

FORMAZIONE



FORMAZIONE 2020

Semina un pensiero e raccoglierai un'azione.



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, le rispettive Agenzie Formative per dare risposte significative e diversificate in termini di competenze e relative capacità gestionali al sistema delle imprese, soprattutto per favorirne le conoscenze.

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

Valore che stimola le idee, che si scambia, si diffonde e si riproduce, dando origine alla cultura aziendale.

Investire nella cultura aziendale, oggi, è l'unica via per ottenere quello sviluppo e quella crescita dell'economia, indispensabili per far fronte alla più grande crisi strutturale, economica e finanziaria degli ultimi 50 anni.

Formindustria Emilia-Romagna,

che fa della cultura e della formazione aziendale il proprio scopo, unendo tutte le eccellenze formative del territorio, ha realizzato una proposta formativa innovativa per il 2020, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2020,

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

Il Presidente
Roberta Caprari



www.cisita.parma.it



LA FORMAZIONE A PARMA DAL 1987

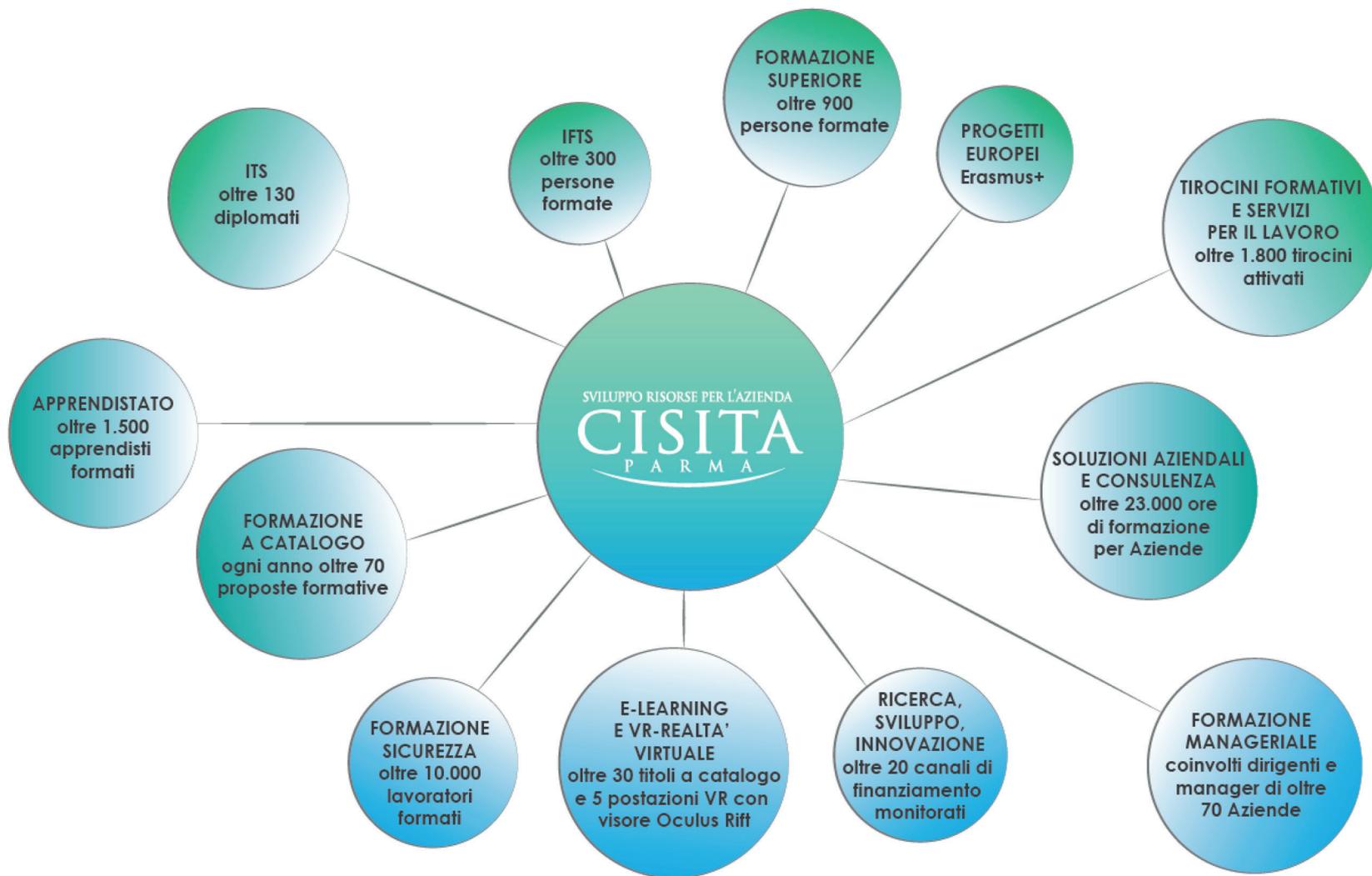
Cisita Parma è la Società per la formazione e lo sviluppo aziendale di Unione Parmense degli Industriali (UPI) e Gruppo Imprese Artigiane (GIA). **Da oltre trent'anni offriamo alle Imprese del nostro territorio servizi su misura per la gestione e valorizzazione delle risorse umane**, collaborando con Università, centri di ricerca, Enti Pubblici e altri partner nazionali e internazionali.

Oggi siamo una realtà formata da **più di trenta professionisti impegnati a ideare, sviluppare e gestire servizi sempre più in linea con le reali esigenze delle Aziende da un lato e del mercato del lavoro dall'altro**. Il nostro sistema qualità è certificato UNI EN ISO 9001:2008, siamo qualificati per la presentazione di progetti formativi su Bandi e Avvisi di Fondimpresa e siamo accreditati presso la Regione Emilia Romagna per i seguenti ambiti: Formazione superiore, Formazione Continua e Permanente, Apprendistato, Formazione a distanza (FAD).

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**. Proponiamo, infine, una selezionata offerta di corsi e percorsi di aggiornamento sia in modalità **e-learning** sia con l'utilizzo di simulazioni in **VR (realtà virtuale)**, con l'obiettivo di offrire attività formative flessibili e progettate secondo le ultime soluzioni tecnologiche.

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).

FORMAZIONE PER I GIOVANI E PER CHI CERCA LAVORO



FORMAZIONE PER AZIENDE E PER OCCUPATI

FORMAZIONE A MERCATO FINANZIABILE

Cisita propone diverse attività in aula che possono essere:

- acquistate con Cisita Pass (solo catalogo corsi 2020)
- finanziabili con il Conto Formazione aziendale di Fondimpresa (previa verifica risorse)

Cosa vi proponiamo?

