

2024

La formazione che lascia il segno

CATALOGO CORSI



Formindustria Emilia-Romagna

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

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 sviluppo e crescita dell'economia, indispensabili per far fronte alla più grande crisi strutturale, economica e finanziaria degli ultimi 50 anni.

Formindustria Emilia-Romagna,

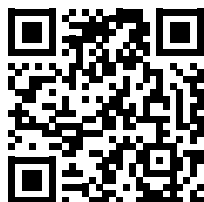
che fa della cultura e della formazione aziendale il proprio scopo, unendo tutte le eccellenze formative del territorio, ha realizzato una proposta formativa innovativa per il 2024, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2024,

progettata 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.

Tra nuovi corsi e proposte formative più consolidate, in presenza o a "distanza" (modalità online sincrona) l'offerta formativa del 2024 traccia scenari di sviluppo delle professionalità che consentano di anticipare contesti futuri e rafforzare la crescita.

Il Presidente
Stefano Gismondi



DAL 1987 FORMIAMO IL FUTURO

Cisita Parma è la Società per la formazione e lo sviluppo aziendale di Unione Parmense degli Industriali (UPI) e Gruppo Imprese Artigiane (GIA). Vantiamo un'esperienza di oltre trent'anni nell'essere al fianco delle imprese del nostro territorio per contribuire all'innovazione, allo sviluppo aziendale e nel supportare i diversi aspetti della gestione e valorizzazione delle risorse umane. Questa profonda integrazione con il tessuto industriale è alla base del nostro lavoro, sviluppato in stretta e costante collaborazione con Enti Pubblici, Università, centri di ricerca e altri partner nazionali e internazionali. Un impegno quotidiano che ci consente di offrire iniziative formative e servizi concreti, al passo con i tempi e 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 ISO 9001:2015, 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).

I servizi che offriamo vanno dall'assistenza e consulenza personalizzata per l'analisi dei fabbisogni formativi e la progettazione di interventi ad hoc per la singola realtà aziendale, alla realizzazione di corsi di aggiornamento, specializzazione e riqualificazione per tutti i profili e funzioni aziendali.

Sviluppiamo percorsi formativi finanziati dedicati a giovani e a chi cerca lavoro (ITS, IFTS, formazione superiore post-diploma e post-laurea), offrendo inoltre consulenza relativa al contratto di apprendistato e servizi di attivazione in azienda di percorsi di stage e tirocini formativi.

Un importante filone di attività è quello che riguarda i servizi relativi ai finanziamenti per le Aziende, spaziando dai canali più consolidati legati alla formazione strettamente intesa (Fondo Sociale Europeo, Fondimpresa, Fondirigenti), fino ad altre fonti di finanziamento destinate a supportare le imprese nei loro progetti di sviluppo (innovazione di processo e di prodotto, sviluppo dei mercati esteri, ICT, solo per citarne alcuni), con particolare attenzione alle competenze necessarie per governare sia la transizione ecologica sia quella digitale.



CATALOGO REGIONALE

FORMINDUSTRIA

- **OLTRE 2500 ORE** DI FORMAZIONE EROGATE

- **OLTRE 3000 PERSONE** FORMATE

- INDICE DI **GRADIMENTO** MEDIO DEI DOCENTI OLTRE L'80%

- ALTA **INTERAZIONE** TRA DOCENTI E PARTECIPANTI

- **10 AREE AZIENDALI** INTERESSATE DAI CORSI DEL CATALOGO REGIONALE FORMINDUSTRIA

- **SCONTISTICA** RISERVATA AD AZIENDE ASSOCIATE UPI E GIA



COME PARTECIPARE AI CORSI DEL NOSTRO CATALOGO

ADESIONE AL CORSO

Per partecipare a un corso è necessario, almeno 5 giorni prima dell'avvio, compilare e spedire la scheda d'iscrizione.

In caso di annullamento o di slittamento della data di avvio, comunicheremo tempestivamente le variazioni. Si ricorda che le Aziende che iscrivono due o più persone a uno stesso corso beneficiano di uno sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione. Solo per le aziende associate UPI/GIA, è prevista la sosta gratuita al parcheggio "Goito".

ANNULLAMENTO DELL'ISCRIZIONE

La rinuncia o l'impossibilità a partecipare, da comunicare via email alla referente del corso, è soggetta alle seguenti condizioni:

- 5 giorni lavorativi prima dell'inizio del corso, iscrizione annullata gratuitamente
- 3 giorni lavorativi prima dell'inizio del corso, verrà fatturato il 50% della quota d'iscrizione
- oltre i termini precedentemente riportati, verrà fatturato l'intero ammontare della quota

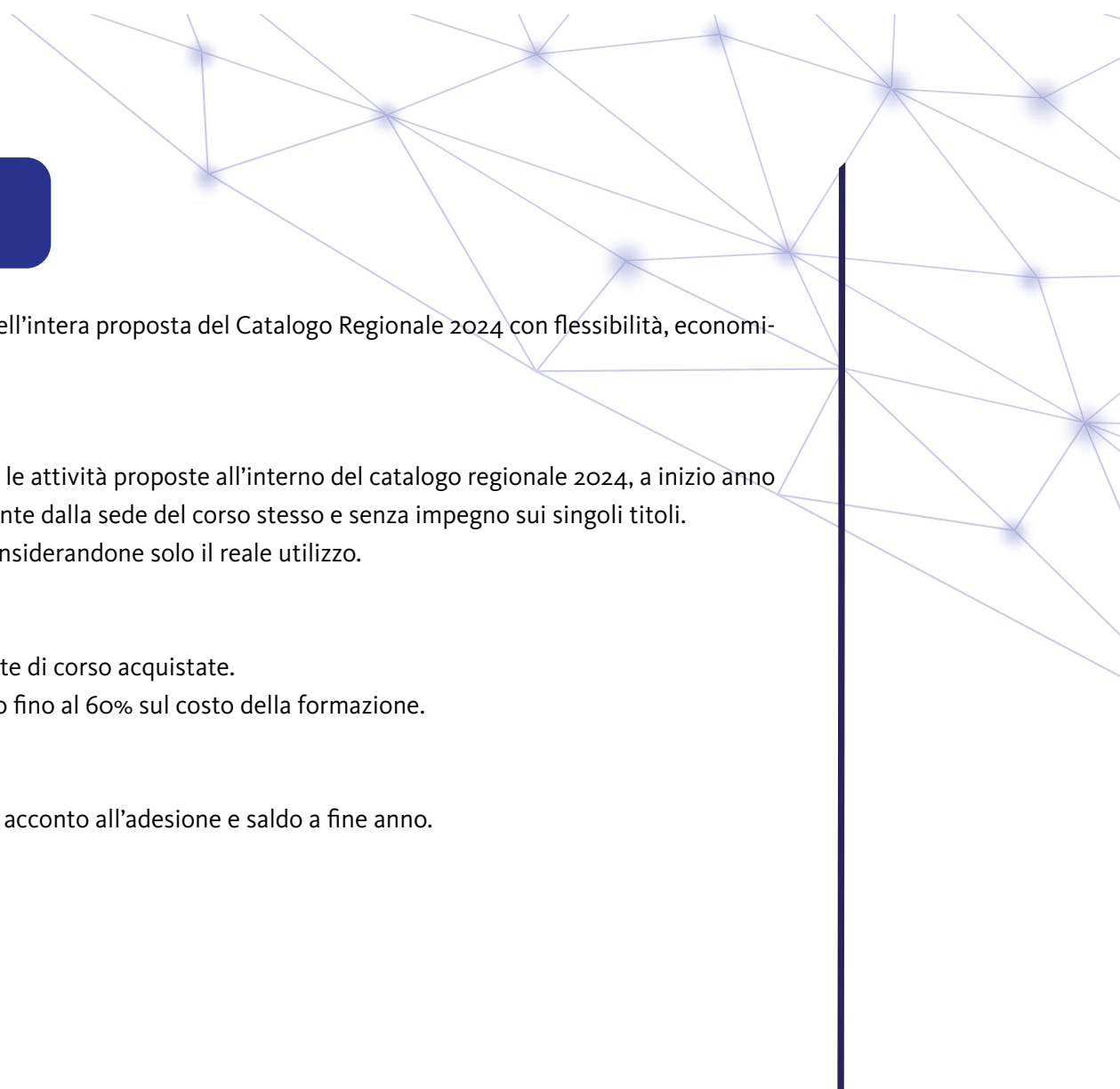
Si ricorda che è sempre possibile sostituire il/la partecipante con almeno un giorno di preavviso.

MODALITÀ DI PAGAMENTO E FATTURAZIONE

Il pagamento dovrà essere anticipato e avvenire tramite bonifico bancario a seguito della conferma (tramite email) dell'avvio del corso. La frequenza al corso sarà possibile solo dando evidenza dell'avvenuto pagamento. La fattura sarà emessa dopo l'avvio del corso (tranne nei casi di pass).

Scopri tutti i vantaggi di
CISITA PASS 2024





CISITA PASS 2024

Cisita Pass è lo strumento che permette di usufruire dell'intera proposta del Catalogo Regionale 2024 con flessibilità, economicità e semplicità gestionale.

FLESSIBILITÀ

L'azienda è libera di scegliere titoli di suo interesse tra le attività proposte all'interno del catalogo regionale 2024, a inizio anno oppure nel corso dei mesi successivi, indipendentemente dalla sede del corso stesso e senza impegno sui singoli titoli.

Il costo del Cisita Pass verrà calcolato a consuntivo considerandone solo il reale utilizzo.

ECONOMICITÀ

Consente all'azienda di ottimizzare i costi delle giornate di corso acquistate.

Le aziende che sottoscrivono il Cisita Pass risparmiano fino al 60% sul costo della formazione.

SEMPLICITÀ

L'impegno amministrativo si riduce a due sole fatture: acconto all'adesione e saldo a fine anno.

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**, **Fondirigenti** e **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.

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

N. 1 – Collegare le macchine industriali ad internet in modo sicuro ed affidabile	pag. 12
N. 2 – Collaborazione digitale: strumenti e strategie	pag. 13
N. 3 – Intelligenza Artificiale nel digital marketing	pag. 14
N. 4 – Prototipazione rapida - Ideazione e prototipazione rapida di servizi a valore aggiunto per la manifattura	pag. 15

SOSTENIBILITÀ

N. 5 – Certificare la sostenibilità	pag. 17
N. 6 – La sostenibilità è un percorso: ESG e Sustainable development goals, nuove sfide e opportunità per le imprese	pag. 18
N. 7 – Come strutturare la reportistica e la comunicazione della sostenibilità	pag. 19
N. 8 – Economia circolare in azienda	pag. 20
N. 9 – Gestione dei rifiuti in azienda	pag. 21

SOFT SKILLS

N. 10 – Diversity e inclusion - La crescita inclusiva aziendale attraverso l'unicità e diversità di ogni individuo	pag. 23
N. 11 – Networking: creare un eccellente clima aziendale. Come aumentare la collaborazione tra colleghi	pag. 24
N. 12 – Costruire e promuovere il senso di appartenenza all'identità aziendale	pag. 25
N. 13 – Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	pag. 26
N. 14 – Trasformare contese e contrasti in accordi e soluzioni	pag. 27
N. 15 – Gestione del tempo e dello stress	pag. 28
N. 16 – Infobesity: gestire il sovraccarico informativo	pag. 29
N. 17 – Problem solving - Affrontare i problemi con metodo e motivazione	pag. 30
N. 18 – Processi decisionali efficaci	pag. 31
N. 19 – Il feedback come leva di miglioramento e crescita per la propria organizzazione	pag. 32
N. 20 – La voce carismatica	pag. 33
N. 21 – La comunicazione come strategia di efficacia individuale e organizzativa	pag. 34

MANAGEMENT TOOLS

N. 22 – Il responsabile di funzione e la gestione dei collaboratori	pag. 36
N. 23 – Il mestiere di capo reparto	pag. 37
N. 24 – Motivare e gestire il team	pag. 38
N. 25 – Leadership supportiva e umanista nell'era del caos	pag. 39

MANAGEMENT TOOLS

N. 26 – Fondamenti di project management per gestire progetti di successo	pag. 40
N. 27 – Il time management e la negoziazione per una maggiore efficienza organizzativa	pag. 41
N. 28 – Il metodo S.C.O.R.E. per affrontare e risolvere i problemi in ottica strategica	pag. 42
N. 29 – Come trasformare il responsabile amministrativo in controller	pag. 43
N. 30 – Il business plan: strumento per rappresentare il piano strategico di un'azienda	pag. 44
N. 31 – Come fissare i prezzi di vendita	pag. 45
N. 32 – Saper leggere il bilancio in ottica strategica	pag. 46

CORSI FUNZIONALI LEGALE E FISCALE

N. 33 – Incoterms® 2020 ICC	pag. 49
N. 34 – Futuro dei modelli Intrastat	pag. 50
N. 35 – Fiscalità internazionale	pag. 51
N. 36 – La gestione ottimale delle pratiche doganali nelle operazioni di import export. Reati doganali: come evitarli e come difendersi	pag. 52
N. 37 – Origine delle merci	pag. 53
N. 38 – Rex e esportatore autorizzato: vantaggi operativi	pag. 54
N. 39 – “Prove di avvenuta esportazione extraUe” VS. “Prove di avvenuta cessione intraUe”	pag. 55
N. 40 – La bolletta doganale diventa elettronica: dalla digitalizzazione ai nuovi processi di compliance doganale	pag. 56
N. 41 – La gestione dei pagamenti internazionali	pag. 57
N. 42 – La riduzione dei rischi e dei costi nei trasporti e spedizioni internazionali	pag. 58
N. 43 – Contrattualistica internazionale	pag. 59
N. 44 – Blockchain, Big Data, Smart Contract, Token, Criptovalute, Intelligenza Artificiale: quali sono gli aspetti legali?	pag. 60
N. 45 – Come rendere efficaci gli Audit Interni (in presenza e da remoto) per monitorare ed avviare piani di miglioramento	pag. 61
N. 46 – Come sviluppare le procedure interne sul tema del whistleblowing	pag. 62
N. 47 – GDPR privacy e cybersecurity	pag. 63

CORSI FUNZIONALI AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

N. 48 – Adeguati assetti organizzativi, amministrativi e contabili: compliance normativa e opportunità per le imprese	pag. 65
N. 49 – Controllo di gestione	pag. 66
N. 50 – Contabilità - Livello base	pag. 67
N. 51 – La contabilità analitica come strumento di valutazione. Dai centri di costo alla valutazione delle Business Unit aziendali	pag. 68

CORSI FUNZIONALI AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

N. 52 – Recupero crediti: come tutelarsi dai mancati pagamenti	pag. 69
N. 53 – Finanza d'azienda: analisi della liquidità e valutazione degli investimenti	pag. 70
N. 54 – Il magazzino fiscale e la valutazione delle rimanenze	pag. 71
N. 55 – Buste paga - Livello base	pag. 72
N. 56 – Buste paga - Livello avanzato	pag. 73

CORSI FUNZIONALI OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

N. 57 – Programmazione della produzione in funzione della domanda	pag. 75
N. 58 – Digital supply chain	pag. 76
N. 59 – Produzione industriale “Lean” e digitalizzazione	pag. 77
N. 60 – Riorganizzare il magazzino per incrementare le vendite	pag. 78
N. 61 – Magazzino fisico e digitale con organizzazione “Lean”	pag. 79
N. 62 – Le scorte servono ancora? Chiedilo ai clienti in attesa delle consegne	pag. 80
N. 63 – Cacciatori di sprechi (MUDA HUNTING). Mentalità e modalità di sostenimento del pensiero snello	pag. 81
N. 64 – Vendor Rating: selezionare e valutare i Fornitori in modo efficace ed efficiente	pag. 82
N. 65 – Come riorganizzare gli acquisti in funzione dell'andamento del mercato	pag. 83
N. 66 – La trattativa d'acquisto	pag. 84

CORSI FUNZIONALI RISORSE UMANE

N. 67 – La valutazione delle risorse umane: riconoscere e valorizzare competenze, prestazioni e potenziale	pag. 86
N. 68 – Talent management	pag. 87
N. 69 – Recruiting: tecniche e strumenti di ricerca e selezione del personale	pag. 88
N. 70 – Economics di base e KPI'S per HR manager	pag. 89
N. 71 – Welfare aziendale, premi di produttività e smart working. Nozioni base e operative	pag. 90
N. 72 – Strategie di innovazione e coinvolgimento attivo	pag. 91

CORSI FUNZIONALI COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

N. 73 – Strategie e tecniche per fidelizzare i clienti	pag. 93
N. 74 – Tecniche e strategie di negoziazione nell'epoca digitale	pag. 94
N. 75 – Il back office come supporto alle vendite	pag. 95
N. 76 – Vendere di più con l'intelligenza emotiva: la relazione	pag. 96
N. 77 – Vinci la sfida del prezzo: le tecniche per presentare il valore e superare le obiezioni	pag. 97

CORSI FUNZIONALI COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

N. 78 – Argomentare per persuadere: come gestire le resistenze dei clienti e ottenere la chiusura desiderata	pag. 98
N. 79 – Tecniche, strategie e metodi migliori per eccellere nel customer care	pag. 99
N. 80 – Marketing strategy: analisi efficace per una strategia vincente	pag. 100
N. 81 – Marketing Internazionale	pag. 101
N. 82 – Web marketing e social advertising	pag. 102
N. 83 – Social media strategy	pag. 103
N. 84 – Newsletter: come tenere viva la comunicazione con i propri clienti tramite l'e-mail marketing	pag. 104
N. 85 – Copywriting e UX Writing: scrittura persuasiva e coinvolgente per un'esperienza utente di successo	pag. 105

CORSI FUNZIONALI INFORMATICA E TECNICA

N. 86 – Excel base: gestire i dati aziendali	pag. 107
N. 87 – Excel intermedio: gestire modelli di calcolo	pag. 108
N. 88 – Excel avanzato: gestione efficiente dell'impresa	pag. 109
N. 89 – Ottimizzare i processi aziendali con l'automazione di Excel	pag. 110
N. 90 – Business analytics con Power BI	pag. 111
N. 91 – Google Workspace: tutte le novità 2023	pag. 112
N. 92 – Microsoft project base	pag. 113
N. 93 – Lettura e interpretazione del disegno tecnico	pag. 114
N. 94 – Ottimizzare i tempi e metodi di lavoro tramite Lean e miglioramento continuo	pag. 115
N. 95 – Il controllo statistico di processo: come prendere decisioni sulla base di dati e non di opinioni	pag. 116
N. 96 – Metodo FMEA	pag. 117
N. 97 – TPM (Total Productive Maintenance). Metodologie manutentive come strategia di efficienza impianti	pag. 118
N. 98 – Regole decisionali per la conformità metrologica e la gestione della strumentazione di misura	pag. 119
N. 99 – Oleodinamica: struttura base degli impianti	pag. 120
N. 100 – Corso intermedio di oleodinamica: strumenti per una valutazione tecnico-operativa delle apparecchiature di un impianto	pag. 121

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

L'introduzione delle tecnologie 4.0, lo sviluppo dei big data, del cloud, dell'intelligenza artificiale stanno trasformando profondamente le imprese e richiedono sempre maggiori capacità di innovare i prodotti e processi aziendali.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 17 luglio

PIACENZA, 11 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COLLEGARE LE MACCHINE INDUSTRIALI AD INTERNET IN MODO SICURO ED AFFIDABILE

Il mondo che collega le macchine industriali ad Internet prende il nome di “Industrial IoT” (IIoT). Le stesse macchine, se vendute come prodotto, diventano “Smart Product”. È in corso una rivoluzione che impone alle aziende di innovare. Due le sfide da affrontare: la sicurezza informatica e la proprietà del dato. Con questo corso si acquisiranno le competenze tecniche necessarie per poter analizzare un progetto di Industrial IoT, a prescindere dall'architettura e complessità del sistema.

Obiettivi

- Come progettare l'architettura di un sistema Industrial IoT dalla raccolta del dato sul campo fino all'elaborazione finale
- Come progettare uno Smart product per avviare un nuovo modello di business basato sui dati
- Acquisire la conoscenza di base della “Sicurezza informatica” in ambito industriale oltre le classiche misure di protezione perimetrali
- Comprendere a pieno l'importanza della “Proprietà del dato” a prescindere dal contesto in cui i dati vengono raccolti e archiviati
- Analisi e verifiche delle “Key architectural qualities” di un sistema Industrial IoT in base alle esigenze di progetto

Destinatari

Responsabili della produzione, sistemi informativi, responsabili OT/IT, digital innovation manager, servitization manager, digital transition manager, business development, digital transformation.

Contenuti

Industrial IoT:

- Definizioni e nozioni fondamentali sui sistemi distribuiti tra Edge e Cloud
- Standard e Frameworks di riferimento
- Architettura modulare basata su livelli: Device layer, Network layer, Service layer, Content layer
- Tecnologie abilitanti Industria 4.0 (UNI/TR 11749:2020)

Smart Product:

- Definizione ed esempi pratici di smart product
- Prerequisiti e obiettivi: Monitoraggio, Controllo, Ottimizzazione, Autonomia
- Nuovi modelli di business basati sui dati: Manutenzione predittiva, Servitizzazione, “Pay-per-use”, ecc.

Rischi e opportunità:

- Sicurezza informatica di un sistema Industrial IoT con approccio “secure-by-design”
- Proprietà tecnica del dato nei termini di governo e controllo delle fasi di raccolta, trasporto, archiviazione e utilizzo.

Docente

Davide Gullo, CEO M4SS (RE). In attività in ambito Internet dal 1995 come consulente e imprenditore. Nel 2017 fonda M4SS, PMI innovativa dedicata alla progettazione e realizzazione di sistemi Industrial IoT basati su software Open Source.

2

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

16 e 23 aprile

17 e 24 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COLLABORAZIONE DIGITALE: STRUMENTI E STRATEGIE

Lavorare a distanza è sempre di più una realtà nelle organizzazioni, ma se da un lato risponde a un bisogno dei dipendenti dall'altro non sempre funziona come soluzione migliore, trasformando le giornate in un susseguirsi di call. In questo corso vedremo come fare di necessità virtù e impostare il lavoro a distanza in modo produttivo, proponendo una prospettiva human-centred e sfruttando il design thinking per trovare gli elementi che funzionano per uno specifico gruppo di lavoro.

Obiettivi

- Strategie e tecniche per impostare i processi collaborativi a distanza (in smart working totale o ibrido) in modo funzionale al gruppo di lavoro, per promuovere l'autonomia dei singoli e al contempo la consapevolezza collettiva su ruoli, responsabilità e avanzamento del lavoro.
- Rituali condivisi, procedure e le convenzioni del gruppo di lavoro
- Strumenti digitali che possono essere usati (a volte "hackerati") per portare avanti le attività

Destinatari

Il corso si rivolge a persone che adottano modalità di lavoro a distanza in azienda, in particolare a coloro che devono gestire gruppi di lavoro e progetti in modalità ibrida.

Contenuti

Regole chiave della collaborazione a distanza

- Costruire rituali digitali condivisi
- Gestione del tempo e delle task
- Gestire avanzamenti e aggiornamenti del gruppo di lavoro
- Valutare e monitorare la performance
- Repository condivisi: come costruirli e organizzare le informazioni
- Piattaforme digitali: come usarle per gestire riunioni e workshop
- Facilitazione online: strumenti e suggerimenti per tenere agganciata l'attenzione

Docente

Vincenzo Di Maria, è un service designer, formatore e facilitatore con esperienza internazionale. Co-founder di commonground srl, design studio con base a Bologna specializzato in ricerca e consulenza, è professore a contratto presso l'Università di Bologna. Autore di Start Small, il service design per le piccole aziende.

Claudia Busetto è una service designer specializzata in comunicazione e architettura dell'informazione. Ha lavorato a lungo in aziende IT prima di co-fondare commonground srl, design studio con base a Bologna specializzato in ricerca e consulenza. Ha esperienza pluriennale come formatrice su temi di UX e Service Design.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

9 e 16 maggio

24 e 31 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL DIGITAL MARKETING

Esplorando il potenziale innovativo dell'IA, il corso illustra come questa tecnologia può essere impiegata per migliorare le strategie di marketing digitale, dalla scrittura di contenuti alla creazione di immagini originali.

Attraverso l'analisi di casi di studio e l'utilizzo di esempi concreti, i partecipanti acquisiranno una comprensione pratica dell'implementazione di successo dell'IA nel marketing digitale.

Obiettivi

- Fornire una panoramica generale delle principali soluzioni di intelligenza artificiale applicabili al marketing digitale
- Permettere ai partecipanti di valutare le opportunità offerte dall'intelligenza artificiale nel marketing digitale
- Fornire il know how per sviluppare strategie efficaci che sfruttano appieno il potenziale innovativo dell'intelligenza artificiale

Destinatari

Il corso, che vedrà alternarsi lezioni teoriche e pratiche, con esempi e case history, è rivolto a figure che si occupano all'interno dell'azienda di comunicazione e marketing. Il corso è altresì adatto a chi ricopre ruoli commerciali o di direzione, con interesse a esplorare nuove metodologie e canali per generare nuovi contenuti per la propria attività di digital marketing.

Contenuti

- Piattaforme di Intelligenza Artificiale: panoramica generale
- Ottimizzazione dell'attività di marketing digitale tramite l'intelligenza artificiale
- Gli strumenti digitali con l'utilizzo della IA sui contenuti testuali. Esempi e case history
- Gli strumenti digitali con l'utilizzo della IA sui contenuti multimediali. Esempi e case history

Docente

Lovemark è un'agenzia di marketing digitale, certificata anche per la progettazione ed erogazione di formazione su tutta l'area digital (Certificazione di Qualità ISO:9001). Siamo costantemente aggiornati su tutte le novità, in modo da offrire una formazione dinamica, capace di integrare le nozioni fondamentali con gli ultimi trend e strumenti del settore. Questo approccio ci consente di comprendere gli obiettivi formativi delle aziende e strutturare un percorso ad hoc per raggiungerlo.



Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

25 settembre e 2 ottobre

13 e 20 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROTOTIPAZIONE RAPIDA - IDEAZIONE E PROTOTIPAZIONE RAPIDA DI SERVIZI A VALORE AGGIUNTO PER LA MANIFATTURA

In questa esperienza formativa si verrà guidati attraverso il processo di ideazione e prototipazione rapida di servizi che possono trasformare il business. Si imparerà a identificare le esigenze dei clienti, generare idee innovative e tradurle rapidamente in prototipi funzionanti. Grazie a esempi pratici e casi studio si scoprirà come utilizzare strumenti avanzati e tecnologie emergenti per sviluppare soluzioni prototipali e sperimentazione di servizi innovativi. Alla fine del corso il partecipante sarà pronto a condurre progetti di sperimentazione di servizi a valore aggiunto che valorizzino la product offering aziendale.

Obiettivi

Verranno fornite ai partecipanti le competenze necessarie per generare e testare rapidamente nuove idee di servizi a valore aggiunto che possano migliorare la competitività delle aziende manifatturiere. Verranno affrontati casi studio, esempi concreti e strumenti utili ai fini della prototipazione di servizi. Si approfondiranno inoltre le modalità di valutazione e metriche chiave per la valutazione dei servizi sperimentali progettati.

Destinatari

Questo corso è progettato per una vasta gamma di professionisti all'interno delle PMI del settore manifatturiero che desiderano approfondire la servitizzazione e la prototipazione rapida dei servizi come strumenti per l'innovazione e la crescita aziendale, tra cui: project manager, innovation manager, responsabili marketing e vendite, responsabili HR, progettisti, designer, figure legate alle operations e all'innovazione di processo.

Contenuti

Introduzione alla Servitizzazione

- Concetti chiave della servitizzazione nell'industria manifatturiera
- Come i servizi possono migliorare la competitività aziendale e l'esperienza del cliente

Ideazione di Servizi Innovativi

- Approfondimento delle tecniche di generazione di idee creative per i servizi
- Identificazione delle esigenze dei clienti e a traduzione in soluzioni innovative che possono essere offerte come servizi a valore aggiunto

Prototipazione Rapida di Servizi

- L'importanza della prototipazione rapida nella creazione di servizi
- Approfondimento diverse tecniche di prototipazione rapida ed

alcuni strumenti di facile utilizzo per realizzare e testare i primi prototipi

Test, Valutazione e Iterazione

- Conduzione di test efficaci per valutare la fattibilità e l'accettazione dei servizi aziendali da parte dei clienti
- Raccolta feedback e dati cruciali per il perfezionamento delle offerte di servizi

Stimolare l'Innovazione

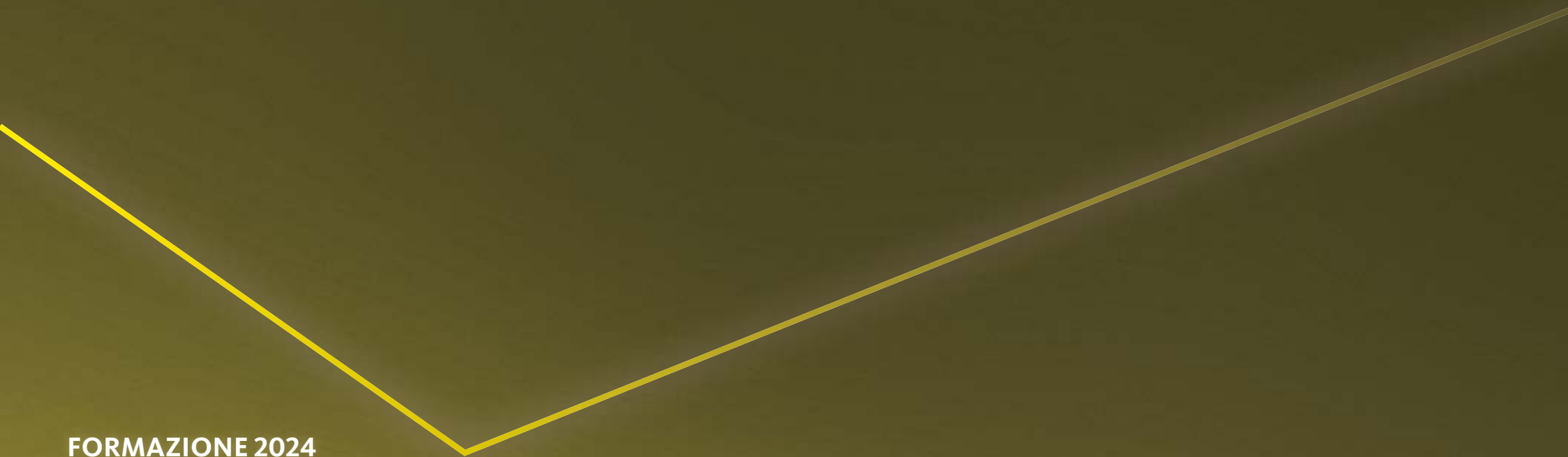
- Stimolare l'innovazione continua nei servizi offerti
- Identificare opportunità di crescita e come sviluppare una cultura aziendale orientata all'innovazione

Docente

Elena Galli, dopo alcune esperienze in aziende multinazionali, crea una sua start-up in ambito foodtech e supporta il lancio di un progetto di eco turismo nell'Amazzonia peruviana. Rientra poi in Italia per specializzarsi nel Design dell'Innovazione, supportando aziende e startup nell'innovare i propri modelli di business e strutturare il proprio percorso imprenditoriale. Oggi lavora come libera professionista, sviluppando percorsi di accelerazione per startup tecnologiche e progetti di Open Innovation per le aziende.

