizione finanziaria netta.
- Il monitoraggio dei flussi con l'utilizzo della piattaforma di e-learning.

Per tutti i partecipanti al corso è inclusa l'attivazione gratuita, sulla piattaforma di e-learning www.analisiaziendale.it, di una UserID della durata di un mese, che comprende gli strumenti online tipici del reporting economico-finanziario e del business planning, con possibilità di applicare concretamente molti dei concetti teorici sopra esposti.

DOCENTE

Paolo Camanzi - Revisore legale, co-fondatore di analisiaziendale.it; consulente per l'implementazione di sistemi di rating di confidi vigilati; professore a contratto al MITA (Master Internazionale in Tecnologia degli Alimenti), con sede a Buenos Aires (Argentina), collaborazione con l'Università di Parma e l'Universidad de Buenos Aires (continuazione del progetto del MIUR per l'internazionalizzazione del sistema universitario nazionale).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
24 ottobre

REGGIO EMILIA
21 settembre

RAVENNA
28 settembre

CESENA
1 dicembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

I MEZZI DI PAGAMENTO INTERNAZIONALE E LE PROBLEMATICHE CONNESSE CON IL MANCATO PAGAMENTO

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire all'azienda che opera sui mercati internazionali una guida pratica che vada a incidere proprio sull'approccio a tali mercati, a partire dall'importanza della prevenzione del mancato pagamento, che si esprime nell'attenzione alla redazione di un testo contrattuale che contenga le corrette scelte in tema di mezzi di pagamento, passando per la gestione concreta del pagamento, sia garantito da banche che non garantito, con dei cenni alla fase di recupero del credito. Si cercherà di tracciare un percorso per l'azienda che metta in luce gli errori da evitare al fine di preservare il proprio credito.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi, responsabili ufficio acquisti e personale addetto alla funzione finanziaria aziendale.

CONTENUTI

- Pagamenti e garanzie nel testo contrattuale: l'importanza del contratto. La negoziazione delle clausole contrattuali e gli errori da evitare.
- Mezzi di pagamento garantiti dalla banca e loro corretto utilizzo:
 - Lettera di credito: confermata e non confermata. Responsabilità delle banche. Utilizzo corretto.
 - Gli effetti avallati da banca.
 - Punto di vista della banca e il punto di vista del legale: una collaborazione nell'interesse del business.
- Mezzi di pagamento non garantiti da banca: bonifico bancario, cash on delivery, CAD - cash against documents.
- Garanzie bancarie: payment guarantee bond, standby letter of credit, performance bond, bid bond.
- Forme di assicurazione del credito.
- Clausola di riserva della proprietà.
- Recupero del credito all'estero a seconda del mezzo di pagamento.

DOCENTE

Francesca Falbo - STUDIO LEGALE FALBO di Torino. Avvocato specializzato nel diritto commerciale internazionale e nel diritto internazionale privato e processuale. Si occupa di accompagnamento delle aziende all'estero sia nella fase fisiologica del rapporto (redazione del contratto e negoziazione), sia nella fase patologica (contenzioso ordinario ed arbitrale).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**
22 febbraio**PARMA**
3 febbraio**REGGIO EMILIA**
11 maggio**FERRARA**
26 ottobre**RAVENNA**
15 novembre**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**CONTROLLO DI GESTIONE E REPORTING CON EXCEL:
L'ANALISI DEL BILANCIO PER MISURARE LA SALUTE DELL'AZIENDA****OBIETTIVI**

Fornire conoscenze e metodi pratici per gestire l'azienda in condizioni di turbolenza del mercato.

Far acquisire competenze per la lettura e l'interpretazione del conto economico, dello stato patrimoniale e dei principali indici di bilancio.

Far acquisire competenze e metodi pratici per attivare azioni di miglioramento in ambito economico, finanziario e patrimoniale.

Sviluppare le competenze informatiche per l'uso di Excel nei casi proposti.

DESTINATARI

Titolari, operatori in amministrazione e controllo di gestione, responsabili commerciali che desiderano acquisire conoscenze e strumenti operativi nell'area del controllo di gestione.

CONTENUTI

- L'organizzazione e gli strumenti alla base del controllo di gestione.
- Il conto economico a "costo del venduto", quale report sull'andamento delle varie aree aziendali.
- Il conto economico a "margine di contribuzione", base per il calcolo del Break-Even Point.
- Lo stato patrimoniale "finanziario", per misurare e valutare l'equilibrio finanziario dell'azienda.
- I principali indici economici, finanziari e patrimoniali, per valutare lo stato di salute complessivo.

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - Reggio Emilia) - Consulente Aziendale e Docente di Sistemi Informativi e Office Automation, esperto di Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente .Net, esperto in processi formativi e gestione dei flussi informativi.

Per le sedi di Ferrara e di Ravenna: Leonardo Mariggiò e Federico Canella (MBS SRL) - Consulenti esperti in ambito Amministrazione Finanza e Controllo di Gestione. Svolgono attività professionali, di ricerca e docenza sui temi dei sistemi del controllo di gestione, valutazioni aziendali e business plan.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**
8 novembre**PARMA**
14 aprile**REGGIO EMILIA**
1 luglio**MODENA**
18 marzo**RAVENNA**
26 maggio**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**I BILANCI INFRANNUALI E DI PRE-CHIUSURA****OBIETTIVI**

- Prevedere quale sarà la situazione economica, patrimoniale e finanziaria di una frazione di esercizio.
- Prevedere quale sarà la situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'esercizio che sta volgendo al termine.
- Analizzare le situazioni sopra indicate con gli "occhiali" delle banche e dei confidi.
- Verificare come variano gli scoring di bilancio al variare dei pre-closing.
- Impostare la pianificazione di medio periodo attraverso un previsionale triennale.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi e personale addetto alla «funzione finanziaria» aziendale.

CONTENUTI

- La valutazione delle PMI da parte delle banche.
- Esempio di reportistica aziendale valida ai fini interni ed esterni.
- Le simulazioni di bilancio su periodi infrannuali e sul pre-closing.
- L'assegnazione dello scoring alle diverse simulazioni di bilancio.
- Esempi di uso degli scoring nelle PMI.
- Business plan e dati previsionali.
- La piattaforma di e-learning.

Per tutti i partecipanti al corso è inclusa l'attivazione gratuita, sulla piattaforma di e-learning www.analisiaziendale.it, di una UserID della durata di un mese, che comprende gli strumenti online tipici del reporting economico-finanziario e del business planning, con possibilità di applicare concretamente molti dei concetti teorici sopra esposti.

DOCENTE

Paolo Camanzi - Revisore legale, co-fondatore di analisiaziendale.it; consulente per l'implementazione di sistemi di rating di confidi vigilati; professore a contratto al MITA (Master Internazionale in Tecnologia degli Alimenti), con sede a Buenos Aires (Argentina), collaborazione con l'Università di Parma e l'Universidad de Buenos Aires (continuazione del progetto del MIUR per l'internazionalizzazione del sistema universitario nazionale).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA

27 gennaio e 3 febbraio

PARMA

12 e 19 maggio

REGGIO

10 e 17 ottobre

CESENA

22 e 29 novembre

RIMINI

19 e 26 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL BUDGET: LO STRUMENTO PER LA PIANIFICAZIONE E IL CONTROLLO

OBIETTIVI

Fornire le nozioni per costruire autonomamente il budget non solo come previsione economica.
Creare un metodo di assegnazione delle responsabilità finalizzato agli aspetti di costo e ricavo.
Avvisare un sistema di pianificazione strategica per definire le attività necessarie allo sviluppo ed i relativi risultati attesi.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e addetti amministrativi, responsabili e addetti controllo di gestione.

CONTENUTI

- Come impostare la programmazione strategica attraverso il budget (con modulistica).
- Le previsioni e gli obiettivi.
- Il budget aziendale come somma del budget strategico e di quello istituzionale.
- I parametri del budget strategico.
- La costruzione del portafoglio progetti.
- Il budget dei costi e dei ricavi sorgenti.
- Il conto economico strategico.
- Il flow-chart per la costruzione del budget istituzionale.
- La classificazione del piano dei conti e la suddivisione per centri di responsabilità.
- Il budget delle vendite e dei costi commerciali.
- La verifica del budget di produzione e la costruzione del budget dei costi variabili e fissi industriali.
- Il budget dei costi amministrativi, extracaratteristici e di struttura.
- Il conto economico istituzionale.
- L'analisi di fattibilità del budget ed i suoi margini di sicurezza.
- Il reporting di budget: prospetti ed indici.
- Il calendario del budget.

DOCENTE

Marco Limido - Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA
3 e 10 marzo

FERRARA
5 e 16 dicembre

CESENA
17 e 24 febbraio

RIMINI
17 e 24 maggio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

BUSINESS PLAN: STRUMENTO OPERATIVO PER CREARE UN PIANO D'IMPRESA

OBIETTIVI

Fornire alle imprese gli strumenti per la redazione di un Business Plan quantitativo e qualitativo attendibile e sostenibile da presentare al mondo creditizio per l'ottenimento o la conferma di linee di credito a breve o a medio lungo termine.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, responsabili di funzione o unità, controller, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

Finalità e obiettivi del Business Plan. Le diverse tipologie di piano in base agli scopi e ai destinatari. I principi di redazione del piano. L'analisi quantitativa e qualitativa dei dati. La costruzione e l'output del piano economico e finanziario. La presentazione dei dati al mondo creditizio, analisi di caso reale.

DOCENTE

Marco Limido - Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

Per la sede di Ferrara: Mirco Contri - Consulente di Management Certificato CMC APCO in ambito Amministrazione, Finanza e Controllo e docente a contratto in materia di Gestione Aziendale presso l'Università di Ferrara, Dipartimento di Ingegneria.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**MODENA**

10, 17 e 24 febbraio

CESENA

10, 17 e 24 marzo

RIMINI

7, 14 e 21 aprile

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**CONTABILITÀ (LIVELLO BASE)****OBIETTIVI**

Fornire un quadro completo delle operazioni di raccolta e organizzazione continua degli eventi di rilevanza economica, in base a criteri di rapido accesso ed elaborazione dei dati (dalle casistiche del ciclo aziendale attivo alle principali operazioni che permettono di arrivare alla redazione del bilancio di esercizio).

DESTINATARI

Addetti amministrativi di nuova nomina.

CONTENUTI

- La contabilità generale per la registrazione dei fatti amministrativi intercorsi fra l'azienda e l'ambiente esterno.
- La rilevazione in contabilità generale: dati accertati (documentati formalmente) e storici (fatti avvenuti).
- Il metodo di rilevazione dei dati di contabilità generale secondo le norme del Codice Civile.
- La partita doppia: l'imputazione come unità elementare di registrazione e la prima nota come insieme minimo di registrazione (dare e avere).
- Gli strumenti tipici: piano dei conti e struttura gerarchica (mastro, conto, sottoconto).
- Le operazioni di trasferimento dei valori da mastro a bilancio (Bilancio CEE).

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

21 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

SEDI E DATE

PIACENZA
10 febbraio

PARMA
15 marzo

REGGIO EMILIA
11 maggio

MODENA
14 aprile

FERRARA
20 giugno

RAVENNA
4 maggio

CESENA
20 maggio

RIMINI
21 giugno

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL COSTO DEL LAVORO E IL BUDGET DEL PERSONALE

OBIETTIVI

Il corso mira ad illustrare le tecniche per la costruzione del budget relativo al costo del personale all'interno del più ampio processo di costruzione del budget aziendale. Particolare attenzione verrà data ai singoli elementi del costo del lavoro e alle politiche retributive e di incentivazione dei dipendenti.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili delle risorse umane, responsabili del controllo di gestione, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- Gli elementi del costo del lavoro (diretti ed indiretti; correnti e differiti).
- La determinazione a preventivo delle componenti del costo del lavoro.
- Il budget e le politiche retributive.
- L'importanza di un accurato e periodico confronto tra i dati a consuntivo ed il budget.
- Le principali criticità per la formazione del budget del personale e come superarle.
- Sistemi incentivanti e budget.

DOCENTE

Riccardo Bigi - Dottore Commercialista, Revisore Contabile, Consulente Direzione da oltre 13 anni per le PMI. Svolge regolarmente attività di docenza su tematiche economico-finanziarie. E' inoltre Sindaco o Revisore Contabile di società industriali e commerciali.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 74

SEDI E DATE

PARMA
15 febbraio

REGGIO
27 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LE SANZIONI DISCIPLINARI E CONTROVERSIE LAVORATIVE

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire ai partecipanti una specifica competenza in materia disciplinare e di controversie lavorative, nonché una metodologia atta a ridurre il più possibile il contenzioso con i dipendenti.

DESTINATARI

Responsabili gestione risorse umane, addetti ufficio personale.

CONTENUTI

- Ruolo dei lavoratori - diritti e doveri.
- Ruolo del datore di lavoro - poteri e obblighi.
- Art. 2106 codice civile - Statuto dei Lavoratori Legge 300/70 art. 7.
- Contestazioni e addebiti - forma e contenuti.
- Il principio di proporzionalità.
- Diritto di difesa del lavoratore.
- Irrogazione di sanzioni - metodologia.
- Tentativi di conciliazione presso DPL.
- Ricorso alle procedure arbitrali.
- Termini di decadenza per legge e per CCNL.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
22 giugno

PARMA
13 maggio

CESENA
14 luglio

RIMINI
22 settembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LE SCRITTURE CONTABILI DEL PERSONALE

OBIETTIVI

Fornire una formazione completa, teorica e pratica della rilevazione delle scritture contabili riguardanti l'amministrazione del personale. Suggestire metodologie atte a quantificare il costo del lavoro.

DESTINATARI

Addetti amministrativi, addetti ufficio paghe, controller.