1. **Catalogo corsi 2020:**

brevi appuntamenti pragmatici per confrontarsi e per portare nel proprio quotidiano strumenti nuovi e più efficaci.

2. **Catalogo Training Experience:**

basato sull'esperienza diretta, perché imparare facendo è più efficace di imparare ascoltando.

3. **Percorsi di formazione manageriale e Master**

2020

NUOVE PROPOSTE IN AULA PER VOI

**TUTTI I TEMI AFFRONTATI IN AULA
POSSONO ESSERE PERSONALIZZATI
IN MODALITA' AZIENDALE**

FORMAZIONE FINANZIATA

Cisita si è attivata per ampliare l'offerta già presente a mercato con **attività a partecipazione gratuita in quanto cofinanziate con risorse del Fondo Sociale Europeo e della Regione Emilia-Romagna.**

Tra le varie proposte potrete trovare i seguenti temi:

- Innovation by design
- Tecnologie innovative di prodotto e di processo
- Innovazioni richieste dal mercato
- Le nuove frontiere dell'innovazione digitale



Pass+

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci lo scorso anno e in risposta alla vostra fiducia abbiamo deciso di rendere più flessibile lo strumento.

CISITA PASS + vi consente di poter decidere liberamente la partecipazione alle nostre proposte formative (flessibilità), andando ad ottenere il miglior investimento possibile (costi).

Novità: per il 2020 il Cisita Pass + è valido anche per i corsi pianificati fuori la provincia di Parma.

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

MODULO DI ADESIONE E CONFERMA DEL CORSO:

per formalizzare l'iscrizione è necessario, almeno 10 giorni prima dell'inizio del corso, compilare e spedire la scheda d'iscrizione che ha valore di impegno alla partecipazione al corso. 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. Infine, solo per le aziende associate UPI/GIA, è prevista la sosta gratuita al parcheggio "Goito".**

ANNULLAMENTO DELL'ISCRIZIONE:

in caso di rinuncia o di impossibilità a partecipare (si ricorda che è sempre possibile sostituire la persona iscritta), l'Azienda si impegna a informarci (fax o e-mail) in quanto si ricorda che la rinuncia del corso è soggetta alle seguenti condizioni:

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

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).

CONTATTI LUCIA TANCREDI, telefono: 0521 226500, email: tancredi@cisita.parma.it

COME FINANZIARE LA FORMAZIONE

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

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

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

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

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

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

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

	AREA DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA	PAG. 11
N. 1	Agile project management: come gestire in modo "agile" i progetti	Pag. 12
N. 2	Project management: ciò che devi sapere per gestire progetti di successo	Pag. 13
N. 3	Lo faccio o non lo faccio? L'analisi degli investimenti per le PMI	Pag. 14
N. 4	Essere donna essere leader	Pag. 15
N. 5	Analisi swot: comprendere punti di forza e di debolezza dell'impresa	Pag. 16
N. 6	Il Business Plan: strumento per rappresentare il piano strategico di un'azienda	Pag. 17
N. 7	Design Thinking: strumenti e metodi per creare cultura dell'innovazione in azienda	Pag. 18
N. 8	Leggere e comprendere il bilancio per non specialisti	Pag. 19
N. 9	Il controllo di gestione per non addetti	Pag. 20
N. 10	Fare un budget per gli investimenti digital marketing	Pag. 21
N. 11	Generazioni a confronto: come migliorare la collaborazione intergenerazionale	Pag. 22
	AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE	PAG. 23
N. 12	Il responsabile di funzione e la gestione dei collaboratori	Pag. 24
N. 13	Cambio di prospettive e pensiero creativo per gestire le riunioni	Pag. 25
N. 14	Problem solving - Affrontare i problemi con metodo e motivazione	Pag. 26
N. 15	La relatività applicata al time management: tecniche e formule per dilatare il tempo	Pag. 27
N. 16	Remote management: gestire i collaboratori a distanza	Pag. 28
N. 17	Gestire l'infobesity senza perdere la bussola	Pag. 29
N. 18	L'arte della negoziazione: strategie e tattiche per negoziazioni di successo. La sfida vincente	Pag. 30
N. 19	I segreti del lavoro di squadra e le dinamiche di gruppo	Pag. 31
N. 20	La comunicazione social e il piano editoriale	Pag. 32
N. 21	Crescere e "far crescere" attraverso il feedback	Pag. 33
N. 22	"Ma dove l'avevo salvato...?" Metodi pratici di catalogazione e archiviazione dei documenti su sistema informatico (e non)	Pag. 34
N. 23	Come riconoscere, gestire e impiegare le potenzialità dei millennials inseriti in azienda?	Pag. 35
N. 24	La comunicazione all'interno del recupero crediti - Strategie relazionali e negoziali per ottenere quanto dovuto	Pag. 36
N. 25	Rendere il team vincente	Pag. 37
N. 26	Hai sbagliato! Un metodo per fare richiami ai collaboratori	Pag. 38
N. 27	Quante scuse per non delegare! Delega e miglioramento organizzativo	Pag. 39
N. 28	Parlare in pubblico con sicurezza ed incisività: convegni, convention, riunioni	Pag. 40
N. 29	Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	Pag. 41
	AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE	PAG. 42
N. 30	Iva, trasporti e dogane: criticità pratiche	Pag. 43
N. 31	Come prevenire i rischi doganali: principali rimedi	Pag. 44