SOSTENIBILITÀ

La transizione verso modelli aziendali più sostenibili è un processo considerato ormai irreversibile. Ciò richiede competenze sia tecniche, per ripensare i prodotti e i processi produttivi, che gestionali per accompagnare la trasformazione culturale.



FORMAZIONE 2024

5

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 marzo

Formazione a distanza

15 e 22 aprile

3 e 10 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CERTIFICARE LA SOSTENIBILITÀ

In materia di comunicazione, i principali asset della sostenibilità sono trasparenza, rendicontazione, condivisione. Uno storytelling efficace è importante se alla base c'è un valore sostenibile oggettivo e dimostrato da stakeholder terzi credibili, per evitare il rischio legale e reputazionale del greenwashing.

Obiettivi

- Individuare i migliori strumenti per dimostrare il contenuto di sostenibilità aziendale e di prodotto
- Rispondere alle domande: quale certificazione fa davvero per me? Cosa implica la sua applicazione nella mia organizzazione? Attraverso l'analisi del benchmarking e l'analisi costi/benefici.

Destinatari

Referenti aziendali delle aree commerciale/marketing e QSE che vogliano sviluppare un approccio strategico e non solo reattivo al tema della certificazione della sostenibilità.

Contenuti

- Scenario e tendenze della regolamentazione
- Definizioni e tassonomia
- Strumenti per il benchmarking tra concorrenti / peer
- Rilevazione delle attese di clienti / consumatori
- Costi e benefici delle certificazioni
- I principali standard aziendali e per le consumer goods
- Web scouting di certificazioni e certificatori

Docente

Fabio Guenza, dal 2005 si occupa di sostenibilità nella moda, che conosce dall'Accountability alla ZDHC, spaziando anche in altri settori: packaging, agroalimentare, costruzioni, fieristico, bancario, farmaceutico, servizi di facility. È socio fondatore di Blumine, Sustainability Manager, formatore professionale e docente universitario. Crede nel capitalismo come sistema per la creazione di valore.

6

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 30 maggio

Formazione a distanza

9 e 16 febbraio

24 settembre e 1 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA SOSTENIBILITÀ È UN PERCORSO: ESG E SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, NUOVE SFIDE E OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE

La formalizzazione dei Sustainable Development Goals globali da parte delle Nazioni Unite (2015) è solo una delle recenti pressioni che spingono le imprese a ripensare il modo in cui operano all'interno del loro sistema economico e sociale. Le imprese sono sempre più chiamate, da molteplici parti, a confrontarsi con nuovi standard ambientali, sociali e di governance (valore ESG) al di là delle tradizionali attività di Corporate Social Responsibility. La capacità di comprendere il nuovo panorama della sostenibilità di impresa, le sue sfide e le potenziali opportunità si prospetta come uno dei fattori cruciali per la competitività futura e presente delle aziende. I fattori ESG impattano e impatteranno infatti su tutti i rapporti con gli stakeholder aziendali, dai clienti ai fornitori, dal canale bancario alle istituzioni, dai collaboratori al territorio.

Obiettivi

- Presentare una panoramica dei Sustainable Development Goals e dei nuovi standard ESG
- Comprendere le implicazioni aziendali e strategiche dell'approccio ESG
- Proporre un approccio pratico e metodico al reporting di sostenibilità

Destinatari

Imprenditori e dirigenti.

Contenuti

- Una panoramica della sostenibilità in ottica ESG
- L'approccio GRI
- Opportunità di un approccio sostanziale alla sostenibilità
- Le fasi della rendicontazione ESG
- Red flags: errori da evitare

Docente

Simone Selva, aree di attività prevalente: disegno e implementazione dei sistemi di Performance Measurement, crisi e ristrutturazione d'impresa, valutazione d'azienda a fini legali o di M&A. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini, Revisore Legale dei Conti. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione.

Pietro Versari (co-docente), assistant Professor a Rotterdam School of Management (dipartimento Business-Society Management) titolare dei corsi "International Business from a Societal Perspective", e "Social Entrepreneurship". Svolge attività di ricerca sui temi di analisi d'impatto sociale, e modelli di business sostenibile. Svolge consulenza in ambito di valutazione e comunicazione di impatto sociale, creazione di indicatori di sostenibilità, e stakeholder engagement.

7

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

21 e 28 febbraio

6 e 13 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME STRUTTURARE LA REPORTISTICA E LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità aziendale è l'insieme delle politiche e procedure interne che permettono di perseguire lo sviluppo sostenibile. Il corso è stato progettato per fornire ai professionisti della sostenibilità aziendale o della comunicazione un'esauritiva panoramica delle competenze e conoscenze tecnico-operative per la comunicazione della sostenibilità aziendale che coinvolga tutti gli stakeholder dell'impresa.

Obiettivi

- Gestire al meglio le attività propedeutiche fondamentali a comunicare la sostenibilità aziendale
- Analizzare l'azienda da una prospettiva sociale, economica, giuridica e ambientale
- Individuare strumenti per comunicare efficacemente a tutti gli stakeholder l'impegno di sostenibilità aziendale

Destinatari

Il corso è rivolto ai professionisti della sostenibilità aziendale o della comunicazione che si affacciano per la prima volta alle tematiche di sostenibilità o che abbiano già acquisito esperienza, ma desiderino rinforzarla con un approccio multidimensionale con efficace coinvolgimento di tutti gli stakeholder rilevanti.

Contenuti

Panoramica sostenibilità e sfide per le aziende:

- Definizione sostenibilità
- Evoluzione storica come alternativa al modello tradizionale di crescita e massimizzazione del profitto: dalla Corporate Social Responsibility, attraverso Corporate Shared Value e Triple Bottom Line alla sostenibilità economica - sociale e ambientale, alle società benefit
- Agenda 2030 / SDGs
- Trend europei Green Deal Europeo | Dichiarazione Non Finanziaria | Human Rights Due Diligence
- Le richieste di reportistica legate al PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza)

- L'evoluzione della finanza sostenibile | tassonomia Europea | i criteri ESG
- I vantaggi economici di essere sostenibili

Comunicare la sostenibilità

- Strumenti per supportare l'autovalutazione aziendale rispetto alla sostenibilità e la pianificazione del suo rafforzamento (ISO 26000, SDG Action Manager, BImpact, Scope 3 Evaluator ecc.)
- Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder (dipendenti, collaboratori compresi) | matrice di materialità
- Panoramica degli indicatori
- Bilancio di sostenibilità, report di sostenibilità, bilancio integrato

Docente

Value s.a.s. è una società di consulenza e formazione specializzata nello sviluppo organizzativo orientato ai progetti, nel Project Management e nella crescita delle competenze per un continuo miglioramento delle performance. Le aree di intervento specifiche sono: Business Analysis, Project e Program Management, Change Management, Process Management e Sostenibilità. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.



Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

23 febbraio e 1 marzo

23 e 30 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ECONOMIA CIRCOLARE IN AZIENDA

L'Economia circolare è un elemento fondamentale nell'ambito della transizione ecologica, e l'individuazione di potenziali opportunità per valorizzare gli scarti trasformandoli in risorse può rappresentare per le aziende un fattore importante nel definire strategie e obiettivi di sostenibilità. Poiché la realizzabilità di progetti di economia circolare dipende da ciclo produttivo, normativa applicabile e fattori di contesto, il percorso intende fornire alle aziende una sintesi sui principali criteri per valutare opportunità di adozione di buone pratiche di economia circolare.

Obiettivi

- In cosa consiste l'economia circolare
- Quali opportunità può offrire l'economia circolare alle aziende
- Come misurare la circolarità aziendale

Destinatari

Figure aziendali che si occupano di marketing e comunicazione, personale addetto alla qualità, sicurezza e ambiente (QSA).

Contenuti

- Principi generali dell'economia circolare e modelli di business circolari
- Opportunità derivanti da riciclaggio e recupero rifiuti e utilizzo di sottoprodotti e principali aspetti normativi
- Misurare la circolarità aziendale
- Buone pratiche e progetti di economia circolare

Docente

Vittorio Ronco, ingegnere, consulente e formatore in tema ambientale ed energetico. Collabora da anni con aziende, società di consulenza ed enti di formazione nell'ambito delle autorizzazioni e degli audit ambientali, della gestione dei rifiuti, dei sistemi di gestione ambientale ISO 14001 e dell'energia ISO 50001, dell'analisi dei consumi energetici e delle certificazioni energetiche.

Maurizio Vitali, chimico, consulente e formatore in tema ambientale e di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, consulente ADR. Esperienza ultratrentennale nell'ambito delle autorizzazioni e degli audit ambientali, della gestione dei rifiuti, dei sistemi di gestione ambientale ISO 14001 e nello sviluppo di progetti di economia circolare.



Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

14 e 21 maggio

7 e 14 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEI RIFIUTI IN AZIENDA

Il corso mira a fornire ai partecipanti un quadro sui principali adempimenti e aspetti da gestire in tema di rifiuti, sia dal punto di vista documentale che operativo.

Obiettivi

- Conoscere l'inquadramento normativo in materia di rifiuti
- Adempimenti e aspetti da gestire in tema di rifiuti
- Il sistema di gestione aziendale in relazione ai rifiuti

Destinatari

Responsabili e addetti ambiente/sicurezza/qualità, responsabili di produzione/stabilimento e addetti, personale coinvolto dalla gestione documentale e operativa inerente i rifiuti.

Contenuti

- Principi generali dell'economia circolare e criteri di priorità nella gestione dei rifiuti
- Inquadramento normativo in materia di rifiuti: responsabilità e adempimenti
- Classificazione dei rifiuti
- Aspetti di gestione documentale (registri di carico e scarico, formulari, MUD)
- Gestione del deposito temporaneo
- Sottoprodotti
- Autorizzazioni per impianti di gestione dei rifiuti
- Trasporto di rifiuti
- I rifiuti nel sistema di gestione ambientale

Docente

Vittorio Ronco, ingegnere, consulente e formatore in tema ambientale ed energetico. Collabora da anni con aziende, società di consulenza ed enti di formazione nell'ambito delle autorizzazioni e degli audit ambientali, della gestione dei rifiuti, dei sistemi di gestione ambientale ISO 14001 e dell'energia ISO 50001, dell'analisi dei consumi energetici e delle certificazioni energetiche.

Maurizio Vitali, chimico, consulente e formatore in tema ambientale e di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, consulente ADR. Esperienza ultratrentennale nell'ambito delle autorizzazioni e degli audit ambientali, della gestione dei rifiuti, dei sistemi di gestione ambientale ISO 14001 e nello sviluppo di progetti di economia circolare.

SOFT SKILLS

Lo sviluppo delle capacità personali e relazionali,
dell'intelligenza emotiva per lavorare in organizzazioni
complesse e in ambienti in rapido cambiamento.



FORMAZIONE 2024

10

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

21 e 28 febbraio

16 e 23 maggio

8 e 15 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIVERSITY E INCLUSION - LA CRESCITA INCLUSIVA AZIENDALE ATTRAVERSO L'UNICITÀ E DIVERSITÀ DI OGNI INDIVIDUO

Un corso che aiuta a riscoprire l'unicità di ogni individuo e a comprendere quanto la diversità può sviluppare prospettive di crescita inclusiva e sostenibile da applicare nel proprio contesto lavorativo.

Obiettivi

- Scoprire le proprie potenzialità individuali
- Gestire al meglio le relazioni con i collaboratori

Destinatari

Impiegati, manager, AD.

Contenuti

- L'unicità dell'individuo
- La riscoperta delle potenzialità individuali
- La comunicazione tra individui
- La complessità delle relazioni
- Il cambiamento e l'innovazione (restare ai tempi)
- La valorizzazione degli individui
- La diversità come valore
- L'intelligenza emotiva per relazioni efficaci

Docente

Marco Redaelli & Associati di Milano, una società che offre formazione & consulenza manageriale e organizzativa per le aziende. Da più di 40 anni è impegnata al fianco del tessuto produttivo italiano per offrire la propria competenza.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

CESENA, 14 marzo

RIMINI, 16 aprile

PIACENZA, 18 giugno

PARMA, 17 ottobre

REGGIO EMILIA, 19 novembre

MODENA, 3 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NETWORKING: CREARE UN ECCELLENTE CLIMA AZIENDALE. COME AUMENTARE LA COLLABORAZIONE TRA COLLEGHI

Si fa presto a dire “dobbiamo fare squadra”. Poi quando si invitano le persone a cooperare, i risultati - quando arrivano - sono di breve durata. Con questa giornata i partecipanti capiranno i limiti del lavoro individuale e inizieranno a collaborare.

Obiettivi

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Passare dal “dovere” al “volere” lavorare in team
- Interrompere la logica del lavoro a compartimenti stagni
- Aumentare armonia e cooperazione in ufficio

Destinatari

Tutti gli enti aziendali e gli uffici che vogliono migliorare lo spirito di squadra.

Contenuti

- “Hot test”: uno shock iniziale per prendere coscienza dei propri limiti
- Da collega a membro del team
- Le trappole della comunicazione interpersonale
- Tecniche di ascolto attivo
- L'effetto Vancimuglio
- I 4 paradigmi per non fare degenerare il confronto in conflitto
- L'autocontrollo e la tecnica dell'escalation

Docente

Donati Stefano, consulente e formatore nelle aree marketing e comunicazione. Collabora con numerose istituzioni quali Università, Centri di formazione professionale e Camere di Commercio. Scrive per riviste di settore.

12

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 29 gennaio

CESENA, 20 giugno

RAVENNA, 3 luglio

Formazione a distanza

22 e 29 marzo

18 e 25 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COSTRUIRE E PROMUOVERE IL SENSO DI APPARTENENZA ALL'IDENTITÀ AZIENDALE

Nel contesto sociale che stiamo vivendo, il creare un forte senso di appartenenza all'identità aziendale diventa cruciale per il successo e il benessere di un'azienda. Il corso intende fornire ai manager gli strumenti di comunicazione per generare, mantenere e alimentare un profondo senso di orgoglio nell'essere parte integrante dell'azienda.

Obiettivi

- Apprendere i meccanismi di psicologia sociale che permettono di innescare un forte senso di appartenenza a un'identità di gruppo
- Impostare una strategia di comunicazione aziendale per innescare un forte senso di appartenenza all'azienda
- Apprendere le buone pratiche di comunicazione manageriale per mantenere alto il senso di appartenenza all'azienda

Destinatari

Chi ha la responsabilità di dirigere o coordinare un team di lavoro, siano essi dei singoli reparti o l'azienda intera.

Contenuti

- Analisi preliminare del senso di appartenenza all'azienda
- I bisogni di socialità e le dinamiche di gruppo insite nell'essere umano, come tenerne conto
- Dinamiche di accettazione o conflitto nei confronti dei leader, errori da evitare e buone pratiche
- Meccanismi psicologici per la generazione dell'impegno e la dedizione al lavoro, come applicarli
- Bisogni e valori individuali vs bisogni e valori aziendali, dove spostare l'equilibrio
- I 7 passi per generare il senso di appartenenza all'azienda, stesura di un piano strategico
- Buone pratiche per mantenere alto il senso di appartenenza aziendale nel tempo

Docente

Ivo Aybar Bianconi, consulente e formatore senior specializzato in dinamiche di psicologie sociale, costruzione del consenso e comunicazione di massa. Ideatore del modello di comunicazione generativa, intervistato e citato sulle tematiche di comunicazione persuasiva, bias cognitivi e comunicazione intergenerazionale. Il suo approccio etico e sociale al tema dell'influenza rappresenta un elemento distintivo nel panorama della comunicazione efficace.

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 08 e 15 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 10 e 17 maggio

PARMA, ed. 1 - 17 e 24 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 9 e 16 ottobre

PARMA, ed. 2 - 19 e 26 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

La sicurezza nel comunicare e l'assertività non sono un dono naturale. Sono frutto di allenamento, autodeterminazione e obiettivi da raggiungere. Per questo serve un training comportamentale specifico.

Obiettivi

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 e 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, coach, formatrice e consulente sulle tematiche HRU, comunicazione e scrittura professionale. Ha insegnato per più di un decennio per l'Università di Pisa (Ingegneria Gestionale) e collaborato con l'Università di Bologna (Scienze della Formazione). Senior partner di SolarisLab laboratorio della conoscenza e fondatrice di NetLearningLab, piattaforma per l'e-learning, la consulenza e il coaching online.

14

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 21 febbraio

PIACENZA, 20 marzo

PARMA, 4 aprile

REGGIO EMILIA, ed.2 - 19 settembre

Formazione a distanza

23 e 30 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TRASFORMARE CONTESE E CONTRASTI IN ACCORDI E SOLUZIONI

È possibile trasformare contese e contrasti in accordi e soluzioni? Sì, ma a due condizioni: occorre la volontà di farlo e occorre sapere bene come muoversi. L'obiettivo del corso è dunque duplice: in primo luogo riflettere sulla necessità vitale di intrattenere buoni rapporti con gli altri per poter lavorare bene e con soddisfazione (consapevolezza interiore), e in secondo luogo condividere le tecniche che i professionisti della diplomazia utilizzano per creare accordi in contesti in cui, inizialmente, non si va d'accordo su nulla (conoscenza del reale campo d'azione).

Obiettivi

- Individuare i principali ostacoli alla cooperazione che normalmente si frappongono tra noi e gli altri - e tra noi e gli obiettivi condivisi di lavoro - e capire come aggirarli in modo raffinato e brillante
- Muoversi dal "parlare per convincere" al "parlare per esplorare e risolvere"
- Comprendere il grande peso giocato dalla percezione individuale nei processi comunicativi e negoziali
- Trasformare eventuali critiche in feedback strutturati: facendo proprie tecniche in grado di bypassare l'istinto e usare la testa (e il cuore)
- La ricerca del colpevole e le profezie che si auto avverano: decodificare i meccanismi delle spirali positive (fondati sulla razionalità e l'intelligenza emotiva) e quelli delle spirali distruttive (fondati sull'istinto e la mancanza di consapevolezza)

Destinatari

Qualsiasi ruolo o funzione aziendale che abbia relazioni significative con altre figure (capi, colleghi, collaboratori, clienti) e si trovi in difficoltà poiché la comunicazione che vive attualmente non è fluida ed efficace come richiederebbe il lavoro e desidera generare collaborazione intorno a sé: risolvere problemi, trovare soluzioni, creare soddisfazione in primo luogo per sé stesso, ma anche per i propri interlocutori.

Contenuti

Quando ci troviamo in una situazione scomoda e spiacevole sul piano relazionale (attacchi, accuse, rimbalzo di colpa, forti contrasti) la nostra razionalità cede spesso il passo all'istintività: è facile perdere il controllo, per lo meno sentire di doversi difendere con veemenza. Quante volte però il problema di lavoro non viene risolto e la situazione degenera, a volte fino a un punto di non ritorno. Questa formazione è appositamente concepita per la gestione di tali momenti che mettono chiunque alla prova, infatti insegna:

- A mantenere la calma e a fissare il focus più utile e produttivo
- A spostare la comunicazione verso una dimensione costruttiva ed esplorativa
- Ad agire con la sicurezza, la forza e l'autorevolezza di chi sa che sarà in grado di uscirne vincente, dando altresì valore anche al proprio interlocutore.

Tutto questo è possibile grazie a una tecnica, ovvero i "5 passi della collaborazione":

1. Andare al balcone
2. Fare un passo dalla loro parte
3. Ristrutturare la comunicazione
4. Costruire un ponte d'oro
5. Illustrare lo stop

Docente

Francesco Bianchini, formatore e consulente aziendale da vent'anni. Specializzato in tematiche relative alla Comunicazione: gioco di squadra, gestione della complessità e dei processi di innovazione, delle riunioni, Problem Solving, negoziazione, Leadership, percezione della realtà, tecniche di creatività, benessere organizzativo e relazionale, creazione di ambienti di apprendimento e gestione dei processi formativi.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 5 marzo

REGGIO EMILIA, 28 marzo

CESENA, 16 maggio

PARMA, 23 maggio

Formazione a distanza

5 e 12 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEL TEMPO E DELLO STRESS

“Non ho abbastanza tempo”. La conseguenza di questo pensiero è che ansia e affanno si impossessano di noi, iniziamo a lavorare senza metodo, cadiamo vittime di di-stress (stress negativo) e arriviamo alla sera distrutti. È indispensabile definire le vere priorità ed eliminare i ladri di tempo.

Obiettivi

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Organizzare al meglio la propria settimana/giornata
- Gestire richieste urgenti quando si è già sovraccarichi di lavoro
- Riconoscere e governare i fattori che provocano stress
- Sapersi rapportare a persone che ci fanno perdere la calma

Destinatari

Tutti quelli che desiderano vivere con maggiore serenità la giornata lavorativa.

Contenuti

- Le regole per la gestione del tempo
- I fattori cruciali: importanza e urgenza
- I ladri di tempo
- Natura e origine degli stressor
- Come affrontare il di-stress
- La gestione delle persone difficili

Docente

Stefano Donati, consulente e formatore nelle aree marketing e comunicazione. Collabora con numerose istituzioni quali Università, Centri di formazione professionale e Camere di Commercio. Scrive per riviste di settore.

16

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 29 febbraio

PIACENZA, 7 maggio

Formazione a distanza

15 e 22 maggio

16 e 23 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INFOBESITY: GESTIRE IL SOVRACCARICO INFORMATIVO

Gli input che arrivano da tutti gli strumenti tecnologici e dalla continua connettività sono sempre crescenti e generano un sovraccarico informativo. Il corso intende rispondere alla diffusa e sentita necessità di porre ordine per lavorare con maggiore efficacia, efficienza e abbattere l'ansia e lo stress.

Obiettivi

- Utilizzare la tecnologia per migliorare la nostra efficienza: né troppo, né troppo poco, trovare il giusto equilibrio
- Riflettere in merito alle proprie modalità automatiche di utilizzo del tempo definendo i punti di forza e aree di miglioramento
- Gestire distrazioni, indulgenze, interferenze e interruzioni per non perdere di vista i propri obiettivi, il proprio ruolo e priorità
- Mettere ordine alle proprie attività grazie alle tecniche di organizzazione e focalizzazione
- Saper gestire le riunioni in modo che siano un momento produttivo

Destinatari

Tutti coloro che vogliono conoscere o migliorare la propria gestione del tempo e delle tecnologie di connessione.

Contenuti

- Il tempo e le nuove tecnologie
- Infobesity: cosa è e come combatterla
- Iperconnettività, vantaggi e svantaggi
- Accorgimenti per non perdere il focus
- Usare la tecnologia a proprio vantaggio: applicazioni utili nella gestione del tempo
- Suggerimenti pratici per limitare la dispersione di tempo con la tecnologia
- La gestione del tempo: gestire le nostre attività e il mito del multitasking
- La pianificazione
- Le riunioni: ottimizzare il tempo e renderle operative
- Analisi del nostro impiego del tempo
- I concetti di importanza, urgenza e priorità
- La Matrice del Tempo e la definizione delle priorità
- Esercizi e strumenti pratici per rimanere focalizzati sulle priorità e non disperdere tempo

Docente

Margherita Martani Farinotti, neuropsicologa, consulente aziendale, business e life coach, formatrice senior sui temi della comunicazione, sviluppo delle risorse umane e problem solving organizzativo.

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 14 e 21 maggio

REGGIO EMILIA, 10 e 17 giugno

PARMA, 23 e 30 settembre

Formazione a distanza

7, 14, 21 e 28 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROBLEM SOLVING - AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE

Tutti i giorni affrontiamo problemi, ma non seguiamo un metodo. Quando il problema è complesso, e richiede il coinvolgimento di diverse professionalità ed enti, avere step e strumenti definiti può essere invece determinante. Il corso propone la strumentazione di base per la soluzione di problemi in azienda, con particolare attenzione alla comunicazione interna e al coinvolgimento dei diversi attori. Spesso infatti sono proprio le difficoltà organizzative e di comunicazione che rallentano il percorso di soluzione del problema.

Obiettivi

- Acquisire gli strumenti fondamentali per rilevare, analizzare e risolvere problemi complessi
- Migliorare la propria consapevolezza sul proprio approccio ai problemi e su quelli degli altri
- Ampliare le capacità di coinvolgimento, per far convergere esperienze e sensibilità di tutti sulle possibili opzioni di soluzione creativa.

Destinatari

Tutti coloro che sul lavoro affrontano problemi complessi, in particolare coordinando team.

Contenuti

- Gli strumenti per riconoscere tempestivamente il problema e inquadrarlo in modo corretto
- Come classificare i problemi e valutarne la gravità
- Affrontare un problema nuovo, per il quale l'esperienza non è l'aiuto principale
- Gli strumenti per affrontare problemi trasversali, interfunzionali, collettivi
- Come strutturare le metodologie di problem solving più adatte per la propria attività e ruolo
- Riconoscere e saper gestire i comportamenti più comuni di fronte al problema, che non sempre sono i più efficaci
- Indicazioni per motivare i singoli e il team di lavoro, orientandoli alla soluzione dei problemi

Il taglio del corso è coinvolgente e applicativo. Per ciascuno dei punti affrontati saranno proposte attività ed esercitazioni, in modo da concretizzare il più possibile le metodologie illustrate.

Docente

Simonetta Pugnaghi, da oltre trent'anni si occupa di organizzazione e risorse umane, come consulente di direzione, formatrice e counselor aziendale. I suoi interventi sono contraddistinti dal taglio diretto, originale e concreto.

18

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

MODENA, 12 aprile

CESENA, 7 giugno

PARMA, 15 luglio

REGGIO EMILIA, 23 ottobre

PIACENZA, 12 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROCESSI DECISIONALI EFFICACI

La complessità in cui si muovono oggi le organizzazioni e l'accelerazione sempre più spinta del cambiamento, rendono spesso difficile prendere decisioni efficaci ed efficienti. Il rischio è di decidere con poca lucidità o secondo schemi iper-semplificati od oscillando tra impulsività e overthinking. Il corso, sulla base degli ultimi apprendimenti mutuati dalle neuroscienze, percorre i passi fondamentali e le competenze necessarie per prendere "buone decisioni".

Obiettivi

- Apprendere le fasi principali del processo decisionale
- Individuare i bias (errori) più frequenti nella gestione delle informazioni in fase di decisione
- Riconoscere l'importanza dell'intelligenza emotiva nelle decisioni e utilizzarla per prendere "buone decisioni"
- Comprendere il ruolo dell'intuito nei processi decisionali

Destinatari

Il percorso si rivolge a imprenditori, manager, responsabili, team leader e a tutti coloro che quotidianamente sono chiamati a decidere nella propria organizzazione o che vogliono far crescere le proprie risorse nella capacità di decision making.

Contenuti

- Il processo decisionale: dall'identificazione della decisione alla valutazione dell'efficacia della decisione
- Modalità decisionali: chi decide?
- Bias cognitivi: gli errori più comuni nel processo decisionale
- Intelligenza emotiva: come gestire le emozioni per prendere decisioni migliori
- Decisioni sotto stress: come agire in situazione di incertezza
- L'importanza del cervello cardiaco ed enterico nel processo decisionale
- Il legame tra forza di volontà e decisioni
- Il ruolo del contesto: come ambiente e contesto sociale influenzano le decisioni
- La "progettazione" delle decisioni

Durante il corso i partecipanti saranno chiamati a mettersi in gioco in esercitazioni / lavori di gruppo per arricchire le proprie modalità decisionali

Docente

Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale ACC di ICF, Emotional Intelligence Assessor, accompagna persone e organizzazioni nel riconoscere e sviluppare i propri talenti. Da oltre 20 anni affianca le aziende nel definire e implementare piani di sviluppo organizzativo e Change Management. Come Team & Business Coach facilita imprenditori, manager e team nel raggiungere i propri obiettivi strategici.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 5 marzo

CESENA, 11 aprile

RIMINI, 13 giugno

REGGIO EMILIA, 26 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL FEEDBACK COME LEVA DI MIGLIORAMENTO E CRESCITA PER LA PROPRIA ORGANIZZAZIONE

L'opportunità di lavorare in smart working, l'evoluzione nelle dinamiche di team, la presenza di culture e generazioni diverse negli ambienti lavorativi rendono necessario allenare la capacità di dare e ricevere feedback, come strumento di allineamento e di crescita personale, di team e organizzativa. Il corso è progettato per offrire una "palestra" per sviluppare e allenare questa competenza sempre più indispensabile in tutte le organizzazioni.

Obiettivi

- Apprendere e sperimentare le modalità più efficaci per dare un feedback, anche a distanza
- Scoprire e applicare le strategie migliori per ricevere in maniera costruttiva i feedback
- Disegnare i processi per creare nei propri team e nelle proprie organizzazioni un sistema di feedback diffuso
- Trasmettere la capacità di dare e ricevere feedback in maniera efficace ai propri colleghi e collaboratori

Destinatari

Il percorso si rivolge a imprenditori, manager, responsabili, team leader, coordinatori/facilitatori e a tutti coloro che vogliono allenarsi nel dare e ricevere feedback per far crescere la propria organizzazione.

Contenuti

- Il feedback: cosa è, cosa non è, finalità
- La trappola delle aspettative (perché il feedback è spesso sottovalutato)
- Tipologie di feedback: come proporre feedback positivi e costruttivi, come evitare feedback distruttivi o nebulosi
- Gli ingredienti del feedback: modalità, tempi e suggerimenti per rendere il feedback efficace
- Il linguaggio nel feedback: come coniugare assertività e ascolto, come scegliere le parole che più facilitano la comprensione del messaggio
- Le emozioni nel dare e ricevere feedback: quali sono le emozioni che più frequentemente si attivano in sé e negli altri e come gestirle al meglio
- Le strategie per ricevere in maniera costruttiva i feedback: dall'assunzione di responsabilità, alla riflessione, alla definizione del proprio piano d'azione
- Il feedback nella distanza: tecniche per mantenere efficacia anche da remoto
- I processi a supporto del feedback: come facilitare lo scambio di feedback nei team e nelle organizzazioni

Docente

Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale ACC di ICF, Team & Business Coach, Emotional Intelligence Assessor. Da oltre 20 anni affianca le aziende nel definire e implementare piani di Sviluppo Organizzativo e Change Management; come Team & Business Coach facilita imprenditori, manager e team nel raggiungere i propri obiettivi strategici, nel riconoscere e sviluppare i propri talenti.