CONTENUTI

- Nozione del costo per salari e stipendi (differenza tra retribuzione diretta ed indiretta).
- Nozione del compenso a parasubordinati (collaborazioni tipiche, contratti e progetto, altre collaborazioni coordinate e continuative).
- Analisi di un prospetto costi mensili del personale.
- Analisi dei riepilogativi paga mensili; rilevazione del costo salari e stipendi.
- Rilevazione compensi parasubordinati.
- Rilevazione dei costi per oneri contributivi a carico dell'azienda.
- Rilevazione debiti (ed eventuali crediti) verso il personale e collaboratori, erario, istituti previdenziali e fondi pensione e di assistenza sanitaria.
- TFR: erogazione, acconti e anticipazioni, tassazione, imposta sostitutiva dell'11%.
- Versamento TFR a Tesoreria Inps; versamento TFR a fondi pensione.
- Inail: rilevazione acconto e saldo.
- Rilevazione dei costi per parasubordinati (Co.Co.Pro.).
- Contabilità del personale con rilevazione mensile degli oneri differiti.
- Rilevazione mensile TFR - Rilevazione mensile Ferie - Par - Rilevazione mensile.
- Tredicesima - Quattordicesima Premi di risultato Costo INAIL.
- Particolarità nella rilevazione dei costi per omaggi, spese di rappresentanza, rimborsi spese in generale, fringe benefit.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 76

SEDI E DATE

PIACENZA

7, 14 e 21 aprile

REGGIO EMILIA

18, 20 e 24 ottobre

RAVENNA

16, 23 e 30 settembre

CESENA

12, 19 e 21 aprile

RIMINI

28 gennaio, 4 e 11 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CORSO BUSTE PAGA (LIVELLO BASE)

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è garantire la formazione pratica e teorica sugli aspetti fondamentali per affrontare l'attività di gestione delle paghe e contributi con maggiore sicurezza e autonomia. La metodologia pratica, con numerose esercitazioni, permette di affrontare le problematiche più frequenti.

DESTINATARI

Addetti gestione amministrativa del personale.

CONTENUTI

- Libri e documenti di lavoro obbligatori.
- Orario di lavoro, ferie e festività.
- La busta paga e gli elementi della retribuzione.
- Retribuzione soggetta a contribuzione.
- L'imposta sul reddito delle persone fisiche.
- L'indennità di malattia e maternità.
- Infortuni sul lavoro e malattie professionali.
- Assegni per il nucleo familiare.
- Modalità e modulistica per il versamento dei contributi e dell'Irpef.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

21 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PARMA
14 aprile

REGGIO EMILIA
22 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL SISTEMA RETRIBUTIVO AZIENDALE: RICONOSCERE AL MEGLIO IL MERITO DEI COLLABORATORI

OBIETTIVI

Al termine del corso, i partecipanti avranno appreso una metodologia per elaborare un corretto piano retributivo per il personale, che tenga conto di criteri meritocratici trasparenti, degli aspetti gestionali e sindacali, di un ragionevole incremento del costo lavoro.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a titolari di piccola e media impresa e responsabili del personale.

CONTENUTI

- Lo stato dell'arte: alcune considerazioni sulla situazione dei partecipanti.
- Perché analizzare le retribuzioni: quali informazioni per quali scopi.
- Un esempio di grafico retributivo.
- Lavorare con i migliori: definire e diffondere i risultati attesi.
- Gli strumenti per retribuire o incentivare: aumenti, una tantum, categorie, benefit.
- Il significato economico e gestionale dei vari strumenti.
- Definire e retribuire per obiettivi.
- Alcuni casi reali da analizzare.
- Alcune riflessioni sul rapporto tra costo del lavoro, fatturato, dimensioni e tipologia aziendale.
- Un riferimento al mercato: benchmarking delle retribuzioni.
- Come elaborare un piano retributivo annuale.

DOCENTE

Gianmarco Falzi - Consulente e formatore aziendale, ha maturato esperienze nella direzione risorse umane di Ferrari, Maserati e Snam.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI

SEDI E DATE**PARMA**

20 e 27 aprile

REGGIO EMILIA

7 e 14 marzo

RAVENNA

22 e 29 marzo

CESENA

7 e 14 giugno

RIMINI

22 e 29 febbraio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**GESTIRE IL MAGAZZINO OTTIMIZZANDO LE SCORTE****OBIETTIVI**

Migliorare il sistema di gestione degli stock ottimizzando l'utilizzo delle tecniche di previsione, di approvvigionamento, di stoccaggio.

Assicurare un adeguato servizio al costo minimo, scegliere il modello di gestione più idoneo. Affrontare e risolvere problemi di stagionalità dei consumi.

Valutare i sistemi ed i modelli di gestione scorte per ottimizzare gli inventari di magazzino.

Evitare i rischi derivanti da una gestione "su richiesta" degli ordini creando un buon Demand Planning. Utilizzare gli strumenti per gestire correttamente le previsioni di vendita-acquisto.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della logistica, responsabili di magazzino, responsabili sistemi informativi, controller, responsabili commerciali e marketing, responsabili della produzione.

CONTENUTI

- Valutare i differenti modelli di supporto per le previsioni della domanda.
- Metodi estrapolativi: medie mobili, metodi interpolativi: retta di regressione, determinare trend e stagionalità dei consumi.
- Progettare ed attuare il piano di riduzione delle scorte, definire criticità e priorità d'azione attraverso l'analisi ABC, costruire la matrice consumi - giacenze, impostare le azioni di miglioramento.
- Scegliere i modelli di riordino e di gestione delle scorte, impostare correttamente il sistema di riordino, riordinare a quantità fissa: lotto economico, livello di riordino, scorta di sicurezza, riordinare a periodo fisso: giacenza obiettivo, periodo di riordino, scorta di sicurezza, confrontare le diverse metodologie.
- Verifica degli effetti sulla gestione dovuti ai diversi metodi di approvvigionamento.
- Calcolo della Scorta di Sicurezza in diverse situazioni operative.

DOCENTE

Flavio Franciosi - Formatore e consulente aziendale nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 79

SEDI E DATE

PARMA
2 e 9 marzo

RAVENNA
11 e 18 maggio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

COME RIDURRE I COSTI DEGLI ACQUISTI INCREMENTANDO LA QUALITÀ ED IL SERVIZIO

OBIETTIVI

Valutare gli strumenti per aggiungere gli obiettivi di riduzione dei costi totali d'acquisto.
Approfondire la conoscenza delle tecniche di analisi dei costi e utilizzarle per valutare il prezzo delle forniture.
Identificare le leve negoziali del prezzo d'acquisto per strutturare e affrontare con successo la trattativa.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della logistica, responsabili acquisti, compratori, responsabili di produzione, responsabili amministrativi e controller.

CONTENUTI

- Il Total Cost of Ownership (il costo complessivo di possesso e gestione della fornitura): i benefici dell'utilizzo del TCO e come sviluppare un sistema TCO.
- Gli strumenti di gestione, controllo e miglioramento dei costi totali di acquisto.
- Le tipologie dei prezzi di acquisto, cost e price analysis.
- Tecniche di rilevazione, analisi e scomposizione dei costi della fornitura nelle sue componenti elementari (materie prime, tempi di lavorazione, servizi, costi generali e di struttura).
- I costi della non qualità e dei disservizi.
- Come progettare una riduzione dei costi totali d'acquisto: la preventivazione dei costi per anticipare l'offerta del fornitore.
- Gli strumenti di controllo e gestione dei costi per Famiglie d'Acquisto: Materie Prime, Semilavorati, Manutenzioni, Servizi.
- Il conto economico del fornitore/fornitura per rilevare i costi nascosti.

DOCENTE

Flavio Franciosi - Formatore e consulente aziendale nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
18 febbraio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA GESTIONE DELLA PRODUZIONE E I FLUSSI AZIENDALI

OBIETTIVI

Fornire strumenti pratici sull'utilizzo dei sistemi informativi per rendere efficace ed efficiente lo scambio di informazioni all'interno della rete aziendale; applicare concretamente le tecniche di gestione della produzione, le tecniche di scheduling del time to market; effettuare la valutazione dei tempi di lavoro e dei rendimenti.

DESTINATARI

Collaboratori di aziende manifatturiere meccaniche che operano presso gli uffici produzione, pianificazione, uffici tecnici e acquisti.

CONTENUTI

- Modelli e processi organizzativi push o pull (breve panoramica).
- Definizione tipo di gestione e pianificazione dei fabbisogni dei materiali, parametri e regolazione dell'MRP.
- Definizione e parametrizzazione dati per un corretto scheduling della produzione.
- Gestione acquisti e solleciti.
- Impostazione flusso di informazioni fra produzione e commerciale, definizione della data di consegna e suo aggiornamento in base al carico produttivo.
- Interazione tra sistema informativo gestionale con il software di schedulazione e controllo della produzione
- Valutazione dei tempi di lavoro e rendimenti, valutazione del work in progress.
- Indicatori di performance.
- Cenni sulla definizione del costo orario aziendale (direct costing e full costing).

DOCENTE

Andrea Magnani - Direttore Generale e consulente di organizzazione.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA
19 aprile

PARMA
26 maggio

RAVENNA
11 febbraio

CESENA
5 maggio

RIMINI
14 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA RICERCA E L'ANALISI DEI FORNITORI MIGLIORI

OBIETTIVI

Definire il ruolo degli acquisti nel sistema aziendale.

Fornire una corretta strumentazione per un'efficace gestione ed un puntuale controllo degli obiettivi della funzione in chiave aziendale.

Analizzare le strategie di selezione dei fornitori e costruire un corretto sistema di valutazione dei fornitori.

Incrementare l'efficacia delle proprie fonti di approvvigionamento.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della logistica, responsabili acquisti, compratori, responsabili di produzione, responsabili amministrativi e controller.

CONTENUTI

- Il marketing di acquisto e le sue applicazioni.
- La rilevanza degli acquisti nella gestione aziendale.
- Il portafoglio acquisti.
- Criteri di valutazione e scelta del fornitore.
- La qualificazione e la certificazione dei fornitori: strumenti e metodologie.
- La progettazione, implementazione ed avvio di un sistema di valutazione dei fornitori.
- La gestione dei fornitori attraverso i sistemi di valutazione delle performances ottenute.
- Le strategie di miglioramento delle politiche di acquisto e gestione dei fornitori.
- Le strategie di partnership con i fornitori.
- Casi ed esempi pratici di progettazione e gestione dei sistemi di valutazione dei fornitori.

DOCENTE

Flavio Franciosi - Formatore e consulente aziendale nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA
6 luglio

PARMA
13 giugno

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**
Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RIDURRE IL TEMPO DI ATTRAVERSAMENTO DEL PROCESSO LOGISTICO-PRODUTTIVO TRAMITE LE VSM (VALUE STREAM MAPPING)

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire le conoscenze utili a realizzare la mappatura del valore in azienda attraverso lo strumento Lean “Value Stream Mapping” utile a definire obiettivi e linee guida per definire un piano di miglioramento continuo aziendale. Il corso prevede una parte dedicata all’introduzione dei concetti teorici del Lean Thinking e dei parametri caratteristici del processo produttivo, per poter acquisire il metodo di realizzazione e conduzione di un progetto di mappatura dei flussi aziendali tramite l’utilizzo della VSM.

DESTINATARI

Direttori generali, direttori di stabilimento, responsabili operations, responsabili di produzione-logistica, addetti tempi & metodi e team leader in progetti di miglioramento continuo.

CONTENUTI

- Principi fondamentali della Lean Production.
- La mappatura del valore in azienda.
- Il concetto di Takt Time e i parametri caratteristici del processo produttivo.
- Metodologia per la realizzazione della Value Stream Mapping (Current State).
- Individuazione delle opportunità di miglioramento.
- Progettazione della Value Stream Mapping (Future State).
- Calcolo del Rapporto di Valore Aggiunto (Value Added Ratio).
- Illustrazione Casi aziendali.

DOCENTE

Consulente esperto di HH&PARTNERS, società di formazione e di consulenza industriale con particolare focus sulla performance di processo.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 83

SEDI E DATE

PARMA
11 ottobre

REGGIO EMILIA
29 settembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**
Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ORGANIZZARE IL CONTROLLO IN ACCETTAZIONE PER MONITORARE E VALUTARE LE PERFORMANCES DEI FORNITORI

OBIETTIVI

Definire le attività da implementare per effettuare i controlli in accettazione, per monitorare e valutare le performances dei fornitori al fine di garantire il livello qualitativo delle forniture dei prodotti e dei servizi.

DESTINATARI

Responsabili sistema gestione qualità, responsabili acquisti, responsabili controllo qualità.

CONTENUTI

- Organizzare il controllo in accettazione: la criticità dei prodotti acquistati, l'identificazione delle difettosità e dei controlli adeguati alla fornitura.
- La valutazione delle performances dei fornitori di prodotti con cenni alla valutazione dei fornitori di servizi. L'applicazione delle tecniche statistiche nel controllo in accettazione.
- I piani di campionamento: il significato, le modalità di applicazione e la scelta del livello di campionamento adeguato alla criticità del prodotto fornito.

DOCENTE

Per la sede di Reggio Emilia: Anna Maria Cappa - Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 - ISO/TS 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001).

Per la sede di Parma: Giampaolo Ferrari - Consulente Formatore Operations Excellence e Continuous Improvement, Direttore Operations e Lean leader in aziende multinazionali Automotive.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
8 e 15 novembre

REGGIO EMILIA
6 e 13 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL RUOLO DEL RESPONSABILE IN PRODUZIONE

OBIETTIVI

Acquisire un metodo per analizzare il proprio ruolo all'interno dell'azienda, fornire strumenti utili per presidiare e raggiungere gli obiettivi, migliorare le proprie tecniche di gestione dei collaboratori.

DESTINATARI

Responsabili di funzione e capi intermedi che operano nell'area produzione.

CONTENUTI

- Le attività fondamentali del responsabile: pianificare, organizzare, gestire, controllare, utilizzare l'informazione.
- Il capo in azienda: fattori che ne condizionano la prestazione: organizzazione del lavoro, strumenti di gestione, comunicazione interna, stile manageriale.
- La motivazione delle persone dalla teoria alla pratica.
- Gli strumenti per l'eccellenza:
 - Migliorare la propria comunicazione.
 - Migliorare la delega e le capacità di addestramento.
 - Migliorare la capacità di dare feedback costruttivi ai collaboratori.

DOCENTE

Gianmarco Falzi - Consulente e formatore aziendale, ha maturato esperienze nella direzione risorse umane di Ferrari, Maserati e Snam.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
29 settembre

PARMA
21 settembre

REGGIO EMILIA
29 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL VISUAL FACTORY E 5 S**OBIETTIVI**

Migliorare l'organizzazione del posto di lavoro significa aumentare l'efficienza delle risorse produttive (persone ed impianti), attraverso l'eliminazione degli sprechi; inoltre maggiori benefici s'ottengono anche riguardo la sicurezza e la qualità (Zero Difetti). Per consentire un'efficace gestione delle aree di lavoro, occorre inoltre definire ed implementare dei sistemi di gestione a vista, Visual Factory, per la diffusione delle informazioni ed il controllo della fabbrica.