N. 32	Origine delle merci: istruzioni pratiche	Pag. 45
N. 33	Iva estera 2020: importanti novità	Pag. 46
N. 34	INCOTERMS 2020: novità	Pag. 47
N. 35	Fiscalità e dogane: dalla teoria alla pratica	Pag. 48
N. 36	Il contratto: redazione di un corretto testo contrattuale e suo utilizzo come strumento di prevenzione delle controversie	Pag. 49
N. 37	Pagamenti internazionali, crediti documentari e garanzie bancarie	Pag. 50
N. 38	Inadempimenti dei contratti e rimedi: risarcimento dei danni	Pag. 51
N. 39	Business English	Pag. 52
N. 40	Agevolazioni e contributi per gli investimenti all'estero	Pag. 53
N. 41	Analisi di mercato digitale per i Paesi target esteri	Pag. 54
N. 42	Come svolgere attività all'estero. Stabile organizzazione o società estera e transfer pricing	Pag. 55
N. 43	Modelli INTRASTAT	Pag. 56
N. 44	La gestione dei documenti per un'efficace esportazione	Pag. 57
	AREA COMMERCIALE E MARKETING	Pag. 58
N. 45	Da venditori a moderni consulenti commerciali	Pag. 59
N. 46	LinkedIn: lo strumento numero 1 per ampliare il tuo network, fare branding e lead generation	Pag. 60
N. 47	Come fissare i prezzi di vendita	Pag. 61
N. 48	La manutenzione del cliente: come passare da fornitore a partner commerciale	Pag. 62
N. 49	Il back office commerciale: da centro di costo a voce di ricavo. Le abilità commerciali indispensabili del back office	Pag. 63
N. 50	Gestione trattative complesse	Pag. 64
N. 51	Redazione di offerte e preventivi vincenti	Pag. 65
N. 52	La tecnica delle domande efficaci	Pag. 66
N. 53	Far vendere i tecnici: strategie negoziali per esperti di prodotto	Pag. 67
N. 54	Aggiungere fatturato al fatturato	Pag. 68
N. 55	Acquisisci clienti con Google: SEO e Google ADS	Pag. 69
N. 56	Come aumentare il fatturato grazie al tuo sito web	Pag. 70
N. 57	E-commerce: quando l'acquisto non dipende solo da un click	Pag. 71
N. 58	Scrivere per i social: coinvolgere il tuo pubblico	Pag. 72
N. 59	Pillole di Instagram: trucchi e suggerimenti	Pag. 73
N. 60	Estero: quello che i commerciali devono sapere	Pag. 74
N. 61	Come ottimizzare la tua strategia marketing e social selling con Facebook, LinkedIn e Instagram	Pag. 75
N. 62	La vendita sfidante: tecniche per vendere in situazioni complesse	Pag. 76
N. 63	"È caro, voglio lo sconto": una strategia infallibile per contrastare le obiezioni sul prezzo	Pag. 77
N. 64	Gestire un reclamo: da un problema si genera un'opportunità	Pag. 78

	AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE	PAG. 79
N. 65	La costruzione del budget aziendale: processo di formazione del master budget ed analisi degli scostamenti	Pag. 80
N. 66	Contabilità industriale e costi dei prodotti	Pag. 81
N. 67	Come recuperare un credito all'estero	Pag. 82
N. 68	Il magazzino fiscale e la valutazione delle rimanenze	Pag. 83
N. 69	Il controllo di gestione per addetti	Pag. 84
N. 70	Bilancio consolidato per la gestione del gruppo	Pag. 85
N. 71	La pianificazione ed il budgeting: le attività per governare l'azienda e programmare risultati	Pag. 86
N. 72	La contabilità analitica come strumento di valutazione. Dai centri di costo alla valutazione delle business unit aziendali	Pag. 87
N. 73	Il passaggio generazionale nelle imprese a base familiare: soluzioni pratiche e risvolti tributari	Pag. 88
N. 74	Il cash flow e il rendiconto finanziario	Pag. 89
N. 75	Analisi economiche e finanziarie per il controllo di gestione e modelli di reportistica con Excel	Pag. 90
N. 76	Recupero crediti: competenze relazionali, fiscali e legali	Pag. 91
N. 77	L'analisi delle marginalità di vendita: logiche e tecniche di creazione delle performances competitive	Pag. 92
N. 78	Contabilità - Livello base	Pag. 93
	AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE	PAG. 94
N. 79	Il contratto a termine dopo il c.d. "decreto dignità"	Pag. 95
N. 80	La transazione e la conciliazione in materia di lavoro	Pag. 96
N. 81	"Governare" il costo del personale	Pag. 97
N. 82	Sistemi premianti, piani di incentivazione e welfare aziendale	Pag. 98
N. 83	Direttiva 2014/67 - Le trasferte brevi e i trasferimenti di personale in Europa: le novità introdotte dalla direttiva 957/2018 - I nuovi scenari per le trasferte tecniche in paesi non Eu	Pag. 99
N. 84	Rimborsi spese e fringe benefit	Pag. 100
N. 85	Come leggere la busta paga	Pag. 101
N. 86	Buste paga - livello base	Pag. 102
N. 87	Buste paga - livello avanzato	Pag. 103
	AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI	PAG. 104
N. 88	Il mestiere del capo reparto	Pag. 105
N. 89	Lean organization e Lean manufacturing: migliorare le prestazioni ed i processi	Pag. 106
N. 90	Organizzare e strutturare il controllo qualità in azienda	Pag. 107
N. 91	Sistemi di misurazione delle prestazioni aziendali	Pag. 108
N. 92	La gestione strategica degli acquisti: migliorare la redditività e ridurre i rischi di fornitura	Pag. 109
N. 93	Modelli e sistemi per la gestione delle scorte per ottimizzare il capitale circolante	Pag. 110
N. 94	La gestione e l'organizzazione del magazzino: attività e metodologie operative	Pag. 111
N. 95	La qualifica dei fornitori: un fattore distintivo per la propria competitività aziendale	Pag. 112

	AREA INFORMATICA	PAG. 113
N. 96	Excel 4 business: business models per la gestione efficiente dell'impresa	Pag. 114
N. 97	Excel - livello base	Pag. 115
N. 98	Gestire modelli di calcolo con l'utilizzo di Microsoft Excel (livello intermedio)	Pag. 116
N. 99	Elaborazioni pivot e reporting grafico con Excel	Pag. 117
N. 100	Automatizzare Excel con l'utilizzo delle macro e del VBA (livello avanzato)	Pag. 118
N. 101	Modelli di analisi per l'ufficio commerciale e marketing	Pag. 119
N. 102	Modelli di analisi per l'ufficio acquisti	Pag. 120
N. 103	Analisi dati e reporting: trasformare numeri e dati in informazioni a valore aggiunto	Pag. 121