20

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 14 febbraio

RIMINI, 15 febbraio

CESENA, 18 marzo

PIACENZA, 8 maggio

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 19 giugno

PARMA, 23 ottobre

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 27 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA VOCE CARISMATICA

Un percorso per gestire la voce in modo carismatico, potente e sicuro. Nel corso apprendrai tecniche di respirazione, modulazione emotiva della voce per aumentare l'attrattività verso i tuoi interlocutori. Presentazione delle tecniche ed esercitazione si alternano a un vero e proprio allenamento pratico fino alla prova finale, un breve speech audio registrato.

Obiettivi

- Acquisire tecniche di uso significativo della voce
- Applicare le tecniche ad uno speech professionale audio registrato
- Aumentare sicurezza e carisma personali

Destinatari

Relatori, formatori, profili commerciali e chiunque possa trovare nella voce sicura e carismatica, un proprio punto di forza.

Contenuti

- Voce - L'importanza della voce sicura: fiato, potenza e ritmo
- Il rapporto tra carisma e credibilità: quanto conta la tua voce
- Esercizi di respirazione, riscopri il tuo diaframma
- La Voce come materia: visualizzazioni e direzionamento della voce
- Gli ingredienti della voce: toni, pause, tempo, volume
- Esercizi di modulazione di toni e volume; esercizi su tempo e pause
- Trasparenza e chiarezza: l'importanza dell'articolazione
- L'emozione nella voce: Esercizi di doppiaggio di spezzoni filmici
- Accenni di storytelling: una struttura per il tuo racconto
- Il no positivo: costruisci la risposta a un'obiezione o a una richiesta impossibile
- Scrittura di un breve testo (speech, descrizione, spiegazione)
- Presentazione audio registrata del testo

Docente

Stefania Panini, coach, formatrice e consulente sulle tematiche HRU, comunicazione e scrittura professionale. Ha insegnato per più di un decennio per l'Università di Pisa (Ingegneria Gestionale) e collaborato con l'Università di Bologna (Scienze della Formazione). Senior partner di SolarisLab laboratorio della conoscenza e fondatrice di NetLearningLab, piattaforma per l'e-learning, la consulenza e il coaching online.

Roberta Barra, comunicatrice, attrice, regista. È docente di tecniche di uso della voce e di utilizzo di tecniche di improvvisazione teatrale nell'allenamento delle competenze trasversali e del comportamento organizzativo.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

23 e 30 gennaio

12 e 19 febbraio

16 e 18 luglio

17 e 19 settembre

20 e 27 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA COMUNICAZIONE COME STRATEGIA DI EFFICACIA INDIVIDUALE E ORGANIZZATIVA

La comunicazione è una competenza ritenuta trasversale, perché permette di gestire al meglio i rapporti interpersonali e di gruppo, sia a livello personale che lavorativo. Infatti, oggi è tra le soft skill lavorative più strategiche per aumentare l'efficacia delle proprie prestazioni. Il corso propone tecniche di diagnosi e intervento per migliorare la capacità comunicativa rispetto ai diversi contesti, personale, lavorativa, sociale.

Obiettivi

Nel mondo del lavoro odierno è ormai fondamentale saper comunicare efficacemente al fine di massimizzare le performance individuali, di team e aziendali. Il corso fornisce le tecniche di comunicazione interpersonale per gestire al meglio tutte le situazioni lavorative, sia interne all'organizzazione sia in termini di acquisizione/fidelizzazione dei clienti/fornitori. Il focus formativo sarà sull'intero processo comunicativo per saper esprimere efficacemente un messaggio (verbale e scritto), saper interpretare l'interlocutore, evitare fraintendimenti e gestire i conflitti. Una corretta comunicazione permette di migliorare l'ambiente lavorativo e gli utili aziendali.

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che intendano fare della comunicazione una propria competenza lavorativa che può essere declinata a qualsiasi ruolo professionale.

Contenuti

- Cosa significa comunicare efficacemente: come essere diretti, chiari e incisivi
- L'ascolto attivo come strumento comunicativo: quali sono le sue componenti e come implementarle a lavoro
- Come riconoscere ed evitare le interferenze che ostacolano la comunicazione
- L'importanza del feedback
- Gestione degli interlocutori "difficili": la negoziazione

Docente

Valentina Cafiero, si occupa di consulenza di direzione e formazione per la gestione delle risorse umane. Ogni suo intervento ha come obiettivo l'aumento dell'efficacia delle performance professionali per lo sviluppo organizzativo. Si contraddistingue per la sua metodologia esperienziale con esercitazioni pratiche, mirate e risolutive, che permettono un'elevata partecipazione attiva.

MANAGEMENT TOOLS

La “cassetta degli attrezzi” per capi e responsabili di tutti i livelli, dai vertici dell’organizzazione a team leader, capi reparto, responsabili di ufficio. Questi corsi forniscono strumenti utili a migliorare le capacità organizzative e gestionali.



FORMAZIONE 2024

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associa

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 7 e 14 marzo

PIACENZA, 19 e 26 marzo

PARMA, 8 e 15 maggio

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 11 e 18 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 6 e 13 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL RESPONSABILE DI FUNZIONE E LA GESTIONE DEI COLLABORATORI

Dirigere un'azienda, una funzione o un reparto, significa seguire i clienti, assumere decisioni, gestire collaboratori, in qualche caso svolgere attività operative. Questo corso ha lo scopo di chiarire il ruolo che ogni responsabile deve esercitare all'interno dell'azienda, fornendo alcuni strumenti utili per presidiare tutte le attività.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti acquisiranno strumenti operativi per migliorare la propria interpretazione del ruolo, migliorare le proprie strategie di comunicazione, migliorare le proprie capacità di gestire feedback sia negativi che positivi ai collaboratori, migliorare le proprie capacità di delega.

Destinatari

Il seminario si rivolge a titolari, responsabili di funzione o capi intermedi.

Contenuti

- Il ruolo del responsabile di funzione all'interno dell'azienda
- L'organizzazione aziendale, il mercato ed i ruoli di responsabilità
- I quattro mestieri fondamentali del capo: pianificare, organizzare, gestire, controllare
- Il modello di Mintzberg ovvero come sfuggire alla tentazione di fare tutto senza perdere contatto con l'operatività
- Alcune osservazioni sul rapporto capo-collaboratore
- La motivazione delle persone dalla teoria alla pratica: come funzionano e come si sviluppa
- I quattro strumenti del responsabile:
 - ✓ Attenzione alle leve organizzative
 - ✓ Attenzione alle relazioni
 - ✓ Attenzione alla crescita professionale (delega)
 - ✓ Attenzione al feedback e alla valutazione delle prestazioni

Docente

Gianmarco Falzi, consulente direzionale HR e organizzazione con oltre 25 anni di esperienza.

23

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associa

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 16 e 23 gennaio

RIMINI, 20 e 27 febbraio

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 14 e 21 maggio

PIACENZA, 20 e 27 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 8 e 15 ottobre

PARMA, 5 e 12 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MESTIERE DI CAPO REPARTO

Dirigere un reparto, assumere decisioni, gestire collaboratori, in qualche caso svolgere attività operative. Questo seminario ha lo scopo di chiarire il ruolo che ogni responsabile deve esercitare all'interno dell'azienda, fornendo alcuni strumenti utili per presidiare tutte le attività.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti acquisiranno strumenti operativi per migliorare la propria interpretazione del ruolo, migliorare le proprie strategie di comunicazione, migliorare le proprie capacità di gestire feedback sia negativi che positivi ai collaboratori, migliorare le proprie capacità di addestramento.

Destinatari

Capi intermedi di produzione.

Contenuti

- Il ruolo del capo reparto in produzione
- I quattro mestieri fondamentali del capo: pianificare, organizzare, gestire, controllare
- Non tutti coordinano "solamente": gestire comando e operatività, una situazione molto comune
- La gestione delle persone in reparto
- La motivazione al lavoro: dalla teoria alla pratica
- Gli strumenti del capo reparto:
 - ✓ Migliorare l'organizzazione interna
 - ✓ Usare la relazione come strumento di lavoro
 - ✓ Addestrare e sviluppare i collaboratori
 - ✓ Far rispettare le regole e fornire feedback costruttivi

Docente

Gianmarco Falzi, consulente direzionale HR e organizzazione con 30 anni di esperienza.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 17 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 16 maggio

RAVENNA, 17 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 18 novembre

Formazione a distanza

25 gennaio e 1 febbraio

4 e 11 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MOTIVARE E GESTIRE IL TEAM

Quali sono gli elementi costitutivi e fondanti di un team? Quali sono le caratteristiche di un team motivato ad elevate performance? Perché un team lavori bene è necessario che tutti i suoi componenti desiderino essere parte della stessa squadra, condividendo obiettivi, decisioni, risultati. È necessario gestire al meglio le persone, facendo in modo che differenti caratteristiche individuali si integrino per creare valore. Il corso di team management esplora i processi che stanno dietro alla creazione, al funzionamento ed al mantenimento di un team e fornisce le tecniche per trasformare il proprio gruppo di lavoro in un team affiatato e performante.

Obiettivi

- Conoscere le dinamiche e meccanismi che stanno alla base di un team di successo
- Comprendere la relazione tra elementi organizzativi ed elementi relazionali all'interno del team
- Motivare le persone per orientarle verso un obiettivo di gruppo
- Comprendere e valorizzare le potenzialità di ogni collaboratore
- Esercitare il ruolo di trainer e coach
- Mantenere l'efficienza del team, anche in situazioni di crisi

Destinatari

Manager e Leader alla ricerca di un nuovo approccio per far esprimere pienamente le potenzialità dei propri team.

Contenuti

Team, gruppo, squadra

- Team, gruppo, squadra: un po' di definizioni a partire dall'etimologia
- Team e Teaming: Il Team nel sistema azienda e la sua trasformazione

Condizioni per creare un team di successo

- Elementi fondamentali per costruire e garantire il funzionamento di un gruppo di lavoro
- Importanza dell'obiettivo in un team: come strutturarlo per facilitarne la condivisione
- Oltre all'obiettivo: ruoli, processi e relazioni (modello di Beckhard)

Sviluppare un coordinamento produttivo nel proprio gruppo di lavoro

- Team e ruolo
- Ruoli all'interno del team: differenza tra ruoli formali e ruoli funzionali all'efficacia del team
- Ruoli funzionali per un team ad alta performance: ruoli necessari, ripartizione dei ruoli, predisposizione all'assunzione dei ruoli

Come sviluppare un team ad elevate performance

- Il ruolo del manager
- Caratteristiche personali e stili comunicativi del manager per condurre un gruppo di lavoro
- Caratteristiche personali dei collaboratori e stili di coordinamento
- La delega per incentivare le condizioni di sviluppo del gruppo di lavoro: realizzare il compito, far crescere gli individui, rafforzare lo spirito di squadra, ottenere gli obiettivi
- Curare la comunicazione e la gestione del feedback all'interno del team
- Dinamiche interpersonali e reti di comunicazione

Come arrivare al team eccellente

- Responsabilità del manager nel percorso di sviluppo
- Azioni di coaching da sviluppare per consolidare la performance del proprio team

Docente

Mauro Dotta, da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in aziende operanti nel settore del terziario e manifatturiero in qualità di Human Resources Manager. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching.

25

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 7 e 14 febbraio

PIACENZA, 23 e 30 settembre

REGGIO EMILIA, 24 settembre e 8 ottobre

RIMINI, 5 e 12 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEADERSHIP SUPPORTIVA E UMANISTA NELL'ERA DEL CAOS

Non esistono stili di Leadership giusti o sbagliati in sé ma ogni momento storico e ogni contesto richiedono il giusto stile per essere affrontati con successo. In questo momento storico, con la sua caratterizzazione culturale, è necessaria una Leadership forte e allo stesso tempo umanista, che sappia ingaggiare i collaboratori attraverso il loro contributo creativo e il loro coinvolgimento. In una condizione di caos sistemico sempre più potente, la velocità di reazione è vitale e il controllo non è più applicabile.

Obiettivi

- Rafforzare la propria capacità di Leadership, partendo dal proprio stile peculiare
- Saper migliorare le performance dei propri collaboratori attraverso una Leadership supportiva
- Saper motivare i collaboratori, creare commitment e appartenenza
- Evolvere l'organizzazione attraverso il contributo dei collaboratori
- Eare emergere i talenti ancora latenti a favore del successo aziendale e del talent retention.

Destinatari

Tutti coloro che gestiscono collaboratori.

Contenuti

- Il mio stile: che tipo di Leader sono? (test)
- I punti di forza e debolezza dei vari stili
- Il Leader allineato: analisi di modelli efficaci (esercitazione)
- Quando sono stato efficace come Leader: allineamento personale sui livelli logici (esercitazione)
- Il modo più attuale di gestire i collaboratori: Leadership supportiva
- Le qualità del guerriero: le 10 competenze del Servant Leader e come rafforzarle
- Il Leader Umanista: guidare la squadra attraverso l'identificazione dei bisogni e l'appello alle emozioni
- Fare leva sui bisogni dei collaboratori per guidarli verso la loro migliore performance
- Il coinvolgimento nel problem solving e nelle decisioni: ingaggiare i collaboratori
- Agire sulla cultura dei collaboratori
- Agire sulle motivazioni universali
- La chiarezza sugli obiettivi: dare la meta e concordare il percorso (esercitazione)
- Relazionarsi efficacemente con ogni collaboratore: la flessibilità relazionale del Leader Situazionale (test)
- Utilizzare un linguaggio potente e persuasivo
- La narrazione per sviluppare l'appartenenza e dare senso al lavoro
- Esercitazioni e applicazioni

Docente

Roberta Rozzi, coach e Counselor. Senior trainer su soft skills. Consulente nell'area HR, organizzazione, team building e problem solving organizzativo, sviluppo delle performance, armonizzazione culturale. Modelli di riferimento: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi. Può utilizzare tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 2 e 9 febbraio

RIMINI, 19 e 26 marzo

PARMA, ed. 1 - 2 e 9 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 24 e 31 maggio

PARMA, ed. 2 - 24 settembre e 1 ottobre

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 18 e 25 ottobre

Formazione a distanza

21 e 28 novembre, 5 e 12 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO

Il Project Management risponde all'esigenza delle aziende di rivedere la propria struttura organizzativa basata su logiche funzionali, al fine di supportare al meglio la gestione dei progetti interni e su cliente. Il corso fornisce gli elementi di base del Project Management illustrando le principali metodologie che occorre utilizzare per pianificare, gestire e controllare al meglio un progetto.

Obiettivi

- Acquisire i principi fondamentali di Project Management
- Applicarne la metodologia e gli strumenti durante la gestione di progetti aziendali
- Acquisire le competenze necessarie per gestire un progetto all'interno dei tempi, dei costi e della qualità richieste dal committente, sia questo interno o esterno all'organizzazione

Destinatari

Project manager, product manager, responsabili di business unit.

Contenuti

Introduzione al P.M.

- Lo scenario del Project Management
- Gli aspetti tecnico-metodologici e strategico-organizzativi
- Cenni storici
- Il ciclo di vita del progetto e le fasi del Project Management

Pianificazione del progetto

- La concezione del progetto
- Le strutture organizzative
- Le tecniche di scomposizione del lavoro, del prodotto e delle responsabilità (WBS, PBS, OBS)
- La previsione dei costi di progetto (CBS)
- L'assegnazione delle responsabilità (matrice LRC compiti/responsabilità)
- La gestione dei rischi di progetto
- La figura del Project Leader
- La gestione delle risorse umane: preparazione del Team di progetto, la gestione della delega, creatività e motivazione

La programmazione del progetto

- La programmazione delle attività
- I diagrammi reticolari, metodi CPM e PERT
- Diagramma di Gantt
- La programmazione delle risorse: il metodo dei carichi e i metodi di livellamento
- Il Cash-Flow e il piano finanziario di progetto
- La Baseline di progetto e le previsioni

Il controllo e la chiusura del progetto

- Organizzazione dei SAL (Stato Avanzamento Lavori)
- Le tecniche di rilevazione degli avanzamenti per i tempi, per le risorse e per i costi
- Le tecniche di valutazione delle performance di progetto
- Le tecniche di ripianificazione (Earned Value)
- La reportistica di verifica e la documentazione di avanzamento
- La chiusura del progetto

Cenni alle tecniche di Program Management

Docente

Value s.a.s. è una società di consulenza e formazione specializzata nello sviluppo organizzativo orientato ai progetti, nel Project Management e nella crescita delle competenze per un continuo miglioramento delle performance. Le aree di intervento specifiche sono: Business Analysis, Project e Program Management, Change Management, Process Management e Sostenibilità. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

27

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

CESENA, 8 aprile

RIMINI, 23 maggio

MODENA, 27 maggio

Formazione a distanza

26 giugno e 3 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL TIME MANAGEMENT E LA NEGOZIAZIONE PER UNA MAGGIORE EFFICIENZA ORGANIZZATIVA

Nel mondo delle organizzazioni odierne, saper gestire il tempo e trasformarlo in performance di qualità è una competenza indispensabile per l'efficacia organizzativa. Infatti, il tempo in azienda può essere percepito come fonte di pressione, di sovraccarico lavorativo e di stress, oppure come risorsa entro cui organizzare la propria attività lavorativa, allineare le priorità condivise con l'organizzazione per l'aumento dell'efficienza aziendale e soddisfazione personale.

Obiettivi

L'obiettivo del corso è di fornire gli strumenti tecnici per implementare una buona programmazione delle attività, partendo dalla definizione degli obiettivi, passando per la gestione efficace delle priorità, fino alla negoziazione interna/esterna per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che intendano sviluppare la competenza della gestione efficace del tempo, tramite la costruzione di una programmazione fattibile e realizzabile delle attività, il riconoscimento e la condivisione delle priorità, e la negoziazione per creare valore e trasformare il tempo lavorativo in risorsa piuttosto che pressione.

Contenuti

- Tempo oggettivo e tempo soggettivo
- Tempo indispensabile, lavorativo e libero
- Pianificare, operare, gestire relazioni
- Obiettivi SMART come condizione di efficacia
- Saper riconoscere e gestire le priorità
- Il modello di Eisenhower
- I ladri del tempo
- La Negoziazione come strumento strategico di gestione delle priorità nel tempo

Docente

Valentina Caferio, si occupa di consulenza di direzione e formazione per la gestione delle risorse umane. Ogni suo intervento ha come obiettivo l'aumento dell'efficacia delle performance professionali per lo sviluppo organizzativo. Si contraddistingue per la sua metodologia esperienziale con esercitazioni pratiche, mirate e risolutive, che permettono un'elevata partecipazione attiva.

28

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 3 e 10 aprile

RAVENNA, 18 e 25 settembre

Formazione a distanza

26, 28 febbraio, 4 e 6 marzo

10, 17, 24, 31 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL METODO S.C.O.R.E. PER AFFRONTARE E RISOLVERE I PROBLEMI IN OTTICA STRATEGICA

Hai notato di lamentarti sempre degli stessi problemi? Ci sono in azienda errori, disorganizzazioni, cattivi comportamenti che si ripresentano regolarmente? Quando succede, la soluzione dipende dal riuscire a individuare le vere cause del problema e dal darsi di conseguenza obiettivi strategici. Questo processo richiede il possesso di un metodo di problem solving adeguato alla complessità e al caos organizzativo.

Obiettivi

- Affrontare efficacemente i problemi cronici del lavoro
- Agire velocemente sui nuovi problemi
- Diminuire i costi della disorganizzazione

Destinatari

Imprenditori, manager, responsabili e tutti coloro che affrontano quotidianamente problemi organizzativi e relazionali.

Contenuti

- I problemi nei sistemi organizzativi: complessità e caos
- Il potenziale insito nel problema come possibile leva di miglioramento e di successo aziendale
- Il modello S.C.O.R.E per l'analisi del problema
- I sintomi e gli effetti: ciò che non è il problema, ciò che non è l'obiettivo
- Scoprire la vera causa: processo a spirale conica
- Dal problema all'obiettivo
- Trovare idee di soluzione e miglioramento: elasticità mentale, flessibilità, creatività
- Combattere le abitudini come fonti di errori
- Individuare le risorse necessarie per l'applicazione dell'idea
- Prendere decisioni
- Divulgare le buone prassi
- Favorire i suggerimenti
- Comunicare idee e soluzioni gestendo il conflitto
- Attenzione al feedback e alla valutazione delle prestazioni

Docente

Roberta Rozzi, coach e Counselor, senior trainer sulle competenze trasversali e manageriali, consulente organizzativo nell'area del capitale umano, esperta di team building 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.

29

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 30 gennaio e 6 febbraio

REGGIO EMILIA, 9 e 16 aprile

PARMA, 12 e 19 giugno

Formazione a distanza

16, 23, 30 settembre e 4 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME TRASFORMARE IL RESPONSABILE AMMINISTRATIVO IN CONTROLLER

Le PMI hanno sempre più bisogno di sviluppare cultura del controllo di gestione, per rilevare tendenze e produrre costantemente informazioni di supporto ai processi decisionali, anche se spesso mancano risorse dedicate o specifiche competenze.

Obiettivi

Illustrare ai partecipanti, di estrazione amministrativa, come approcciare e gestire le principali problematiche di controllo, nell'ottica di acquisire semplici strumenti da utilizzare ed accrescere significativamente la propria professionalità, al fine di misurarsi poi in azienda su di un progetto operativo di sviluppo della funzione.

Destinatari

Responsabili e addetti amministrativi, responsabili o addetti controllo di gestione.

Contenuti

- La cultura amministrativa e la cultura del controllo
- Le aree di intervento del controllo di gestione
- Il Rapporto con la direzione generale
- I sistemi di misurazione dei risultati
- Il controllo e la simulazione economica
- Il controllo e la simulazione finanziaria
- Come presentare ed interpretare le informazioni

Docente

Marco Limido, amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa da più di 30 anni di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI. Da gennaio 2013 ricopre anche part time la carica di General Manager di Bugnion spa, società leader nella consulenza in proprietà industriale e intellettuale.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 30 gennaio

PIACENZA, 6 maggio

PARMA, 11 novembre

Formazione a distanza

25 e 29 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL BUSINESS PLAN: STRUMENTO PER RAPPRESENTARE IL PIANO STRATEGICO DI UN'AZIENDA

Il business plan è ormai un elemento fondamentale del sistema di pianificazione e controllo di qualsiasi azienda, utilizzato allo scopo di definire in maniera più consapevole e organica i propri obiettivi strategici per poi declinarli in passi operativi e “tradurli” in grandezze economico – finanziarie.

Obiettivi

- Gli elementi e le metodologie per la costruzione del business plan
- Il business plan come strumento di controllo aziendale.

Destinatari

Imprenditori, responsabili funzionali e responsabili controllo di gestione, addetti amministrativi ed al controllo.

Contenuti

- Struttura ed obiettivi del business plan
- La strategia di sviluppo e gli aspetti organizzativi
- Gli elementi del piano di fattibilità
- La simulazione economico-finanziario
- Un esempio di business plan

Docente

Per le sedi di Parma e Piacenza: Roberto Menziani, partner e senior consultant presso Mevin Consulenza di Direzione, docente e consulente esperto in area amministrazione, finanza e controllo.

Per le sedi di Reggio Emilia e Rimini: Fabio Petroncini, dottore Commercialista e Revisore Contabile. Consulente e formatore senior in area fiscale, contabile ed in materia di pianificazione e controllo di gestione e gestione finanziaria d'impresa.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 19 marzo

PARMA, 3 aprile

PIACENZA, 16 luglio

Formazione a distanza

31 maggio e 7 giugno

17 e 24 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME FISSARE I PREZZI DI VENDITA

La determinazione dei prezzi di vendita è operazione quanto mai complessa per le aziende soprattutto in tempi, come quelli attuali, in cui l'arena competitiva è sempre più vasta ed è molto difficile poter indirizzare pienamente la politica di pricing verso gli obiettivi dell'azienda.

Obiettivi

Ragionare sul concetto di pricing e i fattori che influenzano la politica dei prezzi, apprendere le varie tecniche che permettono di determinarli in base a differenti ipotesi di redditività attesa.

Destinatari

Imprenditori, dirigenti, responsabili controllo di gestione, responsabili commerciali.

Contenuti

- Il concetto del pricing
- Prezzo e valore d'uso dei beni/servizi
- Il valore percepito dal cliente
- I fattori che influenzano il pricing
- L'elasticità della domanda al prezzo (cenni)
- Prezzi, costi e volumi di vendita (il break even point)
- La determinazione dei costi dei prodotti: direct e full costing
- Il ribaltamento dei costi indiretti e dei costi generali per la definizione dei prezzi di vendita
- Il target costing
- I diversi concetti di ricarico (mark up) e margine di contribuzione
- Come tenere sotto controllo i prezzi di vendita in corso d'anno
- La determinazione dei prezzi per i nuovi prodotti in fase di lancio sul mercato

Docente

Marco Limido, amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa da più di 30 anni di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI. Da gennaio 2013 ricopre anche part time la carica di General Manager di Bugnion spa, società leader nella consulenza in proprietà industriale e intellettuale.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 27 febbraio

RIMINI, 20 giugno

REGGIO EMILIA, 23 ottobre

Formazione a distanza

8 e 15 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SAPER LEGGERE IL BILANCIO IN OTTICA STRATEGICA

Quali informazioni estrapolare dal bilancio d'esercizio? Che cosa racconta veramente dello stato di salute di un'azienda, delle sue prospettive e dei suoi rischi e dei suoi vantaggi strategici? Il corso per rispondere a queste domande approfondisce la tematica dell'analisi di bilancio per favorire una comprensione dei risultati economico-finanziari ed una valutazione della sua efficienza, redditività e solidità finanziaria. Gli interventi sono svolti secondo un duplice focus: da un lato si vogliono fornire indicazioni utili alla lettura e analisi del Bilancio in ottica interna, per la verifica delle condizioni di salute dell'azienda, dall'altro si intende proporre un approccio di analisi competitiva del bilancio in relazione alle Performance registrate dai concorrenti.

Obiettivi

- Comprendere le logiche di costruzione del bilancio d'esercizio
- Apprendere le modalità di analisi delle direttrici della redditività, solidità e liquidità aziendale
- Confrontare i risultati aziendali con un benchmark settoriale per trarne spunti di sviluppo strategico.

Destinatari

Imprenditori, figure aziendali impegnate nell'attività di pianificazione strategica, controllo di gestione e rapporti con il mondo finanziario.

Contenuti

Il corso offre quindi un Tool – Kit che spazia dalla lettura del Bilancio in ottica statica alla lettura approfondita delle Performance aziendali in relazione ai Benchmark di settore

- Riclassificazioni di bilancio
- Modalità di Costruzione del Rendiconto Finanziario
- Costruzione e comprensione degli indici di bilancio
- Analisi e comprensione degli indici di allerta
- Analisi competitiva: principi di analisi delle performance a sistema con le performance dei concorrenti

Docente

Simone Selva, aree di attività prevalente: disegno e implementazione dei sistemi di Performance Measurement, crisi e ristrutturazione d'impresa, valutazione d'azienda a fini legali o di M&A. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini, Revisore Legale dei Conti. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione.

CORSI FUNZIONALI

In ogni area dell'azienda è necessario approfondire strumenti e metodologie e aggiornare continuamente le competenze caratteristiche del ruolo. In quest'area sono raggruppati i corsi per le principali funzioni aziendali:

- **LEGALE E FISCALE**
- **AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO**
- **OPERATIONS & SUPPLY CHAIN**
- **RISORSE UMANE**
- **COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE**
- **INFORMATICA E TECNICA**

CORSI FUNZIONALI

LEGALE E FISCALE



FORMAZIONE 2024

LEGALE E FISCALE**Quota di partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

9 e 16 aprile

5 e 12 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INCOTERMS® 2020 ICC

Il presente corso ha lo scopo di fornire una conoscenza delle diverse forme e delle implicazioni dei vari Incoterms® per saperne cogliere le differenze e i diversi livelli di rischio, fornendo gli strumenti necessari a cautelarsi contro i possibili rischi derivanti da una scelta errata.

Obiettivi

- Evidenziare come la scelta di un Incoterms influenzi la redazione di bilancio e abbia importanti conseguenze sulla legge applicabile e prove di avvenuta cessione comunitaria ed esportazione
- Fornire tutte le informazioni pratiche riguardanti le obbligazioni della pubblicazione Incoterms 2020®
- Indicare le linee guida per la corretta scelta del termine di resa in base al pagamento, modalità di trasporto e altre clausole contrattuali

Destinatari

Ufficio commerciale, ufficio acquisti, ufficio vendite, chi gestisce i contratti di trasporto e spedizione.

Contenuti

- Il richiamo degli Incoterms® nelle condizioni di vendita
- Incoterms e riemessi contabili
- Incoterms e foro competente
- Incoterms prove di esportazione e cessione comunitaria
- Incoterms struttura e obbligazioni a specchio
- Il termine EXW e problematiche connesse (prova avvenuta esportazione, cessione comunitaria responsabilità del caricatore, compilazione CMR)
- Il termine FCA modalità di utilizzo con riferimento alla previsione polizza di arico “on board” e riflessi documentari
- I termini FAS e FOB inadeguatezza per trasporto in container
- Gli obblighi del committente del trasporto (sanzioni codice della strada)
- Inadeguatezza dei termini CFR/CIF trasporti in container
- I mutati obblighi assicurativi della pubblicazione Incoterms® 2020
- I termini DAP, DPU, DDP modalità di utilizzo

Docente

Simone Del Nevo, componente della Commissione Iva e Origine. Laureato in Economia e Commercio, Master nella gestione delle aziende di trasporto, doganalista e giornalista pubblicista. Relatore presso enti di formazione in tecnica e legislazione doganale. Consulente aziendale e autore di pubblicazioni relative al campo doganale.

LEGALE E FISCALE**Quota di partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

27 marzo e 3 aprile

21 e 28 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FUTURO DEI MODELLI INTRASTAT

Il corso si propone lo scopo di rivedere le tradizionali modalità di compilazione dell'intrastat vendite e cessioni sia per merci che per i servizi alla luce del software intraweb che viene rilasciato dall' ADM per l'anno 2024.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti un quadro di riferimento relativo alle novità introdotte per gli intrastat che entreranno in vigore con la prima dichiarazione da effettuarsi entro il 25.02.24 riepilogativa del gennaio 2024.

Destinatari

Uffici amministrativi.