DESTINATARI

Responsabili di produzione e tecnici di gestione di unità produttive (capi reparto, turno), analisti tempi e metodi.

CONTENUTI

- Principi fondamentali della Lean Production.
- La logica del Miglioramento continuo.
- Il concetto di spreco-inefficienza-attività a non valore aggiunto.
- 5S, significato e campi di applicazione.
- Linee guida di un progetto 5S.
- Principi ed Obiettivi della VISUAL FACTORY.
- I sistemi a prova di errore (poka yoke).
- La gestione visiva dei progetti di miglioramento.
- Il recupero di efficienza, produttività e spazi attraverso le 5S (esempi).
- Illustrazione casi aziendali.

DOCENTE

Consulente senior esperto in Lean Organization della BPR GROUP SRL, società di consulenza direzionale ed industriale specializzata in Lean Thinking Innovazione, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività delle aziende.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
24 maggio

PARMA
4 maggio

REGGIO EMILIA
13 dicembre

RAVENNA
7 dicembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

KPI PRODUZIONE-LOGISTICA

OBIETTIVI

Il corso si propone di trasmettere gli strumenti necessari per gestire con approccio critico i processi aziendali. L'obiettivo è far conoscere che cosa sono gli indicatori di prestazione (KPI) delle funzioni produttive e logistiche, quale l'importanza di una loro corretta implementazione e lettura allo scopo di migliorare la redditività ed identificare le inefficienze interne.

DESTINATARI

Direttore generale, direttori di stabilimento, responsabili di produzione, capireparto, process leader, capi area prodotto.

CONTENUTI

- L'approccio teso al miglioramento continuo.
- Gli indicatori per il monitoraggio delle prestazioni.
- I pilastri: qualità/costo/tempo/flessibilità.
- Le prospettive: clienti-fornitori/processi/risorse umane.
- Gli indicatori dell'area produzione.
- Gli indicatori dell'area logistica.
- Il monitoraggio dell'efficienza dei processi.
- Il cruscotto dei KPI come pannello di controllo dell'organizzazione.
- Il programma di ricerca dell'eccellenza.
- Esercitazioni.

DOCENTE

Consulente senior esperto in Lean Organization della BPR GROUP SRL, società di consulenza direzionale ed industriale specializzata in Lean Thinking Innovazione, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività delle aziende.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
21 e 28 giugno

REGGIO EMILIA
11 e 18 maggio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

TAGLIO COSTI E MASSIMIZZAZIONE EFFICIENZA IN PRODUZIONE**OBIETTIVI**

Fornire ai partecipanti una panoramica delle principali voci di costo: industriali, produttivo/logistiche e aziendali, sia dirette che indirette, unitamente agli approcci di metodo e messa in pratica per poterle capire, gestire e ottimizzare. Verrà quindi sviluppata un'analisi specialistica e metodologica delle principali voci tecniche e gestionali responsabili dell'efficienza nella produzione.

DESTINATARI

Plant manager e manufacturing manager, responsabili qualità e controllo qualità, responsabili progettazione, responsabili tempi e metodi, coordinatori di produzione e industrializzazione, capi turno.

CONTENUTI

Analisi e taglio dei costi:

- Analisi della struttura dei costi manifatturieri e industriali (prodotto, processo produttivo, risorse).
- Come evidenziare sprechi ed extra costi attraverso le logiche Lean Production e WCM.
- Bilanciamento di cella e operatore nel miglior compromesso di prestazioni e costi delle unità produttive.
- Determinare il costo orario: costi diretti e indiretti e interpretazione del miglior compromesso.
- Progettare lo spazio di miglioramento attraverso l'identificazione delle main losses specifiche produttive
- Come condurre progetti di riduzione costi attraverso il team working e l'uso di una metodologia.
- Lean Production, il metodo World Class Management e l'approccio Kaizen.

Massimizzare l'efficienza produttiva:

- Efficienza, costi, leve di governo nella produzione industriale dell'area produttivo/manifatturiera.
- Lean Production e analisi delle leve di competitività tipiche dell'area manifatturiero/produttiva e delle main losses.
- Studio e analisi delle operazioni manuali di assemblaggio e delle leve critiche di efficienza.
- Calcolare l'efficienza globale: macchina, processo, operazioni manuali, supporto.
- Analisi tecnica del processo di produzione e studio preventivo delle criticità tecniche e gestionali.
- Layout e cella: possibili soluzioni specifiche per tipologie e caratteristiche produttivo/industriali.
- Presidio dell'efficienza e strutturazione di processi stabili: approccio di team e di Lean Visual Management.
- Come attivare concretamente progetti Lean e WCM di recupero efficienza e produttività: confronto, best practices e consigli, analisi di casi aziendali ed esercizi/simulazioni in team.

DOCENTE

Alessandro Grecu - Managing Director e Consulente CMC del GRUPPO SGC GRECU CONSULTING SRL.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PARMA
9 giugno

RAVENNA
21 aprile

CESENA
16 marzo

RIMINI
3 maggio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

L'ASSICURAZIONE DEI TRASPORTI: COPRIRE I RISCHI SULLE MERCI DURANTE IL TRASPORTO

OBIETTIVI

Quando si verifica un evento che compromette il buon esito di una spedizione di merci, di solito gli operatori che avevano interesse alla sua riuscita subiscono un pregiudizio economico. Obiettivo del corso è individuare e gestire i rischi gravanti sulle merci trasportate attraverso la conoscenza degli strumenti di copertura più adeguati ed utilizzati. Saranno commentate le polizze e le clausole più diffuse, non dimenticando di individuare le responsabilità degli operatori e gli aspetti salienti delle normative nazionali ed internazionali che regolano questa delicata area del commercio internazionale.

DESTINATARI

Imprenditori, addetti ufficio estero, ufficio logistico, ufficio amministrazione ed area legale di aziende export oriented.

CONTENUTI

- Principi fondamentali delle assicurazioni e la relazione con le clausole Incoterms 2010.
- Le responsabilità del vettore e le convenzioni che regolano i trasporti internazionali.
- La redazione della perizia del commissario di avaria in caso di danno.
- Le Institute Cargo Clauses: analisi dei tre clausolari.
- Le procedure operative in caso di constatazione del danno.
- Case Study: analisi di contratti di assicurazione globale.
- Case Study: analisi di casi pratici e discussione su sentenze relative a controversie tra operatori e assicuratori.

DOCENTE

Fabrizio Ceriello - GLOBAL GATEWAY SRL. Laureato in Economia del Commercio Internazionale e dei Mercati Valutari, consulente e formatore per il commercio internazionale con particolare focus sugli aspetti mercantili. Presta attività di consulenza e formazione, per numerose aziende ed Enti pubblici e privati sull'intero territorio nazionale. E' autore di articoli e pubblicazioni per riviste del mondo camerale, associativo e di settore.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

PIACENZA
15 settembre

PARMA
6 ottobre

REGGIO EMILIA
25 febbraio

CESENA
16 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA SCELTA DEI SISTEMI DI IMMAGAZZINAMENTO E DI STOCCAGGIO DEI MATERIALI

OBIETTIVI

L'aumento dei costi della manodopera hanno portato le aziende a spostare notevoli quote di produzione presso fornitori e terzi esterni, rendendo non solo più complessa la programmazione della produzione, ma anche la gestione materiali, la cui conseguenza è, spesso tradotta, in una differente richiesta di capacità di stoccaggio dei magazzini.

L'obiettivo del corso è quello di illustrare le varie tipologie di magazzini, le modalità di immagazzinamento delle merci ed i criteri di progettazione di un magazzino.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della logistica, responsabili di magazzino, addetti alle attività di magazzino, responsabili sistemi informativi, controller.

CONTENUTI

- La gestione delle risorse umane e le procedure di lavoro.
- L'organizzazione del personale: le fasi evolutive.
- Le procedure operative: scopo, utilizzo, applicazione.
- La progettazione del magazzino: il metodo.
- I dati di giacenza e di flusso.
- Il dimensionamento del magazzino.
- La gestione dello stoccaggio e del picking.
- Lo stoccaggio delle merci e i criteri di ubicazione.
- Le tecniche di stoccaggio a confronto.
- I mezzi di movimentazione.
- Il picking: le problematiche generali.
- La mappa del magazzino picking.
- Le strategie di lavoro e di percorrenza.
- I principi base di effettuazione e le attività complementari.
- Magazzini tradizionali e magazzini automatici.
- La valutazione delle alternative.

DOCENTE

Flavio Franciosi - Formatore e consulente aziendale nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**REGGIO EMILIA**

11 e 18 ottobre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA RIDUZIONE DEI TEMPI DI SET UP ATTRAVERSO LA TECNICA SMED

OBIETTIVI

Il corso si propone di indicare gli strumenti idonei per ridurre drasticamente i tempi di cambio produzione con particolare riferimento all'applicazione della metodologia SMED (Single Minute Exchange of Die), per aumentare flessibilità ed economicità del sistema produttivo.

DESTINATARI

Direttori di stabilimento, responsabili di produzione/industrializzazione, capireparto, attrezzisti- manutentori, process leader, capi area prodotto.

METODOLOGIA

Il corso prevede una parte dedicata ai contenuti teorici affiancata da un percorso operativo in cui il partecipante svilupperà eventuali applicazioni della metodologia SMED nella propria realtà e definirà i relativi progetti e obiettivi. La formazione operativa dei partecipanti sarà garantita tramite lo studio e lo sviluppo di molteplici casi aziendali già sviluppati.

CONTENUTI

Prima giornata

- Formazione teorica.
- Principi e strumenti per la riduzione dei tempi di set up.
- Efficienza - flessibilità: come ottenerla.
- Applicazione della metodologia SMED.
- Simulazioni ed ottimizzazioni di un cambio formato.
- Indicatori di prestazione e valutazione economica.
- Analisi casi aziendali.

A cura del partecipante tra 1° e 2° incontro: check/rilievo filmato in azienda.

Seconda giornata

- Laboratorio di analisi e confronto.
- Visione e analisi critica del filmato rilevato in azienda.
- Elaborazione degli elementi rilevati.
- Proposte d'intervento.
- Discussione con definizione Indicatori.
- Ipotesi di Recupero ed elaborazione piano d'intervento.
- Verifica eventuali applicazioni SMED.

La 2° giornata consiste nella restituzione da parte dei partecipanti dell'analisi della propria realtà, in particolare individuando un set up campione a cui applicare la metodologia SMED secondo le linee guida illustrate dal docente; sarà un vero e proprio laboratorio di analisi, confronto e discussione tra i partecipanti che porterà alla definizione di un piano di azioni migliorative ed alla stima dei recuperi ottenibili.

Il corso è integrabile con la giornata di SUPPORTO OPERATIVO in azienda, occasione per mettere in campo con l'affiancamento del consulente quanto appreso durante la formazione teorica.

DOCENTE

Consulente senior esperto in Lean Organization della BPR GROUP SRL, società di consulenza direzionale ed industriale specializzata in Lean Thinking Innovazione, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività delle aziende.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
21 e 28 settembre

RIMINI
4 e 11 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

COME ORGANIZZARE L'UFFICIO ACQUISTI: ACQUISTARE IN MODO PROFESSIONALE ED EFFICACE

OBIETTIVI

Conoscere a fondo l'intero processo di acquisto: analisi dei bisogni interni, le attività di sourcing dei fornitori, la definizione delle specifiche e le richieste di offerta, analisi, selezione e negoziazione, definizione del contratto e monitoraggio dei fornitori. Acquistare al miglior prezzo ed al miglior servizio.

Essere in grado di selezionare, qualificare e valutare i migliori fornitori per la propria azienda.

Conoscere gli aspetti legali necessari alla definizione di contratti di acquisto completi.

Valutare gli strumenti e le metodologie legate all'ascolto del cliente interno.

Sapere classificare, razionalizzare e definire gli obiettivi economici ed operativi legati alle aspettative delle funzioni interne dell'azienda.

Confrontare e riflettere sulla propria realtà in relazione al processo di acquisto ideale.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della logistica, responsabili acquisti, compratori, responsabili di produzione, responsabili amministrativi e controller.

CONTENUTI

- Comprendere le esigenze di valutazione dei fornitori e legarle agli obiettivi aziendali: i motivi che inducono alla valutazione dei fornitori, i criteri di valutazione (Rischi - Tempi di consegna - Innovazione - Qualità - Costi).
- Il processo di acquisto, le fasi in cui si articola il processo: fasi di definizione delle specifiche di acquisto ed il sourcing (ricerca fornitori), la definizione delle specifiche legate al prodotto o servizio da acquistate, strumenti di condivisione con il cliente interno delle specifiche, parametri di ricerca impostare nell'analisi dei potenziali fornitori, tecniche di ricerca di fornitori.
- La richiesta di offerta e la selezione dei fornitori: dalle specifiche di acquisto alla scelta del fornitore, la progettazione e la gestione di una richiesta di offerta, la valutazione e la individuazione dei parametri di selezione dei fornitori, la predisposizione delle griglie di selezione e dei criteri di valutazione, la matrice di comparazione delle offerte per oggettivare la valutazione.
- La gestione della negoziazione e la definizione dei livelli di servizio (SLA), la trattativa e la definizione delle forme contrattuali, i sistemi di monitoraggio e controllo dei fornitori.
- Il reporting sugli acquisti e l'analisi economico finanziaria dell'attività di acquisto.

DOCENTE

Flavio Franciosi - Formatore e consulente aziendale nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PIACENZA
14 ottobre

MODENA
11 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA QUALITÀ DEL PRODOTTO FINITO E LA GESTIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION

OBIETTIVI

Il corso si propone di illustrare i principali elementi utili a garantire la qualità del prodotto finale e la gestione della Customer Satisfaction.

DESTINATARI

Responsabili qualità, addetti controllo qualità di prodotto, addetti alla customer care e chiunque in azienda abbia necessità di conoscere i processi di monitoraggio e gestione della qualità di prodotto finito rivolta al cliente finale.