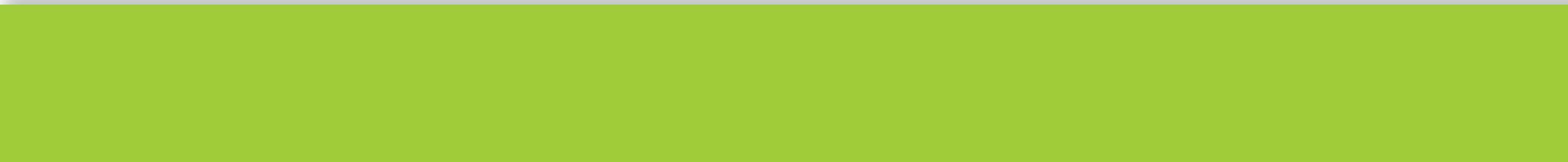
	AREA QUALITÀ E AMBIENTE	PAG. 122
N. 104	MOCA (Materiali ed Oggetti destinati a Contatto con Alimenti) e GMP (Good Manufacturing Practices): come garantire il rispetto dei requisiti	Pag. 123
N. 105	Audit interni sul tuo sistema gestione integrato: laboratorio pratico per essere efficaci ed efficienti	Pag. 124
N. 106	La gestione dei rischi e delle opportunità nei nuovi modelli gestionali	Pag. 125
N. 107	Corso introduttivo sul sistema di gestione dell'energia SGE - ISO 50001	Pag. 126
N. 108	Il miglioramento organizzativo dei sistemi di gestione: le persone oltre la certificazione	Pag. 127
N. 109	Dalla norma ISO 9001 alla specifica tecnica IATF 16949. I requisiti specifici applicati ai fornitori del settore automotive certificati ISO 9001	Pag. 128

	AREA LEGALE E PRIVACY	PAG. 129
N. 110	GDPR due anni dopo: adempimenti privacy, semplificazioni, best practices, controlli	Pag. 130
N. 111	Gli appalti pubblici dopo la legge 55/2019: le modifiche al decreto legislativo 50/2016 e il ritorno al regolamento	Pag. 131
N. 112	Travel Risk & Crisis Management - La gestione della sicurezza delle trasferte all'estero: comprendere i rischi e affrontare le emergenze	Pag. 132

	AREA TECNICA	PAG. 133
N. 113	La gestione del sistema manutenzione degli impianti in ottica di Industria 4.0	Pag. 134
N. 114	Ottimizzare i metodi e i tempi di lavoro tramite Lean e miglioramento continuo	Pag. 135
N. 115	Stampa 3D e additive manufacturing - Tecnologie e work flow per processi di fabbricazione innovativi	Pag. 136
N. 116	La manutenzione in azienda: una occasione per l'ottimizzazione dei costi e per il miglioramento della qualità e della sicurezza	Pag. 137
N. 117	Problem solving di manutenzione	Pag. 138
N. 118	Oleodinamica base: strutture degli impianti oleodinamici	Pag. 139
N. 119	Corso intermedio di oleodinamica: strumenti per una valutazione tecnico - operativa delle apparecchiature di un impianto	Pag. 140
N. 120	Progettazione ed utilizzo di azionamenti a media (400 BAR), alta (700 BAR) ed altissima pressione (4000 BAR)	Pag. 141
N. 121	Lettura e interpretazione del disegno tecnico	Pag. 142
N. 122	Elettronica di base e introduzione ai PLC	Pag. 143
N. 123	Il controllo statistico nella qualità e la capacità di processo	Pag. 144
N. 124	FMEA: la prevenzione dei difetti	Pag. 145



Area
DIREZIONE E SVILUPPO
D'IMPRESA



AGILE PROJECT MANAGEMENT: COME GESTIRE IN MODO “AGILE” I PROGETTI

OBIETTIVI

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

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

DESTINATARI

Area Manager, Business Analyst, Project Manager, Personale afferente alla Business Unit “Organizzazione e Risorse Umane”, IT Manager.

CONTENUTI

- Project management e Agile project management a confronto
- Il concetto di “Agile”
- Le fasi dell'Agile PM: project envision, project speculate, project explore, project adapt, project close
- Lo SCRUM: principi e ciclo di vita
- Affrontare lo sviluppo dei processi in modalità Lean: eliminate waste, amplify learning, decide as late as possible, empower the team, build integrity, see the whole
- Tecniche e strumenti dell'Agile PM: area communications, area planning, monitoring, adapting, area agile estimation, area agile analysis & design, area product quality, area delle skills interpersonali, area value based, area risk management, area metrics, area process improvement
- Definizione di contratti in modalità Agile PM

DOCENTE

VALUE S.A.S. – Nasce nel 2005 e la mission perseguita è quella di supportare le persone verso una crescita e un miglioramento continuo, finalizzato a sviluppare e implementare le competenze professionali e personali e a favorire il raggiungimento degli obiettivi.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

CESENA, 22 e 29 gennaio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROJECT MANAGEMENT: CIÒ CHE DEVI SAPERE PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO

OBIETTIVI

La proposta formativa articolata in due giornate, prevede sessioni teoriche e pratiche. Ogni sessione sarà organizzata con una fase iniziale teorica che mira a presentare e discutere le diverse metodologie legate al Project Management, seguita da una fase pratico-applicativa (Project Work) della metodologia attraverso l'uso di diversi strumenti singoli e di gruppo. L'obiettivo primario del corso è di permettere ai partecipanti l'applicazione immediata della metodologia all'interno delle attività professionali quotidiane. L'ambiente operativo del corso vuole essere un "laboratorio sicuro" nel quale implementare una atmosfera orientata al lavoro di gruppo, alla condivisione delle esperienze pregresse e delle criticità attuali, al fine di declinare la metodologia generale del Project Management sulle necessità specifiche dei partecipanti. Inoltre, si mirerà a definire dei metodi e delle procedure di lavoro che il gruppo andrà a implementare immediatamente nella quotidianità.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili funzionali, team leader, responsabili di commessa.

CONTENUTI

Avvio del progetto

- Gli stakeholders di progetto e la loro gestione
- Matrice di responsabilità

Pianificare il progetto

- Criteri della WBS
- Pianificare attività e tempi
- La redazione del Gantt di progetto
- Come gestire i rischi di progetto

Controllare il progetto

- Controllo dello stato di avanzamento: attività, tempi, performance
- Utilizzare i Milestone
- Sistema di reporting
- Gestire la riunione di stato avanzamento
- Controllare il progetto, gestire la riunione di progetto, presentare il reporting

DOCENTE

Pier Paolo Parenti – Laureato in Ingegneria Informatica presso DTU-Denmark e UNIMORE. Ha conseguito un MBA presso Bologna Business School (BBS). Manager presso Nokia Network e Nokia Mobile Phone in Danimarca fino al 2004. Dal 2004 in Italia si occupa di consulenza, formazione e coaching 1-to-1 in Project Management presso aziende e start-up. Socio e operativamente impegnato presso due aziende del settore informatico e settore prefabbricati.

Per le sedi di Reggio Emilia e Rimini: VALUE S.A.S. – Società di formazione e consulenza aziendale che nasce nel 2005 e la cui mission è quella di supportare le persone verso una crescita e un miglioramento continuo, finalizzato a sviluppare ed implementare le competenze professionali e personali e a favorire il raggiungimento degli obiettivi.