Contenuti**CESSIONI**

- Nuova casella obbligatoria per gli operatori mensili con indicazione “origine non preferenziale della merce”
- Per spedizioni di valore inferiore a 1.000 euro facoltativa l'indicazione della voce doganale
- Nuova colonna “natura della transazione”
- Nuova sezione interamente dedicata a “consignment stock”
- Abolizione cessioni verso San Marino

ACQUISTI

- Nuova soglia per la periodicità mensile per le sole merci
- Abolizione della periodicità trimestrale sia per merci che per servizi
- Momento di rilevazione delle operazioni
- Nuova colonna “natura della transazione”
- Semplificazioni per la compilazione intra merci
- Semplificazioni per la compilazione intra servizi
- Per arrivi di valore inferiore a 1.000 euro facoltativa l'indicazione della voce doganale

Docente

Simone Del Nevo, componente della Commissione Iva e Origine. Laureato in Economia e Commercio, Master nella gestione delle aziende di trasporto, doganalista e giornalista pubblicista. Relatore presso enti di formazione in tecnica e legislazione doganale. Consulente aziendale e autore di pubblicazioni relative al campo doganale.

LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 19 aprile

Formazione a distanza

5 e 12 febbraio

18 e 25 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FISCALITÀ INTERNAZIONALE

Il corso si propone di fornire ai partecipanti i mezzi necessari per una comprensione e un utilizzo consapevole delle regole in materia IVA. Scopo ultimo diviene la corretta compilazione di tutta la documentazione necessaria per operare con paesi UE e Extra-UE, alla luce delle novità e semplificazioni 2022-2023. Particolare attenzione verrà riservata alle nuove procedure doganali in materia di import/export (CASSETTO DOGANALE).

Obiettivi

Al partecipante saranno offerte le competenze per la corretta compilazione dei documenti contabili aziendali in riferimento a cessioni/acquisti intraUE e IMPORT/EXPORT, con particolare riferimento ai nuovi documenti e procedure introdotti dal CASSETTO DOGANALE. Un accenno verrà riservato alla tematica origine, in quanto determinante per le indicazioni obbligatorie in fattura.

Destinatari

Area commerciale, area amministrativa, area acquisti, produzione e tecnologie produttive e area qualità.

Contenuti

IVA estera dal punto di vista attivo e passivo (operazioni in campo IVA e fuori campo IVA)

- Triangolazioni
- Acquisti e cessioni intracomunitarie di beni
- Prove di avvenuta cessione intracomunitaria
- Casi pratici
- Implementazioni documentali
- Cassetto doganale:
 - ✓ Esportazione
 - ✓ Importazione
- Perfezionamento attivo e passivo
- Immissione in libera pratica
- Immissione in deposito
- Indicazioni obbligatorie in fattura (quindi accenni al discorso IVA PREFERENZIALE e NON PREFERENZIALE)

Docente

Mariagrazia Tassinari, esperienza pluriennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Svolge attività di consulenza per piccole e grandi realtà aziendali. dal 1992, a fianco delle imprese per facilitare il loro approccio ai mercati esteri e seguirle nei passaggi successivi. Collabora nella risoluzione di problematiche specifiche legate al tema dell'internazionalizzazione.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

21 e 28 giugno

8 e 11 luglio

7 e 14 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE OTTIMALE DELLE PRATICHE DOGANALI NELLE OPERAZIONI DI IMPORT EXPORT. REATI DOGANALI: COME EVITARLI E COME DIFENDERSI

Il corso rappresenta l'occasione per gli operatori per comprendere e gestire le pratiche doganali nonché eliminare i rischi in tali operazioni, gestendo, così, in maniera adeguata la pratica doganale e le problematiche connesse, mettendosi al riparo da inutili e costose controversie.

Obiettivi

L'importanza di un'adeguata conoscenza delle problematiche più attuali del diritto doganale per conseguire benefici sia in termini di razionalizzazione dei costi e di riduzione dei rischi che di massimizzazione dei vantaggi. Con l'aumento delle operazioni internazionali sono inoltre aumentati anche i controlli dell'Agenzia delle dogane. Diventa pertanto necessario conoscere e gestire in maniera ottimale le operazioni di import/export nonché conoscere le principali aree di rischio doganale: royalties, depositi IVA, origine non preferenziale e preferenziale, dazi antidumping, valore in dogana della merce, anche al fine di ridurre eventuali contenziosi doganali.

Destinatari

Imprenditori, referenti amministrativi e responsabili custom compliance.

Contenuti

Pratica doganale nelle operazioni di export import: gestione, risvolti fiscali e logistici

Introduzione alla pratica di export import ed al diritto del commercio internazionale

- Quadro giuridico della pratica di Export- Import
- Fonti normative e tecnica doganale: novità normative 2024

L'origine della merce, il made in e le problematiche connesse:

- Regole di origine preferenziale e non preferenziale delle merci
- Rilascio e controllo dei certificati di circolazione delle merci
- Informazione vincolante sull'origine (IVO): Novità 2024
- Certificazioni e documenti: EUR1, REX, ATR

Classificazione e valore delle merci

- Sistema armonizzato (HS)
- Nomenclatura combinata e Taric
- Informazione tariffaria vincolante (ITV): Novità 2024
- Valore e prezzo in fattura

Docente

Giuseppe De Marinis, Senior Partner dello STUDIO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS, Presidente e Amministratore unico di COMMERCIOESTERO S.r.l., socio e Vicepresidente di COMMERCIOESTERO NETWORK. Professore a contratto di International Commercial Law presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Svolge attività di consulenza sulle tematiche dell'Internazionalizzazione in particolare in diritto e tecnica doganale e diritto dei trasporti internazionali, custom audit.

LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

16 e 17 gennaio

22 e 23 luglio

26 settembre e 3 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORIGINE DELLE MERCI

Il corso si pone l'obiettivo di aggiornare le imprese sul nuovo quadro normativo che si è delineato a seguito delle ultime novità intervenute in materia doganale ed origine preferenziale e non preferenziale della merce.

Obiettivi

- Analizzare le regole per la corretta attribuzione dell'origine preferenziale delle merci e la relativa documentazione
- Analizzare le regole per la corretta attribuzione dell'origine non preferenziale (Made In) e la relativa documentazione

Destinatari

Imprenditori, responsabili commerciali di PMI.

Contenuti

L'origine preferenziale

- Gli accordi di origine con i Paesi Esteri
- Le lavorazioni sufficienti a conferire l'origine
- I certificati EUR1, EUR MED, ATR
- La dichiarazione di origine preferenziale in fattura
- L'Esportatore Autorizzato, il REX e le altre semplificazioni doganali: analisi delle istanze e suggerimenti operativi
- La dichiarazione di lungo termine del fornitore;
- Il cumulo nell'ambito dell'accordo PANEUROMEDITERRANEO: analisi di un caso concreto
- I nuovi accordi di origine preferenziale al 2024
- Gli illeciti amministrativi e reati connessi alle dichiarazioni di origine ed etichettatura in Italia
- Le false e fallaci dichiarazioni di origine
- Origine preferenziale con triangolazione. La regola del trasporto diretto e/o della non manipolazione

L'origine non preferenziale

- Le regole dell'origine non preferenziale
- Riflessi pratici
- Made In
- La responsabilità per falsa e fallace indicazione
- La relazione tra l'origine non preferenziale dell'Unione Europea e la disciplina italiana relativa all'indicazione di origine Made In, analizzando anche la relativa giurisprudenza nazionale
- Analisi delle nuove disposizioni per il rilascio dei certificati di origine

Docente

Giuseppe De Marinis, Senior Partner dello STUDIO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS, Presidente e Amministratore unico di COMMERCIOESTERO S.r.l., socio e Vicepresidente di COMMERCIOESTERO NETWORK. Professore a contratto di International Commercial Law presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Svolge attività di consulenza sulle tematiche dell'Internazionalizzazione in particolare in diritto e tecnica doganale e diritto dei trasporti internazionali, custom audit.

LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

12 e 18 aprile

2 e 6 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

REX E ESPORTATORE AUTORIZZATO: VANTAGGI OPERATIVI

L'iscrizione in Banca Dati R.EX. (Registered Exporter) e lo status di Esportatore Autorizzato sono benefici accordati dalle autorità doganali che permettono alle aziende sia produttrici che commerciali di poter attestare l'origine preferenziale unionale delle merci direttamente su fattura (senza necessità di richiesta di Eur1). Una non corretta gestione di tali dichiarazioni può comportare conseguenze penali per il sottoscrittore. Una corretta procedura permette invece una contrazione di costi economici/aziendali, garantendo vantaggi concorrenziali rispetto a competitors ExtraUE.

Obiettivi

- Analisi dei presupposti necessari per l'ottenimento di tali autorizzazioni
- Corretta compilazione della relativa modulistica e preparazione all'audit aziendale da parte degli ispettori doganali
- Gestione delle autorizzazioni ricevute all'interno della propria documentazione commerciale

Destinatari

Ufficio amministrazione, ufficio acquisti, ufficio spedizioni e logistica, customer care, ufficio estero.

Contenuti

- Modulistica
- Circolare 13/D dell'Agenzia delle Dogane: allegato 22-06 – modulo REX di compilazione ufficiale
- Modulistica per Status Esportatore Autorizzato: autonomia del singolo ufficio doganale. Campi obbligatori
- Mancata pre-vidimazione dei certificati EUR1: possibili conseguenze e ritardi
- Condizioni necessarie per ottenimento
- Conoscenza e applicazione regole di origine preferenziale
- Disponibilità in azienda di "Dichiarazione del fornitore" / "Dichiarazione del terzista"
- Corretta predisposizione della distinta base "doganale"
- Audit aziendale
- Come prepararsi all'ispezione aziendale da parte della Dogana
- Per arrivi di valore inferiore a 1.000 euro facoltativa l'indicazione della voce doganale

Docente

Andrea Clerici, Albo Doganalisti. Dottore in Economia Politica. Docente ICE Faculty, Export Champion Program di SACE SIMEST e Università LUISS Roma e presso vari Enti di formazione e Camere di Commercio. Autore di articoli per riviste di settore, Relatore in seminari in ambito doganale. Representative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

15 e 22 marzo

21 e 28 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“PROVE DI AVVENUTA ESPORTAZIONE EXTRAUE” VS. “PROVE DI AVVENUTA CESSIONE INTRAUE”

Il DL 331 del 1993 definisce le cessioni Intracomunitarie come non imponibili iva. Il DPR 633 del 1972 definisce le cessioni all'esportazione come non imponibili iva. Sulle predette operazioni non viene applicata IVA italiana in quanto l'imposta è applicata nel paese di destinazione del bene. È necessario da parte degli operatori adottare tutte le misure necessarie per poter dimostrare l'avvenuta uscita della merce dai confini nazionali (cessioni IntraUE) e dal territorio UE (export).

Obiettivi

- Corretta applicazione dei codici di esenzione iva per le cessioni all'estero (anche nei casi di triangolazione)
- Analisi della normativa e della documentazione richiesta ai fini dell'ottenimento delle prove necessarie
- Gestione delle corrette rese Incoterms in funzione della documentazione da ottenere

Destinatari

Ufficio amministrazione, ufficio acquisti, ufficio spedizioni e logistica, customer care, ufficio estero.

Contenuti

Cessioni IntraUE

- Nuovo articolo 45-bis, Regolamento UE 282/2011, introdotto dal Regolamento UE 2018/1912, in vigore dal 1° gennaio 2020
- Interpelli ad Agenzia delle Entrate: risposte e indicazioni operative
- Dichiarazione di avvenuta ricezione da parte del cliente: contenuto minimo e tempi di consegna
- Valore probatorio dei documenti di trasporto internazionale

Esportazioni ExtraUE

- Bolla doganale e resa Incoterms
- Codice MRN
- Verifica e conservazione del “visto uscire”
- Codici MRN non italiani
- Prove alternative di avvenuta esportazione
- Segnalazione “rilevate difformità”

Docente

Andrea Clerici, albo Doganalisti. Dottore in Economia Politica. Docente ICE Faculty, Export Champion Program di SACE SIMEST e Università LUISS Roma e presso vari Enti di formazione e Camere di Commercio. Autore di articoli per riviste di settore, Relatore in seminari in ambito doganale. Representative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

22 e 28 febbraio

6 e 13 giugno

2 e 9 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA BOLLETTA DOGANALE DIVENTA ELETTRONICA: DALLA DIGITALIZZAZIONE AI NUOVI PROCESSI DI COMPLIANCE DOGANALE

Il corso si propone di fornire ai partecipanti i mezzi necessari per la corretta compilazione di tutta la documentazione necessaria per operare correttamente con paesi ExtraUE, alla luce delle novità e semplificazioni contenute nel Nuovo Codice Doganale UE.

Obiettivi

In attuazione delle previsioni comunitarie in materia di importazioni i beni, l'Agenzia delle Dogane ha recentemente aggiornato il sistema informatico di sdoganamento all'importazione.

In tale contesto è stato soppresso il modello (cartaceo) della dichiarazione di importazione (bolletta doganale) introducendo una procedura informatica per la gestione delle operazioni in esame.

L'utilizzo del formulario cartaceo non è più previsto né per la presentazione della dichiarazione di importazione né per la stampa della stessa.

Al fine di consentire agli operatori economici di conoscere le novità anche in materia IVA proponiamo un seminario per passare dalla (ex) bolletta doganale alla bolletta doganale elettronica di Import/export.

Destinatari

Imprenditori, responsabili commerciali di PMI.

Contenuti

- Nuove dichiarazioni import: le bollette doganali elettroniche
- Cosa bisogna sapere e cosa cambia per le imprese importatrici
- I Nuovi tracciati H: Importazione definitiva e regimi speciali
- Come poter detrarsi l'IVA
- Come consultare e verificare le bollette doganali elettroniche
- Compliance doganale, Dual use come implementare strumenti operativi nel rispetto della normativa doganale
- Intelligenza artificiale
- Business intelligence applicata alle questioni doganali ed alla supply chain
- Tracciabilità della merce ai fini dell'origine della merce
- La responsabilità amministrativa dell'impresa: analisi del rischio e sviluppo operativo a seguito dell'attuazione della direttiva PIF (2017/1371) tramite il CORRETTIVO dlgs 75/2020 – adottato nell'esercizio della delega contenuta negli articoli 31, comma 5, della legge 24 dicembre 2012, n. 234, e 1 e 3 della legge 4 ottobre 2019, n. 117 (legge di delegazione europea)

Docente

Giuseppe De Marinis, Senior Partner dello STUDIO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS, Presidente e Amministratore unico di COMMERCIOESTERO S.r.l., socio e Vicepresidente di COMMERCIOESTERO NETWORK. Professore a contratto di International Commercial Law presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Svolge attività di consulenza sulle tematiche dell'Internazionalizzazione in particolare in diritto e tecnica doganale e diritto dei trasporti internazionali, custom audit.

LEGALE E FISCALE**Quota di partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

7 e 14 febbraio

21 e 28 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DEI PAGAMENTI INTERNAZIONALI

Durante il corso verrà illustrata la descrizione dei principali strumenti di pagamento utilizzati nel commercio estero.

Obiettivi

- Fornire una panoramica d'insieme dei principali strumenti di pagamento internazionali
- Descrivere il funzionamento degli strumenti di pagamento internazionali
- Le operazioni documentarie (CAD e lettere di credito)

Destinatari

Imprenditori, responsabili commerciali ed addetti all'ufficio commerciale estero.

Contenuti

- La gestione del rischio di credito estero
- L'analisi delle variabili di rischio
- La scelta del mezzo di pagamento idoneo in funzione del rischio cliente e del rischio Paese
- Esposizione dei singoli strumenti di pagamento ed indirizzo della scelta in base all'oggetto della transazione
- Le operazioni documentarie (incassi documentari e Lettere di credito): cenni sul funzionamento e ruolo delle banche:
- Le operazioni CAD
- Il credito documentario: natura dell'istituto, la conferma al credito, tipologie di credito documentario
- Lettera di credito e Stand by Letter of credit: le differenze principali
- Esempi di clausole contrattuali sulle condizioni di pagamento

Docente

Alessandro Russo, avvocato internazionalista e Professore a contratto di Legal English presso l'Università di Bologna, facoltà di Giurisprudenza. Senior partner dello Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners. Si occupa di internazionalizzazione d'impresa (in particolare pagamenti internazionali, diritto del commercio internazionale, contrattualistica e diritto societario internazionale). Associato a Credimpex. Svolge la professione forense. Oltre ad essere relatore in seminari, convegni e master, svolge attività di formazione manageriale per conto di 24 ore Business School, Agenzia ICE, e altri enti quali CCIAA, Enti associativi, Università ed altri enti di formazione manageriale. Autore di numerosi articoli e pubblicazioni tra cui "Manuale di Diritto Commerciale Internazionale" (A.A.V.V.) Edizioni Giappichelli - IV Edizione – 2023".

LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 5 giugno

Formazione a distanza

6 e 13 giugno

9 e 16 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA RIDUZIONE DEI RISCHI E DEI COSTI NEI TRASPORTI E SPEDIZIONI INTERNAZIONALI

Il percorso formativo partendo dall'analisi dei rischi nella gestione dei trasporti e delle spedizioni internazionali approfondirà la questione dei costi con l'obiettivo di generare saving per i servizi di movimentazione e migliorare la marginalità delle vendite/acquisti internazionali.

Obiettivi

In un momento di profonda crisi economica, tutte le aziende cercano di ridurre al massimo i costi produttivi mettendo in pratica una serie di specifiche azioni. Tra le azioni intraprese la prima che di solita si adotta è quella di andare a comprare nei cosiddetti Paesi Low Cost. Si trattano materie prime, semilavorati, prodotti finiti che, dovranno essere trasportati sino a proprio magazzino o in altre località. La mancanza di specifiche competenze e conoscenze mette in moto una dinamica che fa lievitare i costi di trasporti in modo sproporzionato alle logiche di trasporto e spedizione con l'utilizzo di tecniche che permettono di ottenere un potenziale risparmio sino al 25% delle reali spese e costi.

Destinatari

Imprenditori, responsabili import export, responsabili uffici acquisti, responsabili marketing che devono sviluppare iniziative sui mercati internazionali, responsabili e collaboratori dell'ufficio export e import.

Contenuti

- Il corretto uso degli Incoterms® per risparmiare sui costi di trasporti e spedizioni e per ottimizzare i rischi
- Relazioni tra Incoterms ed i contratti di compravendita e le condizioni generali di vendita
- Relazione tra Incoterms®, pagamenti internazionali, marketing di acquisto, trasporti e spedizioni nelle importazioni
- La tariffa ed i costi nel trasporto: definizione delle esigenze aziendali in relazione alle importazioni
- Gli acquisti e la distribuzione del prodotto come elemento di costo ma anche come opportunità e valore aggiunto
- I contratti di acquisto di trasporto, spedizioni e servizi accessori come elemento di check up: responsabilità, opportunità, procedure e creazione del valore aziendale
- La stretta ed indispensabile relazione tra trasporti e la variabile doganale in import insieme ed altri regimi doganali
- Le azioni correttive nel setup del trasporto negli acquisti e vendite aziendali
- I trasporti nelle importazioni; i costi e i rischi specifici
- Le lesson learned del percorso formativo

Docente

Saverio Aprile, International Trade Consultant. D-Tem certificato Ice. Consulente per le strategie di internazionalizzazione e formatore per le tecniche di commercio estero.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

7 e 14 maggio

5 e 12 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

La contrattualistica commerciale internazionale risente nelle proprie regole e clausole dei diversi sistemi giuridici operanti a livello globale. La difficoltà nel redigere un buon contratto internazionale sta nel decidere quale clausola inserire contestualizzandola a seconda della legge applicabile, del foro competente e dell'oggetto del contratto. In questo breve corso si danno gli strumenti metodologici per cercare di comprendere la basi normative differenti nella redazione di un contratto con valenza internazionale.

Obiettivi

- Abituarsi a ragionare direttamente sulle fonti giuridiche
- Comprendere la ratio dell'inserimento delle singole clausole nelle varie tipologie di contratto sapendole adattare di volta in volta al caso concreto ed alle esigenze dell'impresa.

Contenuti

- Common Law e Civil Law (Code Napoleon e BGB – Diritto Civile e Diritto Commerciale)
- Fonti del diritto del Commercio Internazionale
 - ✓ Convenzioni internazionali
 - ✓ Lex mercatoria
 - ✓ Norme di diritto internazionale privato
 - ✓ Principi Unidroit
- Il contratto e la sua disciplina nei rapporti del commercio internazionale:
 - ✓ proposta, accettazione, invito a proporre per i contratti off line e per i contratti on line
 - ✓ I Principi di freedom of the contract e freedom of the forms
 - ✓ Il momento di conclusione del contratto (principio di conoscenza, di ricezione e di spedizione)
 - ✓ Mirror image rule e battle of the forms
- ✓ La letter of intent
- ✓ L'esecuzione del contratto: le principali clausole (la gross disparity e le clausole vessatorie, limitazione di responsabilità, liquidate damages, forza maggiore, hardship, down payment)
- ✓ La risoluzione per inadempimento – fundamental breach
- ✓ Foro competente e legislazione di competenza: la Convenzione di Roma ed il Reg. n° 593 CE 17 giugno 2008 in tema di obbligazioni commerciali
- Esame di alcuni contratti utilizzati nel Commercio Internazionale:
 - ✓ La compravendita internazionale: la Convenzione di Vienna del 1980
 - ✓ Il Contratto di Agenzia Int.le ed il concetto di Agent
 - ✓ Il Contratto di Distribuzione
 - ✓ Il contratto di Joint Venture: contractual e corporation

Docente

Marco Tupponi, specializzato in Diritto Commerciale, Diritto Commerciale Internazionale, Technology Law. Fondatore nel 1991 dello STUDIO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS. Svolge attività di formazione manageriale e consulenza e di TEM sulle tematiche di internazionalizzazione, contratto di rete e del diritto applicato all'informatica per conto di Agenzia ICE e numerosi enti camerali e Associazioni territoriali di categoria.



LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

16 e 23 aprile

5 e 12 giugno

4 e 11 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BLOCKCHAIN, BIG DATA, SMART CONTRACT, TOKEN, CRIPTOVALUTE, INTELLIGENZA ARTIFICIALE: QUALI SONO GLI ASPETTI LEGALI?

La cosiddetta Tech Law sempre più fa parte della nostra vita. In questo corso si inquadreranno le problematiche giuridiche e la responsabilità legale.

Obiettivi

Il breve corso ha l'obiettivo di fornire le nozioni base con esempi pratici delle nuove tecnologie applicabili al Diritto. In particolare, si esamineranno i risvolti legali di: Blockchain, Big Data, Smart Contract, Token, Criptovalute, Intelligenza Artificiale, Metaverso. Ci si soffermerà sulle responsabilità degli Analisti di dati e degli Informatici che tradurranno in termini algoritmici gli Smart Contract. Si tratterà della figura del Data Broker e delle diversità giuridica della gestione dei dati in U.E. ed in USA. Se la separazione tra fisico e digitale non esiste più a vantaggio dell'onlife e del phigital, ovvero della commistione spinta tra online e vita reale e tra spazio fisico e digitale, la conoscenza delle responsabilità legali connesse a queste tematiche se, finora, sono state trascurate, con il loro forte sviluppo si ritiene che, soprattutto per i non addetti ai lavori, si debba prendere coscienza della loro importanza.

Destinatari

Imprenditori, manager, responsabili ed operatori dell'IC, legali.

Contenuti

- La blockchain sua evoluzione ed ambiti di applicazione: in particolare i risvolti legali
- Problemi giuridici e di responsabilità nella gestione dei Big Data
- Ruoli e responsabilità nel trattamento del dato personale: il Regolamento europeo 2016/679 sulla privacy - GDPR in paragone con la normativa USA
- Gli Smart Contracts: problematiche giuridiche nazionali ed internazionali
- I Token e gli NFT
- Cenni sugli aspetti Giuridici delle Criptovalute
- Tutti questi argomenti saranno arricchiti da casi reali

Docente

Marco Tupponi, specializzato in Diritto Commerciale, Diritto Commerciale Internazionale, Technology Law. Fondatore nel 1991 dello STUDIO TUPPONI, DE MARINIS, RUSSO & PARTNERS. Svolge attività di formazione manageriale e consulenza e di TEM sulle tematiche di internazionalizzazione, contratto di rete e del diritto applicato all'informatica per conto di Agenzia ICE e numerosi enti camerali e Associazioni territoriali di categoria.

LEGALE E FISCALE**Quota di partecipazione**

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

16 ore

Formazione in presenza

PARMA, 10 e 17 maggio

REGGIO EMILIA, 17 e 24 ottobre

PIACENZA, 8 e 15 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME RENDERE EFFICACI GLI AUDIT INTERNI (IN PRESENZA E DA REMOTO) PER MONITORARE E AVVIARE PIANI DI MIGLIORAMENTO

La presenza sempre più massiccia di richieste dal mercato di conformità a diverse norme e decreti (dalla qualità fino agli aspetti legati alla sicurezza, ambiente e sostenibilità ambientale) rende opportuna l'esigenza di aver consapevolezza di eventuali carenze organizzative al fine di avviare un piano di miglioramento. L'importanza di un approccio pragmatico e puntuale permette di avere un quadro completo dello stato dell'arte delle aziende ai diversi requisiti.

Obiettivi

Obiettivo del corso è individuare le metodologie efficaci su come gestire un audit in remoto e quelle su come gestire un audit in presenza. I principi della comunicazione saranno le basi per poter gestire un audit con alto valore aggiunto. Le attività formative verranno sviluppate seguendo i requisiti previsti dalla Norma UNI EN ISO 19011:2018, al fine di acquisire le nozioni di base per l'esecuzione degli Audit Interni. Durante il corso si lavorerà sull'approccio basato sul rischio (Risk Based Thinking) per eseguire attività di Internal Auditing. Per offrire un taglio applicativo al corso, verranno eseguite simulazioni di audit con la tecnica del role-playing.

Destinatari

Responsabili delle varie funzioni aziendali, in particolare, responsabili del sistema gestione qualità ambiente e sicurezza e personale addetto all'esecuzione degli audit.

Contenuti

- I principi base della Qualità e della Norma UNI EN ISO 19011:2018
- I diversi tipi di Audit: Interni Vs Esterni
- Il processo di audit sul campo: dall'incarico al rapporto di audit con esercitazioni
- Gli aspetti di competenza degli Auditor per i Sistemi di Gestione Integrati
- Risk Management System ed impostazione delle Norme sui Sistemi di Gestione
- Le informazioni documentate nel nuovo approccio dei Sistemi di Gestione
- La conduzione delle attività di Audit sui Sistemi di Gestione Basati sulla HLS

Docente

Giovanni Tancredi, professionista con esperienza ultraventennale, garantisce un servizio di Consulenza, Coaching e Temporary Manager alle Aziende con un team di collaboratori, seguendo l'approccio della Risk Analysis. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente. "Da un danno nasce un'opportunità: i cambiamenti li vivo come sfide e grazie a questo approccio che ho potuto riscontrare svariate soddisfazioni professionali."

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 23 gennaio

Formazione a distanza

15 e 22 aprile

6 e 13 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME SVILUPPARE LE PROCEDURE INTERNE SUL TEMA DEL WHISTLEBLOWING

Sia a livello Nazionale che Europeo è aumentato il numero e il perimetro di applicazione delle disposizioni in materia di protezione delle persone che segnalano violazioni di una o più Norme della Legislazione Nazionale in vigore e/o del diritto dell'Unione. Per le Organizzazioni alle quali viene richiesto di conformarsi a tali nuovi adempimenti risulta importante poter comprendere sia l'insieme dei requisiti stabiliti sia delle attività operative da prevedere, il tutto tenendo in considerazione anche quanto previsto dal Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali (GDPR).

Obiettivi

- Conoscere il contesto di riferimento e gli ultimi aggiornamenti in termini di whistleblowing
- Comprendere gli adempimenti previsti dalle norme applicabili
- Mappare le attività operative da prevedere all'interno della propria organizzazione
- Valutare come tali adempimenti impattano sul proprio Modello Organizzativo (se presente e in vigore)
- Valutare le correlazioni sulla base di quanto previsto dal Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali (GDPR)

Destinatari

Direzioni aziendali e ruoli di gestione e coordinamento, referenti di tutte le organizzazioni che hanno un Modello Organizzativo 231 in vigore o che rientrano tra le organizzazioni interessate all'applicazione di tali normative, Risk Manager, Internal Audit, consulenti, Lead Auditor ed auditor di Sistemi di Gestione, partecipanti ad organismi di vigilanza o funzioni di conformità o altro ruolo simile.

Contenuti

- Inquadramento ed analisi del contesto di riferimento
- Valutazione degli ultimi aggiornamenti in termini di Decreti Nazionali e Direttive Europee
- Le competenze dell'ANAC sul tema del whistleblowing
- I canali di segnalazione interna e le "segnalazioni esterne"
- Come poter strutturare una procedura di gestione delle segnalazioni e quali tempi di conservazione prevedere
- Gli obblighi di riservatezza e le misure di protezione del segnalante
- Gli obblighi di formazione interna

Docente

Serint Group da 30 anni offre servizi integrati alle imprese in ambito di consulenza organizzativa e certificativa, sicurezza e medicina del lavoro, privacy e gestione dei dati, conformità agli obblighi di legge, formazione, energia sia per PMI che per importanti organizzazioni pubbliche e private, partecipazione a progetti Nazionali ed Europei.

Mauro Pascucci: Laureato in Economia e Commercio con un Master in gestione e strategia d'impresa ha maturato oltre 20 anni di esperienza sui Sistemi di Gestione secondo standard Internazionali. Si occupa principalmente di Sistemi di Gestione in ambito Qualità, Parità di Genere e Modelli Organizzativi impostati secondo quanto previsto dal D.Lgs.231/2001 e dalla ISO 37001 con esperienza specialistica in ambito IT anche a riguardo dei contenuti del GDPR Europeo.



LEGALE E FISCALE

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione a distanza

14 e 21 febbraio

8 e 15 maggio

3 e 10 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GDPR PRIVACY E CYBERSECURITY

La sicurezza dei dati è diventata una missione per ogni organizzazione, che deve essere affrontata sia per rispondere alla conformità del GDPR e al complesso delle normative privacy, sia per proteggere al meglio le proprie informazioni da diverse minacce e molteplici tentativi di attacco. La sinergia tra i due mondi, da trattare congiuntamente, deve portare l'organizzazione all'interno di un sistema di gestione che garantisca la sicurezza e la compliance.

Obiettivi

- Come affrontare il tema della sicurezza dei dati in modo organizzato
- Da chi e che cosa ci dobbiamo difendere
- Come affrontare e mettere in procedura gli adempimenti normativi
- Monitorare il livello di sicurezza e il livello di compliance

Destinatari

Responsabili aziendali, responsabili risorse umane, responsabili IT e le figure comunque coinvolte nella sicurezza delle informazioni e nella compliance aziendale.

Contenuti

- Come siamo messi: analisi iniziale e risk assessment
- Come miglioriamo: gap analysis e piano di intervento
- L'importanza delle misure organizzative oltre a quelle tecnologiche
- I punti di controllo e le verifiche periodiche
- Le norme aggiornate di riferimento per la compliance
- Perché essere sicure e conformi è un approccio win-win
- Uno sguardo al prossimo futuro

Docente

Daniele Gombi, Data Protection Officer con competenze certificate da Unicert e Accredia, Privacy Officer con competenze certificate da TUV Italia, Membro della consulta UNICT di Unione Industriali Parma, commissione sicurezza informatica e Lead Auditor 27001.