CONTENUTI

- **Introduzione Generale**
Definizione del concetto di qualità declinato nella Supply Chain (ruolo del fornitore/produttore /cliente). Relazione tra i diversi anelli della filiera e loro interfaccia reciproca. La figura del cliente nella filiera: confronto caratteristiche relazioni Business to Business (B2B) e Business to Customer (B2C).
- **Controllo del Prodotto Finale**
Test finale sistematico e verifica finale: definizione e caratteristiche. Audit del prodotto finale: definizione, caratteristiche e confronto con il layout inspection. Regole di imballaggio e conservazione del prodotto finale: elementi utili a garantire la conformità qualitativa. KPI di monitoraggio della qualità del prodotto finale.
- **Reclami Cliente**
Definizione reclamo cliente e metodologia di gestione. Concetto di reso cliente.
- **Customer Satisfaction**
Customer Satisfaction (CS): definizione e caratteristiche. Concetto di qualità negativa e positiva: pianificazione degli aspetti metodologici del processo CS e raccolta delle informazioni. Analisi dei risultati ottenuti.
- **Learning by Doing**

DOCENTE

Supply Chain Academy di MAKEITALIA - Unica azienda italiana che fa della Supply Chain il proprio Core Business. Offre una specializzazione a 360° sulla Supply Chain, garantendo una copertura integrata e sistemica di tutti e 3 i suoi pilastri fondamentali: Quality, Cost e Delivery (Pianificazione e Logistica).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 93

SEDI E DATE

PARMA
10 e 17 novembre

RAVENNA
20 e 27 settembre

CESENA
24 novembre e 1 dicembre

RIMINI
26 gennaio e 2 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA FORZA DEI NUMERI DUE: IL CAPO REPARTO

OBIETTIVI

Fornire ai responsabili intermedi la giusta consapevolezza dei contenuti del ruolo.

Dotare i responsabili delle conoscenze e degli strumenti per sviluppare, gestire e monitorare la crescita delle competenze delle risorse umane che gestiscono, trasferendo i principi di team working.

Identificare modalità e tecniche per ricomporre i conflitti e costruire ambienti di lavoro stimolanti.

Individuare e sperimentare comportamenti eccellenti.

DESTINATARI

Capi reparto.

CONTENUTI

- Miglioramento continuo e catena interna della fornitura: collaborazione e gioco di squadra.
- Il contenuto del proprio ruolo. Osservare, gestire, sviluppare, dare l'esempio: le 11 C del buon capo.
- Alibi e pregiudizi: ricomporre i conflitti, stimolare il clima interno positivo.
- La comunicazione efficace e gli stili di comportamento individuali: principi e tecniche.
- Risolvere i problemi, prendere decisioni: applicare il miglioramento continuo.

DOCENTE

Cristina Braidì - Titolare di ARCHÈ, società di consulenza manageriale e organizzativa per lo sviluppo, la formazione e la selezione delle Risorse Umane. Vanta un'esperienza pluriennale nella docenza e consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 94

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
5 e 12 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LEAN ASSESSMENT: COME VALUTARE LE PERFORMANCES LEAN DELLA PROPRIA ORGANIZZAZIONE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti tutti gli elementi per effettuare in autonomia un assessment in ottica Lean dell'organizzazione o parte di essa, mediante l'approccio Change&Coach, così da poter proporre un efficace piano di miglioramento coerente con i target dell'azienda e le risorse rese disponibili.

DESTINATARI

Lean manager, manager e quadri che in azienda conducono progetti lean.

CONTENUTI

Gli approcci metodologici:

- TPS, LEAN WCM e peculiarità di ciascuno di essi.
- La strada verso l'eccellenza: l'approccio Change&Coach.
- La preparazione dell'assessment.

La valutazione articolata su:

- Strategia e Competitività.
- Gestire il valore in azienda.
- Value engineering.
- Order Fulfillment.
- Customer Care.
- Value Chain Management.
- Internal Value Chain.
- La gestione dei materiali.
- La gestione del miglioramento.
- Change management & Sviluppo delle risorse .
- Comunicazione e Gestione dell'informazio.

La sintesi: il radar dell'eccellenza.

Il piano dei progetti di miglioramento.

DOCENTE

Claudio Curcio - Ingegnere e Presidente Q&O CONSULTING.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 95

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
27 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

SVILUPPO DEL CONTINUOUS IMPROVEMENT IN AZIENDA: COME FARE ED ERRORI DA EVITARE

OBIETTIVI

Illustrare lo sviluppo di un programma di Continuous Improvement in azienda, dalla fase iniziale di introduzione fino al raggiungimento della situazione a regime.

In particolare, si porteranno esempi di casi di successo in aziende italiane per portare in evidenza e quindi discutere:

- Come superare le difficoltà che tipicamente si possono incontrare nella fase di introduzione, con la formazione del personale e la realizzazione dei primi progetti.
- Come sviluppare gradualmente ma rapidamente la diffusione delle metodologie a tutta l'organizzazione.
- Come mantenere la necessaria tensione organizzativa, monitorando i risultati che maturano lungo il percorso.
- Come arrivare alla "massa critica", che assicura la sostenibilità del miglioramento continuo nel tempo.

Al termine della giornata i partecipanti avranno acquisito gli elementi fondamentali per poter impostare il programma di Continuous Improvement sul breve e sul lungo periodo.

DESTINATARI

Imprenditori, direttori generali e responsabili della logistica.

CONTENUTI

- Introduzione al Continuous Improvement.
- Come individuare ed avviare i primi progetti.
- La formazione del personale ai vari livelli organizzativi.
- Le fasi principali per lo sviluppo e la realizzazione del programma.
- Impostazione del sistema di monitoraggio dei risultati.
- Casi di realizzazione di programmi di Continuous Improvement in aziende italiane.

DOCENTE

Maurizio Pedrelli - Ingegnere e Presidente di PRAGMATA INSIGHTFUL CONSULTING.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

PARMA
12 febbraio

REGGIO EMILIA
11 marzo

MODENA
15 aprile

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA OVERHEAD ANALYSIS PER LO STUDIO DEI COSTI GENERALI DI AZIENDA

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire uno strumento innovativo per l'analisi e la riduzione dei costi di acquisto. Come? Individuando i costi indiretti che caratterizzano la struttura aziendale del fornitore e allocandoli ad uno specifico componente o prodotto.

DESTINATARI

Responsabili della supply chain, direttori acquisti, buyer e personale assegnato a progetti di analisi costi.

CONTENUTI

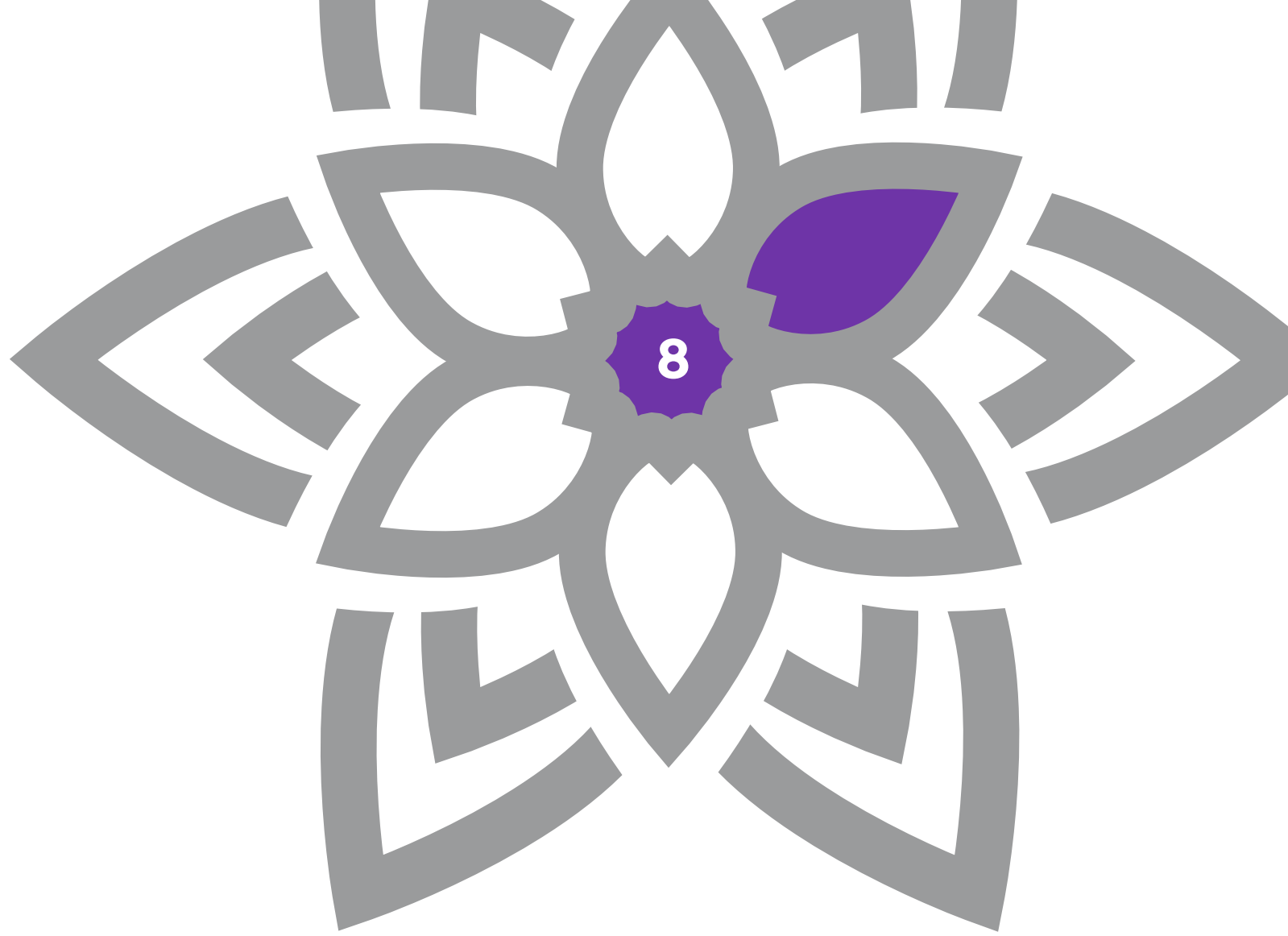
- Introduzione ai costi indiretti di azienda: definizione dei costi indiretti (cosa intendiamo con costi di overhead).
- Calcolo dei costi di overhead: analisi e calcolo dei costi per personale indiretto, stabilimenti ed aree produttive, spese generali di produzione e di struttura.
- Allocazione dei costi indiretti al singolo prodotto: definizione dei driver di allocazione (focus sull'impatto dei costi indiretti sul singolo componente) e descrizione della metodologia di calcolo con cui allocare i costi di overhead.
- Confronto dei fornitori attraverso i costi di overhead: come confrontare fornitori diversi attraverso l'analisi dei costi di overhead (indicazioni operative derivanti dall'analisi e strategie di azione conseguenti).
- Learning by Doing.

DOCENTE

Supply Chain Academy di MAKEITALIA - Unica azienda italiana che fa della Supply Chain il proprio Core Business. Offre una specializzazione a 360° sulla Supply Chain, garantendo una copertura integrata e sistemica di tutti e 3 i suoi pilastri fondamentali: Quality, Cost e Delivery (Pianificazione e Logistica).

DURATA E ORARI

4 ore - 9.30-13.30



AREA INFORMATICA



SEDI E DATE

PARMA

6 e 12 aprile

REGGIO EMILIA

Ed. n. 1 - 14 e 21 aprile

Ed. n. 2 - 15 e 22 settembre

MODENA

10 e 17 marzo

CESENA

19 e 26 maggio

RIMINI

Ed. n. 1 - 5 e 12 maggio

Ed. n. 2 - 20 e 27 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

EXCEL (LIVELLO BASE)

OBIETTIVI

Utilizzare i fogli elettronici di calcolo come importante supporto a tutte le attività di monitoraggio e analisi dei dati, economici e non, raccolti durante le attività lavorative. Sviluppare procedure di calcolo in modo rapido e flessibile.

DESTINATARI

Figure professionali, operanti in diversi settori aziendali, che necessitano di gestire e analizzare dati economici e commerciali.

CONTENUTI

- Costruire moduli e schede per la raccolta dei dati.
- Lavorare con il foglio elettronico.
- Costruire formule ed espressioni matematiche.
- Preparare i documenti per le operazioni di stampa.
- Raccogliere dati di diversa tipologia ed analizzarli.
- Sviluppare operazioni di calcolo (somme, medie, incidenze e variazioni percentuali & hellip).
- Ordinare le informazioni ed eseguire ricerche con i filtri automatici.
- Utilizzare i subtotali.
- Costruire riepiloghi ed elaborati grafici.
- Decidere quali dati sommare e rappresentarli graficamente.
- Grafici a barre, istogrammi, grafici a torta e a linee.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PIACENZA
15 e 22 settembre

PARMA
3 e 10 ottobre

REGGIO EMILIA
Ed. n. 1 - 23 e 30 maggio
Ed. n. 2 - 13 e 20 ottobre

MODENA
15 e 22 giugno

RAVENNA
7 e 14 aprile

CESENA
3 e 10 marzo

RIMINI
Ed. n. 1 - 6 e 13 giugno
Ed. n. 2 - 11 e 18 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

EXCEL (LIVELLO INTERMEDIO)

OBIETTIVI

Non è difficile percepire per un'azienda l'importanza di gestire ed organizzare i dati economici in modo efficiente, né tanto meno quanto ciò risulti strategico per moltissime attività, quali le vendite, il marketing, il servizio clienti, la contabilità. L'analisi e la previsione dei risultati economico-finanziari può basarsi su dati storici, se il business è già in attività, oppure cominciare da zero, ma in entrambi i casi richiede la formulazione di ipotesi sull'andamento delle principali grandezze del Conto Economico e dello Stato Patrimoniale.

DESTINATARI

Figure professionali, operanti in diversi settori aziendali, che necessitano di gestire e analizzare dati economici e commerciali.

CONTENUTI

Il corso privilegia un orientamento volto alla risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico relative a:

- Costruire prospetti di calcolo strutturati con le Funzioni di Excel (CERCA.VERT, SOMMA.PIU.SE, DB.SOMMA, CONFRONTA).
- Analisi What-IF e Risolutore.
- Collegare dati che si trovano in fogli o file diversi.
- Filtrare i dati con criteri avanzati.
- Reporting e rappresentazioni grafiche con le Tabelle Pivot.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PIACENZA
6 e 13 luglio

PARMA
19 e 26 maggio

REGGIO EMILIA
23 e 30 marzo

RAVENNA
9 e 16 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MICROSOFT POWERPOINT: DALLA IDEAZIONE ALLA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI (LIVELLO BASE)

OBIETTIVI

Acquisire gli strumenti di presentazione messi a disposizione da powerpoint per quelle attività in cui è richiesta la comunicazione di idee ed informazioni in modo chiaro ed efficace, perché forse è in parte vero che “... tutto ciò che è intelligente è già stato pensato, bisogna solo tentare di ripensarlo di nuovo” (Goethe).