DURATA

14 ore

numero 2

SEDI E DATE

PIACENZA, 10 e 17 febbraio

PARMA, 10 e 17 marzo

REGGIO EMILIA, 11 e 18 maggio

MODENA, 17 e 24 settembre

FERRARA, 6 e 13 ottobre

RAVENNA, 21 e 28 settembre

CESENA, 12 e 19 maggio

RIMINI, 13 e 20 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LO FACCIAMO O NON LO FACCIAMO? L'ANALISI DEGLI INVESTIMENTI PER LE PMI

OBIETTIVI

Senza investimenti è molto difficile affrontare i mercati. Ma gli investimenti possono anche innalzare il profilo di rischio di un'impresa. Il corso intende fornire un percorso metodologico utile per rispondere alle domande: l'investimento che intendo fare è un buon investimento? Me lo posso permettere?

Il corso affronta quindi l'analisi economica e finanziaria degli investimenti in azienda.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili amministrativi e finanziari.

CONTENUTI

- Il Bilancio d'esercizio
 - Le disposizioni contabili, civilistiche e fiscali riguardanti gli investimenti materiali, immateriali e finanziari
- L'analisi degli investimenti
 - La valutazione economica degli investimenti
 - Il Pay Back Period
 - Il Rendimento Medio Contabile
 - Il Valore Attuale Netto
 - Il Tasso Interno di Rendimento
- La sostenibilità degli investimenti
 - La valutazione finanziaria degli investimenti
 - Gli indicatori a sostegno della sostenibilità degli investimenti
 - Casi ed esercitazioni

DOCENTE

Massimo Regalli – Professore del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma dove nel 2018/2019 ha tenuto i corsi di Gestione finanziaria delle imprese, business planning e il modulo III del corso Governance e Gestione del Rischio. Dottore commercialista, revisore legale. Svolge attività di formazione per diverse società da diversi anni.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 23 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ESSERE DONNA ESSERE LEADER

OBIETTIVI

La leadership femminile, naturalmente dotata di orientamento strategico e tattico, di creatività e immaginazione, energia e determinazione, rappresenta, nell'attuale contesto, uno straordinario acceleratore di evoluzione e crescita dei nuovi modelli di impresa.

Questo percorso ha l'obiettivo di consentire alla leadership femminile di affermarsi nelle aziende apportando quel contributo straordinario che la caratterizza.

Le partecipanti apprenderanno come superare i limiti che la comunicazione femminile spesso impone e come far accadere le cose che davvero vogliono per la loro carriera. È un percorso volto ad aiutare le donne a superare le insicurezze che ancora ne intralciano la professionalità e a fare della loro sensibilità una risorsa preziosa per arrivare agli obiettivi che desiderano raggiungere.

DESTINATARI

Donne manager, responsabili di settore, responsabili risorse umane.

CONTENUTI

Come gestire il proprio ruolo tra capacità professionale e "capacità" emotiva:

- Aspetti psicologici e comportamentali della leadership femminile
- Meccanismi decisionali al femminile e al maschile
- Competitività e rivalità
- Sostenibilità al successo
- Processi di auto-esclusione
- Superare i propri limiti ed i condizionamenti limitanti
- Superare la differenza di genere
- Affermare il proprio stile di leadership
- Ottenere riconoscimento
- Darsi valore, ottenere valore

DOCENTE

Carla Ciani – Coach, Consulente di Alta Direzione e docente, da sempre è impegnata a sostenere le donne nei percorsi di sviluppo della loro leadership e dell'affermazione concreta del loro valore nei ruoli imprenditoriali e professionali.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

FERRARA, 5 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ANALISI SWOT: COMPRENDERE PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELL'IMPRESA

OBIETTIVI

La SWOT analisi è un potente strumento di analisi del contesto aziendale, volto ad identificare l'impatto dei principali fattori interni (es. struttura organizzativa, cultura aziendale, livello delle competenze, rete dei partner) e fattori esterni (tra cui livello tecnologico nel settore, forza dei concorrenti), per definire il posizionamento sul mercato di un'azienda ed elaborare una strategia competitiva.

DESTINATARI

Direzione generale, commerciale e vendite, operation, logistica, middle management.

CONTENUTI

- Analisi stato attuale
- Gap analysis
- Punti di forza e debolezza
- Opportunità e rischi
- Matrice del valore
- Obiettivi Smart
- Action plan

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.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

RAVENNA, 3 marzo

RIMINI, 7 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

Il business plan non è più soltanto uno strumento destinato alle start up e/o a necessità straordinarie, bensì è un elemento fondamentale del sistema di pianificazione e controllo di qualsiasi azienda, allo scopo di definire in maniera più consapevole ed organica i propri obiettivi strategici, declinarli in passi operativi e “tradurli” in grandezze economico – finanziarie. L’obiettivo del corso è quello di fornire gli elementi e le metodologie per la costruzione del business plan.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili funzionali e responsabili controllo di gestione.

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

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

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 18 marzo

REGGIO EMILIA, 20 novembre

RAVENNA, 10 febbraio

RIMINI, 7 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az.non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DESIGN THINKING: STRUMENTI E METODI PER CREARE CULTURA DELL'INNOVAZIONE IN AZIENDA

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti un metodo per generare innovazione in azienda. Come trovare soluzioni creative a sfide complesse? Come creare prodotti o servizi innovativi? Come progettare innovazioni che rispondano alle reali esigenze dei clienti, siano essi utenti o aziende? Come testare un nuovo prodotto o servizio prima di lanciarlo sul mercato? Queste sono tutte domande alle quali risponderemo durante il corso, seguendo i principi e gli strumenti del Design Thinking.

DESTINATARI

Project Manager, innovation manager, responsabili marketing, responsabili HR, progettisti, designer, figure legate all'innovazione di processo.

CONTENUTI

Questo è un corso interattivo e i partecipanti lavoreranno in gruppi applicando gli strumenti del design thinking a sfide reali di innovazione aziendale. Ogni gruppo lavorerà sulla propria sfida durante tutta la giornata di formazione e presenterà la sua soluzione innovativa agli altri partecipanti a fine giornata.

Il workshop si compone di 5 fasi:

- Introduzione al Design Thinking
- Comprensione del cliente per cui stiamo progettando e dei suoi bisogni
- Tecniche di brainstorming e generazione di idee innovative in risposta ai bisogni del cliente
- Prototipazione rapida e tecniche di validazione delle idee generate
- Presentazione delle soluzioni finali

Ogni fase del workshop si compone di:

- Una breve introduzione sulle basi teoriche e metodologiche del Design Thinking
- Una parte interattiva ed esperienziale durante la quale ciascun team lavorerà su una sfida di innovazione mettendo in pratica gli strumenti metodologici acquisiti.