CORSI FUNZIONALI

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

FORMAZIONE 2024



48

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 13 febbraio

Formazione a distanza

3 e 10 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ADEGUATI ASSETTI ORGANIZZATIVI, AMMINISTRATIVI E CONTABILI: COMPLIANCE NORMATIVA E OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE

Il D.lgs. n. 14 del 12 gennaio 2019 ha introdotto l'obbligo per tutte le imprese (Art. 375 comma 2 che modifica l'art. 2086 CC.) di dotarsi di un adeguato assetto (1) organizzativo, (2) amministrativo e (3) contabile. Dopo molteplici rinvii e modifiche la legge è entrata definitivamente in vigore e richiede all'imprenditore uno sforzo manageriale per dotarsi di strumenti che permettano una gestione oculata e previdente della propria azienda, con l'utilizzo di specifici strumenti tecnici. Scopo del corso è dunque quello di affrontare la tematica dell'obbligo di adeguati assetti nell'ottica del rafforzamento delle fondamenta organizzative dell'azienda per un maggiore controllo e miglioramento delle performance e una compiuta valutazione dei rischi connessi all'attività di business.

Obiettivi

- Comprendere le implicazioni manageriali e funzionali relativi all'obbligo di istituzione di adeguati assetti
- Saper valutare il proprio assetto organizzativo, amministrativo e contabile
- Individuare gli elementi chiave per ripensare assetti funzionali ed efficaci

Destinatari

Imprenditori, amministratori, figure aziendali impegnate nell'attività di pianificazione strategica, controllo di gestione e rapporti con il mondo finanziario, responsabili amministrativi.

Contenuti

Il corso intende affrontare il tema degli adeguati assetti dal punto di vista dell'opportunità per le imprese di sviluppare un incremento delle competenze organizzative, amministrative e finanziarie, assolutamente cruciali in un contesto sempre più aleatorio e al contempo sfidante.

La road-map prevederà:

- Adeguato assetto organizzativo: organizzazione, competenze e accountability
- Adeguato assetto contabile: architettura e processi contabili per governare l'azienda
- Adeguato assetto amministrativo: pianificare e valutare la crescita e la sostenibilità aziendale nel medio-lungo periodo

Docente

Simone Selva, aree di attività prevalente: disegno e implementazione dei sistemi di Performance Measurement, crisi e ristrutturazione d'impresa, valutazione d'azienda a fini legali o di M&A. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini, Revisore Legale dei Conti. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione.

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 30 gennaio

PARMA, 21 febbraio

REGGIO EMILIA, 12 giugno

Formazione a distanza

9 luglio

30 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTROLLO DI GESTIONE

Il Controllo di Gestione attinge dai processi aziendali i dati elementari che trasforma in informazioni strutturate per il management. Tutte le funzioni aziendali ne sono di fatto “fornitori” (dei dati elementari in input) e al tempo stesso “clienti” (utilizzatori delle informazioni in output). Il corso è pensato per i “non addetti ai lavori” e per chiunque intenda avvicinarsi ai temi del Controllo di Gestione. Ne propone i “fondamentali” trattando i principi guida, le metodologie di base, le tecniche e gli strumenti operativi dal punto di vista del cliente/fornitore interno.

Obiettivi

- Comprendere le logiche e gli strumenti fondamentali del Controllo di Gestione
- Acquisire sensibilità gestionale rispetto ai valori economici e finanziari e agli indicatori “non finance”
- Maturare consapevolezza sui “dati” e sul proprio ruolo nella loro determinazione.

Destinatari

- Tutte le figure aziendali (impiegati, quadri e dirigenti) che trasversalmente interagiscono con il Controlling come clienti/fornitori interni
- Controller junior in fase di inserimento
- Responsabili amministrativi che si stanno orientando al Controlling

Contenuti

- I sistemi di Pianificazione e Controllo (schema di Anthony)
- Riclassificazioni del bilancio gestionale: Conto Economico Scalare e prospetto Fonti-Impieghi
- La contabilità gestionale: industriale, analitica, direzionale
- Il budget e le sue evoluzioni: versioni, revisioni e rolling forecast
- Introduzione al Product Costing (Full Direct e Activity Based)
- Costi effettivi, costi standard e analisi delle varianze
- Indicatori economico finanziari e KPI's non finance

Docente

Emilio Botrugno, Temporary/Fractional Manager, Consulente e Formatore in ambito Pianificazione Strategica e Controllo Direzionale.

50

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 8, 15, 22 febbraio

PARMA, 6, 13, 20 marzo

Formazione a distanza

11, 13, 18, 20, 25, 27 giugno

5, 12, 19, 26 novembre e 3, 9 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTABILITA' - LIVELLO BASE

Il corso fornisce competenze e tecniche di contabilità di base indispensabili per tutti coloro che, appena assunti o di nuova nomina nei servizi amministrativi, abbiano la necessità di essere operativi il prima possibile. Intensivo e ricco di test, analizza le diverse operazioni contabili, consentendo di applicare correttamente ed autonomamente le procedure amministrative basilari.

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: obiettivi
- Sistemi e metodi contabili: il metodo della partita doppia
- Piano dei conti nella contabilità generale
- Le scritture contabili di funzionamento
- La contabilizzazione del ciclo attivo (vendite ed incassi)
- La contabilizzazione del ciclo passivo (acquisti e pagamenti)
- Le immobilizzazioni: aspetti contabili ed operativi (registro dei beni ammortizzabili)
- Costo del personale e oneri accessori
- Le scritture contabili di assestamento
- Fatture da emettere e da ricevere
- Ratei e risconti attivi e passivi
- Le rimanenze di magazzino
- Fatture da emettere e fatture da ricevere
- Gli accantonamenti per rischi su crediti e l'ammortamento dei beni
- La fatturazione elettronica e le conseguenze sulla contabilità (cenni)

Docente

Per la sede di Piacenza: Bongiorno Emanuela, dottore Commercialista e revisore legale.

Per la sede di Parma e Reggio Emilia: Setti Roberto-Ragioniere commercialista e revisore Contabile. Consulente e formatore senior in area fiscale, contabile ed in materia di pianificazione e controllo di gestione

Per la sede di Cesena: Fabio Petroncini, dottore Commercialista e Revisore Contabile. Consulente e formatore senior in area fiscale, contabile ed in materia di pianificazione e controllo di gestione e gestione finanziaria d'impresa.

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 14 marzo

PARMA, 13 giugno

REGGIO EMILIA, 17 settembre

PIACENZA, 14 ottobre

Formazione a distanza

29 novembre e 6 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA CONTABILITÀ ANALITICA COME STRUMENTO DI VALUTAZIONE. DAI CENTRI DI COSTO ALLA VALUTAZIONE DELLE BUSINESS UNIT AZIENDALI

Il corso ha come oggetto il tema dell'analisi e gestione dei risultati operativi. Scopo del corso è quello di introdurre i partecipanti alle tecniche di analisi e controllo dei costi e delle marginalità realizzate dall'azienda in ottica approfondita e con riferimento alle varie aree di business. Partendo dalla contabilità analitica e dalle tecniche di Costing industriale il corso si spinge fino alla costruzione di reportistiche economiche di ASA (area strategica di affari).

Obiettivi

- Apprendere il funzionamento di sistemi di contabilità analitica e costing
- Comprendere le modalità di implementazione di detti sistemi in azienda
- Sviluppare analisi di efficienza e profittabilità per Business Unit

Destinatari

Il corso è destinato a figure deputate al controllo di gestione aziendale o alla programmazione e controllo di produzione che intendano implementare o revisionare il sistema di contabilità analitica e di reporting economico aziendale.

Contenuti

- La contabilità analitica
- Contabilità per centri di costo
- Contabilità per attività / processi
- Elementi alla base dell'attività di reporting
- Applicazione della CO.AN. nella valutazione alle Business Unit
- Saper leggere i prospetti elaborati
- Analizzare gli scostamenti tra standard e consuntivo

Docente

Simone Selva, aree di attività prevalente: disegno e implementazione dei sistemi di Performance Measurement, crisi e ristrutturazione d'impresa, valutazione d'azienda a fini legali o di M&A. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini, Revisore Legale dei Conti. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione.

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 22 e 29 marzo

PIACENZA, 4 e 11 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECUPERO CREDITI: COME TUTELARSI DAI MANCATI PAGAMENTI

Il corso vuole trasmettere a tutti i partecipanti le conoscenze necessarie per recuperare, presidiare e gestire un credito. Non ultimo verranno presentate tutte le procedure per effettuare le trattative stragiudiziali.

Obiettivi

L'obiettivo del corso è di offrire ai professionisti e alle aziende una panoramica delle più rilevanti questioni relative al recupero crediti fornendo le basi, i riferimenti giuridici, i suggerimenti pratici per un corretto inquadramento delle diverse fattispecie che possono presentarsi nella prassi.

Destinatari

Responsabili e addetti amministrativi.

Contenuti

COME RECUPERARE UN CREDITO

- Principi generali in tema di recupero crediti: giudizio di convenienza, recupero dei costi della pratica legale ex art. 1196 Cod. civ., scarico fiscale, interessi moratori ex D.lgs. 231/2002
- I beni aggredibili: quali sono e come cercarli
- La procedura di recupero stragiudiziale
- La procedura giudiziale di recupero crediti
- L'esecuzione forzata
- Le procedure concorsuali

COME PRESIDARE UN CREDITO

- L'importanza di presidiare il credito: la rapidità e l'azione progressiva
- Le situazioni indicatrici di necessità di presidiare il credito

COME GESTIRE LE DIVERSE TIPOLOGIE DI CREDITI

- Come gestire i micro crediti e macro crediti
- Come gestire i crediti dei privati e delle imprese
- Come gestire i crediti chirografi e i crediti garantiti
- Come gestire i crediti nella successione per causa di morte
- Come gestire i crediti garantiti dai consorzi

COME EFFETTUARE LE TRATTATIVE STRAGIUDIZIALI

- La fase di preparazione alle trattative
- Diagnosi e raccolta delle informazioni
- Messa a punto degli obiettivi
- Scelta della strategia
- Le trattative
- La proposta del debitore
- Criteri per valutare la congruità dell'accordo

Docente

Maria Paola Tagliaferri, Avvocato, esperta in materia giuslavoristica e Bongiorno Emanuela, Commercialista e revisore legale, formatore senior in area fiscale, contabile ed in materia di pianificazione e controllo di gestione e gestione finanziaria d'impresa.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

PIACENZA, 21 marzo

RAVENNA, 10 giugno

PARMA, 2 luglio

**Formazione
a distanza**

19 e 26 settembre

2 e 9 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FINANZA D'AZIENDA: ANALISI DELLA LIQUIDITÀ E VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

Uno degli aspetti più ostici per le piccole e medie imprese è la gestione della finanza d'azienda. Il solo termine “finanza” sembra spesso riecheggiare qualcosa di lontano, un'attività da addetti ai lavori. Per questa ragione lo scopo del corso è quello di approfondire la tematica della gestione della liquidità aziendale considerando la pianificazione ed il controllo dei flussi finanziari. In secondo luogo, il corso intende fornire utili strumenti per sviluppare l'analisi e la valutazione degli investimenti.

Obiettivi

- Analizzare e valutare la dinamica di generazione/assorbimento dei flussi di cassa aziendali
- Pianificare i flussi finanziari in ottica di budget di cassa e piano finanziario pluriennale
- Pianificare e valutare gli investimenti

Destinatari

Imprenditori, figure aziendali impegnate nell'attività di pianificazione aziendale e valutazione degli investimenti, figure deputate alla gestione della tesoreria.

Contenuti

La tematica è affrontata avendo cura di approfondire i concetti di fabbisogno finanziario, costo del capitale e valore. Abbinando teoria economica ad esempi pratici, il corso intende fornire utili spunti per l'analisi e la gestione della liquidità e per la valutazione dei progetti di investimento.

- Il ruolo della finanza d'azienda
- Cash is the king: analisi e valutazione dei flussi finanziari
- Dal bilancio civilistico al bilancio finanziario
- La pianificazione finanziaria
- Costo del capitale e valore finanziario del tempo
- Analisi degli investimenti

Docente

Simone Selva, aree di attività prevalente: disegno e implementazione dei sistemi di Performance Measurement, crisi e ristrutturazione d'impresa, valutazione d'azienda a fini legali o di M&A. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini, Revisore Legale dei Conti. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione.

54

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 25 settembre

REGGIO EMILIA, 24 ottobre

PARMA, 28 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MAGAZZINO FISCALE E LA VALUTAZIONE DELLE RIMANENZE

Tra i molti oneri che un'azienda deve sostenere c'è anche la gestione del cosiddetto “magazzino fiscale”, ovvero la contabilità delle rimanenze comunemente detta anche contabilità di magazzino. Nello svolgimento della loro attività, infatti, le imprese industriali e commerciali necessitano, tra gli altri, di materie prime, semilavorati, materiali di consumo, merci e prodotti finiti che impiegano nella realizzazione di prodotti destinati alla vendita o che saranno rivenduti nella condizione in cui si trovano. Esse sono soggette a specifiche regole di contabilizzazione e di valutazione.

Obiettivi

Il corso permette di approfondire tutti gli aspetti legati alla gestione del cosiddetto magazzino fiscale.

Destinatari

Responsabili amministrativi, addetti al controllo di gestione.

Contenuti

- Definizione di rimanenze
- Classificazione delle rimanenze negli schemi di bilancio
- Criteri di valorizzazione delle rimanenze dettate dal Codice civile e dai principi contabili internazionali
- Tecniche di valutazione dei lavori in corso su ordinazione
- La contabilità di magazzino

Docente

Angelica Ferri Personali, Dottore commercialista, revisore contabile. Specializzata in diritto bancario e commerciale e nella gestione finanziaria delle aziende, consulente aziendale in area fiscale e tributaria.

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PARMA, 5, 12 e 19 febbraio

REGGIO EMILIA, 17, 21 e 26 giugno

PIACENZA, 15, 23 e 30 ottobre

Formazione a distanza

9, 16, 23, 27 febbraio, 8 e 12 marzo

7, 14, 22, 29 novembre, 6 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA - LIVELLO BASE

Durante il corso verranno approfonditi gli aspetti contributivi, fiscali ed operativi del rapporto di lavoro subordinato connessi con la gestione amministrativa del personale. La finalità del corso è di leggere e comprendere le principali voci del prospetto paga e del Libro unico del lavoro. Il corso ha un taglio professionale e professionalizzante ed è volto a fornire gli strumenti pratici da utilizzare nel modo del lavoro, nelle realtà aziendali e permetterà di consolidare le competenze in ambito payroll.

Obiettivi

- Conoscere i principali aspetti connessi all'istituzione del rapporto di lavoro subordinato
- Saper controllare il prospetto paga mensile.

Destinatari

Addetti all'amministrazione del personale e referenti degli uffici del personale.

Contenuti

- Fonti del diritto
- Tipologie di lavoro (lav. autonomo, lavoro parasubordinato, lavoro subordinato)
- Enti e istituzioni nella gestione del personale
- Inquadramento previdenziale ed assicurativo (Inps/Inail)
- Assunzione del lavoratore (adempimenti e documenti necessari)
- La struttura del cedolino paga, Dal Lordo al netto
- LUL e cedolino paga
- Imponibile previdenziale e Imponibile fiscale
- CCNL (Mansioni, livelli, retribuzione, ferie, permessi, Orario di lavoro)
- Irpef, detrazioni, addizionali regionali e comunali
- Voci esenti e voci imponibili.

Docente

Diego Colarusso, consulente del Lavoro a Bologna e Ferrara, iscritto all'Ordine Provinciale di Bologna. Dopo aver conseguito un Master in risorse umane ed organizzazione ha concentrato la sua attività consulenziale nella gestione amministrativa del personale e nelle relazioni industriali con un focus sulle Pmi del comparto metalmeccanico. Docente in corsi di formazione in ambito Payroll. Collabora dal 2019 con Nexumstp Spa.

56

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PARMA, 26 settembre, 3 e 10 ottobre

Formazione a distanza

6, 13, 20, 27 novembre, 4 e 11 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA - LIVELLO AVANZATO

Durante il corso si approfondiranno le materie base attraverso esercitazioni pratiche che forniranno completa autonomia nella gestione amministrativa, del personale e nel processo payroll. La finalità del corso è garantire la formazione pratica per la gestione delle principali variabili connesse all'elaborazione del prospetto paga ed alla gestione delle principali assenze tutelate nel rapporto di lavoro quali malattia, maternità ed infortunio.

Obiettivi

- Conoscere i principali processi connessi alla gestione del rapporto di lavoro subordinato e parasubordinato
- Saper elaborare il prospetto paga relativo ad eventi quale malattia, maternità ed infortunio
- Conoscere in maniera approfondita i principali adempimenti mensili ed annuali post-elaborazione

Destinatari

Addetti all'amministrazione del personale e referenti degli uffici del personale.

Contenuti

Assunzione del lavoratore (focus Decreto trasparenza 2023)

- Tipologie contrattuali (principali caratteristiche normative): Tempo Indeterminato, Tempo determinato, Part-time, Apprendistato (3 tipologie), Tirocinio e Intermittente
- Lavoro parasubordinato (Co.co.co)
- Dal lordo al netto in busta (esercitazioni pratiche di calcolo)
- Gestione Trasferte e Trasfertismo, Cessioni del quinto e pignoramento dello stipendio, Anf
- Assegni per il nucleo familiare e AUU Novità 2023
- Voci imponibili e voci esenti (Buoni pasto e Fringe benefit), Irpef, Addizionali e detrazioni
- Trattamento integrativo 2023

Gestione assenze tutelate (malattia, maternità, infortunio e congedi vari)

- Calcolo prospetto paga malattia, maternità ed infortunio
- Adempimenti post-paghe: F24, Uniemens, Certificazione unica, Autoliquidazione Inail, 730/4, 770
- Assunzioni agevolate (Requisiti generali, requisiti soggettivi, Elenco delle agevolazioni)
- Welfare aziendale, Premi di produttività e Smart Working
- Ammortizzatori sociali in costanza di rapporto di lavoro e Naspi/DisColl
- Focus Ccnl
- Contenzioso e Licenziamenti

Docente

Diego Colarusso, consulente del Lavoro a Bologna e Ferrara, iscritto all'Ordine Provinciale di Bologna. Dopo aver conseguito un master in risorse umane ed organizzazione ha concentrato la sua attività consulenziale nella gestione amministrativa del personale e nelle relazioni industriali con un focus sulle Pmi del comparto metalmeccanico. Docente in corsi di formazione in ambito Payroll. Collabora dal 2019 con Nexumstp Spa.

CORSI FUNZIONALI

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

FORMAZIONE 2024



OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 19 e 26 marzo

RIMINI, 21 e 28 marzo

MODENA, 10 e 17 giugno

Formazione a distanza

19, 22, 26 e 29 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROGRAMMAZIONE DELLA PRODUZIONE IN FUNZIONE DELLA DOMANDA

La pianificazione delle attività produttive ha in impatto rilevante sui costi, sul coordinamento e sul servizio dell'attività industriale. Questo corso è finalizzato a spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo è possibile applicare diversi dei sistemi disponibili per la programmazione della produzione, riducendo i costi operativi, ottenendo al contempo significanti miglioramenti sul servizio offerto dalle piccole e medie industrie italiane.

Obiettivi

- Spiegare come analizzare i fattori chiave per un adeguato sistema di pianificazione della produzione industriale
- Impostare ed attuare un progetto di implementazione di un sistema di programmazione della produzione
- Delineare una chiara visione dei costi operativi in termini di tempo e di qualità del servizio offerto
- Fornire una visione sintetica delle nuove tecnologie informatiche per la digitalizzazione delle PMI italiane

Destinatari

Il corso è rivolto sia a chi deve presidiare direttamente od indirettamente i processi produttivi industriali, in termini fisici, organizzativi, informativi e di controllo economico.

Contenuti

Il master production schedule

- Funzioni e valore aggiunto della programmazione della produzione industriale (ATP)
- Gestione dei fattori produttivi tramite risorse finite
- Esplosione dei fabbisogni operativi e generazione degli ordini di lavoro
- Sincronizzazione con le attività di servizio del Magazzino ed Acquisti
- Metodologie di Programmazione: Visual, Tabellare, Slots e sistemi MES
- Logiche di consolidamento ordini in ingresso ed emissione degli ordini di produzione
- Programmazione della Supply Chain e degli Outsourcers
- Differenziazione dei canali operativi: la gestione "espressa" e "custom"

La schedulazione delle risorse operative

- Cicli di Lavorazione per la gestione dei fattori produttivi interni ed esterni
- Calendario delle risorse produttive e gestione delle eccezioni
- Schedulazione: implosione dei lavori per risorsa ed ottimizzazione dinamica dei piani
- Gestione degli articoli mancanti e delle eccezioni operative
- Tracciabilità e flusso seriale o parallelo del Work in Progress
- Gestione dinamica delle modifiche agli ordini di produzione

Il controllo dei tempi e qualità del servizio

- Previsione dei tempi operativi e controllo consuntivo
- Adattamento dinamico della capacità produttiva alla domanda
- Bilanciamento economico del servizio operativo e qualità
- Algoritmi statistici per la programmazione della produzione
- Applicazioni dell'intelligenza artificiale nella pianificazione operativa

Docente

Cesare Gaibini, temporary Industrial Manager e Trainer, con esperienze dalle grandi imprese alle PMI, anche a livello internazionale, in diversi settori tra quali: meccanica, auto, arredamento, edilizia, chimica, pelletteria, illuminazione, informatica, elettronica, ecc. Con decine di progetti riorganizzativi industriali già effettuati, in più di venti anni di attività e specifiche competenze tecnologiche digitali e nelle metodologie Lean.

**OPERATIONS &
SUPPLY CHAIN****Quota di
partecipazione**

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
a distanza**

15, 22, 29 maggio e 5 giugno

4, 11, 18 e 25 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIGITAL SUPPLY CHAIN

Il percorso formativo propone una nuova visione del rapporto Cliente - Fornitore fino a ieri non supportata da adeguati livelli di strategia. Ciò comporta la classificazione dei fornitori facenti parte di una supply chain complessa in diversi Cluster, in relazione ai quali strutturare diversi livelli di relazione ed integrazione, fino a strutturare una vera e propria partnership.

Obiettivi

Il corso guida i partecipanti nella strutturazione dei diversi cluster secondo l'impostazione della matrice di Kraljic, partendo dai fornitori di leva fino ai fornitori preferenziali, con i quali, in logica di Co-design è possibile sviluppare progetti innovativi che aumentino la competitività in modo significativo, trattando anche le tecniche di negoziazione più efficaci. Vengono anche trattati i meccanismi di pianificazione e di sincronizzazione; l'utilizzo della piattaforma Synkro che unisce i benefici della semplicità della gestione kanban, rappresentando un potente motore di workflow che mantiene collegata la supply chain che una capillare configurazione delle aree gestite.

Destinatari

Amministratori delegati, direttori di stabilimento, manufacturing manager, supply chain manager, addetti area logistica, responsabili acquisti, responsabili magazzini.

Contenuti

- Il concetto moderno di supply chain
- Il Global Sourcing
- Il cluster di fornitura
- La matrice di Kraljic
- I fornitori preferenziali
- Le tecniche di negoziazione
- Il 4.0 nella catena di Fornitura: l'approccio SYNKRO

Docente

Q&O, società di consulenza di direzione, che si occupa di progettazione e conduzione di progetti per l'implementazione delle metodologie LEAN, TPS, WCM, JIT e TPM in contesti manifatturieri e di servizio, con un approccio originale denominato "change&coach".

59

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 16 febbraio

Formazione a distanza

10 e 17 maggio

1 e 8 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRODUZIONE INDUSTRIALE “LEAN” E DIGITALIZZAZIONE

Le attività produttive hanno in impatto rilevante sui conti ed anche sulla strategia industriale. Questo corso ha la finalità di spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo è possibile applicare le metodologie Lean con l'informatizzazione per ridurre i costi operativi, ottenendo al contempo significanti miglioramenti sulla qualità dei prodotti, nelle piccole e medie industrie italiane.

Obiettivi

- Spiegare come impostare ed attuare un progetto di miglioramento delle attività operative informatizzate
- Fornire una visione sintetica dell'utilizzo ed applicazione delle nuove tecnologie informatiche a supporto delle attività produttive
- Delineare l'applicazione delle Lean nei metodi produttivi e nella digitalizzazione delle PMI italiane
- Evidenziare le relazioni tra le funzioni aziendali che collaborano al perseguimento di obiettivi della competitività industriale nel suo insieme

Destinatari

Il corso è rivolto sia a chi deve presidiare direttamente o indirettamente i processi produttivi industriali, in termini fisici, organizzativi, informativi e di controllo economico.

Contenuti

Industrializzazione Lean e digitalizzazione

- Sviluppo dei prodotti: informazioni gestionali di base e Product Data Management
- Gestione degli approvvigionamenti: make or buy ed outsourcing
- Intralogistica: dal rifornimento del magazzino forniture al servizio verso le linee di produzione
- Programmazione della produzione industriale tramite i Management Execution Systems oppure Slots
- Schedulazione delle risorse, monitoraggio degli stati di avanzamento e gestione delle eccezioni
- Flessibilità dinamica del sistema produttivo tramite la gestione Lean della squadra
- La gestione dei Reparti: Processi Operativi, Ruoli e Posizioni, Asaishi boards e miglioramento continuo
- Automazione industriale, manutenzione immediata, preventiva e predittiva
- Individuazione dei colli di bottiglia che incidono nella efficienza del sistema produttivo

Miglioramento continuo nel contesto digitale

- Supply Chain nazionale ed internazionale ed integrazione digitale
- Value Stream Maps, Tempi e Metodi
- Failure Mode Effect Analysis per i Processi Produttivi
- Linee Chaku Chaku dedicate per migliorare il flusso produttivo
- Supermarkets Kanban a servizio della produzione e Statistic Inventory Control
- Automazione intralogistica ed informativa
- Riprogettare le Linee ed i Flussi per il miglioramento dell'efficienza: il Kaizen Guideline
- Split Kaizen come strumento per il miglioramento continuo

Digitalizzazione e flessibilità operativa

- Adattamento dinamico della capacità produttiva alla domanda
- Strutturare la gestione delle commesse custom
- Bilanciamento economico del servizio operativo e qualità
- Uso della “intelligenza artificiale” nell'ottimizzazione dei flussi produttivi

Docente

Cesare Gaibini, Temporary Industrial Manager e Trainer, con esperienze dalle grandi imprese alle PMI, anche a livello internazionale, in diversi settori tra quali: meccanica, auto, arredamento, edilizia, chimica, pelletteria, illuminazione, informatica, elettronica, ecc. Con decine di progetti riorganizzativi industriali già effettuati, in più di venti anni di attività e specifiche competenze tecnologiche digitali e nelle metodologie Lean.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

RAVENNA, 6 marzo

PIACENZA, 30 maggio

REGGIO EMILIA, 7 giugno

PARMA, 25 giugno

RIMINI, 24 ottobre

CESENA, 11 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RIORGANIZZARE IL MAGAZZINO PER INCREMENTARE LE VENDITE

Il tempo di consegna è fondamentale nell'accontentare i nostri clienti.

Quante volte però abbiamo ritardi a causa della cattiva organizzazione del nostro magazzino?

Siamo inoltre consapevoli di come le nostre aziende concorrenti stanno gestendo la loro logistica, i loro spazi, i loro prodotti stoccati?

Siamo in grado di autovalutarci su questi temi dandoci un punteggio aziendale?

Scopriilo in questo corso!

Obiettivi

Obiettivo del corso è quello di fornire concetti innovativi della logistica moderna al fine di velocizzare i ricevimenti e le spedizioni per ridurre il tempo di Lead time complessivo ed incrementare così il potenziale di vendita, il tutto a costo zero.

Destinatari

Il corso è indirizzato agli imprenditori, responsabili, manager che vogliono capire se la loro logistica sia veloce o lenta e recuperare così potenziale di vendita.

Contenuti

- I trend della intra-logistica moderna
- Presentazione dei benchmark aziendali
- Spiegazione su cosa fare o non fare per scalare la classifica
- Test di valutazione e spoglio risultati
- Discussione e presentazione case history di insuccesso e di successo

Docente

Per le sedi di Piacenza, Ravenna, Cesena e Rimini: Davide Lega, divulgatore, formatore e consulente in ambito logistica e lean manufacturing specializzato nella tecnica 5'S. Ha aiutato con oltre 400 corsi e consulenze svolti negli ultimi sette anni, Enti di Formazione e Aziende a formare studenti e dipendenti nell'organizzazione al meglio dei magazzini e dei flussi logistici con le migliori tecniche ed è specializzato nella tecnica giapponese di riordino 5'S. Ama la divulgazione e per questo scrive libri, articoli e collabora con il principale collettore di notizie logistiche "Gazzetta Logistica".

Per le sedi di Parma e Reggio Emilia: Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti i processi di supply chain management, gestione ed organizzazione dei magazzini, approvvigionamenti, modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

61

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 4 aprile

Formazione a distanza

26 febbraio e 4 marzo

1 e 8 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MAGAZZINO FISICO E DIGITALE CON ORGANIZZAZIONE “LEAN”

Lo stoccaggio può avere una importante rilevanza nei conti e nella strategia industriale. Questo corso è finalizzato a spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo è possibile applicare tecniche e strumenti di gestione digitali insieme alle tecniche “Lean” per migliorare in modo significativo l'efficienza e l'efficacia delle attività intralogistiche nelle piccole e medie industrie italiane.

Obiettivi

- Fornire una visione integrata delle operazioni di movimentazione e stoccaggio con il core business aziendale
- Delineare una visione pratica su come sfruttare i nuovi strumenti tecnologici nelle attività intralogistiche
- Spiegare come concepire ed attuare un progetto di miglioramento delle attività di stoccaggio
- Evidenziare le relazioni tra le funzioni aziendali che collaborano al perseguimento di obiettivi della competitività industriale nel suo insieme

Destinatari

Il corso è rivolto sia a chi deve presidiare direttamente o indirettamente i processi di rifornimento, movimentazione, stoccaggio e controllo delle scorte in ambito industriale (in termini fisici, organizzativi, informativi e di controllo economico).