DESTINATARI

Figure professionali che necessitino di costruire o elaborare presentazioni e diapositive.

CONTENUTI

- Realizzare diapositive e lucidi.
- Importazione di oggetti e di contenuti da programmi esterni.
- Gestire le diapositive e l’inserimento degli oggetti.
- Lavorare con le animazioni personalizzate e gli effetti di transizione.
- Animazioni personalizzate.
- Percorsi di animazione.
- Transizione diapositive.
- Regolazione degli intervalli e presentazioni personalizzate.
- Comunicare in modo efficiente con le presentazioni multimediali.
- Utilizzo di componenti multimediali.
- Utilizzo di elementi grafici.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PIACENZA
9 e 16 marzo

REGGIO EMILIA
8 e 15 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA GESTIONE DEI PROGETTI CON MS PROJECT (MS PROJECT LIVELLO BASE)

OBIETTIVI

Far conoscere MS Project come strumento di gestione dei progetti, per tenersi informati sull'andamento e controllare il lavoro, la programmazione e l'aspetto finanziario del progetto, aumentando al contempo la produttività.

DESTINATARI

Figure professionali operanti in diversi settori aziendali, che necessitino di gestire progetti e di monitorarne l'andamento.

CONTENUTI

- Impostazione dei dati di progetto.
- Definire le informazioni preliminari al progetto.
- Individuare le fasi principali del progetto.
- Regolare i calendari del progetto.
- Gestire le attività e la loro programmazione.
- Elencare le attività e definirne le durate.
- Collegare le diverse attività.
- Definire la sequenza di inizio e di fine.
- Individuare le risorse necessarie.
- Risorse, materiali, attrezzature.
- Definire i costi e assegnare i compiti.
- Aggiornare i dati del progetto e valutarne l'andamento.
- Definire gli stati di avanzamento lavori e verificarne la puntualità.
- Report riepilogativi e flussi finanziari.

DOCENTE

Annamaria Vecchi - Formatrice e consulente aziendale. Istruttore su software Microsoft, esaminatore accreditato AICA per i profili ECDL Core e Advanced.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PIACENZA
13 e 20 aprile

REGGIO EMILIA
5 e 12 luglio

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**
Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

L'UTILIZZO DELLE RISORSE E LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ CON MS PROJECT (MS PROJECT LIVELLO INTERMEDIO)

OBIETTIVI

Negli ultimi anni l'EPM ha assunto un ruolo fondamentale all'interno di molte aziende, tanto da indurre, in alcuni casi, alla definizione di una specifica funzione aziendale dedicata alla gestione dei progetti, intesi come un insieme di attività, a cui partecipano risorse umane, materiali ed economiche, da realizzare con modalità differenti in un tempo predefinito. MS Project offre potenti strumenti di gestione dei progetti che garantiscono il giusto equilibrio tra semplicità di utilizzo, potenza e flessibilità, per consentire di gestire i progetti in modo più efficace ed efficiente.

DESTINATARI

Operatori aziendali, project manager e professionisti, con una conoscenza base di MS Project, che abbiano l'esigenza di pianificare, organizzare e coordinare le risorse.

CONTENUTI

- Impostare i progetti in modo adeguato.
- Gestire le attività e la loro programmazione.
- Individuare le risorse necessarie.
- Aggiornare i dati del progetto e valutarne l'andamento.
- La programmazione basata sulle risorse.
- Costruzione e personalizzazione del diagramma di GANNT.
- Costruire campi calcolati e definire regole di inserimento.

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - Reggio Emilia) - Consulente Aziendale e Docente di Sistemi Informativi e Office Automation, esperto di Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente .Net, esperto in processi formativi e gestione dei flussi informativi.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30

SEDI E DATE

PIACENZA
4 e 11 maggio

PARMA
10 e 17 marzo

REGGIO EMILIA
10 e 17 giugno

MODENA
22 e 29 novembre

CESENA
23 e 30 marzo

RIMINI
3 e 10 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

**ANALISI DEI DATI CON LE TABELLE PIVOT E LE FUNZIONI DATABASE
(EXCEL LIVELLO INTERMEDIO/AVANZATO)****OBIETTIVI**

Il foglio elettronico non solo come strumento di produttività individuale ma anche come strumento di analisi dei dati provenienti dai sistemi gestionali. Sarà privilegiato un orientamento volto alla risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico per le analisi e le attività tipiche di chi si occupa di Controllo di Gestione e di Finanza aziendale a qualunque livello di seniority.

DESTINATARI

Operatori aziendali, controller, manager e professionisti che abbiano l'esigenza di analizzare e rielaborare dati economici e commerciali.

CONTENUTI

- Raccogliere dati da sistemi esterni e riepilgarli: TXT, CSV, e connessioni dati.
- Analizzare elenchi di informazioni con le funzioni database.
- Analisi multidimensionali con le tabelle pivot.
- Campi calcolati ed elementi calcolati.
- Strumenti di reporting: power pivot e power view.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
10 e 17 novembre

RIMINI
24 novembre e 1 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

DIETRO LE QUINTE: AUTOMATIZZARE EXCEL CON L'UTILIZZO DELLE MACRO (EXCEL AVANZATO)

OBIETTIVI

Scoprire il volto nascosto del foglio elettronico di calcolo. Si analizzeranno i concetti base della programmazione VBA (Visual Basic for Application) applicati alla gestione degli oggetti presenti nei file di Ms Excel.

DESTINATARI

Operatori aziendali, controller, manager e professionisti, con una buona conoscenza di excel, che abbiano l'esigenza di analizzare e rielaborare dati in modo efficace, all'interno ed all'esterno dell'azienda, per i quali una migliore organizzazione delle elaborazioni diventano sempre più decisivi.

CONTENUTI

- Introduzione al VBA e al registratore Macro.
- Copiare e spostare le informazioni con l'utilizzo delle macro.
- Le selezioni e gli spostamenti con il VBA.
- Scorrere un intervallo di celle ed analizzarne il contenuto.
- Costruire riepiloghi variabili con criteri scelti dall'utente.
- Costruire macro per ordinare, filtrare e riepilogare i dati.
- Costruire pulsanti per la personalizzazione dei fogli di calcolo.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

8 ore - 9.30-13.30



SEDI E DATE

PIACENZA
8 e 15 marzo

CESENA
7 e 14 aprile

RIMINI
4 e 11 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

EXCEL PER L'ANALISI DEI DATI E LE PREVISIONI DI VENDITA

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di poter fornire ai partecipanti spunti circa le potenzialità gestionali di excel per quanto riguarda il monitoraggio del fatturato e la pianificazione delle operazioni commerciali per incrementare la propria quota di mercato. Durante gli incontri vedremo vari aspetti operativi, dalla gestione dei dati estratti dal gestionale, alla generazione di un sistema di reportistica integrato, alla pianificazione delle attività di marketing mirate per cliente e prodotti.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili e addetti commerciali, responsabili e addetti marketing.

CONTENUTI

- Introduzione al concetto di analisi delle vendite a consuntivo.
- Il sistema informativo aziendale e il database delle vendite.
- Obiettivi del controllo delle vendite.
- Variabili economiche e variabili operative.
- Utilizzo di variabili di segmentazione.
- Tipi di analisi utilizzabili per il controllo delle vendite.
- Il supporto di excel per l'analisi e la previsione delle vendite.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



SEDI E DATE

MODENA
11 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

INTRODUZIONE AL CLOUD COMPUTING

OBIETTIVI

Il cloud computing è ormai parte dell'offerta commerciale delle principali aziende dell'ICT ma, a parte alcuni servizi ormai di dominio comune (generalmente classificabili come SaaS - Software as a Service), vi è una serie di servizi rivolti ai professionisti dell'ICT ancora poco noti.

Il corso si propone di aiutare il personale senior ICT a comprendere potenzialità e rischi delle diverse offerte classificabili come cloud computing.

DESTINATARI

Personale senior ICT.

CONTENUTI

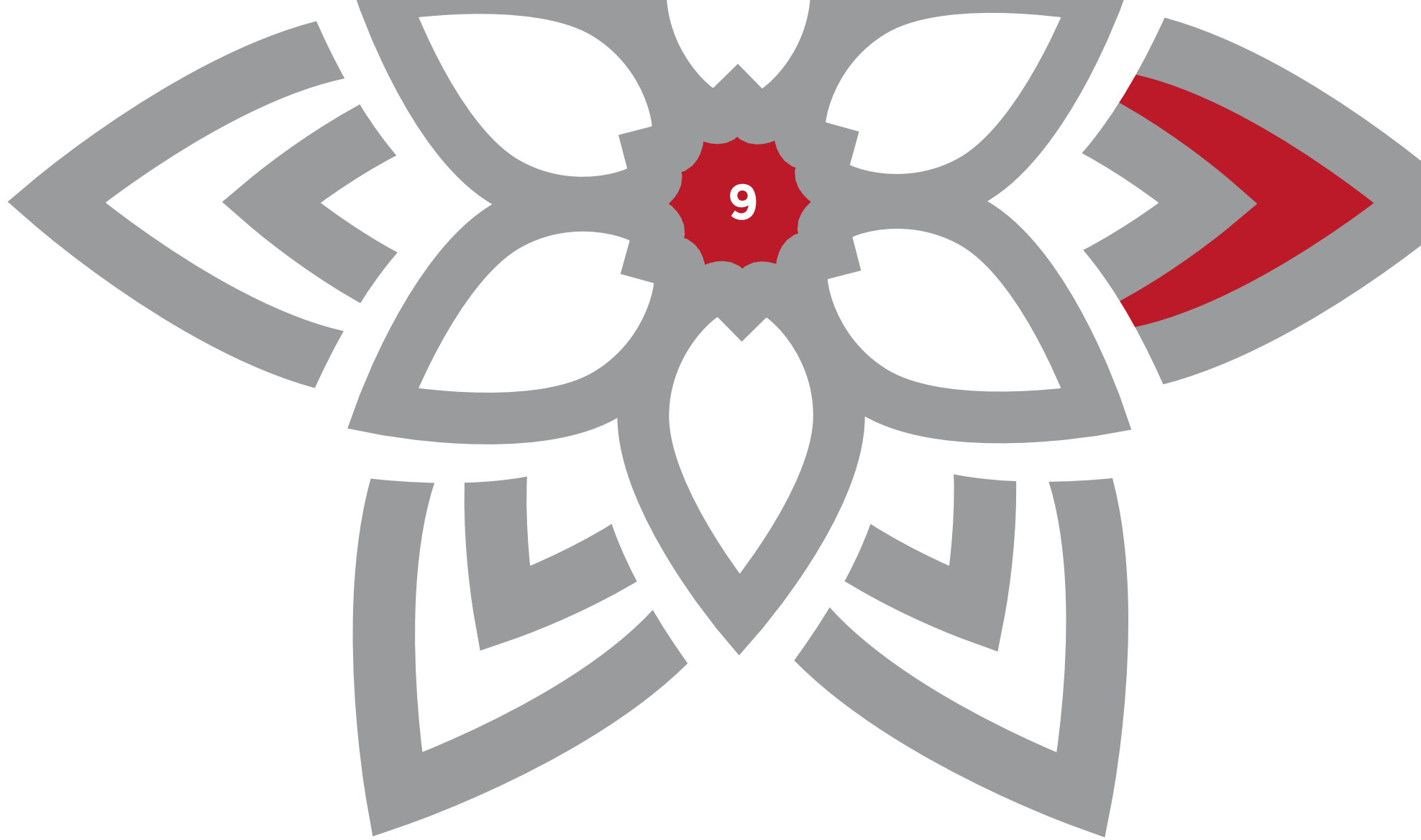
- Overview del Cloud Computing.
- Descrizione ed esempi di IaaS.
- Descrizione ed esempi di PaaS.
- Descrizione ed esempi di SaaS.
- Business case dei servizi Cloud (in particolare IaaS).
- Punti di forza e criticità.

DOCENTE

Paolo Lasagni - Ingegnere, consulente di strategie dell'ICT. Ha realizzato progetti di introduzione di nuove tecnologie ICT sia per multinazionali sia medie aziende, lavorando per Andersen Consulting (ora Accenture) e poi Booz Allen Hamilton (ora "Strategy &"). È uno dei promotori dello spazio di coworking/polo per l'innovazione sociale Impact Hub a Reggio Emilia.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30



AREA QUALITÀ E AMBIENTE

N. 106

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
11 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

DALLA NORMA ISO 9001 ALLA SPECIFICA TECNICA ISO/TS 16949: I REQUISITI SPECIFICI APPLICATI AI FORNITORI DEL SETTORE AUTOMOTIVE CERTIFICATI ISO 9001

OBIETTIVI

Identificare i requisiti richiesti dal settore automotive secondo la specifica tecnica ISO/TS 16949 per applicarli al Sistema gestione qualità certificato ISO 9001.

DESTINATARI

Responsabili ed addetti alla progettazione, responsabili produzione, responsabili sistema gestione qualità e controllo qualità.

CONTENUTI

- La gestione delle specifiche tecniche cliente (CSR).
- Il Responsabile per la qualità ed il Rappresentante del cliente.
- Le prestazioni del Sistema qualità (prestazioni logistiche e qualitative, i costi della non qualità, il monitoraggio della soddisfazione cliente).
- Formazione /addestramento/motivazione dei dipendenti.
- Piano di emergenza.
- Pulizia negli ambienti di lavoro.
- Presentazione del PPAP - APQP -FMEA progetto/processo.
- Il controllo statistico di processo.
- Monitoraggio dei fornitori (audit su fornitori).
- Piano di controllo.
- Manutenzione preventiva e predittiva.
- Requisiti dei laboratori interni/esterni.
- Audit di Sistema e di processo/prodotto.
- Gestione del prodotto non conforme / azioni correttive / preventive / mod. 8D.