La combinazione di introduzione teorica e applicazione pratica darà ai partecipanti l'opportunità di sperimentare direttamente gli strumenti e le conoscenze appena acquisite, concretizzando le idee innovative e rendendole tangibili. Gli strumenti appresi potranno essere riproposti e utilizzati nella quotidianità lavorativa, gettando le basi per una cultura dell'innovazione in azienda

DOCENTE

Elena Galli – Business Designer, innovation strategist, startup mentor. Ha lavorato prima in grandi aziende multinazionali per poi creare un proprio progetto di startup e approdare alla consulenza e alla formazione ad aziende e startup sui temi del Design Thinking, Lean startup e design dell'innovazione.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 29 giugno

PARMA, 7 febbraio

REGGIO EMILIA, 18 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEGGERE E COMPRENDERE IL BILANCIO PER NON SPECIALISTI

8
numero

OBIETTIVI

Il bilancio è una carta di identità dell'azienda, nella quale vengono evidenziati punti di forza e di debolezza dell'azienda stessa. Il corso permette di familiarizzare con le logiche e i principi di un bilancio d'esercizio, visto come strumento che esce dalla logica puramente amministrativa per diventare strumento di conoscenza dello stato generale di salute di un'impresa.

DESTINATARI

Il corso è rivolto a chiunque voglia leggere e interpretare un bilancio, proprio od altrui (concorrenti, fornitori, clienti) al fine di comprendere la situazione aziendale e trarne indicazioni sull'andamento della gestione e sulle prospettive dell'azienda (di generare valore).

CONTENUTI

- Il bilancio contabile a 4 sezioni e le principali voci di bilancio
- Lo stato patrimoniale: le fonti e gli impieghi di capitale come strumenti di informazioni finanziarie e patrimoniali
- Il conto economico come sintesi della redditività aziendale
- Il bilancio (riclassificato) in forma CEE per le società di capitali: SP, CE e Nota Integrativa
- Come leggere lo stato patrimoniale in un'ottica finanziaria
- Come leggere un conto economico scalare: le varie aree di redditività operativa, accessoria, finanziaria, e tributaria
- Esercitazione pratica: come leggere un bilancio e valutare i principali punti critici
- Ragionamenti sullo stato di rischio o di successo di un'azienda, punti di forza e di debolezza dell'azienda
- Cenni sui principali margini ed indici aziendali come sintesi dell'attività imprenditoriale (EBIT, EBITDA, ROE, ROI)

DOCENTE

Per la sede di Ferrara: 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.

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

Per la sede di Cesena: 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.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 15 ottobre

REGGIO EMILIA, 28 ottobre

FERRARA, 25 giugno

CESENA, 8 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CONTROLLO DI GESTIONE PER NON ADDETTI

OBIETTIVI

L'azienda moderna deve porre nuova attenzione al controllo di gestione interno, coerente con gli obiettivi aziendali e concentrato sulla analisi strutturata dei propri costi. Una corretta gestione implica, infatti, il controllo continuo di alcuni indicatori di redditività, produttività e di costo, soprattutto se riferibili ai fattori chiave su cui si poggia il sistema competitivo dell'impresa. Il corso fornisce gli elementi di base per conoscere i principali strumenti del controllo di gestione. Utilizzare l'analisi dei costi a supporto delle decisioni aziendali e comprendere le principali dinamiche sottostanti alla scelta del modello di controllo di gestione da implementare nella propria azienda, risulta oggi un fattore determinante di competitività. Cenni alla costruzione del budget aziendale.

DESTINATARI

Responsabili di varie aree, impiegati amministrativi e/o controller neo inseriti che si occupano o si dovranno occupare operativamente del controllo di gestione.

CONTENUTI

- Pianificazione strategica e strutturazione di un sistema di controllo:
 - Fasi di pianificazione e controllo
 - Strumenti per l'implementazione di un sistema di controllo direzionale
- Strumenti del Controllo di Gestione: la Contabilità Analitica (C.O.A.)
 - Analisi dei costi settoriale e globale
 - I concetti di base di contabilità industriale
 - La classificazione dei costi: costi variabili e costi fissi
 - Teoria del punto di equilibrio e break even analysis
 - La leva operativa e le economie di scala
- Strutturazione di un sistema di controllo ed uso dei diversi modelli di calcolo dei costi
 - Metodi di calcolo del costo dei prodotti. Direct cost e full cost, margine di contribuzione e reddito operativo
 - Costo pieno aziendale e determinazione del prezzo di vendita
 - Le decisioni di Breve. Scelte di make or buy
- Analisi dei dati aziendali, i centri di costo
 - Il metodo di calcolo per centri di costo
- Elementi di Activity Based Costing
 - Gestire i costi basandosi sulle attività. L'ABC
 - L'utilizzo delle tecniche di ABC. Cenni
- Guida alla costruzione del Budget. Cenni

DOCENTE

Luigi Salvatore – Dottore commercialista e revisore contabile, esperto di organizzazione aziendale e change management. Valutatore di Sistemi Qualità Aziendali.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

MODENA, 2 aprile

FERRARA, 7 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FARE UN BUDGET PER GLI INVESTIMENTI IN DIGITAL MARKETING

OBIETTIVI

Comprendere le dinamiche di mercato per la creazione di un budget da dedicare alle attività di digital marketing, nel contesto di una strategia di lungo periodo.

DESTINATARI

Direttori d'azienda, responsabili marketing e commerciali di aziende del settore B2B.

CONTENUTI

Il corso partirà dalle basi dell'analisi del mercato, del pubblico e della concorrenza, per sviluppare criteri di scelta del budget da investire in attività di digital marketing basate su ricerche e dati concreti.

Verrà analizzata nel dettaglio la customer journey nel settore B2B, ovvero le fasi del percorso di acquisto tipiche di questo ambito, con alcuni accenni sull'analisi degli asset digitali dell'azienda e dei competitor. L'obiettivo di questi punti è di sviluppare un'analisi dei gap tra azienda e competitor sul mercato (Gap Analysis) e di punti di forza e di debolezza, minacce e opportunità (SWOT Analysis).