Contenuti

Gestione fisica ed informativa delle scorte

- Il processo operativo classico per la gestione del magazzino
- Funzioni operative delle scorte, livello di servizio e potenziale di miglioramento intralogistico
- Classificazioni delle scorte per la differenziazione dei processi di gestione
- Stoccaggio delle componenti e dei materiali gestiti a scorta
- Previsione della domanda operativa: fattori, analisi storiche e previsionali
- Movimentazione dei componenti e materiali gestiti a fabbisogno: correlazione tramite le distinte basi e modifiche dinamiche
- Metodi di riordino e gestione statistica delle scorte, per categoria
- Identificazione e tracciabilità degli articoli: codifica e strumenti di intercettazione

Flusso degli articoli nelle attività di stoccaggio

- Flusso fisico ed informatico dal ricevimento merci a fabbisogno al consumo operativo

- Magazzini di servizio operativo, inter-operazionali e la gestione tramite Kanban
- Ubicazione informatica e visiva delle merci, posizionamento fisico ed allocazione degli spazi per lo stoccaggio
- Servizio del magazzino post-vendita: articoli di consumo e ricambi

Miglioramento continuo delle attività intralogistiche

- Strutture manuali e automatiche per lo stoccaggio: informatizzazione e gestione Lean
- Modifiche agli ordini di produzione: processi dedicati per la prevenzione degli stockout
- Kaizen come tecnica per la riduzione dei costi ed il miglioramento della competitività
- Controllo dei costi delle operazioni di stoccaggio ed azioni correttive
- Uso della “intelligenza artificiale” nelle operazioni intralogistiche e di controllo dello stock

Docente

Cesare Giabini, Temporary Industrial Manager e Trainer, con esperienze dalle grandi imprese alle PMI, anche a livello internazionale, in diversi settori tra quali: meccanica, auto, arredamento, edilizia, chimica, pelletteria, illuminazione, informatica, elettronica, ecc. Con decine di progetti riorganizzativi industriali già effettuati, in più di venti anni di attività e specifiche competenze tecnologiche digitali e nelle metodologie Lean.

**Quota di
partecipazione**

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
in presenza**

PARMA, 23 febbraio e 1 marzo

RIMINI, 24 settembre e 1 ottobre

**Formazione
a distanza**

29 aprile, 6, 13 e 20 maggio

4, 11, 18 e 25 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE SCORTE SERVONO ANCORA? CHIEDILO AI CLIENTI IN ATTESA DELLE CONSEGNE

Se l'orizzonte di pianificazione è caratterizzato da rischi e da incertezze, la gestione delle scorte si traduce in una serie di decisioni che devono cercare di contrastare questi rischi ed incertezze: per questo il livello di scorte di un'impresa diventa anche uno degli indicatori della sua efficienza. La regola del "gioco" è quindi saper scegliere quanto e quando acquistare, tenendo conto dei limiti finanziari e strutturali dell'impresa, del posizionamento del proprio business e del livello di servizio garantito ai clienti ed alle strutture interne di produzione, ai progetti di sviluppo e incremento delle attività.

Obiettivi

- Migliorare il sistema di gestione degli stock ottimizzando l'utilizzo delle tecniche di previsione delle vendite attraverso sistemi di analisi dei dati mediante fogli di calcolo (Excel)
- Assicurare un adeguato servizio al costo minimo scegliere il modello di gestione più idoneo
- Affrontare e risolvere problemi di stagionalità dei consumi
- Migliorare la comunicazione con le funzioni aziendali "clienti" della gestione stock per ottimizzare il servizio reso
- Esaminare i principali modelli di gestione delle scorte
- Valutare i sistemi ed i modelli di gestione scorte per ottimizzare gli inventari di magazzino attraverso l'analisi dei dati con fogli di calcolo (Excel)

Destinatari

Dedicato a chi è alla ricerca di soluzioni pratiche per poter ridurre il valore del magazzino senza perdere efficienza e qualità nel servizio, garantendo, al contempo, il corretto sviluppo dell'impresa.

Contenuti

- Progettazione ed implementazione di un piano di riduzione delle scorte attraverso la gestione delle criticità e priorità d'azione attraverso l'analisi ABC
- Costruzione la matrice consumi – giacenze: la cross analysis per la classificazione dei materiali
- Esaminare i principali modelli di gestione delle scorte: scegliere i modelli di riordino e di gestione delle scorte coerenti con le caratteristiche dei materiali e della variabilità della domanda
- Impostare correttamente il sistema a revisione continua, il sistema a punto d'ordine e a quantità fissa:
 - ✓ Il calcolo del lotto economico di acquisto, il lotto economico di produzione, il livello di riordino
- ✓ La determinazione e copertura della scorta di sicurezza
- ✓ I sistemi di gestione del riordino a periodo fisso: il modello della giacenza obiettivo e scorta massima, il calcolo del periodo di riordino ottimale
- ✓ Confronto le diverse metodologie di gestione di tipo push
- La gestione delle scorte con i sistemi Kanban box- Kanban flow-continuous replenishment
- I sistemi di gestione a fabbisogno: MRP – MRP II
- Valutare i sistemi ed i modelli di gestione scorte per ottimizzare gli inventari di magazzino attraverso l'analisi dei dati con fogli di calcolo (Excel)

Docente

Flavio Franciosi, formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti i processi di supply chain management, gestione ed organizzazione dei magazzini, approvvigionamenti, modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 20 maggio

PARMA, 11 giugno

REGGIO EMILIA, 19 luglio

Formazione a distanza

15 e 22 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CACCIATORI DI SPRECHI (MUDA HUNTING). MENTALITÀ E MODALITÀ DI SOSTENIMENTO DEL PENSIERO SNELLO

“Muda” in giapponese significa “sprechi”, anzi, alla lettera significa “immondizia”. Per Toyota tutto quello che non genera valore percepito dal cliente deve essere gettato, eliminato, per avere un flusso teso che soddisfi l'efficienza di tutto quello che in azienda, in produzione come negli uffici, porta alla massima soddisfazione del cliente e al miglioramento della marginalità dell'impresa.

Obiettivi

- Trasmettere una serie di strumenti concettuali e metodologici per l'individuazione degli sprechi nei processi produttivi e transazionali
- Fornire gli elementi di sostenibilità e mantenimento degli obiettivi di efficienza delle attività a valore aggiunto
- Coinvolgere partecipanti una visione completa delle milestones su cui si realizza un'organizzazione snella e sui principi che regolano la creazione di valore per il cliente

Destinatari

Tutte le figure operative aziendali che desiderano conoscere i metodi e gli strumenti più efficaci per la riduzione degli sprechi in azienda.

Contenuti

- Origini del pensiero snello
- La mentalità e la sfida al cambiamento
- Arrampicarsi sulle spalle dei giganti
- Disciplina e metodo attraverso il gioco di squadra
- Focus sul cliente
- I 7 sprechi capitali in produzione
- I tipici sprechi nelle attività transazionali
- Metodi e strumenti per l'individuazione delle attività a non valore aggiunto
- VSM. Mappatura del flusso di valore delle attività
- Sostenibilità dei risultati e mantenimento degli obiettivi
- Miglioramento continuo
- Gli step metodologici
- Monitoraggio e indicatori di prestazione

Docente

Giampaolo Ferrari, ha una ventennale esperienza come consulente e formatore aziendale nelle PMI in ambito Lean Thinking, SCM e Operation Excellence. Ha guidato team di miglioramento continuo e MUDA Hunting in Italia e negli Stati Uniti.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

PIACENZA, 19 febbraio

RAVENNA, 15 maggio

**Formazione
a distanza**

3 e 10 luglio

6 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VENDOR RATING: SELEZIONARE E VALUTARE I FORNITORI IN MODO EFFICACE ED EFFICIENTE

La valutazione della propria Supply Chain riveste ormai un ruolo strategico per le imprese e quindi diventa fondamentale attivare un efficace processo attraverso cui si valutano i fornitori, dal momento del Mkt di acquisto, fino alla continuità delle forniture. Il Vendor Rating deve quindi essere visto come un processo chiave all'interno del processo d'acquisto e soprattutto come parte qualificante della Supply Chain. Durante il corso si illustrano logiche, metodologie e strumenti legati al processo di Vendor Rating ed applicabili a qualunque tipologia di azienda.

Obiettivi

- Capacità di selezione delle fonti di acquisto
- Sviluppo di un percorso di analisi e valutazione
- Creazione di un sistema dinamico di misura delle prestazioni del fornitore

Destinatari

Aziende manifatturiere, commerciali, di servizio e di logistica a livello Top & Middle Management.

Contenuti

- Marketing di acquisto: scegliere nuovi fornitori
- Valutazione capability del Fornitore
- Procedure di qualificazione
- Omologazione dei processi del Fornitore e campionature
- Piani Controllo ingresso e Std di controllo
- Capitolati e Free Pass
- Gestione della Non Qualità e Costi per NQ
- Tecniche di Vendor rating

Docente

Silvio Marzo, lunga esperienza professionale come dirigente d'azienda, amministratore delegato ed infine imprenditore, ha sviluppato competenze ed esperienze nella ri-organizzazione dei processi, strategie di sviluppo, attività commerciali e di vendita.

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 31 gennaio e 7 febbraio

PARMA, 15 e 22 aprile

REGGIO EMILIA, 13 e 20 giugno

CESENA, 4 e 11 luglio

Formazione a distanza

2, 9, 16 e 23 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME RIORGANIZZARE GLI ACQUISTI IN FUNZIONE DELL'ANDAMENTO DEL MERCATO

La funzione ACQUISTI ha conosciuto con il susseguirsi di continue crisi, una profonda metamorfosi che ne ha ridisegnato le logiche. Oggi le aziende, chiamate a gestire la rapida ripresa, vedono modificarsi nuovamente gli scenari relativi ai mercati di approvvigionamento. Occorre rivedere le tecniche, valutare gli strumenti, confrontare le politiche delle scorte in relazione ai vari momenti congiunturali, riorganizzando rapidamente le strategie di approvvigionamento, applicando le più adatte alle diverse situazioni che l'azienda si trova affrontare.

Obiettivi

- Sapere classificare, razionalizzare e definire gli obiettivi economici ed operativi legati alle aspettative delle funzioni interne dell'azienda
- Essere in grado di valutare il prezzo "giusto" per gestire bene contesto economico e tecnologico del mercato di fornitura del "momento"
- Costruire un sistema di analisi e controllo della spesa (analisi dello spending per codice-fornitore-categoria merceologica)
- Avere quindi a disposizione strumenti in grado di consentire una valutazione dei prezzi di mercato attraverso ricerche o analisi di mercato (tender)
- Essere in grado di selezionare, qualificare e valutare i migliori fornitori per la propria azienda

Destinatari

Dedicato a chi vuole provare a razionalizzare le politiche di spesa della propria impresa, partendo da una corretta analisi di ciò che è strategico, necessario e capace di fare la differenza.

Contenuti

- Il controllo della spesa: 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
- I sistemi di monitoraggio dell'andamento dei prezzi
- Il TCO, 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
- L'ottimizzazione degli acquisti: 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
- Il controllo dei fornitori
- Criteri di valutazione e scelta del fornitore, la qualificazione e la certificazione ed omologazione dei fornitori: strumenti e metodologie
- La progettazione, implementazione ed avvio di un sistema di ricerca e selezione dei fornitori

Docente

Flavio Franciosi, formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti i processi di supply chain management, gestione ed organizzazione dei magazzini, approvvigionamenti, modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 17 e 24 maggio

REGGIO EMILIA, 16 e 23 settembre

PARMA, 14 e 21 ottobre

Formazione a distanza

8, 15, 22 e 29 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA TRATTATIVA D'ACQUISTO

Preparare e gestire al meglio una trattativa di acquisto richiede abilità e capacità specifiche: flessibilità, assertività, pazienza nell'ascolto, conoscenza dei parametri di acquisto contrattuali, visione di insieme sono alcune delle doti che permettono ai Buyer ed al CPO di performare al meglio e generare valore per la propria Azienda. In questa concezione il valore è inteso come creazione di relazioni durature con i fornitori, conoscenza del mercato e del contesto di riferimento e certamente, di risultati economici e finanziari profittevoli. Determinante è quindi aver la capacità di impostare una specifica trattativa dominandone lo scenario e governandone le variabili, ipotizzando efficacemente ed in anticipo quali saranno le mosse della controparte, quali limiti negoziali potrà superare e quali no.

Obiettivi

Questo corso si pone l'obiettivo di rendere efficace la trattativa di acquisto, esplorando i principali parametri ad essa collegati, applicando strumenti comportamentali di comunicazione e sperimentando delle modalità di gestione della stessa. Verranno anche approfondite le variabili chiave di costo, qualità, servizio e reputazione, i principi di stratificazione del portafoglio di spesa, la gestione del potere contrattuale e delle politiche di acquisto rispetto alle dinamiche di mercato. Verrà citata la SWOT (rischi ed opportunità), si entrerà nel vivo della parte negoziale sperimentando approcci di relazione con il fornitore e di pianificazione della trattativa.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti coloro che vogliano affinare le proprie competenze negoziali compresi Buyer senior, junior ovvero CPO di nuova nomina.

Contenuti

Processo negoziale e pianificazione della trattativa di acquisto

- Fasi della negoziazione: check list (definizione dei parametri aziendali quali budget; prezzo di mercato; condizioni di pagamento e delivery; Performance & Warranty Bond; termini contrattuali minimi e CME; contenuti tecnologici e novativi; premi di accelerazione; tabulazione offerte ricevute-contenuti minimi; ecc)
- Elementi critici: condizioni di mercato, Matrice di Kraljic, analisi ABC e frammentazione, strategie aziendali, attori della trattativa
- Analisi di vincoli ed opportunità:
 - ✓ Piano della trattativa: definizione obiettivi, margini negoziali e desiderata ZOPA, analisi punti di forza e debolezza nel rapporto (SWOT & Risk analysis)
 - ✓ Tipologie di comportamento negoziale
 - ✓ Inquadramento delle caratteristiche dell'interlocutore, previsione delle argomentazioni del venditore e scelta della tattica
 - ✓ Gestione del tempo: l'attesa

Stili di comunicazione e gestione trattativa

- Quale è il proprio stile di acquisto?
- Fase iniziale della trattativa: leggere l'interlocutore nel "qui e ora"
- La matrice di Johari quale strumento di comunicazione
- Verifica delle proprie qualità comunicative (verbale, para verbale, non verbale e ...)
- Dinamica dei comportamenti e ... l'"Osservatore": le possibili soluzioni del conflitto
- Consapevolezza e "strumenti" per interagire nel cuore della trattativa (come formulare proposte, suggerire per convincere, rispondere alle obiezioni, rispecchiamento, comanda chi domanda, ascolto dell'ascolto ...)
- Conclusione: stravincere o adottare la logica "win-win" per migliorare la sintonia col fornitore?
- Valutazione critica della trattativa conclusa

Role playing: stile negoziale e sperimentazione da Win-Lose a Win-Win e viceversa

- Sperimentazione della trattativa nei ruoli di buyer, venditore e osservatore in differenti contesti negoziali

Docente

Andrea Zaccherini, ingegnere meccanico, laureato presso l'Università degli Studi di Bologna, ha lavorato per più di dieci anni come Procurement & Proposal Manager in importanti società operanti nei settori dell'impiantistica, delle costruzioni e delle energie rinnovabili in Italia e all'estero. Grazie alla sua esperienza di business manager, porterà i processi teorici ed accademici di Procurement e della trattativa di acquisto ai partecipanti con semplicità ed efficacia operativa.

CORSI FUNZIONALI

RISORSE UMANE

FORMAZIONE 2024

A yellow line graph is positioned in the lower half of the image. It starts on the left side, slopes downward to a vertex in the lower-middle section, and then slopes upward towards the right edge. The line is a solid, bright yellow color.

RISORSE UMANE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 12 aprile

PARMA, 30 maggio

REGGIO EMILIA, 27 giugno

CESENA, 19 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE: RICONOSCERE E VALORIZZARE COMPETENZE, PRESTAZIONI E POTENZIALE

Valutare e misurare il patrimonio umano è fondamentale e deve essere un processo strettamente correlato al business e alla strategia aziendale. Il corso fornisce l'approccio adeguato per organizzare e gestire un sistema efficace di valutazione delle risorse umane indirizzato al miglioramento delle prestazioni e allo sviluppo del capitale umano.

Obiettivi

- Comprendere la logica dei sistemi di valutazione delle risorse umane
- Definire la struttura del sistema di valutazione e misurazione delle prestazioni
- Conoscere le diverse metodologie di valutazione: top down, bottom up, 360° feedback
- Considerare la corretta relazione tra politiche del personale, sistema valutativo e sistema incentivante

Destinatari

Il corso si rivolge a titolari di piccola e media impresa, responsabili di funzione, responsabili HR.

Contenuti

LA VALUTAZIONE

- I fattori che determinano la prestazione: obiettivi strategici, disegno organizzativo, competenze richieste, motivazione, clima aziendale, la cultura organizzativa
- L'implementazione di un efficace sistema di valutazione individuali: attori, obiettivi, modalità di valutazione, responsabilità
- Fattori di efficacia delle schede di valutazione
- Definizione degli obiettivi di prestazione
- Come evitare possibili distorsioni nel processo di valutazione
- La gestione efficace dei feedback per attivare la motivazione interna

CONDURRE UN COLLOQUIO DI VALUTAZIONE

- Definire i criteri di valutazione
- Valutare gli obiettivi
- Punti essenziali del colloquio

EVOLUZIONE NELLA GESTIONE DEI TALENTI E DEL POTENZIALE

- Le principali evoluzioni nel talent management
- I concetti di prestazioni, competenze e potenziale
- Differenziare il concetto di talento, competenze, potenziale e alto potenziale
- I criteri per la valutazione del potenziale e alto potenziale

INDIVIDUARE E SVILUPPARE IL TALENTO E IL POTENZIALE

- Comprendere il significato di potenziale e performance.
- Gli strumenti per rilevare il potenziale (test, valutazione, 360, etc.)
- Identificare i fattori critici per la retention
- Strumenti di sviluppo del potenziale (coaching, formazione, reti, etc.)
- Gestire i talenti

Docente

Mauro Dotta, da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in aziende operanti nel settore del terziario e manifatturiero in qualità di Human Resources Manager. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching.

RISORSE UMANE

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 11 e 18 aprile

PIACENZA, 13 e 20 giugno

REGGIO EMILIA, 27 settembre e 11 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TALENT MANAGEMENT

Le aziende stanno vivendo un forte turnover del personale e una difficoltà a trovare le professionalità ricercate. La competizione in atto richiede la capacità di attrarle e di trattenerle. Sapersi presentare (sia direttamente che attraverso le società di selezione) può fare la differenza fra il conquistare il candidato o il cederlo ad altre aziende. Sarà poi necessario saper agire sugli aspetti dell'organizzazione che possono essere strategici per trattenerne i collaboratori.

Obiettivi

- Sviluppare una Proposta di Valore che possa rendere l'azienda appetibile per i nuovi collaboratori
- Fare Employer Branding per comunicare l'immagine verso l'esterno e l'interno
- Migliorare la capacità di trattenerne i vecchi e i nuovi collaboratori
- Scovare e sviluppare i talenti
- Migliorare le performance e la motivazione dei collaboratori

Destinatari

Responsabili HR, imprenditori e titolari, managers e responsabili.

Contenuti

- Employee Value Proposition: qual è la mia forza di attrazione?
- People Strategy: come posso attrarre, sviluppare, trattenerne e ispirare i miei collaboratori?
- Dal colloquio all'inserimento: integrare velocemente e migliorare la capacità di trattenerne i nuovi collaboratori
- Pianificare l'inserimento, il percorso di acquisizione del ruolo e assegnare il Tutor
- Il ruolo dei responsabili all'interno dell'Employee Value Proposition
- La forza centripeta del Team: squadre forti e capaci di includere
- Il divario fra valutazione emotiva ed oggettiva: la struttura del pregiudizio e il suo impatto sulla performance e l'appartenenza
- Individuare le aspettative dei collaboratori ad alto potenziale: dare occasioni
- Agire sulle fonti di motivazione universale
- Non solo giudizio: sistemi di valutazione orientati allo sviluppo della performance
- Welfare e benefits
- Le azioni di Employer Branding

Docente

Roberta Rozzi, coach e counselor. Senior trainer su soft skills. Consulente nell'area HR, organizzazione, team building e problem solving organizzativo, sviluppo delle performance, armonizzazione culturale. Modelli di riferimento: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi. Può utilizzare tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

RISORSE UMANE

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 14 e 21 marzo

RAVENNA, 6 e 13 giugno

REGGIO EMILIA, 10 e 17 ottobre

PARMA, 8 e 15 novembre

PIACENZA, 12 e 19 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECRUITING: TECNICHE E STRUMENTI DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE

Il processo di ricerca e selezione del personale richiede di essere condotto in modo metodico e strutturato per essere efficace. Il corso fornisce gli strumenti necessari per condurre l'attività di recruiting dalla fase di ricerca a quella di colloquio e scelta del candidato.

Obiettivi

- Avere un quadro preciso e completo dell'attività di ricerca e selezione del personale
- Impostare correttamente l'attività di ricerca e selezione del personale
- Evitare le possibili trappole della fase di intervista e sviluppare un sistema per comparare i diversi candidati
- Attrarre i talenti utilizzando fonti di ricerca digital

Destinatari

Talent acquisition recruiter, recruiter, junior Recruiter, talent acquisition specialist.

Contenuti

IMPOSTAZIONE DELLA RICERCA

- Dall'analisi del ruolo da ricoprire alla definizione del profilo di competenze del candidato ideale insieme agli stakeholder aziendali
- Fonti della ricerca: dalla tradizione all'innovazione

COLLOQUIO DI INTERVISTA

- Panoramica delle diverse tipologie di test presenti sul mercato
- Selezioni di gruppo, Assessment Center: panoramica sugli strumenti utilizzati
- Intervista di selezione del personale
- Obiettivi dell'intervista
- Pianificazione e preparazione dell'intervista
- Fasi e temi da trattare

- Formulazione delle domande
- Relazione intervistatore/intervistato

SIMULAZIONI DI INTERVISTA

- Svolgimento dell'intervista
- Guideline per la conduzione dell'intervista

SCELTA DEL CANDIDATO

- Analisi del contenuto delle risposte
- Interpretazione del comportamento attuale e dei punti salienti del passato
- Principali errori nella valutazione del candidato
- Presentazione della short list

Docente

Mauro Dotta, da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in aziende operanti nel settore del terziario e manifatturiero in qualità di Human Resources Manager. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching.

RISORSE UMANE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 22 maggio

REGGIO EMILIA, 25 giugno

Formazione a distanza

14 febbraio

10 aprile

19 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ECONOMICS DI BASE E KPI'S PER HR MANAGER

Il corso intende fornire ai responsabili delle risorse umane i fondamentali per comprendere le dinamiche economico-patrimoniali e finanziarie di impresa e per impostare un cruscotto di indicatori direzionali per l'area HR. Comprende una sessione interattiva di benchmarking per agevolare lo scambio di esperienza tra i partecipanti.

Obiettivi

- Acquisire sensibilità economico-finanziaria in ottica gestionale
- Leggere e capire il bilancio senza “mal di testa”
- Avere un ruolo attivo nella partecipazione al processo di budgeting
- Fornire e ricevere i dati utili: individuare KPI's significativi per la gestione delle risorse

Destinatari

Direttori HR e responsabili risorse umane, responsabili amministrazione del personale.

Contenuti

- Centralità delle risorse umane nel processo di creazione del valore aziendale
- I sistemi di trattamento delle Informazioni: differenze e analogie tra amministrazione e controllo di gestione
- Conto economico e stato patrimoniale per non specialisti
- Il Budget del personale nell'ambito del processo di budgeting aziendale
- Indicatori di performance, efficienza ed efficacia delle risorse umane
- Reportistica gestionale per la funzione HR

Laboratorio (Sessione Interattiva)

- Benchmarking sui KPI's e costruzione Cruscotto Direzionale per la funzione HR

Docente

Emilio Botrugno, Temporary/Fractional Manager, Consulente e Formatore in ambito Pianificazione Strategica e Controllo Direzionale.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 22 febbraio

Formazione a distanza

22 gennaio

5 e 12 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

WELFARE AZIENDALE, PREMI DI PRODUTTIVITA' E SMART WORKING, NOZIONI BASE ED OPERATIVE

Il corso analizza il tema del welfare aziendale quale strumento di valorizzazione e sviluppo delle Risorse Umane. L'obiettivo è quello di fornire dettagli e consigli utili alla gestione ed all'implementazione di un piano di "welfare aziendale", illustrandone opportunità e convenienze, in particolare si offrirà un panorama trasversale sulla materia con l'obiettivo di incentivarne l'adozione anche per le piccole e medie imprese. Inoltre, saranno analizzate le tematiche quali premi di produttività detassati e lavoro agile.

Obiettivi

- Concetti base e relative differenze tra Welfare aziendale e normale retribuzione contrattuale
- Pianificare e progettare un piano di Welfare aziendale
- Premi di produttività detassati: nozioni e implementazione
- Analisi ed introduzione del Lavoro Agile "smart working" in azienda

Destinatari

Imprenditori e manager preposti alla gestione delle risorse umane, addetti alla gestione HR, addetti e direttori amministrativi.

Contenuti

Saranno analizzate le singole prestazioni o servizi integrabili in un piano di welfare aziendale di cui si analizzeranno i vari passaggi d'implementazione.

WELFARE AZIENDALE

- Il welfare classico
- Il nuovo Welfare aziendale: Flexible Benefit
- Il nuovo Welfare organizzativo: flessibilità e lavoro agile
- Progettare un piano di Welfare aziendale

PREMI DI PRODUTTIVITA'

- Nozioni e requisiti generali
- Differenza tra premi una tantum e premi detassati
- Introduzione di un premio detassato in azienda
- Sottoscrizione dell'accordo sindacale

LAVORO AGILE "SMART WORKING"

- Nozione di Lavoro agile
- Orario di lavoro, coperture Inail, salute e sicurezza del lavoratore
- Aspetti positivi e negativi del Lavoro agile

Docente

Diego Colarusso, consulente del Lavoro in Bologna e Ferrara, iscritto all'Ordine Provinciale di Bologna. Dopo aver conseguito un Master in risorse umane ed organizzazione ha concentrato la sua attività consulenziale nella gestione amministrativa del personale e nelle relazioni industriali con un focus sulle PMI del comparto metalmeccanico. Docente in corsi di formazione in ambito Payroll. Collabora dal 2019 con Nexumstp Spa.

RISORSE UMANE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 27 maggio

RIMINI, 3 ottobre

PARMA, 6 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STRATEGIE DI INNOVAZIONE E COINVOLGIMENTO ATTIVO

Non è mai semplice o scontato apportare miglioramenti ed innovazioni all'interno di un qualsiasi gruppo di lavoro, creare coinvolgimento e consenso in merito alle novità che si intendono introdurre, assicurare la tenuta nel tempo di una linea di cambiamento: in altre parole non è mai cosa semplice o scontata generare il miglior futuro possibile per la propria organizzazione. Esistono tuttavia tecniche e strategie appositamente concepite per facilitare esattamente queste due essenziali dinamiche complesse: l'innovazione ed il coinvolgimento attivo delle altre persone.

Obiettivi

- Ottimizzare resa, efficacia e piacevolezza di qualsiasi incontro orientato alla ricerca di soluzioni inedite a problemi o all'analisi corale di innovazioni
- Unire e coinvolgere il proprio team imprimendo ad esso una spinta naturale verso l'evoluzione ed il miglioramento: ideando e realizzando microprogetti concreti, generando insieme un futuro deliberatamente scelto e di cui tutti desiderano fare parte
- Diffondere presso i propri collaboratori le tre sane abitudini di:
 - ✓ Fissare il focus unicamente su ciò che è più utile e produttivo in ogni momento
 - ✓ Esplorare e gradualmente chiudere ogni cerchio rimasto aperto
 - ✓ Cambiare abitualmente prospettiva per vedere le cose in modo inedito, sfruttando così appieno le proprie potenzialità creative ed il pensiero laterale

Destinatari

Ogni ruolo o funzione aziendale che abbia responsabilità organizzativa e progettuale e si trovi a gestire i tipici sistemi complessi rappresentati da: "obiettivi da raggiungere / problemi da risolvere / tempo e risorse a disposizione / rapporti professionali ed interpersonali con figure chiave che condividono aspetti fondamentali del lavoro".

Contenuti

Tante sono le resistenze che possiamo incontrare nei collaboratori quando intendiamo apportare innovazioni e miglioramenti: resistenze culturali, emotive, paure ed abitudini consolidate, mancanza di una visione ampia che spesso si traduce in mancanza di motivazione, carenze di ascolto attivo. È tuttavia possibile apprendere tecniche in grado di sciogliere tali nodi: personalizzarle, condividerle ed utilizzarle insieme alla propria squadra. Facendo leva nei punti giusti è sempre possibile fare emergere un nuovo ordine dal disordine.

Dal punto di vista dei contenuti è utile strutturare il processo di innovazione e miglioramento di un qualsiasi aspetto del lavoro attraverso le seguenti fasi essenziali:

- Creazione di una cornice organica di lavoro e di confronto
- Generazione delle motivazioni grazie all'ancoraggio positivo

- Informazione reciproca accurata
- Valutazione critica di ogni possibile ostacolo
- Individuazione delle diverse possibili soluzioni per scioglierli
- Ascolto e valutazione del grado di convinzione individuale in merito alle idee risolutive emerse
- Impostazione degli step futuri del lavoro di squadra: dunque passaggio dalla VISIONE all'AZIONE

Dal punto di vista della relazione e delle modalità di condivisione è essenziale fornire l'esempio per primi e così promuovere scambi costruttivi, ordinati, improntati all'esplorazione a 360° delle idee e della temporanea "sospensione del giudizio". Le tecniche che rendono possibile tutto ciò verranno condivise ed illustrate in modo esperienziale grazie alla proposta di numerosi casi, esempi, applicazioni concrete e laboratoriali.

Docente

Francesco Bianchini, formatore e consulente aziendale da vent'anni. Specializzato in tematiche relative alla Comunicazione: gioco di squadra, gestione della complessità e dei processi di innovazione, delle riunioni, problem solving, negoziazione, Leadership, percezione della realtà, tecniche di creatività, benessere organizzativo e relazionale, creazione di ambienti di apprendimento e gestione dei processi formativi.

CORSI FUNZIONALI

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE



FORMAZIONE 2024

73

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 21 febbraio

PARMA, 11 marzo

REGGIO EMILIA, 30 aprile

PIACENZA, 27 maggio

Formazione a distanza

23 e 30 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STRATEGIE E TECNICHE PER FIDELIZZARE I CLIENTI

La conquista di un cliente definisce un punto di partenza, non di arrivo: sedersi sugli allori dopo il primo ordine è molto pericoloso. Il cliente va seguito costantemente e non solo quando ci sono problemi. Il segreto per mantenere vivo il rapporto commerciale? Andare oltre le aspettative e creare fiducia. Ed è più semplice di quanto si possa pensare.