DOCENTE

Anna Maria Cappa - Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 - ISO/TS 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 107

SEDI E DATE

PIACENZA
3 marzo

PARMA
23 marzo

FERRARA
20 aprile

RIMINI
25 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CORSO SU NORMA UNI EN ISO 9001:2015: COME SI INSERISCE IL RISK MANAGEMENT ALL'INTERNO DELLA NORMA

OBIETTIVI

Nel 2015 è stata ufficialmente aggiornata la norma UNI EN ISO 9001 in sostituzione della precedente edizione 2008. Il Corso ha l'obiettivo di illustrare i contenuti della nuova edizione soffermandosi sugli elementi a valore aggiunto. Tra questi una delle principali novità è l'introduzione dei principi di Risk Management come strumento di gestione e sviluppo strategico.

La giornata è organizzata in due fasi:

FASE 1 - verranno presentati i principali e più significativi aggiornamenti relativi alla nuova 9001 contestualizzando gli stessi rispetto al mercato di riferimento, al contesto normativo più generale e valutando il nuovo approccio ISO ai diversi Standard di riferimento.

FASE 2 - si condividerà quanto l'impostazione della ISO 9001:2015 favorisca le Organizzazioni che vogliono utilizzarla come strumento di supporto alla strategia aziendale. Inoltre verranno approfonditi i requisiti più significativi ed interessanti tra i quali la gestione dei rischi, la business continuity e la sostenibilità.

DESTINATARI

Responsabili gestione qualità, manager e imprenditori.

CONTENUTI

- Mercato di riferimento e contesto normativo.
- Il nuovo approccio ISO agli Standard Qualità, Ambiente e Sicurezza.
- Presentazione dei principali e più significativi aggiornamenti relativi della nuova Norma ISO 9001.
- L'ISO 9001:2015 come strumento di supporto alla strategia aziendale: la leadership diffusa.
- La gestione dei rischi: analisi del contesto, individuazione e trattamento dei rischi, piano di azione.
- La business continuity.
- Approccio alla sostenibilità e relazione con le parti interessate.
- Come cambia l'approccio sistemico alla gestione: dalle azioni preventive alla prevenzione dei rischi.
- La valutazione delle prestazioni come supporto oggettivo alle decisioni.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

4 ore - 14.00-18.00

N. 108

SEDI E DATE

FERRARA
6 luglio

RIMINI
9 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CORSO SU NORMA UNI EN ISO 14001:2015

OBIETTIVI

A settembre 2015 è stata ufficialmente aggiornata la norma UNI EN ISO 14001, che regola i Sistemi di Gestione Ambientale; il corso si propone di illustrare i principali cambiamenti della nuova edizione della ISO 14001, analizzando alcuni degli aspetti di particolare novità.

DESTINATARI

Responsabili sistemi di gestione e imprenditori.

CONTENUTI

La revisione dello standard introduce numerose novità che, in parte, sono dovute al nuovo approccio definito da ISO per i sistemi di gestione, riassunto nel documento che ISO ha pubblicato per guidare nella costruzione delle norme di sistema di gestione ("High Level Structure for Management System Standards"), e in parte derivano dalla survey condotta dal Comitato tecnico ISO TC 207/SC1 nel 2013, il cui risultato è riassunto nel documento "Future Challenges for ISO 14001:2004".

Le novità introdotte dalla norma:

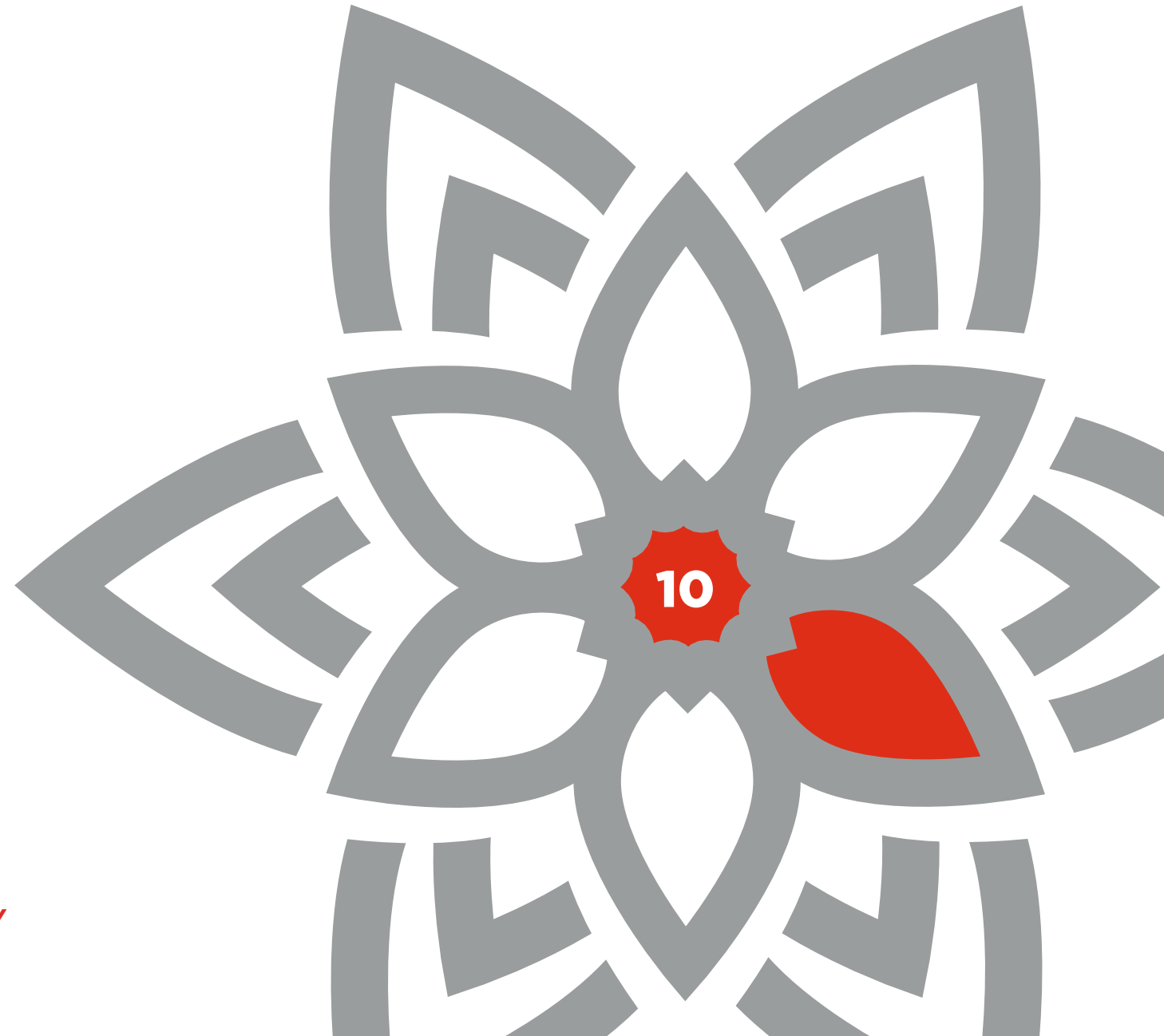
- **Rischi e opportunità:** la gestione dell'ambiente è vista come uno dei fattori da tenere in considerazione nel corso della pianificazione strategica condotta dall'organizzazione. Il nuovo requisito introdotto che richiede la comprensione del contesto dell'organizzazione va in tale direzione, così come l'attenzione da porre sulle aspettative delle parti interessate: una volta identificati rischi e opportunità connessi al contesto dell'organizzazione sarà possibile contestualizzare le azioni necessarie all'interno del sistema di gestione aziendale.
- **Leadership:** sono fornite nuove indicazioni per la diffusione della gestione ambientale all'interno dell'organizzazione.
- **Iniziative di protezione ambientale:** si prospetta un atteggiamento pro-attivo da parte dell'organizzazione per la prevenzione dell'inquinamento e la protezione dell'ambiente.
- **Prestazioni ambientali:** il concetto di miglioramento continuo è maggiormente rafforzato.
- **"Life cycle perspective":** si conferma la tendenza, già manifestata nel corso degli ultimi anni, a sviluppare maggiormente il controllo sugli aspetti ambientali connessi al "ciclo di vita" del prodotto, ad esempio all'utilizzo del prodotto e al fine vita dello stesso. Anche l'attenzione alla catena di fornitura viene rafforzata.
- **Comunicazione:** maggiore importanza è data alle scelte organizzative in materia di comunicazione, sia interna sia esterna.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA E ORARI

4 ore - 14.00-18.00



AREA LEGALE E PRIVACY



SEDI E DATE

PARMA
5 luglio

REGGIO EMILIA
27 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

PRIVACY E RAPPORTO DI LAVORO: USO DI TECNOLOGIE E POSSIBILITÀ DI CONTROLLO

OBIETTIVI

Per mantenere la competitività occorre introdurre nelle aziende tecnologie avanzate, capaci da una parte di migliorare l'efficienza lavorativa e dall'altra di non essere invasive rispetto ai dati personali dei lavoratori. È fondamentale quindi implementare correttamente i nuovi strumenti, informare e far comprendere ai lavoratori il loro giusto utilizzo.

Il corso si propone quale guida di introduzione delle tecnologie informatiche in azienda, garantendone il loro massimo sfruttamento e tutelando costantemente i diritti personali dei lavoratori .

DESTINATARI

Titolari d'azienda, manager, responsabili di funzione, project manager, responsabili settore IT.

CONTENUTI

- Cosa prevede la normativa.
- Il ruolo della direzione territoriale del lavoro.
- Stesura del disciplinare informatico.
- Istruzioni.
- Controlli.

DOCENTE

Daniele Gombi - Consulente Privacy e Privacy Officer da TUV Italia (secondo la norma ISO/IEC 17024:2003); titolare dal 1991 di POLARIS INFORMATICA SRL; membro della consulta UNICT di Unione Industriali Parma, responsabile della commissione sicurezza.

DURATA E ORARI

4 ore - 9.00-13.00

N. 110

SEDI E DATE

PARMA
2 febbraio

MODENA
15 marzo

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

PRIVACY, NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO, DALLA TEORIA ALLA PRATICA. CHE COSA PREVEDE, LINEE GUIDA PER ESSERE CONFORMI

OBIETTIVI

L'incontro si propone di fare il punto su cosa significa concretamente per l'azienda adottare gli obblighi che saranno apportati dal nuovo Regolamento Europeo. Come dovrà essere stilata la valutazione d'impatto sulla protezione dei dati, chi sarà e che obblighi ricadranno sulla nuova figura del Privacy Officer, l'obbligo di notificazione della violazione dei dati.

DESTINATARI

Titolari d'azienda, manager, responsabili di funzione, project manager, responsabili settore IT.

CONTENUTI

- Esame delle principali modifiche.
- Approfondimento sulla figura del privacy officer .
- Come preparare una corretta analisi d'impatto sulla protezione dei dati.
- Impatto concreto sull'asset aziendale.
- Le nuove tutele per alle aziende.

DOCENTE

Daniele Gombi - Consulente Privacy e Privacy Officer da TUV Italia (secondo la norma ISO/IEC 17024:2003); titolare dal 1991 di POLARIS INFORMATICA SRL; membro della consulta UNICT di Unione Industriali Parma, responsabile della commissione sicurezza.

DURATA E ORARI

4 ore - 9.00-13.00



AREA TECNICA

N. 111

SEDI E DATE

PIACENZA
20 e 27 aprile

REGGIO EMILIA
3 e 10 giugno

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

OLEODINAMICA: STRUTTURE BASE DEGLI IMPIANTI OLEODINAMICI

OBIETTIVI

Illustrare le basi per progettare un impianto oleodinamico: come leggerlo, imparare quale funzione hanno nello specifico i suoi diversi componenti, la nomenclatura, la simbologia ISO.

DESTINATARI

Tutti coloro che desiderano avere un'informazione generica di base, personale già addetto ai lavori, manutentori presso aziende produttive, personale impiegato nel settore e tutti coloro interessati ad affacciarsi al mondo sempre più vasto dell'oleodinamica, partendo da piccoli principi di fisica dei fluidi per poi addentrarsi sempre di più nello specifico della materia.

CONTENUTI

- Principi di base della fisica dei fluidi.
- Principi di base dei fluidi.
- Concetti di base della filtrazione.
- Filtri in aspirazione, in pressione e sul ritorno.
- Sistemi di filtraggio off-line.
- Scambiatori di calore.
- Caratteristiche costruttive e funzionali delle principali pompe.
- Tubazioni rigide e flessibili e relativa raccorderia.
- Rappresentazione schematica di un impianto oleodinamico e simbologie principali semplici.
- Principi di funzionamento delle valvole più comunemente usate e loro utilizzo negli impianti.
- Composizione caratteristica di un impianto oleodinamico.

DOCENTE

Carlo Maria Rozzi - Ingegnere esperto nello studio e realizzazione d'impianti oleodinamici. Collabora con la casa editrice Tecniche Nuove in qualità di consulente scientifico della rivista Oleodinamica Pneumatica, è ispettore presso la ECO Spa per la certificazione di rides ed amusements, ha partecipato alla redazione del testo italiano ed inglese L'Oleodinamica edito da AssoFluid.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 112

SEDI E DATE

PIACENZA

4 e 11 ottobre

REGGIO EMILIA

16 e 23 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

CORSO INTERMEDIO DI OLEODINAMICA: STRUMENTI PER UNA VALUTAZIONE TECNICO-OPERATIVA DELLE APPARECCHIATURE DI UN IMPIANTO

OBIETTIVI

Approfondire le conoscenze elementari e generiche dell'oleodinamica apprese mediante il corso base. Verranno forniti approfondimenti sulle diverse caratteristiche di ogni singolo componente e gli strumenti teorici per una buona valutazione tecnico operativa delle apparecchiature presenti o da introdurre in un impianto, tenendo considerati gli obiettivi da raggiungere.

DESTINATARI

Questo corso di II livello e' destinato a tecnici e progettisti sia nell'ambito meccanico che elettrico, nonché aspiranti progettisti di impianti oleodinamici o addetti ai banchi di collaudo; possono prendere parte al corso anche manutentori e quanti, in una struttura aziendale, sono interessati a migliorare le conoscenze sulle potenzialità degli impianti e delle apparecchiature oleodinamiche (assistenza clienti, ufficio acquisti, tecnico/commerciale).