Verrà infine mostrato come scegliere i canali digitali sui quali investire, come scegliere gli obiettivi e le metriche (KPI) adatte per monitorare i risultati, per arrivare a strumenti e modalità di pianificazione del budget in modo ottimale

DOCENTE

Giada Girardi – Digital Analyst presso la web agency Webit di Rimini.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

MODENA, 5 e 12 maggio

RIMINI, 20 e 27 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GENERAZIONI A CONFRONTO: COME MIGLIORARE LA COLLABORAZIONE INTERGENERAZIONALE

OBIETTIVI

Negli ultimi anni l'allungamento della vita lavorativa e la velocità dei cambiamenti prodotti dalle nuove economie digitali hanno reso più difficile la compresenza di diverse generazioni in azienda. Il gap di età tra un neo-assunto e un lavoratore senior può oggi arrivare a oltre 40 anni, il tutto in un mondo in cui le nuove tecnologie cambiano e si modificano con sempre maggiore rapidità. Il questo contesto, le basi tecniche dell'Age management consentono alle persone e alle aziende di sviluppare la necessaria elasticità mentale per comprendere l'evoluzione del proprio ambiente e imparare ad adeguarsi di conseguenza. Da un lato lavoratori più "maturi" che possono restare più competitivi, dall'altro lavoratori giovani che imparano ad apprezzare competenze proprie di altre generazioni. Con questo approccio diventa più facile non solo rimanere attivi, ma anche stabilire un legame più facile con i colleghi più giovani, creando così un ambiente di scambio proficuo. L'attività progettata in aula prevede sessioni frontali e una parte laboratoriale, che crea momenti di condivisione, scambio e co-progettazione.

DESTINATARI

Manager, responsabili, capi progetto.

CONTENUTI

- Il fenomeno dell'ageing at work nazionale e internazionale e le differenze tra le varie generazioni (veterans, baby boomers, xers e millennials o y generation)
- La percezione soggettiva della realtà e i diversi punti di vista: l'effetto degli stereotipi legati all'età
- Le implicazioni soggettive presenti nei transiti generazionali: self employability nell'ageing ovvero come mettere a frutto il proprio potenziale e capitale personale
- Dall'age management alla teoria degli 8 stili di vita al lavoro. Cosa motiva le differenti generazioni al lavoro?
- Come valorizzare le differenze di età al lavoro massimizzando soddisfazione ed engagement: metodologie di cross generational learning, temporary management, ecc.

DOCENTE

Monica Boni – CEO & Partner di Wattajob, consulente esperta di smart working, facilitatrice certificata della metodologia Lego® Serious Play®
Nicola Fratigioni – Business Coach e Formatore, supporta le imprese attraverso attività di coaching e formazione su comunicazione, vendita, management e intelligenza emotiva applicata nel business

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 14 settembre

MODENA, 11 febbraio

FERRARA, 12 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

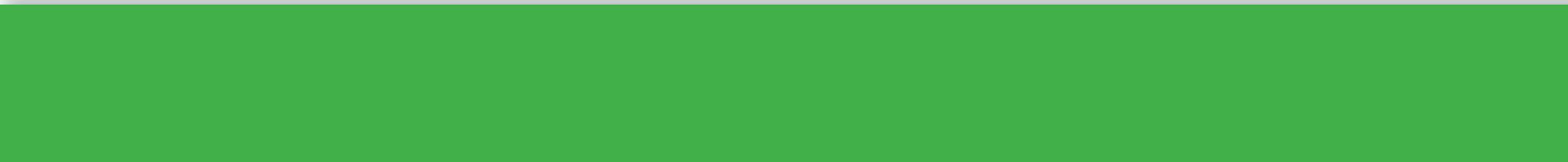
ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area

COMUNICAZIONE, RISORSE
UMANE, ORGANIZZAZIONE



IL RESPONSABILE DI FUNZIONE E LA GESTIONE DEI COLLABORATORI

OBIETTIVI

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. Attraverso questo corso si acquisirà un metodo per analizzare il proprio ruolo di responsabile; si imparerà ad utilizzare uno strumento per ripartire correttamente il tempo di lavoro secondo priorità; e si apprenderanno vari strumenti di auto diagnosi per le principali capacità richieste ad un responsabile.

DESTINATARI

Titolari, responsabili di funzione o capi intermedi.

CONTENUTI

- Il ruolo del responsabile di funzione all'interno dell'azienda
- 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 e formatore aziendale, ha maturato esperienze nella direzione risorse umane di Ferrari, Maserati e Snam.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 16 e 23 novembre

PARMA, 9 e 16 aprile

REGGIO EMILIA

Ed. n.1 - 18 e 25 giugno

Ed. n.2 - 6 e 13 ottobre

MODENA, 20 e 27 ottobre

FERRARA, 9 e 16 giugno

CESENA, 3 e 10 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CAMBIO DI PROSPETTIVE E PENSIERO CREATIVO PER GESTIRE LE RIUNIONI

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di agevolare i partecipanti a sviluppare il proprio pensiero creativo e a diffonderlo come risorsa nei propri ambiti professionali, presso i collaboratori. Ovvero a gestire gli incontri, le riunioni ed i momenti di risoluzione di problemi in team con modalità che possano fare risparmiare tempo ed energie e portino alla creazione di varie possibilità e soluzioni, per qualsiasi caso complesso preso in esame.

DESTINATARI

Chiunque voglia approfondire i meccanismi del pensiero laterale e creativo; i coordinatori, i capi ed i leader che intendono migliorare la resa dei propri gruppi di lavoro, agevolandoli con tecniche applicabili in tutta facilità immediatamente dopo la fine del corso.

CONTENUTI

La creatività è solo una cosa da inventori ed artisti? Senza creatività non potremmo trovare accordi con gli altri, risolvere problemi, cambiare la realtà, migliorarla. Che si tratti di soluzioni o di patti negoziali, questi derivano da un pensiero creativo: da un flessibile pensiero laterale. Di cosa si tratta? È possibile attivarlo a piacimento? La creatività si può apprendere? La risposta è sì. Del resto la comunicazione serve solo a descrivere la realtà? Serve soprattutto a crearne una più funzionale, attuale, utile, ovvero migliore. La creatività serve a gestire i cambiamenti, ad usare resilienza nelle difficoltà e si presta dunque alla gestione di ogni aspetto del nostro lavoro ed in generale della nostra vita. Senza creatività il mondo non avrebbe alcuna evoluzione: sarebbe sempre identico.

Il corso si propone di presentare il tema in due modi: frontale e pratico. Dopo la necessaria impalcatura teorica si passerà alla metodologia esperienziale e verranno dunque forniti numerosi casi, esempi e proposte situazioni. È altresì prevista la distribuzione di pratiche schede in grado di rendere possibile la ripresa dei contenuti e l'applicazione degli strumenti dopo la fine del corso, in totale autonomia.