Obiettivi

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Migliorare la redditività aziendale
- Superare ogni tipo di reclamo
- Riattivare i clienti che nel tempo hanno smesso di acquistare

Destinatari

Addetti al back office e in generale chi gestisce il post-vendita.

Contenuti

- Il back-office come supporto della funzione commerciale
- La Value Map per aumentare l'appeal di prodotti e servizi
- Dove e come reperire le informazioni utili
- La neurolinguistica applicata all'uso del telefono
- Come fare emergere le aspettative mancate
- La gestione dei clienti difficili

Docente

Stefano Donati, consulente e formatore nelle aree marketing e comunicazione. Collabora con numerose istituzioni quali Università, centri di formazione professionale e camere di commercio. Scrive per riviste di settore.

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 3 aprile

Formazione a distanza

11 e 18 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TECNICHE E STRATEGIE DI NEGOZIAZIONE NELL'EPOCA DIGITALE

Il corso si concentra sull'arte del rapporto con la clientela e le tecniche di negoziazione, con un focus sull'ambiente digitale. Scopriremo come riconoscere e gestire diversi tipi di clienti, negoziare efficacemente, e padroneggiare la negoziazione online.

Obiettivi

Al termine di questo corso, i partecipanti avranno acquisito le seguenti competenze (Intended Learning Outcomes, ILO):

- Identificazione e gestione dei diversi tipi di clienti: I partecipanti impareranno a riconoscere e gestire efficacemente i diversi stili e tipologie di clienti, inclusi i clienti internazionali, comprendendo le loro specifiche esigenze culturali
- Competenza in negoziazione: I partecipanti svilupperanno una comprensione approfondita del processo di negoziazione, imparando a stabilire obiettivi, a gestire le varie fasi della negoziazione, e a distinguere tra le abilità di un negoziatore amatoriale e quelle di un negoziatore professionista
- Negoziare in un contesto digitale: I partecipanti impareranno a padroneggiare le specificità della negoziazione online, tra cui la negoziazione in videochiamata, e comprenderanno l'importanza di adattarsi all'evoluzione digitale post-Covid

Destinatari

Questo corso è progettato per chiunque sia coinvolto in interazioni dirette con i clienti e si trovi a dover gestire negoziazioni, sia in un contesto fisico che digitale. Il corso è particolarmente utile per i professionisti che operano in piccole e medie imprese (PMI) in vari settori, tra cui il commercio al dettaglio, i servizi, la produzione e la tecnologia. È adatto a coloro che desiderano migliorare la loro comprensione dei comportamenti dei clienti, sviluppare tecniche di negoziazione efficaci e padroneggiare l'arte della negoziazione digitale. Il corso può essere di particolare interesse per chi cerca di adattare le proprie strategie di interazione con il cliente all'epoca digitale post-Covid, indipendentemente dal loro ruolo o funzione specifica all'interno dell'organizzazione.

Contenuti

I diversi stili dei clienti

- Le 3 tipologie di clienti
 - ✓ Come riconoscerli
 - ✓ Come gestirli
- I clienti stranieri e la loro cultura

La negoziazione

- Cosa significa negoziare
- Cosa caratterizza un negoziatore

- Obiettivi e desiderata
- Le fasi della negoziazione
- Negoziatore amatoriale e negoziatore professionista
- Il pessimismo del buyer

La negoziazione digitale

- Il dopo-Covid
- Le specificità della negoziazione online
- I buyer preferiscono il digitale

- Come negoziare in videochiamata
- Video o telefono
- La teoria della Media Richness
- Attenzione ad alcuni fattori

Il corso prevede sessioni pratiche, esercizi e casi di studio per favorire l'apprendimento attivo e la comprensione dei concetti teorici, anche con l'utilizzo di casi reali dei partecipanti.

Docente

Marco Besi, ampia esperienza nel settore commerciale e marketing, con specializzazione nello sviluppo di business e internazionalizzazione e sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

75

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

CESENA, 19 marzo

PARMA, 22 aprile

REGGIO EMILIA, 28 maggio

PIACENZA, 3 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL BACK OFFICE COME SUPPORTO ALLE VENDITE

Obiettivi

Molti dirigenti lamentano scarsa proattività da parte del reparto addetto al post-vendita. Se è indiscutibile che spesso queste risorse si limitano a rispondere passivamente alle richieste che arrivano, è altrettanto vero che per creare nuovo mercato bisogna sapere cogliere la palla al balzo. Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Rendere più proattive le risorse del back office
- Creare nuovo mercato
- Realizzare assist per le vendite

Destinatari

Addetti al back office.

Contenuti

- Il back-office come supporto della funzione commerciale
- La Value Map per aumentare l'appeal di prodotti e servizi
- Dove e come reperire le informazioni utili
- La neurolinguistica applicata all'uso del telefono
- Come fare emergere le aspettative mancate
- La gestione dei clienti difficili

Docente

Stefano Donati, consulente e formatore nelle aree marketing e comunicazione. Collabora con numerose istituzioni quali Università, Centri di formazione professionale e Camere di Commercio. Scrive per riviste di settore.

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 16 febbraio

Formazione a distanza

17 e 24 gennaio

2 e 9 ottobre

3 e 10 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VENDERE DI PIÙ CON L'INTELLIGENZA EMOTIVA: LA RELAZIONE

Il corso sulla vendita e l'intelligenza emotiva è un percorso pratico e coinvolgente. Con un approccio concreto e ricco di tecniche, il corso mette in evidenza l'importanza di padroneggiare l'intelligenza emotiva per gestire al meglio la trattativa. Attraverso esercizi ed esempi pratici, i partecipanti impareranno i concetti chiave utili a migliorare le capacità comunicative e di vendita. Questo corso fornisce strumenti efficaci per creare la relazione con i clienti, gestire le obiezioni e negoziare in modo empatico, incrementando così la propria performance e il successo nella vendita.

Obiettivi

- Padroneggiare l'intelligenza emotiva per vendere
- Migliorare le capacità comunicative e di vendita
- Fornire strumenti per entrare in empatia col cliente

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili commerciali, export manager, responsabili vendite, venditori interni, agenti, key account e venditori di sala.

Contenuti

- La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi
- Il metodo VCS ©
- I 2 presupposti della comunicazione efficace
- Le 4 componenti dell'intelligenza emotiva
- L'assertività
- Perché è importante l'empatia per vendere
- L'importanza di mettersi nei panni dell'altro
- La magia delle parole: come si comunica con il cliente
- L'importanza di avere le idee chiare: la preparazione
- L'approccio col cliente e la sua preparazione
- La gestione degli stati d'animo
- Lo stato d'animo del cliente
- La trattativa per fasi: A.I.A.C.S. © e relativi vantaggi
- Saper presentare sé stessi e l'azienda
- Ascolto attivo e tecnica delle domande
- La conclusione
- Simulazioni e casi concreti

Docente

Alessandro Fumo, sales strategist specializzato da oltre 20 anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, capo area e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative e 6.000 in affiancamento con i venditori, ha maturato competenze nella vendita di servizi, di macchinari, di beni durevoli e di largo consumo sia all'acquirente industriale sia al consumatore finale.



COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

7 e 14 maggio

1 e 8 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VINCI LA SFIDA DEL PREZZO: LE TECNICHE PER PRESENTARE IL VALORE E SUPERARE LE OBIEZIONI

In un contesto altamente mutevole è essenziale saper gestire con efficacia le pressioni sul prezzo in trattativa. Con casi concreti, tratteremo il processo che porta ad una presentazione efficace del prodotto/servizio volta a esaltarne il valore piuttosto che il prezzo. Vedremo come, attraverso la conoscenza del cliente, delle sue necessità e una adeguata preparazione sia possibile sostenere e difendere il vostro prezzo in trattativa.

Obiettivi

- Fornire strumenti per resistere alle pressioni sul prezzo
- Mettere in evidenza la differenza tra prezzo e valore
- Trasmettere un metodo per presentare il prezzo in maniera efficace
- Trasmettere le tecniche per gestire le obiezioni sul prezzo

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili commerciali, export manager, responsabili vendite, venditori interni, agenti, key account e venditori di sala.

Contenuti

- La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi
- La trattativa per fasi A.I.A.C.S. e i suoi vantaggi
- Il metodo VCS ©
- Il processo di creazione del valore in trattativa
- I motivi di acquisto del cliente
- Le componenti emotive e il prezzo
- Prezzo di un prodotto e margine di un prodotto
- Le nozioni di prezzo e valore
- Come scrivere il prezzo
- La preparazione della trattativa
- La scheda trattativa: preparazione e obiettivi
- Come gestire sconti e concessioni
- Come vendere gli aumenti di prezzo
- Come e quando parlare del prezzo
- "Costa troppo": come gestire le obiezioni sul prezzo
- Casi concreti e simulazioni

Docente

Alessandro Fumo, sales strategist specializzato da oltre 20 anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, capo area e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative e 6.000 in affiancamento con i venditori, ha maturato competenze nella vendita di servizi, di macchinari, di beni durevoli e di largo consumo sia all'acquirente industriale sia al consumatore finale.

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 20 e 27 giugno

Formazione a distanza

26, 28 giugno e 2 e 4 luglio

20 e 27 novembre e 4 e 11 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ARGOMENTARE PER PERSUADERE: COME GESTIRE LE RESISTENZE DEI CLIENTI E OTTENERE LA CHIUSURA DESIDERATA

Tre classici punti critici nella trattativa con il cliente sono l'argomentazione del prodotto, la chiusura della stessa e la gestione delle obiezioni. Durante il corso saranno fornite le nozioni chiave per argomentare in maniera efficace la proposta e per chiudere la trattativa con azioni consapevoli, proponendo le tecniche utili a gestire e superare le obiezioni del cliente trasformandole da nemiche a preziose alleate.

Obiettivi

- Argomentare la proposta e chiudere la vendita con azioni consapevoli
- Organizzare una dimostrazione creativa
- Aumentare l'efficacia dell'argomentazione, per superare le obiezioni in fase di chiusura e per facilitare la conclusione del contratto
- Esporre le proprie ragioni e argomenti con gli occhi del cliente

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili commerciali, export manager, responsabili vendite, venditori interni, agenti, key account e venditori di sala.

Contenuti

- La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi
- La trattativa per fasi A.I.AC.S.© e i suoi vantaggi
- Il metodo VCS ©
- I 2 presupposti della comunicazione efficace
- La comprova: cos'è
- Obiettivo della comprova
- L'importanza di saper argomentare la proposta al cliente
- L'obiettivo dell'argomentazione
- Come fare un'argomentazione efficace
- L'importanza di essere creativi
- L'effetto Ping-pong©
- La conclusione della vendita
- Come favorire la conclusione
- Cosa sono le obiezioni
- Come dire di no
- 9 tecniche per gestire le obiezioni
- La gestione del reclamo
- Il cliente reticente: le obiezioni alla chiusura
- Il campo minato©
- Simulazioni ed esempi pratici

Docente

Alessandro Fumo, sales strategist specializzato da oltre 20 anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, capo area e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative e 6.000 in affiancamento con i venditori, ha maturato competenze nella vendita di servizi, di macchinari, di beni durevoli e di largo consumo sia all'acquirente industriale sia al consumatore finale.

Per la sede di Parma Eros Tugnoli: titolare di ETS, formatore e coach specializzato nell'area comunicazione persuasiva, vendite e alta negoziazione commerciale. Alterna la formazione alla consulenza specifica, con continui affiancamenti sul "campo".

79

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 22 e 29 febbraio

PIACENZA, 5 e 12 aprile

Formazione a distanza

23, 30 settembre e 7, 14 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TECNICHE, STRATEGIE E METODI MIGLIORI PER ECCELLERE NEL CUSTOMER CARE

Il corso fornisce una completa cassetta degli attrezzi per eccellere nel servizio al cliente. Esplora il customer journey, le competenze necessarie e gli strumenti fondamentali per gestire reclami, comunicare efficacemente via e-mail e social media, e conoscere a fondo il prodotto. Impara a riconoscere i diversi stili comportamentali dei clienti e adattarti a ognuno di essi. Scopri come trasformare gli insoddisfatti in opportunità, gestire reclami in modo empatico, e fornire soluzioni efficaci. Migliora la comunicazione telefonica e apprendi le strategie per creare una mail persuasiva ed efficace. Questo corso prepara a diventare un professionista del customer care, capace di offrire un servizio di eccellenza.

Obiettivi

- Comprensione del Customer Journey: identificazione dei punti critici e supporto personalizzato in ogni fase.
- Comunicazione Efficace: gestione di richieste e reclami attraverso vari canali: telefono, e-mail, e social media con risposte tempestive ed empatiche.
- Gestione Reclami: trasformazione di situazioni negative in opportunità per migliorare la soddisfazione del cliente, gestione dell'escalation e implementazione di processi di follow-up.
- Scrittura di e-mail: sviluppo di competenze per creare contenuti persuasivi ed efficaci per un impatto positivo.
- Riconoscimento Personalità dei Clienti: adattamento dell'approccio comunicativo alle diverse esigenze e aspettative individuali dei clienti

Destinatari

Il corso è rivolto a coloro che lavorano nel customer care, nell'assistenza clienti, nel customer support o in ruoli correlati. Sono inclusi anche coloro che si occupano della gestione delle comunicazioni con i clienti tramite telefono, e-mail o i canali social media dell'azienda. Il corso è ideale per coloro che desiderano migliorare le proprie competenze nel fornire un servizio clienti di qualità, gestire reclami in modo efficace e comunicare in modo persuasivo ed empatico con i clienti.

Contenuti

- La cassetta degli attrezzi del customer care: esplorazione del customer journey, skills, up-selling e cross-selling, analisi della concorrenza e altri strumenti fondamentali.
- Gestione dei reclami: tecniche per fare la differenza, valorizzazione delle opportunità, gestione emotiva e fasi nella gestione del reclamo.
- Comunicazione Telefonica: importanza della prima impressione, tecniche vocali, regole di comunicazione e valorizzazione del servizio.
- Customer Care via Email e Social: creazione di email efficaci, archiviazione, gestione, comportamenti nei social media e KPIs

Il corso prevede sessioni pratiche, esercizi e casi di studio per favorire l'apprendimento attivo e la comprensione dei concetti teorici, anche con l'utilizzo di casi reali dei partecipanti.

Docente

Marco Besi, ampia esperienza nel settore commerciale e marketing, con specializzazione nello sviluppo di business e internazionalizzazione e sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

MARKETING STRATEGY: ANALISI EFFICACE PER UNA STRATEGIA VINCENTE

La pianificazione strategica di marketing non esiste senza un'accurata analisi del contesto in cui opera l'azienda: oggi i principali fattori su cui porre attenzione derivano in gran parte dal web e occorre saperli valutare a livello quantitativo e qualitativo. Il corso fornisce una visione completa e operativa del processo di analisi utile e necessario alla redazione e applicazione di una strategia di marketing vincente.

Obiettivi

- Interpretare i dati forniti dal web riferiti allo scenario competitivo e alla domanda di mercato
- Pianificare in modo analitico le strategie di web marketing: individuazione del target e strategia di posizionamento
- Elaborare un piano (funnel) strategico di marketing coerente con il target, gli obiettivi di business e le evoluzioni dello scenario competitivo digitale

Destinatari

Addetti al marketing, alla comunicazione aziendale, all'area commerciale e titolari d'impresa interessati ad aggiornare e/o consolidare le competenze di analisi e pianificazione strategica nel nuovo panorama di marketing digitale.

Contenuti

- Analisi della struttura del mercato di riferimento nel contesto digitale
- Competitor: analisi della concorrenza e benchmarking
- Target vs Buyer Persona: tipologie di clienti, processi e comportamenti di acquisto
- Segmentazione (processo e criteri di segmentazione)
- Analisi SWOT
- Customer value proposition: identificare i driver della creazione di valore e definire il proprio posizionamento competitivo attraverso la GAP Analysis
- Struttura del piano di marketing digitale (funnel marketing)
- Linee guida per la stesura di un piano di marketing

Docente

Patrizia Bergamini, dal 2014, dopo una lunga esperienza aziendale in ambito marketing e comunicazione, svolge attività di consulenza e formazione per piccole e medie imprese con l'obiettivo di fornire un supporto alla definizione e realizzazione del loro potenziale strategico e competitivo.

81

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Formazione a distanza

5 e 12 marzo

10 e 17 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MARKETING INTERNAZIONALE

Il corso si propone di offrire una panoramica completa delle strategie e delle competenze necessarie per guidare con successo le attività di marketing in un contesto globale. I partecipanti impareranno le migliori pratiche per adattare le strategie di marketing alle sfide e alle opportunità presenti nei mercati internazionali.

Obiettivi

- Capire le principali nozioni ed elementi del marketing internazionale
- Definire e implementare una corretta strategia di marketing
- Rendere “presentabile” l'azienda nei mercati internazionali

Destinatari

Imprenditori, dirigenti, e funzionari aziendali di uffici export.

Contenuti

- Concetti essenziali del marketing
- Condizioni necessarie ad operare con l'estero: il marketing strategico e quello operativo
- Globalizzazione, individuazione ed analisi dei mercati
- L'impresa, l'internazionalizzazione dei mercati ed effetti sull'impresa
- Strategie di prodotto
- Strategie di prezzo
- Strategie di distribuzione
- Strategie di promozione/comunicazione
- Informazioni: quali, dove, come, quanto costano. L'uso delle banche dati dell'ICE
- Ricerche di mercato: cosa sono e perché sono importanti
- Tecniche di vendita: come negoziare, come organizzare una rete di vendita all'estero
- Come reperire nominativi di potenziali clienti, come contattare un cliente estero e come gestire il rapporto
- Come preparare un listino prezzi, una offerta commerciale, organizzare la partecipazione a una fiera internazionale

Docente

Michele Lenoci, avvocato d'affari esperto in internazionalizzazione d'impresa, sia di imprese esistenti che di Start-Up, organizzazione aziendale e moderne tecnologie applicate per l'export. In particolare, si occupa di marketing internazionale, promozione e comunicazione internazionale, fiere e strumenti digitali per l'export.

**COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE****Quota di
partecipazione**

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

**Formazione
a distanza**

12 e 19 aprile

26 giugno e 3 luglio

5 e 12 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

WEB MARKETING E SOCIAL ADVERTISING

Conoscere il mondo dell'advertising, partendo da quelle che sono le basi del web marketing, fino ad esplorare direttamente gli strumenti per fare advertising sui social, comprendere il funzionamento e conoscere le buone pratiche per la creazione dei contenuti, visuali e scritti.

Obiettivi

- Comprendere che cos'è il web marketing
- Conoscere le Meta business suite per pagine e contenuti
- Imparare a creare un'inserzione
- Comprendere quali fattori impattano sulle performance della comunicazione e di una campagna

Destinatari

Tutte le persone che partecipano, coordinano o sono coinvolti nella gestione della comunicazione, della promozione di prodotti o servizi. Non solamente marketing e comunicazione ma anche rapporto con i clienti e assistenza pre e post-vendita.

Contenuti

- Panoramica su web marketing
- Il business manager di Meta
- Creare una campagna per Facebook e Instagram
- Creare un'inserzione: indicazioni su contenuto e copy

Docente

Luca Lo Iacono, imprenditore in ambito digitale. Docente e consulente di web marketing e strategie digitali.

Stefano Zappi: docente e consulente di web marketing, strategie digitali e comunicazione online.

83

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione in presenza

CESENA, 9 e 16 aprile

Formazione a distanza

13 e 20 marzo

9 e 16 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Essere presenti sui social è un plus che può portare enormi benefici, a condizione che le azioni siano studiate, pensate e progettate in un'ottica strategica. Ma come trarre vantaggio dalle molteplici azioni che possiamo sviluppare? Il corso fornisce le competenze fondamentali per attivare una strategia efficace, le basi metodologiche e gli strumenti concreti da applicare e personalizzare rispetto agli obiettivi aziendali oltre ad esercitazioni pratiche per definire le scelte di una concreta Social Media Strategy.

Obiettivi

- Analizzare il web e saper riconoscere i KPI utili per la tua azienda
- Prendere decisioni strategiche in un'ottica di comunicazione integrata
- Operare praticamente sui social networks sapendo valutare la bontà della strategia intrapresa ed attuando azioni correttive o di miglioramento

Destinatari

Responsabili ed addetti alla comunicazione aziendale ed al marketing, titolati d'azienda, social media strategist.

Contenuti

- La strategia al servizio del web: come raggiungere gli obiettivi aziendali applicando un'efficace "social media strategy": elementi base
- I 7 passi per una strategia che lasci il segno e porti risultati all'azienda: facciamo il punto
- Gli strumenti: come scegliere i social network che fanno al caso nostro? Carrellata dei principali social network (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, ecc.), analizzati in ottica strategica
- Consigli pratici per definire, gestire e aggiornare la social media strategy aziendale

Docente

Luca Lo Iacono, imprenditore in ambito digitale. Docente e consulente di web marketing e strategie digitali.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
a distanza**

6 e 13 maggio

6 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NEWSLETTER: COME TENERE VIVA LA COMUNICAZIONE CON I PROPRI CLIENTI TRAMITE L'E-MAIL MARKETING

Strumenti di gestione newsletter: perché usarli, vantaggi tecnici, di immagine, di comunicazione e di dati. Strategie, potenzialità, utilizzo dello strumento mail, con esempio pratico sulla piattaforma Mailchimp. I dati di web analytics. Automazioni e integrazioni con tool esterni.

Obiettivi

- Avere una panoramica aggiornata e il più completa possibile degli strumenti di mail marketing
- Apprendere come fare mail marketing in modo efficace verso i propri clienti

Destinatari

Il corso, che vedrà alternarsi lezioni teoriche e pratiche, è rivolto principalmente a figure che si occupano all'interno dell'azienda di comunicazione e marketing e/o in generale della comunicazione aziendale. Il corso è altresì adatto a chi ricopre ruoli commerciali o di direzione, con interesse a esplorare il mail marketing come canale di comunicazione con i propri clienti.

Contenuti

- Breve introduzione al mail marketing e le basi per valutare i tool
- Personalizzare la comunicazione verso i nostri clienti
- Cura e manutenzione del database contatti dei nostri clienti
- Copywriting per l'e-mail marketing
- Costruzione esempi e modelli di newsletter
- Analisi dei dati, goal e automazioni

Docente

Lovemark è un'agenzia di marketing digitale, certificata anche per la progettazione ed erogazione di formazione su tutta l'area digital (Certificazione di Qualità ISO:9001). Siamo costantemente aggiornati su tutte le novità, in modo da offrire una formazione dinamica, capace di integrare le nozioni fondamentali con gli ultimi trend e strumenti del settore. Questo approccio ci consente di comprendere gli obiettivi formativi delle aziende e strutturare un percorso ad hoc per raggiungerlo.

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione a distanza

22 e 29 febbraio

3 e 10 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COPYWRITING E UX WRITING: SCRITTURA PERSUASIVA E COINVOLGENTE PER UN'ESPERIENZA UTENTE DI SUCCESSO

Il corso ti guiderà nel mondo dell'arte di scrivere testi persuasivi e coinvolgenti. Attraverso lezioni approfondite, esempi pratici e attività interattive, imparerai a padroneggiare le tecniche di copywriting per catturare l'attenzione del pubblico, creare messaggi convincenti e spingere all'azione. Acquisirai conoscenze sulle strategie di storytelling, sulle scelte linguistiche efficaci e sull'ottimizzazione dei testi per il web e i social media. Imparerai a creare headline potenti, call-to-action persuasive e copy adatti a diversi canali di comunicazione. Inoltre, esplorerai le basi dell'UX writing per garantire un'esperienza utente intuitiva e coinvolgente. Preparati a trasformare le tue abilità di scrittura, aumentare la tua persuasione e raggiungere obiettivi di comunicazione efficaci in ogni contesto.

Obiettivi

- Comprendere i principi fondamentali del copywriting e dell'UX writing e riconoscere l'importanza di una scrittura persuasiva e coinvolgente per influenzare il comportamento dell'utente
- Applicare le tecniche di storytelling e creare narrazioni persuasive che catturino l'attenzione del pubblico e creino un legame emotivo con il brand
- Utilizzare le scelte linguistiche, come il tono, il registro e la struttura, per adattare il messaggio in base al pubblico target e ai diversi canali di comunicazione
- Ottimizzare i testi per il web e i dispositivi mobili, tenendo conto delle best practice di SEO (Search Engine Optimization) e delle esigenze dell'esperienza utente
- Comprendere i principi dell'UX writing e applicare le linee guida per creare microcopy e interfacce intuitive, garantendo un'esperienza utente fluida e positiva

Destinatari

Addetti al marketing e alla comunicazione aziendale; copywriter, content creator, social media manager.

Contenuti

Introduzione al copywriting e all'UX writing:

- Spiegazione dei concetti di base del copywriting e dell'UX writing
- Panoramica dell'importanza di una scrittura persuasiva e coinvolgente nella comunicazione efficace
- Discussione sui principi dell'UX writing e sull'ottimizzazione dei testi per l'esperienza utente

Fondamenti del copywriting:

- Analisi dei principi fondamentali del copywriting, tra cui l'identificazione del target audience, la creazione di headline persuasive, l'uso di storytelling e la struttura del testo
- Approfondimento sulle tecniche di scrittura persuasiva e la creazione di call-to-action efficaci
- Esempi di copywriting di successo e analisi dei loro elementi chiave

Scrittura per i diversi canali di comunicazione:

- Approfondimento sulla scrittura per il web, inclusa l'ottimizzazione per i motori di ricerca e

le pratiche di SEO

- Esplorazione delle strategie di copywriting per i social media, la pubblicità online, le e-mail e altri canali digitali
- Esercizi pratici di scrittura adattati ai diversi canali di comunicazione

UX writing e microcopy:

- Spiegazione dell'importanza dell'UX writing nella progettazione di interfacce intuitive e coinvolgenti
- Approfondimento sulle linee guida per la scrittura di microcopy efficace, come etichette dei pulsanti, messaggi di errore e messaggi di conferma
- Esempi di buone pratiche di UX writing e analisi di casi reali

Test e ottimizzazione:

- Introduzione all'importanza dei test e dell'ottimizzazione nel copywriting e nell'UX writing
- Discussione sulle diverse metodologie di test, come A/B testing e user testing

- Analisi dei risultati dei test e iterazione per migliorare l'efficacia dei testi

Applicazione pratica:

- Attività pratiche di copywriting e UX writing, che includono la creazione di testi per diversi casi di studio e la revisione critica dei lavori degli studenti
- Feedback e sessioni di discussione per migliorare le abilità di scrittura dei partecipanti

Conclusioni:

- Riassunto dei concetti chiave appresi durante il corso.
- Indicazioni su risorse e strumenti utili per continuare a sviluppare le abilità di copywriting e UX writing

È importante adattare la struttura del corso in base alle esigenze specifiche degli studenti e alle risorse disponibili. Durante il corso, è possibile fornire esempi, esercizi pratici e analisi di casi reali per consentire ai partecipanti di applicare le competenze acquisite nella pratica.

Docente

Alessandra Catania, copywriter e podcaster. Affianco le aziende dal 2001 nelle strategie di comunicazione e nella definizione del loro stile comunicativo e del tono di voce: per i social, per il sito, per le campagne pubblicitarie.

CORSI FUNZIONALI

INFORMATICA E TECNICA

I corsi per approfondire le competenze informatiche sia di base che di livello più avanzato e le competenze tecniche caratteristiche delle imprese industriali.

FORMAZIONE 2024

86

INFORMATICA E TECNICA

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 19 e 26 febbraio

CESENA, 18 e 27 marzo

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 10 e 17 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 16 e 23
settembre

PARMA, ed. 2 - 21 e 28 ottobre

Formazione a distanza

23 e 30 gennaio

6 e 13 febbraio

11 e 18 aprile

1 e 7 ottobre

15 e 22 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EXCEL BASE: GESTIRE I DATI AZIENDALI

In tutti gli aspetti della gestione aziendale, in generale, saper comprendere e maneggiare i dati è diventato indispensabile e nei prossimi anni lo sarà sempre di più. Padroneggiare Excel serve indipendentemente dalla condizione occupazionale a chiunque voglia aggiornare le proprie competenze tecniche e renderle al passo con quello che serve oggi. I corsi sono organizzati in 3 livelli successivi – base, intermedio e avanzato – con competenze in ingresso crescenti.

Obiettivi

Il corso ha come obiettivo quello di fornire gli elementi base per lavorare con i fogli di calcolo, a supporto di tutte le attività di monitoraggio e analisi dei dati, economici e non, raccolti dai vari settori aziendali, per lavorare in modo più rapido, preciso ed efficiente.

Destinatari

Il corso è rivolto a figure professionali di vario genere che abbiano la necessità di leggere, comprendere, monitorare e analizzare i dati dell'azienda per trasformarli in informazioni di valore aggiunto. Competenze in ingresso necessarie: Dimestichezza nell'utilizzo delle funzionalità basilari del PC.

Contenuti

- Interfaccia di Excel: Inserimento, modifica e cancellazione dei contenuti
- Riempimento e Completamento Automatico
- Formule (principali operazioni Matematico-Aritmetiche) per risolvere le comuni problematiche aziendali
- Somma automatica e Subtotali
- Collegamento tra fogli
- Elenchi in Excel: Ordinare e Filtrare i Dati
- Stampare con Excel

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

Per la sede di Parma: GRUPPO LEN, società di formazione e consulenza che dal 2005 eroga corsi per aziende, pubbliche amministrazioni, centri di formazione e privati.

Per la sede di Cesena: Luca Lo Iacono, Formatore e consulente di informatica per l'ufficio, ottimizzazione dei processi aziendali e trasformazione digitale. Dal 2013 è a servizio delle aziende per migliorare i loro processi, ottimizzare gli strumenti e produrre analisi finalizzate al business e al marketing.

Per la sede di Ravenna: Stefano Cattani, Presidente di PROGETTO AROMA, web agency con sede a Faenza (RA) specializzata nei settori web, marketing e formazione, caratterizzata da uno stile genuinamente italiano fin dalla nascita nell'anno 2000. L'obiettivo di PROGETTO AROMA è fornire soluzioni e progetti funzionali, innovativi, originali e di alta qualità per garantire efficienza, visibilità e soddisfazione ai propri clienti.

**Quota di
partecipazione**

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

**Formazione
in presenza**

PARMA, ed.1 - 21 e 28 marzo

CESENA, 6 e 13 maggio

REGGIO EMILIA, ed.1 - 22 e 29 maggio

REGGIO EMILIA, ed.2 - 14 e 21 ottobre

PARMA, ed.2 - 7 e 14 novembre

**Formazione
a distanza**

20 e 27 febbraio

19 e 26 marzo

5 e 12 giugno

11 e 18 novembre

27 novembre e 4 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EXCEL INTERMEDIO: GESTIRE I MODELLI DI CALCOLO

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. Obiettivo di questi incontri è fornire ai partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo dei dati dell'Impresa.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo dei dati dell'impresa: partendo dal foglio bianco per arrivare al modello software Excel. Valutare gli strumenti da utilizzare per la risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico per le analisi e le attività tipiche di chi opera nei diversi compartimenti aziendali.