CONTENUTI

- Principi della fisica dei fluidi e relativo comportamento in condizioni statiche-dinamiche, caratteristiche dei fluidi, perdite di carico.
- Dimensionamento delle utenze nel circuito (Kw).
- Lettura di uno schema d'impianto oleodinamico con individuazione dei diversi componenti e loro funzione nella logica dell'impianto.
- Pompe oleodinamiche: tipologie costruttive, caratteristiche funzionali e simbologie.
- Motori oleodinamici: tipologie costruttive, caratteristiche funzionali e simbologie.
- Le valvole di controllo e massima pressione, di bilanciamento e riduzione.
- Distributori di tipo diretto e pilotato, i differenti tipi di azionamento e le diverse caratteristiche costruttive.
- Valvole unidirezionali semplici e pilotate.
- Valvole regolatrici di portata nelle diverse caratteristiche costruttive e funzionali.

DOCENTE

Carlo Maria Rozzi - Ingegnere esperto nello studio e realizzazione d'impianti oleodinamici. Collabora con la casa editrice Tecniche Nuove in qualità di consulente scientifico della rivista Oleodinamica Pneumatica, è ispettore presso la ECO Spa per la certificazione di rides ed amusements, ha partecipato alla redazione del testo italiano ed inglese L'Oleodinamica edito da AssoFluid.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30 -13.00 e 14.00-17.30

N. 113

SEDI E DATE

PARMA
6 e 13 ottobre

REGGIO EMILIA
3 e 10 novembre

FERRARA
22 e 29 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

STUDIARE I METODI E I TEMPI DI LAVORAZIONE PER OTTIMIZZARE I RENDIMENTI PRODUTTIVI

OBIETTIVI

Lo studio scientifico del lavoro è uno strumento indispensabile per la realizzazione dei metodi e l'assegnazione dei tempi di lavorazione dei prodotti realizzati dall'azienda. La sua finalità è' determinare con assoluta certezza il costo del prodotto e individuare degli indicatori di efficienza in grado di segnalare le situazioni anomale, a cui fare seguire azioni di miglioramento. Obiettivo del corso è' fornire una conoscenza di base delle tecniche e degli strumenti di progettazione e definizione della struttura di un ciclo produttivo e le più efficienti tecniche di analisi e semplificazione del lavoro.

DESTINATARI

Responsabili e ruoli chiave dell'area produzione e programmazione della produzione, capi reparto.

CONTENUTI

- La funzione analisi metodi e tempi: significato, obiettivi, aree di intervento, risultati conseguibili, inquadramento nella struttura aziendale, collegamenti con le altre funzioni: produzione, qualità, contabilità industriale.
- Lo studio dei metodi lavorazione: analisi del procedimento; analisi dei movimenti e dei micromovimenti; principi di criticità e semplificazione del lavoro; definizione del metodo ottimale; introduzione alle 5 S.
- L'analisi dei tempi: determinazione del tempo standard; utilizzo dei tempi standard e relative tecniche di definizione; tabellazione dei tempi standard; determinazione del coefficiente di maggiorazione/fattore di riposo.
- Rendimenti di lavoro: concetto di rendimento; saturazione della manodopera degli impianti; lavorazioni abbinate.

DOCENTE

Giancarlo Mingozzi - Ingegnere e Consulente aziendale di direzione.

Per la sede di Reggio Emilia: Consulente senior esperto in Lean Organization della BPR GROUP SRL, società di consulenza direzionale ed industriale specializzata in Lean Thinking Innovazione, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività delle aziende.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**

3 e 10 maggio

PARMA

20 e 27 giugno

REGGIO EMILIA

14 e 21 giugno

MODENA

17 e 24 maggio

RAVENNA

18 e 25 ottobre

CESENA

22 e 29 marzo

RIMINI

8 e 15 novembre

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO****OBIETTIVI**

Mettere in grado il personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, di poter leggere ed interpretare un disegno tecnico e conoscere le principali normative UNI-ISO.

DESTINATARI

Personale e addetti alla produzione, operatori di macchine utensili, addetti al montaggio e magazzinaggio. Personale e addetti alla commercializzazione, ai contatti tecnici con clienti e distributori, manutentori.

Personale e addetti al controllo di qualità.

Conoscenze tecniche elementari e di base sono propedeutiche per la partecipazione al corso.

CONTENUTI

- Tecnica di rappresentazione grafica delle Proiezioni Ortogonali (sistema E e A).
- Viste e ribaltamenti.
- Sezioni tecniche.
- Graficismi: linee, riempimenti, simbologie.
- Sistema di quotatura unificato.
- Organizzazione delle tavole tecniche: assemblati, complessivi, gruppi, esplosi, particolari, cartigli.
- Errori dimensionali e errori geometrici.
- Metrologie e strumenti di misura per il controllo qualità del pezzo: calibri, micrometri, comparatori.
- Tolleranze e specifica delle tolleranze dimensionali.
- Rugosità.
- Esempi pratici di lettura dei disegni, confronto tra disegni e pezzi reali, esercizi.

DOCENTE

Paolo Bartoli - Ingegnere e docente di tecniche e tecnologie di rappresentazione grafica, disegno tecnico industriale, CAD 2D/3D.

Per la sede di Parma: Maurizio Rateo - Professore di fisica, elettronica ed informatica presso scuole secondarie superiori. Docente presso centri di formazione professionale nell'area tecnico-scientifica. Consulente aziendale per il settore di Automazione industriale. Energy manager presso alcune aziende dell'industria metalmeccanica.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 115

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
12 luglio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LETTURA ED INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO MECCANICO

OBIETTIVI

Mettere in grado il personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, di poter leggere ed interpretare un disegno tecnico meccanico e conoscere le principali normative UNI-ISO del settore.

DESTINATARI

Personale e addetti alla produzione, operatori di macchine utensili, addetti al montaggio e magazzinaggio. Personale e addetti alla commercializzazione, contatti tecnici con clienti, distributori e manutentori. Personale e addetti al controllo di qualità. Conoscenze elementari e di base del disegno tecnico sono propedeutiche per la partecipazione al corso.

CONTENUTI

- Tolleranze e specifica delle tolleranze dimensionali.
- Sistema ISO di accoppiamenti albero/mozzo.
- Rugosità' e specifica della rugosità.
- Tolleranze geometriche ISO.
- Organi di assemblaggio : chiodi, viterie, bullonerie, sistemi di bloccaggio.
- Organi di trasmissione del moto: alberi, chiavette e linguette, scanalati, giunti.
- Ruotismi e ruote dentate.
- Esempi pratici di lettura dei disegni; confronto tra disegni e pezzi reali; esercizi.

DOCENTE

Paolo Bartoli - Ingegnere e docente di tecniche e tecnologie di rappresentazione grafica, disegno tecnico industriale, CAD 2D/3D.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 116

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
27 settembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LETTURA ED INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO DI SALDATURA

OBIETTIVI

Mettere in grado il personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, di poter leggere ed interpretare un disegno tecnico meccanico-carpenteristico di saldature e conoscere le nuove simbologie normative.

DESTINATARI

Personale e addetti alla produzione di reparti di saldatura, operatori e saldatori, controllori di qualità. Conoscenze elementari e di base del disegno tecnico sono propedeutiche per la partecipazione al corso.

CONTENUTI

- Processi di saldatura (UNI 1307).
- Giunti, punti, cordoni.
- Rappresentazione schematica (UNI 1310).
- Quotatura della saldatura e delle strutture.
- Terminologia delle preparazioni (UNI 11001).
- Esempi pratici di lettura dei disegni, confronto tra disegni e pezzi reali, esercizi.

DOCENTE

Paolo Bartoli - Ingegnere e docente di tecniche e tecnologie di rappresentazione grafica, disegno tecnico industriale, CAD 2D/3D.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 117

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
11 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LETTURA ED INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO MECCANO-PLASTICO

OBIETTIVI

Mettere in grado il personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, di poter leggere ed interpretare un disegno tecnico di stampi e attrezzature nel settore meccano-plastico secondo normative internazionali vigenti.

DESTINATARI

Personale e addetti alla produzione, addetti allo stampaggio plastico, attrezzisti e installatori, magazzino. Personale e addetti alla commercializzazione, contatti tecnici con clienti, distributori, manutentori. Personale e addetti al controllo di qualità. Conoscenze elementari e di base del disegno tecnico sono propedeutiche per la partecipazione al corso.

CONTENUTI

- Tolleranze e specifica delle tolleranze dimensionali.
- Rugosità e sistema ISO delle tolleranze.
- Tolleranze geometriche ISO.
- Elementi di fabbricazione stampi (componenti ed elementi normalizzati).
- Disegno di attrezzature meccaniche, oleodinamiche, pneumatiche.
- Attrezzature complementari (attrezzature di supporto allo stampaggio: centraline, ecc. ...).
- Esempi pratici di lettura dei disegni; confronto tra disegni e pezzi reali; esercizi.

DOCENTE

Paolo Bartoli - Ingegnere e docente di tecniche e tecnologie di rappresentazione grafica, disegno tecnico industriale, CAD 2D/3D.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 118

SEDI E DATE

PIACENZA
11 novembre

PARMA
25 novembre

REGGIO EMILIA
18 novembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

ELETTRONICA DI BASE E SVILUPPO INNOVATIVO

OBIETTIVI

Illustrare i concetti fondamentali dell'elettronica digitale. Si apprenderanno le principali caratteristiche dei componenti e dei circuiti più' utilizzati, per una migliore comprensione tecnica dell'utilizzo, della manutenzione, della programmazione di apparati elettronici.

DESTINATARI

Programmatori di macchinari, tecnici di manutenzione, capi reparto ed elettricisti, acquisitori e tecnici di produzione che operano nel settore elettrico/elettronico.

CONTENUTI

- Basi di elettrotecnica: tensione e corrente, continua ed alternata.
- Fondamenti di teoria dei circuiti.
- Componenti di base utilizzati in elettrotecnica; componenti passivi: condensatori, resistenze, codice colore delle resistenze.
- Dispositivi a semiconduttore: diodi, transistor, principio di funzionamento, curve di lavoro e applicazioni.
- Dispositivi complessi: amplificatori operazionali, circuiti integrati.
- Elettronica di potenza: SCR, thyristor e IGBT, principio di funzionamento e applicazioni.
- Concetti fondamentali dell'elettronica digitale: logica booleana, porte logiche AND-OR-NOT, sistema di numerazione binari, codifica BCD.
- Dall'elettronica all'elettronica programmabile: circuiti elettronici con micro-controllori, FPGA, elettronica industriale, PLC.

DOCENTE

Nicola Carpanoni - Ingegnere e docente/consulente aziendale in materie tecniche.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 119

SEDI E DATE

PIACENZA
2 dicembre

REGGIO EMILIA
16 dicembre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MOTORI ELETTRICI E AZIONAMENTI NELLE APPLICAZIONI MECCATRONICHE

OBIETTIVI

Studiare l'applicazione di motori elettrici e relative schede di controllo per movimentare gli organi di una macchina automatica, esaminando in dettaglio sia gli aspetti della scelta che i calcoli di dimensionamento in funzione dei carichi, del ciclo di lavoro, delle esigenze di pilotaggio e regolazione, della performance richiesta e del budget economico.

DESTINATARI

Tecnici di aziende costruttrici di macchine, progettisti meccanici, disegnatori elettrici, programmatori di macchine automatiche o CNC, tecnici di avviamento e di customer service.

CONTENUTI

- Tipologie di azionamenti elettrici (motori asincroni diretti e con inverter, brushless, stepper, corrente continua), vantaggi e svantaggi di ognuno, aree tipiche di utilizzo.
- Criteri di dimensionamento di motori e azionamenti, in particolare motori AC con inverter e servo brushless: regime di velocità, coppia nominale e di picco, tipo di servizio continuo/intermittente, rapporto inerziale carico/motore.
- Tecniche di calcolo ed esercizi.
- Pilotaggio del servo azionamento, vari tipi di controllo possibili, vantaggi e svantaggi.
- Possibili problemi in campo: errori di dimensionamento, problemi di controllo e di banda passante, problemi di disturbi.
- Riduttori epicicloidali e cenni sulle altre tipologie di riduttori, criteri di scelta e di dimensionamento.
- Cenni sui principali cinematismi utilizzati (viti a ricircolo, moduli a cinghia, pignone/cremagliera), problemi applicativi e di dimensionamento.
- Motori torque e lineari.
- Esempi ed esercizi.

DOCENTE

Nicola Carpanoni - Ingegnere e docente/consulente aziendale in materie tecniche.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 120

SEDI E DATE

PIACENZA
6 giugno

REGGIO EMILIA
5 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA SCHEDA DI AUTOCONTROLLO COME STRUMENTO PRINCIPALE DI CONTROLLO DEL PROCESSO

OBIETTIVI

Fornire approfondimenti sulle tecniche di controllo del processo mediante uno strumento efficace come la scheda di autocontrollo del processo. Configurazione della scheda di controllo, dedicata ad ogni tipo di componente in produzione, per ottenere un processo costante ed affidabile, mediante il coinvolgimento e la responsabilizzazione degli operatori.

DESTINATARI

Responsabili e tecnici della qualità, responsabili di produzione, ufficio tecnico di produzione.

CONTENUTI

- Introduzione generale sul processo di lavorazione costante ed affidabile.
- L'analisi delle difettosità conosciute.
- I criteri per configurare la scheda di autocontrollo del processo.
- La formazione del personale per la compilazione della scheda.
- Gli strumenti di misura necessari.
- La rintracciabilità del materiale controllato, legato alla scheda stessa.
- L'Ente Qualità, non come controllore del processo, ma come ispettore del processo.
- L'analisi delle schede di autocontrollo.
- L'analisi dei dati dei test tecnologici, derivanti dal controllo del processo, per un più corretto posizionamento delle tolleranze in collaborazione con ufficio tecnico.
- Gli allarmi generati delle schede di autocontrollo.
- Le azioni correttive.

DOCENTE

Lauro Marmioli - Consulente e formatore aziendale in materie tecniche ed organizzative, MTADVISING SAS.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 121

SEDI E DATE

PIACENZA
14, 21 e 28 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA PROGETTAZIONE MECCANICA CON AUTODESK PRODUCT DESIGN SUITE INVENTOR, PER CHI PROGETTA NELL'ERA DELLA CONNESSIONE

OBIETTIVI

Il corso è finalizzato a fornire competenze tecniche per acquisire i principi fondamentali della modellazione tridimensionale e realizzare un modello 3D parametrico sia di parte che di assieme, con relativa messa in tavola 2D completa secondo normativa ISO. Il partecipante sarà in grado di comprendere il valore e i vantaggi tecnici di Autodesk Inventor, consentendo di progettare, visualizzare e simulare i prodotti prima che siano effettivamente realizzati. Andare oltre il 3D con il Digital Prototyping di Autodesk.