Destinatari

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

Contenuti

- Utilizzo di formule e funzioni: concetti generali e gestione di riferimenti assoluti e relativi
- Gestire le principali metriche di calcolo in Excel: Variazioni %, Margini, Incidenze %, ecc...
- Costruire modelli di calcolo con l'utilizzo di: SE, SE NIDIFICATO, FUNZIONI DI CONTROLLO DEGLI ERRORI
- Convalidare l'inserimento di dati con regole di convalida
- Analizzare e riepilogare dati numerici con operazioni condizionali: SOMMA.PIU.SE, CONTA.PIU.SE
- Confrontare dati provenienti da fogli/files diversi: CERCA.VERT, CERCA.X
- Rappresentare graficamente i dati: Sparkline, Grafici, Formattazione condizionale

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

Per la sede di Parma: GRUPPO LEN, società di formazione e consulenza che dal 2005 eroga corsi per aziende, pubbliche amministrazioni, centri di formazione e privati.

Per la sede di Cesena: Luca Lo Iacono, Formatore e consulente di informatica per l'ufficio, ottimizzazione dei processi aziendali e trasformazione digitale. Dal 2013 è a servizio delle aziende per migliorare i loro processi, ottimizzare gli strumenti e produrre analisi finalizzate al business e al marketing.

Per la sede di Ravenna: Stefano Cattani, Presidente di PROGETTO AROMA, web agency con sede a Faenza (RA) specializzata nei settori web, marketing e formazione, caratterizzata da uno stile genuinamente italiano fin dalla nascita nell'anno 2000. L'obiettivo di PROGETTO AROMA è fornire soluzioni e progetti funzionali, innovativi, originali e di alta qualità per garantire efficienza, visibilità e soddisfazione ai propri clienti.



INFORMATICA E TECNICA

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 9 e 16 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 18 e 25
giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 20 e 27
novembre

PARMA, ed. 2 - 4 e 11 dicembre

Formazione a distanza

20 e 23 marzo

16 e 23 maggio

4 e 11 luglio

5 e 12 dicembre

6 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EXCEL AVANZATO: GESTIONE EFFICIENTE DELL'IMPRESA

Obiettivo di questo modulo è proporre, discutere ed analizzare insieme alcuni modelli per la gestione amministrativa, commerciale e produttiva dell'impresa quali: analisi del personale, statistiche commerciali e di produzione, modelli di reporting per la gestione dell'Impresa. Il corso è rivolto a figure professionali di vario genere che abbiano necessità di: sviluppare capacità di analisi dei dati per comprendere se le proprie opinioni si basano sulla conoscenza o su sensazioni personali; analizzare puntualmente le informazioni provenienti dai reparti interni e da fonti diverse (produzione, area commerciale, logistica...), dai fornitori, dalla rete vendita e dal mercato (concorrenti, dati economici e finanziari...); costruire modelli di calcolo con Excel e provvedere all'eventuale modifica dei piani commerciali in base a quanto rilevato.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo dei dati dell'impresa e valutare gli strumenti da utilizzare per la risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico per le analisi e le attività tipiche di chi opera nei diversi compartimenti aziendali.

Destinatari

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

Contenuti

- Funzioni di ricerca: cerca.x, confronta.x, indice
- Funzioni di calcolo a espansione dinamica: filtro, unici, testo.unisci, dati.ordina
- Funzionalità Excel per l'analisi dei dati:
 - ✓ Analisi dati con le tabelle pivot
 - ✓ Funzioni data per le aggregazioni temporali e per i confronti tra periodi diversi
 - ✓ Funzioni statistiche per la descrizione dei dati storici
- Risolutore Excel per la gestione di simulazioni e scenari di calcolo variabili

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

Per la sede di Parma: GRUPPO LEN, società di formazione e consulenza che dal 2005 eroga corsi per aziende, pubbliche amministrazioni, centri di formazione e privati.

Per la sede di Cesena: Luca Lo Iacono, Formatore e consulente di informatica per l'ufficio, ottimizzazione dei processi aziendali e trasformazione digitale. Dal 2013 è a servizio delle aziende per migliorare i loro processi, ottimizzare gli strumenti e produrre analisi finalizzate al business e al marketing.

Per la sede di Ravenna: Stefano Cattani, Presidente di PROGETTO AROMA, web agency con sede a Faenza (RA) specializzata nei settori web, marketing e formazione, caratterizzata da uno stile genuinamente italiano fin dalla nascita nell'anno 2000. L'obiettivo di PROGETTO AROMA è fornire soluzioni e progetti funzionali, innovativi, originali e di alta qualità per garantire efficienza, visibilità e soddisfazione ai propri clienti.

OTTIMIZZARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'AUTOMAZIONE DI EXCEL

Chi lavora regolarmente con EXCEL sa bene quanto possa essere impegnativo dover replicare ogni volta le stesse identiche istruzioni, in particolar modo quando, per l'esecuzione dei programmi a più passaggi, si mette presto a dura prova la pazienza degli utenti. In questo corso verranno analizzati, discussi e implementati esempi di pulitura dei dati con gli strumenti di EXCEL, di automazione tramite Macro scritte in VBA e di quant'altro possa essere utile all'ottimizzazione e all'automazione delle attività più dispendiose in termini di tempo e a scarso valore aggiunto.

Obiettivi

- Importare dati da fonti esterne e “normalizzarli” con il completamento di dati provenienti da altre tabelle, merge di più tabelle per unirne e accodarne i dati
- Creare colonne calcolate, filtrare e riordinare i dati in modo automatico
- Eseguire operazioni ricorsive: scorrere i diversi fogli, le celle in un intervallo, i files in una cartella
- Creare e gestire Tabelle Pivot e Grafici in modo automatico con le macro o con gli strumenti di automazione.

Destinatari

Operatori Aziendali, Controller, Manager e Professionisti che abbiano l'esigenza di analizzare e rielaborare dati in modo efficace, all'interno ed all'esterno dell'azienda, per i quali una migliore e più rapida organizzazione delle elaborazioni diventano sempre più decisivi.

Contenuti

- Panoramica sugli strumenti di automazione in EXCEL: Macro VBA e PowerQuery
- Automazione delle operazioni di “pulitura dei dati” con lo strumento “Recupera dati e trasforma”
- Introduzione ai principali strumenti (Macro VBA e PowerQuery) per l'esecuzione automatica di:
 - ✓ filtri, eliminazione di righe e/o colonne
 - ✓ inserimento di colonne calcolate, trasposizione dei dati (UNPIVOT)
- Unione e Accodare i dati di files/fogli diversi
- Struttura di un progetto VBA e panoramica sulla libreria oggetti di EXCEL (Proprietà, Metodi ed Eventi)
- Proprietà dei principali oggetti (Celle, Intervalli, Fogli) e metodi di selezione e spostamento tra celle
- Codice VBA e Macro per scorrere i fogli e/o le celle di una cartella di Excel

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

Per la sede di Parma: GRUPPO LEN, società di formazione e consulenza che dal 2005 eroga corsi per aziende, pubbliche amministrazioni, centri di formazione e privati.

Per la sede di Cesena: Luca Lo Iacono, Formatore e consulente di informatica per l'ufficio, ottimizzazione dei processi aziendali e trasformazione digitale. Dal 2013 è a servizio delle aziende per migliorare i loro processi, ottimizzare gli strumenti e produrre analisi finalizzate al business e al marketing.

Per la sede di Ravenna: Stefano Cattani, Presidente di PROGETTO AROMA, web agency con sede a Faenza (RA) specializzata nei settori web, marketing e formazione, caratterizzata da uno stile genuinamente italiano fin dalla nascita nell'anno 2000. L'obiettivo di PROGETTO AROMA è fornire soluzioni e progetti funzionali, innovativi, originali e di alta qualità per garantire efficienza, visibilità e soddisfazione ai propri clienti.



INFORMATICA E TECNICA

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Formazione a distanza

2 e 9 aprile

21 e 28 giugno

4 e 11 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSINESS ANALYTICS CON POWER BI

L'analisi dei dati aziendali e la previsione dei risultati futuri può basarsi su dati storici oppure cominciare da zero, ma in entrambi i casi richiede la capacità di rilevare, leggere e analizzare fatti esterni e processi interni all'azienda ed utilizzare i moderni strumenti di reporting e analisi dei dati offerti dalle piattaforme di Business Analysis.

Obiettivi

Obiettivo di questi incontri sarà di analizzarne e discuterne insieme le più recenti evoluzioni a supporto delle attività di reporting e analisi.

Destinatari

Il corso è rivolto a figure professionali con ruoli o mansioni che richiedano skills elevate di analisi dati e reporting (responsabile di funzione, consulente aziendale, addetto all'amministrazione, ecc. ...) che abbiano la necessità di monitorare e analizzare i dati dell'azienda per trasformarli in informazioni di valore aggiunto.

Contenuti

- Panoramica sul servizio PowerBI online e sulla progettazione dei report con PowerBI Desktop
- Costruire un progetto con POWER BI:
- Acquisire dati da fonti esterne: EXCEL, File CSV, SQL Server o altri database esterni
- Rilevare e pulire eventuali anomalie sui dati: scegliere colonne, filtrare righe, accodare e unire dati provenienti da file diversi
- Preparare i dati per l'analisi e la rappresentazione grafica
- Aggregare dati da fonti multiple e preparare modelli di dati relazionali
- Introduzione al linguaggio DAX di Power BI per impostare le Misure di base e le colonne calcolate
- Costruire un Report e una Dashboard
- Principali caratteristiche grafiche e oggetti visivi
- Filtri e interazione tra oggetti
- Esempi di report con Power BI per l'analisi commerciale, per la gestione dei progetti, per l'analisi della produttività.
- Pubblicazione del progetto su Power BI e condivisione con altri utenti

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

**Quota di
partecipazione**

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

**Formazione
a distanza**

9 e 16 maggio

3 e 11 luglio

2 e 9 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GOOGLE WORKSPACE: TUTTE LE NOVITÀ 2024

Il corso “Google Workspace: tutte le novità 2024” è un’opportunità unica per rimanere aggiornati sulle ultime innovazioni introdotte da Google Workspace, la suite di produttività online di Google. Durante questo corso intensivo, esploreremo le nuove funzionalità, le migliorie e le trasformazioni apportate da Google Workspace nel corso dell’anno 2023. Se desideri massimizzare l’efficienza e la collaborazione all’interno della tua squadra o dell’azienda, questo corso ti fornirà le informazioni necessarie per sfruttare al meglio le nuove funzionalità di Google Workspace.

Obiettivi

L’obiettivo principale del corso è aggiornare i partecipanti sulle ultime innovazioni introdotte da Google Workspace nel corso del 2024. I partecipanti acquisiranno una panoramica completa delle nuove funzionalità e delle migliorie apportate alle varie applicazioni di Google Workspace. Inoltre, il corso mira a fornire ai partecipanti gli strumenti e le conoscenze necessarie per massimizzare la produttività utilizzando le nuove funzionalità offerte dalla Suite di Google (compresa l’intelligenza artificiale).

Destinatari

Chiunque utilizzi (o abbia intenzione di utilizzare) Google Workspace.

Contenuti

- Google Chat: Smart compose e gestione delle conversazioni
- Google Spaces: gestione delle attività e dei progetti
- Google Documenti: nuovi menu contestuali, inserimento di variabili per semplificare il flusso di lavoro, utilizzo dei componenti di base forniti da Google e creazione dei propri. Utilizzo di Google Documenti all’interno di Google Chat per ottimizzare la produttività del gruppo di lavoro
- Google Fogli: utilizzo del foglio Timeline, i nuovi smart chips per la gestione delle informazioni nei documenti, le funzioni di ricerca proprie di Google Fogli
- Google Calendar: il nuovo Programma degli appuntamenti e l’integrazione con Google Docs nella creazione di eventi
- Google Drive: la nuova interfaccia di navigazione con particolare attenzione alle nuove funzionalità per la gestione degli archivi
- Introduzione alle funzionalità di intelligenza artificiale nella suite Google Workspace.

Docente

Daniele Guidetti, lavora da 25 anni come consulente aziendale in ambito IT. Dal 2006 è consulente senior e formatore di Google Workspace per i maggiori Partner Google italiani. È esperto di progettazione di soluzioni e-learning e specializzato in soluzioni attraverso servizi di cloud computing per aziende. Ha migliaia di ore di formazione all’attivo.

**Quota di
partecipazione**

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
a distanza**

3, 10, 17 e 24 giugno

21, 23, 28 e 30 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MICROSOFT PROJECT BASE

Negli ultimi anni l'ENTERPRISE PROJECT MANAGEMENT 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. Lavorare per progetti significa, quindi, pianificare, organizzare e coordinare le risorse nello svolgimento di attività tra loro correlate e finalizzate al raggiungimento di un obiettivo 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.

Obiettivi

- Utilizzare le funzionalità di base del prodotto Project
- Perfezionare i dettagli di attività, risorse e assegnazioni del progetto
- Realizzare i propri progetti nel miglior modo possibile
- Costruire e personalizzare visualizzazioni, raggruppamenti e filtri
- Misurare le performance di risorse, costi e risultati

Destinatari

Operatori aziendali, manager e professionisti che abbiano l'esigenza di pianificare, organizzare e coordinare le risorse nello svolgimento di attività tra loro correlate e finalizzate al raggiungimento di un obiettivo predefinito.

Contenuti

Le diverse edizioni di MICROSOFT PROJECT: PROFESSIONAL VS ONLINE

Creazione di un file di progetto

- Impostare i dati di base del progetto
- Definire la modalità di programmazione, gli orari di lavoro e il calendario del progetto

Creare un elenco attività

- Attività cardine, critiche, periodiche
- Definire la durata delle attività e dividere attività estese in attività più brevi
- Collegare attività e impostare vincoli sulle attività
- Organizzare le attività in fasi: attività di riepilogo e di dettaglio

Creare un elenco risorse

- Impostare il tipo di risorsa: risorse umane, attrezzature, materiali, costi
- Inserire tariffe per le risorse e organizzarle in gruppi

Assegnare le risorse alle attività

- Formula di programmazione: durata, unità e lavoro
- Condividere risorse e gestire la sovrassegnazione delle risorse
- Margini di flessibilità

Visualizzare le informazioni sul progetto nel modo desiderato

- Ordinare, raggruppare e filtrare i dati in una visualizzazione
- Modificare e creare tabelle, definire visualizzazioni personalizzate

Formattare il diagramma di Gantt e il diagramma reticolare

Il Controllo del progetto

- Identificazione del percorso critico
- Salvare una previsione e definire lo stato di avanzamento
- Confrontare l'avanzamento con la previsione

Analisi dati di progetto e strumenti di Reporting

- Stampa e creazione di report con Project Professional
- Stampa e creazione di report con Project ONLINE

Docente

Orlando De Polito (FLYSOFT), consulente Aziendale e Formatore su Analisi dati, Reporting e Budgeting con Excel, POWER BI e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi, fornisce supporto alle aziende in ambito di miglioramento organizzativo e digitale.

**Quota di
partecipazione**

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
in presenza**

PIACENZA, 5 e 11 marzo

PARMA, 3 e 10 ottobre

**Formazione
a distanza**

25 e 27 giugno, 1 e 3 luglio

9, 16, 21 e 28 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO

Il corso si propone di offrire le competenze necessarie per la corretta lettura del disegno tecnico industriale, dei particolari meccanici desunti da disegni di assieme, delle tolleranze di lavorazione e degli organi unificati.

Obiettivi

Il corso intende trasmettere al personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, le necessarie competenze per comprendere gli standard tecnici di disegno, i simboli utilizzati, le rappresentazioni grafiche e facilitare l'interpretazione di una tavola tecnica.

Destinatari

Responsabili e addetti alla produzione, operatori di macchine utensili e addetti al montaggio, responsabili e addetti degli uffici tecnici e commerciali, tutti coloro che desiderano approfondire le proprie conoscenze in materia.

Contenuti

- Le norme del disegno tecnico
- 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 ed errori geometrici
- Tolleranze e specifica delle tolleranze dimensionali
- Tolleranze geometriche
- Rugosità
- Cenni al GD&T
- Esempi pratici di lettura dei disegni, confronto tra disegni e pezzi reali, esercizi

Docente

C.A.D. Disegni da quasi trent'anni coniuga il lavoro di progettazione ed ingegneria meccanica con la continua innovazione, per garantire sempre alti livelli di qualità in tutti gli ambiti di lavoro. Dispongono di una rete comunicativa dedicata e diretta che permette di rispondere rapidamente a tutte le esigenze.

**Quota di
partecipazione**

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
in presenza**

REGGIO EMILIA, 29 maggio e 5 giugno

**Formazione
a distanza**

13, 20 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OTTIMIZZARE I TEMPI E METODI DI LAVORO TRAMITE LEAN E MIGLIORAMENTO CONTINUO

Quali sono le tecniche e gli strumenti di ottimizzazione dei tempi standard e dei metodi di semplificazione del lavoro? Com'è possibile lavorare per flussi di valore e ridurre gli sprechi ed i costi in essi contenuti?

Obiettivi

- Analizzare un processo per sottofasi in ottica di miglioramento continuo dei takt time
- Creazione di kaizen/pdca board per stimolare le idee
- Impatto dell'ambiente di lavoro sui metodi e sui tempi di esecuzione
- Riconoscere gli sprechi (inefficienze) per ridurne l'impatto (costi) favorendo la competitività.

Destinatari

Personale di produzione e logistica, manager, team leader, capireparto.

Contenuti

- Metodologie produttive (tecniche PUSH e PULL)
- Tempo come fattore critico della Supply Chain e della programmazione industriale
- Lead Time, Process Time, Takt Time
- Tempi e metodi inseriti in un contesto di miglioramento continuo (flusso di valore, gemba, kaizen)
- Le attività a valore (VA), quelle non a valore ma necessarie (NVA) e gli sprechi (MUDA)
- Importanza dell'ambiente lavorativo e impatto delle condizioni ambientali
- Miglioramento continuo tramite analisi di idee (PDCA, KATA, "AS IS - TO BE")
- La funzione tempi e metodi nell'organigramma
- Ciclo di lavorazione suddiviso per fasi e logistica di collegamento (intralogistica e kanban)
- Attività cicliche, acicliche, extra-cicliche
- Tempo: normale, assegnato, standard
- Schema uomo-macchina e scomposizione in fasi
- Rilievo cronotecnico, tecnica di work sampling
- Metodo tabellare MTM (analisi e simulazione con conversione da TMU a secondi)
- Principi "5S"

ESERCITAZIONI PRATICHE: azioni di miglioramento di processo utilizzando la metodologia "Lego Lean Game" (processi di miglioramento organizzativo e produttivo simulando attività di assemblaggio, rilevando takt time e introducendo lo stand-up kaizen meeting).

Docente

Andrea Urbani, professionista docente in Logistica, Supply Chain, processi LEAN e Miglioramento Continuo

Libero professionista, associato AILLOG, formatore esperto e certificato UMIQ Confindustria. Laurea in Economia, Master Executive MBA (BBS Bologna). Specializzazione in Purchasing & Supply Chain Management. Esperienza con organizzazioni complesse e PMI. Utilizza didattiche e metodi pratici ed innovativi (es. Lego Lean Game) per insegnare a creare efficienza nei processi operativi applicando i principi del miglioramento continuo e della competitività con strumenti innovativi, utili e facilmente adottabili nei processi quotidiani per l'impresa, il management ed i collaboratori.

IL CONTROLLO STATISTICO DI PROCESSO: COME PRENDERE DECISIONI SULLA BASE DI DATI E NON DI OPINIONI

Il corso descrive come l'applicazione di semplici parametri statistici ai risultati ottenuti da un processo aziendale consente ai responsabili e agli operatori di intervenire in modo più efficace e mirato per migliorarne le prestazioni. Nel corso si mostra come utilizzare le carte di controllo e gli indici di capacità (Cp e Cpk) per mantenere il processo sotto controllo statistico e renderlo così più prevedibile, affidabile e consistente con le aspettative del "cliente".

Obiettivi

Acquisire padronanza nel calcolo dei parametri statistici dei processi in termini di media e di variabilità. Applicare sul campo gli strumenti di controllo statistico: carte di controllo $\bar{x}$ -R e I/mR; indici di capability Cp e Cpk; livello di qualità "sigma" del processo. Apprendere come utilizzare il diagramma di Ishikawa per risalire alle cause che determinano bassi livelli di qualità del processo.

Destinatari

Responsabili e addetti alla progettazione di prodotto e di processo, al processo logistico – produttivo, ai processi di gestione e assicurazione della qualità, ai processi di acquisto e approvvigionamento.

Contenuti

- I parametri statistici che caratterizzano un processo (con esercitazione numerica)
- Principali utilizzi delle carte di controllo per dati continui
- Costruzione e interpretazione delle carte di controllo $\bar{x}$ -R e I/mR (con esercitazione pratica)
- Gli indici di capacità di un processo: Cp e Cpk (con esercitazione pratica)
- Calcolo del livello di qualità "sigma" di un processo (con esercitazione pratica)
- Come utilizzare il diagramma di Ishikawa per la ricerca delle cause che generano bassi livelli di qualità del processo (con esercitazione pratica)

Il corso è caratterizzato da un approccio molto operativo, grazie all'utilizzo di simulazioni didattiche che permettono ai partecipanti di applicare gli argomenti trattati e trasferirli fin da subito nel proprio ambito di lavoro

Docente

I docenti sono consulenti di Pragmata s.r.l., società di consulenza per la direzione aziendale che opera in Italia dal 1987, hanno esperienze nell'ambito della formazione rivolta agli adulti e nell'applicazione degli strumenti di controllo statistico, sia in aziende PMI, sia in grandi gruppi multinazionali. Pragmata è stata, nel 2002, la prima azienda a introdurre in Italia la metodologia di miglioramento continuo Lean Six Sigma, operando in stretta collaborazione con il George Group di Dallas, che ha ideato questo approccio.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

PARMA, 29 maggio

REGGIO EMILIA, 22 ottobre

**Formazione
a distanza**

18 e 25 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL METODO FMEA

Durante il corso verrà illustrata in dettaglio la metodologia della FMEA, applicabile a qualsiasi settore merceologico, incluso quello dei servizi di derivazione aeronautica, automotive e medicale; consente di approcciare l'analisi dei rischi di un prodotto o di un processo (nuovo o modificato) correlandola a indici relativi e specificando contromisure che riducono progressivamente l'indice globale di rischio dell'intero progetto di un prodotto o di un processo produttivo.

Obiettivi

- Apprendere i dettagli del metodo FMEA (Failure Mode Effects Analysis)
- Illustrare una simulazione concreta dell'utilizzo della tecnica FMEA
- Apprendere le conoscenze per individuare le cause del modo di guasto, sia sul progetto che sul processo di realizzazione del servizio/prodotto

Destinatari

Responsabili assicurazione qualità, responsabili di produzione, responsabili dell'ufficio tecnico, responsabili della ricerca e sviluppo, responsabili dell'ingegnerizzazione e della logistica.

Contenuti

- La Metodologia FMEA: significato, finalità ed affidabilità
- FMEA di progetto (DFMEA), FMEA di processo (PFMEA) e loro legami
- Il gruppo di lavoro FMEA
- Metodologia di applicazione dell'FMEA:
 - ✓ Individuazione dei prevedibili modi di guasto: quali documenti utilizzare
 - ✓ Individuazione dei potenziali effetti del guasto
 - ✓ Indice di gravità dell'effetto del modo di guasto
 - ✓ Individuazione delle cause di guasto
 - ✓ Indice di probabilità di verificarsi della causa del modo di guasto
 - ✓ Misure di controllo previste
 - ✓ Indice di rilevabilità
 - ✓ Priorità di rischio (FMEA di progetto)
 - ✓ Azioni correttive/preventive

Docente

TUV RHEINLAND ITALIA, primario ente a livello internazionale, con oltre 140 anni di esperienza nella fornitura di servizi di ispezione e certificazione di prodotti, impianti e sistemi di gestione.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

PIACENZA, 10 maggio

REGGIO EMILIA, 25 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TPM (TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE). METODOLOGIE MANUTENTIVE COME STRATEGIA DI EFFICIENZA IMPIANTI

Il corso fornisce la panoramica dei principali sistemi di gestione della manutenzione, usando esempi pratici e l'analisi delle best practices.

Obiettivi

Massimizzare le prestazioni degli asset industriali in termini di affidabilità e disponibilità accrescendo l'impatto sull'intero ciclo di vita di macchine e impianti.

Partendo dall'analisi dei big data e dei segnali provenienti dalle macchine e dalle loro interazioni, la manutenzione può giocare, nell'Industry 4.0, un ruolo sempre più strategico per il successo delle imprese grazie a un più facile utilizzo di metodi e strumenti.

Destinatari

Tutte le figure operative aziendali che desiderano conoscere i metodi e gli strumenti più efficaci per la massimizzazione dell'efficienza dei fattori produttivi.

Contenuti

- Che cos'è il TPM
- L'importanza della manutenzione nel panorama industriale attuale
- I 4 steps della manutenzione
- Le 6 grosse perdite in produzione e il loro collegamento con il TPM
- Il mantenimento delle macchine nelle "condizioni normali"
- La scoperta veloce delle anomalie delle macchine
- La risposta pronta alle anomalie
- Misurare l'efficienza delle macchine tramite l'OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- L'analisi dei componenti dell'impianto – macchina
- Individuare le parti critiche della macchina
- Il database di raccolta dei guasti della macchina
- Analisi statistica sulle tipologie di guasti e loro frequenza
- Il calcolo del tasso di guasto
- Il calcolo del MTBF (Tempo medio fra i guasti) per componenti riparabili
- Il calcolo del MTTF (Tempo medio fino al guasto) per componenti non riparabili
- La definizione del programma di manutenzione preventiva
- L'aggiustamento del programma nel tempo
- Fogli di registrazione dell'avvenuta manutenzione
- Procedure ed istruzioni per la manutenzione
- Creare le condizioni e la consapevolezza sul processo
- Audit di sostegno e miglioramento

Docente

Giampaolo Ferrari ha una ventennale esperienza come consulente e formatore aziendale nelle PMI in ambito Lean Manufacturing, SCM e Operation Excellence. Ha guidato team di miglioramento continuo TPM in Italia e negli Stati Uniti.

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

**Formazione
in presenza**

PIACENZA, 9 febbraio

**Formazione
a distanza**

20 e 27 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

REGOLE DECISIONALI PER LA CONFORMITÀ METROLOGICA E LA GESTIONE DELLA STRUMENTAZIONE DI MISURA

Il corso vuole fornire le conoscenze avanzate di gestione della strumentazione, secondo le normative di riferimento, e le regole decisionali per assicurare la conformità o la non conformità certa del prodotto ai requisiti specificati.

Obiettivi

- Utilizzare la terminologia corretta e comprendere i concetti base della metrologia
- Capire la differenza tra taratura, regolazione e conferma metrologica
- Individuare le fonti di incertezza più importanti in una taratura dimensionale
- Capire la relazione tra tolleranza, incertezza di misura e verifiche di conformità
- Capire la metodologia per la stima dell'incertezza di misura
- Interpretare un certificato di taratura

Destinatari

Responsabili dei sistemi di gestione per la qualità, responsabili del controllo qualità, responsabili e addetti della funzione metrologica aziendale.

Contenuti

- Il sistema internazionale e la riferibilità metrologica
- Terminologia e definizioni in ambito metrologico
- Normative di riferimento
- Errori ed incertezze
- Processo produttivo e banda di tolleranza
- Tolleranza, incertezza di misura e verifiche di conformità
- La conformità di prodotto
- Gestire la strumentazione in un Sistema Qualità (secondo la ISO 9001:2015)
- La conferma metrologica (secondo la ISO 10012:2003)
- Incertezza di misura
- Interpretazione di un certificato di taratura

Docente

Mauro Molinari, responsabile Qualità Laboratorio Taratura, Prove e Certificazioni Accreditato / centro LAT, è stato responsabile controllo ed assicurazione qualità in aziende metalmeccaniche di produzione beni e servizi.



INFORMATICA E TECNICA

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Formazione in presenza

15, 22 e 29 ottobre e 5 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OLEODINAMICA: STRUTTURA BASE DEGLI IMPIANTI

Sono in molti a volersi affacciare 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. Come fare?

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.

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
- Esempi di semplici circuiti: dimensionamento e immagini di applicazioni realizzate

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.

**Quota di
partecipazione**

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

**Formazione
a distanza**

7, 14, 21 e 28 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

Corso di II° livello che segue “OLEODINAMICA: STRUTTURA BASE DEGLI IMPIANTI”.

Obiettivi

La finalità del corso è migliorare le conoscenze sulle potenzialità degli impianti e delle apparecchiature oleodinamiche (assistenza clienti, ufficio acquisti, tecnico/commerciale).

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 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
- Tecniche di controllo in flow sharing e relativi distributori
- Dimensionamento di accumulatori di grande volume utilizzati come booster per accelerazioni e velocità elevate
- Alte pressioni fino 800 bar: tecnologie costruttive dei componenti necessari e loro applicazioni.
- Presentazione di impianti e circuiti realizzati con dimensionamento, schemi, immagini.

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.

NOTE

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

NOTE

NOTE

This image shows a blank sheet of white paper with ten horizontal dashed lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There is no text or other markings on the paper.

SEDE DI PIACENZA

FOR.PIN. s.c.a r.l.

Strada della Bosella n. 14/16 - 29121 - Piacenza
(PC) Tel. 0523 307411
forpin@forpin.it

SEDE DI PARMA

Cisita Parma s.c.a.r.l.

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

SEDE DI REGGIO EMILIA

CIS s.c.a.r.l.

Via Aristotele n. 109 - 42122 - Reggio Emilia (RE)
Tel. 0522 232911
info@cis-formazione.it

SEDE DI MODENA

Nuova Didactica s.c.a r.l.

Via Bellinzona n. 27/A - 41124 - Modena (MO)
Tel. 059 247911
segreteria@nuovadidactica.it

SEDE DI RAVENNA

Il Sestante Romagna Sri

Via Barbiani n. 8/10 - 48121 - Ravenna (RA)
Tel. 0544 210436
sestante@confindustriaromagna.it

SEDE DI CESENA

Assoform Romagna s.c.a r.l.

Via Ravennate n. 959 - 47521 - Cesena (FC)
Tel. 0547 632358
cesena@assoformromagna.it

SEDE DI RIMINI

Assoform Romagna s.c.a r.l.

Sede principale:
Pzza Cavour n. 4 - 47921 - Rimini (RN)
Sede aule:
Via IV Novembre n. 37 - 47921 - Rimini (RN)
Tel. 0541 352700
rimini@assoformromagna.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