DESTINATARI

Il corso è indirizzato a chi intende acquisire le conoscenze di base su Autodesk Inventor.

Progettisti, disegnatori meccanici e a tutti gli operatori nel settore manifatturiero che desiderano conoscere/aggiornarsi sulla soluzione leader di prototipazione digitale 3D.

Prerequisiti: utilizzo di Microsoft Windows.

CONTENUTI

- Introduzione: ambienti di lavoro (parte, disegno, assieme, presentazione, lamiera, saldatura); file di progetto .ipj; norme e standard di disegno; approccio logico alla progettazione 3D.
- Interfaccia grafica: browser; utilizzo dell'interfaccia utente, della barra multifunzione, del menu dell'applicazione, della barra degli strumenti accesso rapido; operazioni con le descrizioni comandi avanzate; utilizzo della barra di navigazione.
- Creazione schizzi: primitive geometriche; vincoli e parametri (geometrici e dimensionali); comandi di modifica schizzo; importazione di disegni di AutoCAD; gestione dei Blocchi di schizzo.
- Lavorazioni 3D: concetto di lavorazione 3D; creazione di solidi; lavorazioni di base (estrusione, rivoluzione, svuotamento); modifica delle lavorazioni; multi corpo parte e lamiera; lavorazioni avanzate (loft, sweep, elicoide); strumenti di supporto per la creazione di lavorazioni: punti, assi e piani; funzioni applicate alle lavorazioni 3D: serie, sformo, specchio; creazione di parti a più corpi.
- Messa in tavola: ambiente di disegno; strumenti di disegno e cosmesi tavola; sssociatività tra modello e disegno; creazione e gestione delle viste; distinta, pallinatura e lista parti.
- Assiemi: creazione e posizionamento di componenti; vincoli 3D e gradi di libertà; gestione delle viste, dei componenti e dei vincoli; rappresentazioni di visualizzazione.
- Presentazioni: creazione viste di assieme; posizionamento componenti in una vista; generazione di esplosi; sequenze di animazione; creazione filmati.
- Ambiente preparazione stampa 3D CLOUD/app mobile; A360; APP Autodesk360; Mockup360; Fusion360.

DOCENTE

Stefano Martinelli - Formatore e consulente con pluriennale esperienza nel mondo manifatturiero.

Responsabile Filiale NKE di Piacenza, Negroni Key Engineering, Platinum Partner Autodesk, società leader di mercato sia nella fornitura di soluzioni CAD ad alto contenuto tecnologico per le aziende, sia nell'implementazione di completi progetti PLM in grado di ottimizzare l'intero ciclo di produzione delle moderne aziende manifatturiere.

DURATA E ORARI

21 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 122

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
13 ottobre

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

IL CONTROLLO STATISTICO NELLA QUALITÀ E LA CAPACITÀ DI PROCESSO

OBIETTIVI

L'applicazione del controllo statistico sul processo produttivo in ambito qualitativo, le carte di controllo più comunemente utilizzate e la definizione degli indici Cp e Cpk.

DESTINATARI

Responsabili e addetti qualità, responsabili e addetti produzione.

CONTENUTI

- Il processo produttivo in stato di controllo statistico.
- Le carte di controllo per variabili.
- La capacità di processo.
- Gli indici Cp e Cpk.
- Elementi per la conduzione di uno studio di capacità preliminare e di capacità corrente di processo.

DOCENTE

Anna Maria Cappa - Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 - ISO/TS 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001).

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE**PIACENZA**
7 giugno**REGGIO EMILIA**
12 luglio**FERRARA**
29 settembre**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7**FMEA: LA PREVENZIONE DEI DIFETTI****OBIETTIVI**

La prevenzione dei difetti, in fase di produzione e prima ancora di progettazione, rappresenta uno strumento importante per l'azienda che desidera ridurre a monte i costi della non qualità. La FMEA è un efficace strumento di analisi preventiva dei difetti, particolarmente diffusa nel settore automotive, ma che, se correttamente applicata, può dare risultati tangibili in qualsiasi attività manifatturiera. Il corso fornisce le basi per l'applicazione in azienda della metodologia FMEA.

DESTINATARI

Responsabili e addetti qualità, responsabili e addetti produzione, responsabili e addetti ufficio tecnico.

CONTENUTI

- Le basi della FMEA, l'approccio organizzativo ed il team per la conduzione delle riunioni FMEA, i passi per l'analisi FMEA: dalla raccolta dei dati preliminari all'attuazione delle azioni preventive.
- La FMEA di processo: la FMEA come strumento per prevenire gli errori derivanti dal processo produttivo: esempi ed esercitazioni.
- La FMEA di progetto: la FMEA come strumento per prevenire gli errori derivanti dalla progettazione: esempi ed esercitazioni.
- L'applicazione della FMEA a settori diversi dall'automotive: esempi di applicazione della FMEA ad alcune tipologie di aziende manifatturiere.

DOCENTE

Anna Maria Cappa - Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 - ISO/TS 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001).

Per la sede di Ferrara: Stefano Vidoni - Ingegnere CMC (Certified Management Consultant) - Strategie d'impresa; Progettazione di Start-up; Cluster manager.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
25 febbraio

RAVENNA
16 febbraio

CESENA
26 aprile

RIMINI
19 aprile

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

PROBLEM SOLVING DI MANUTENZIONE

OBIETTIVI

Conoscere gli strumenti di problem solving applicabili alla manutenzione al fine di:

- Sviluppare la capacità di eliminare i guasti alla fonte
- Impostare un metodo logico/analitico di ricerca guasti (troubleshooting)
- Impostare procedure di soluzione delle cause di guasto

DESTINATARI

Manager di produzione e manutenzione, ingegneri di manutenzione e affidabilità

CONTENUTI

Definizione dei meccanismi di guasto

- Le tipologie ed i meccanismi di guasto.
- Definizione degli agenti base dei guasti.
- Disponibilità ed indicatori tecnici (kpi).

Troubleshooting: metodi specifici

- Tabelle di ricerca guasto.
- Lo schema effetto-causa-rimedio.
- Definizione delle procedure di troubleshooting.

Troubleshooting: metodo generale

- PDCA e Principi del problem solving.
- Metodo generale in 7 passi.
- Tabella cronologica (linea tempo).
- Principio di Pareto.
- Metodo 5W+H.

Root Cause Analysis

- L'analisi RCA (ricerca delle cause alla radice di un guasto).
- Il metodo dei 5 perché.
- Diagramma causa-effetto di Ishikawa.
- Scheda di sintesi A3 Toyota.

DOCENTE

Paolo Stefanini - Ingegnere della MANUTENZIONET SAS.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 125

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
20 febbraio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

MAINTENANCE ASSESSMENT AUTODIAGNOSI DEL PROCESSO MANUTENZIONE

OBIETTIVI

Valutare lo stato dell'arte tecnico-organizzativa della manutenzione.

Mettere in evidenza e valutare i potenziali spazi di miglioramento.

Individuare i punti di forza e gli strumenti operativi.

Formulare un percorso di cambiamento verso il modello individuato, che combini soluzioni immediate con risultati di medio e lungo periodo.

DESTINATARI

Direttori di stabilimento, direttori tecnici, responsabile di manutenzione, ingegneri e tecnici di manutenzione.

CONTENUTI

- Valutazione
- Presentazione dei contenuti e degli obiettivi delle norme UNI di riferimento utilizzate nel questionario.
- Compilazione check-list di autovalutazione e valutazione dei risultati nei seguenti processi:
 - PROGETTAZIONE: coerenza con norma UNI 10366.
 - ORGANIZZAZIONE: coerenza con norma UNI 10224.
 - INGEGNERIA: coerenza con norme UNI 10224.
 - PIANIFICAZIONE: coerenza con norme UNI 10224.
 - GESTIONE LAVORI: coerenza con norma UNI 10224.
 - RICAMBI: coerenza con norma UNI 10749.
 - BUDGET : coerenza con norma UNI 10992.
 - MIGLIORAMENTO E KPI: coerenza con norma UNI 15341.
- Analisi del risultato della check-list di autodiagnosi
- Formalizzazione del piano di miglioramento

DOCENTE

Paolo Stefanini - Ingegnere della MANUTENZIONET SAS.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

N. 126

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
5 maggio

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

RCM CONCETTI DI MANUTENZIONE AFFIDABILISTICA

OBIETTIVI

Conoscere gli elementi caratteristici dell'approccio RCM e applicare un piano d'implementazione delle politiche RCM.

DESTINATARI

Direttori di stabilimento, direttori tecnici, responsabile di manutenzione, ingegnere di manutenzione.

CONTENUTI

I fondamenti della RCM

- RCM: cos'è e come applicarla in ambiente industriale.
- Le 7 domande chiave.
- I risultati conseguibili e la quantificazione dei vantaggi.

Le attività e i guasti

- Descrivere le attività e le performances standard.
- Classificare i guasti e le conseguenze.
- L'influenza del tempo e dell'usura nel verificarsi del guasto.

Lo strumento di analisi: FMECA

La RCM e le politiche di manutenzione

- Complementarità tra RCM e Total Productive Maintenance.

DOCENTE

Paolo Stefanini - Ingegnere della MANUTENZIONET SAS.

DURATA E ORARI

7 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA
3 e 10 marzo

**ISCRIZIONE
E QUOTA DI
PARTECIPAZIONE**

Vedi le modalità
alle pagine 6 e 7

LA GESTIONE DELL'ACQUISTO DI IMPIANTI INDUSTRIALI

OBIETTIVI

Le scelte fatte relativamente all'acquisto di impianti hanno un forte impatto sulle performances industriali; è quindi fondamentale sostenere con competenze adeguate le scelte di nuovi impianti industriali.

Il corso ha l'obiettivo di fornire gli strumenti per impostare e gestire efficacemente i progetti di sviluppo ed acquisto impianti necessari alla realizzazione dei nuovi prodotti o a miglioramento degli esistenti e, inoltre, di fare apprendere la metodologia per individuare le scelte strategiche e operative più idonee per una gestione efficace nell'ambito dell'acquisto impianti.

DESTINATARI

Responsabili Acquisti, industrializzatori, responsabili di reparto, responsabili e tecnici di gestione di unità produttive.

METODOLOGIA

Il corso prevede una parte dedicata ai contenuti teorici affiancata da una parte operativa tramite lo studio e lo sviluppo dei molteplici casi aziendali sviluppati presso i clienti BPR.

DOCENTE

Formazione teorica

- Il ruolo, gli obiettivi e le competenze dell'acquirente di impianti.
- La definizione di nuovi impianti in base ai requisiti tecnologici necessari.
- Il team interfunzionale di acquisto: integrazione, leadership e comunicazione all'interno di un team integrato.
- Come il Lean Manufacturing influisce sulle scelte di acquisto.
- I fattori tecnici ed economici determinanti nella scelta dell'impianto.
- La valutazione preventiva dei fornitori: parametri, indicatori e pesi di valutazione.
- Il controllo dei tempi e dei costi del progetto.
- Analisi dell'investimento: calcolo del ROI.
- Leve per la realizzazione di Cost Saving.
- La gestione della trattativa con il fornitore.
- Le Condizioni Generali di Acquisto.
- Come redigere il contratto di fornitura.
- Le voci del contratto di fornitura: documentazione, installazione, collaudo, manutenzione, ricambi, training, penali, controversie e garanzie.

Esercitazioni. Illustrazione e discussione di casi aziendali.

Il corso è integrabile con la giornata di SUPPORTO OPERATIVO in azienda, occasione per mettere in campo con l'affiancamento del consulente quanto appreso durante la formazione teorica.

DOCENTE

Consulente senior esperto in Lean Organization della BPR GROUP SRL, società di consulenza direzionale ed industriale specializzata in Lean Thinking Innovazione, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività delle aziende.

DURATA E ORARI

14 ore - 9.30-13.00 e 14.00-17.30

**SEDE DI PIACENZA**

FOR.P.IN. s.c.a r.l.
Viale S. Ambrogio n. 23 - 29121 - Piacenza (PC)
Tel. 0523 307411 - Fax 0523 307417 - forpin@forpin.it

SEDE DI PARMA

Cisita Parma srl
Borgo Girolamo Cantelli n. 5 - 43121 - Parma (PR)
Tel. 0521 226500 - Fax 0521 226501 - cisita@cisita.parma.it

SEDE DI REGGIO EMILIA

CIS s.cons.r.l.
Via Aristotele n. 109 - 42122 - Reggio Emilia (RE)
Tel. 0522 232911 - Fax 0522 232990 - info@cis-formazione.it

SEDE DI MODENA

Nuova Didactica s.c.a r.l.
Corso Camillo Benso Cavour n. 56 - 41121 - Modena (MO)
Tel. 059 247911 - Fax 059 247900 - segreteriacorsi@nuovadidactica.it

SEDE DI FERRARA

Centoform srl
Via Nino Bixio n. 11 - 44042 - Cento (FE)
Tel. 051 6830470 - Fax 051 6853262 - centoform@centoform.it

SEDE DI RAVENNA

Il Sestante srl
Via Barbiani n. 8 /10 - 48121 - Ravenna (RA)
Tel. 0544 210444 - Fax 0544 34565 - sestante@confindustriaravenna.it

SEDE DI CESENA

Assoform Rimini Forli-Cesena
Via Ravennate n. 959 - 47521 - Cesena (FC)
Tel. 0547 632358 - Fax 0547 632307 - cesena@assoform.rnfc.it

SEDE DI RIMINI

Assoform Rimini Forli-Cesena
Sede principale: P.zza Cavour n. 4 - 47921 - Rimini (RN)
Tel. 0541 52041 - Fax 0541 439906 - rimini@assoform.rnfc.it
Sede aule: via IV Novembre n. 37 - 47921 - Rimini (RN)
Tel. 0541 57411 - 57515 - Fax 0541 782068 - rimini@assoform.rnfc.it

FORMINDUSTRIA EMILIA ROMAGNA S.C.A R.L.

Via Ferruccio Parri n. 31 - 40128 - Bologna (BO)
Tel. 051 6449194 - Fax 051 3396869 - info@formindustria.it