DOCENTE

Francesco Bianchini – Formatore, docente e consulente di comunicazione per le realtà aziendali da più di 15 anni. Specializzato nelle dinamiche relazionali e nel campo della percezione: gestione dei contrasti e dei conflitti, negoziazione, problem solving comune, leadership, gestione delle riunioni e del lavoro in team, tecniche di creatività.

DURATA

7 ore

numero 13

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 gennaio

PARMA, 22 aprile

REGGIO EMILIA, 11 marzo

FERRARA, 2 luglio

RAVENNA, 21 ottobre

CESENA, 22 settembre

RIMINI, 17 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROBLEM SOLVING – AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

- Gli strumenti per riconoscere tempestivamente il problema ed 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 ed il team di lavoro, orientandoli alla soluzione dei problemi

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

DOCENTE

Simonetta Pugnaghi – Consulente di direzione, formatore e counselor da oltre trent'anni. Ha affiancato imprenditori, manager e team di ogni livello e tipologia nella conduzione di progetti di sviluppo e nella soluzione di problemi complessi.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 4 e 10 novembre

PARMA, 6 e 13 marzo

REGGIO EMILIA, 16 e 23 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA RELATIVITÀ APPLICATA AL TIME MANAGEMENT: TECNICHE E FORMULE PER DILATARE IL TEMPO

OBIETTIVI

Se un oggetto viaggia quasi alla velocità della luce, per ogni secondo di tempo dell'oggetto, passano circa venti secondi sulla Terra. Che il tempo sia relativo, non lo si desume soltanto dalle leggi della fisica. Nonostante ci lamentiamo spesso di non avere tempo, quando qualcosa si va a collocare nelle nostre priorità, la facciamo. Il tempo si dilata attraverso tecniche, atteggiamenti e scelte. Questo percorso permette di acquisire competenze per una migliore gestione del tempo nella vita e nel lavoro, attraverso la formula 6-3-6: 6 azioni, 3 atteggiamenti e 6 fasi.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

- Tempo e relatività
- Il tempo, la complessità, il caos
- Tempo reale e tempo emotivo
- I comportamenti e gli atteggiamenti che fanno perdere tempo
- Le 6 azioni per creare tempo: briefing, delega, definizione obiettivi, lavoro per progetti, utilizzo di tecniche di gestione del tempo, netiquette
- I 3 atteggiamenti per creare tempo: assertività, controllo emotivo, approccio Lean ai problemi
- I 6 stadi del processo di time management: intercettare, chiarire, organizzare, riflettere, agire, revisionare

DOCENTE

Roberta Rozzi – Coach e counselor, senior trainer su soft skills. Consulente nell'area del capitale umano, organizzazione, team building e problem solving organizzativo. Modelli di riferimento: PNL, gestalt, analisi transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi. Può utilizzare tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

DURATA

7 ore

numero 15

SEDI E DATE

PIACENZA, 4 maggio

PARMA, 17 aprile

CESENA, 30 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

REMOTE MANAGEMENT: GESTIRE I COLLABORATORI A DISTANZA

OBIETTIVI

La gestione dei collaboratori su sedi diverse e il lavoro da remoto pongono ai manager molteplici e nuove sfide:

- Comprendere le dinamiche del lavoro a distanza
- Comprendere ed applicare le regole di conduzione di un team a distanza
- Preparare un piano di azione concreto per i propri collaboratori e per lo stesso manager
- Monitorare e migliorare il piano d'azione

DESTINATARI

Manager e professionisti impegnati nella gestione di un team su diverse sedi o che lavora da remoto.

CONTENUTI

- Come condurre un team a distanza
- Creare il patto: le best practice di successo
- I momenti di condivisione e di feedback, le tecniche di comunicazione efficaci, la delega, momenti a distanza e momenti faccia a faccia
- Creare un action plan per i propri collaboratori e per il manager
- Non si finisce mai di migliorare: le azioni correttive di gestione

DOCENTE

Margherita Martani Farinotti – Consulente aziendale, business e life coach, formatrice senior sui temi della comunicazione, sviluppo delle risorse umane e problem solving organizzativo. Psicologa, laureata in neuroscienze cognitive ed economia e marketing.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PARMA, 5 e 12 novembre

MODENA, 12 e 19 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE L'INFOBESITY SENZA PERDERE LA BUSSOLA

OBIETTIVI

Emergenze e imprevisti di tutti i giorni possono incidere sulla nostra capacità di mantenere l'attenzione sugli obiettivi. L'iperconnettività ed il flusso costante di informazioni dato dalla tecnologia, alla quale siamo sempre più vincolati, potrebbe farci perdere la concentrazione. Diventa necessario saper gestire e pianificare i task in base all'importanza difendendoci dalle continue distrazioni e mettere ordine alle nostre attività grazie alle tecniche di organizzazione e focalizzazione.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

La gestione del tempo:

- Il tempo, cosa è e come è fatto?
- La gestione del tempo non esiste. Possiamo gestire le nostre attività
- Il mito del multitasking
- Il tempo relazionale: quando si e quando no
- Ladri di tempo, dire di no si può? Come?

Il tempo e le nuove tecnologie:

- Iperconnettività, vantaggi e svantaggi
- Accorgimenti per non perdere il focus ed evitare o limitare l'infobesity
- Usare la tecnologia a proprio vantaggio: applicazioni utili nella gestione del tempo
- L'e-mail come strumento di comunicazione: suggerimenti pratici per limitare la dispersione di tempo con la posta elettronica

La pianificazione:

- Analisi della nostro impiego del tempo
- Perché è importante pianificare? Cosa si e cosa no
- I concetti di importanza, urgenza e priorità
- La Matrice del Tempo e la definizione delle priorità
- La pianificazione settimanale, giornaliera o mensile come costruirla?
- Ordine fisico e pulizia per migliorare la gestione del tempo
- Gli strumenti pratici: agenda e to do's list, tools e app digitali modalità d'uso
- La piramide della produttività: ragionare con una prospettiva temporale più di lungo periodo

Il nostro profilo psicologico personale e l'influenza nella gestione del tempo.

Piano di miglioramento personale: cosa dovrei fare e cosa sono disposto a fare?

DOCENTE

Margherita Martani Farinotti – Consulente aziendale, business e life coach, formatrice senior sui temi della comunicazione, sviluppo delle risorse umane e problem solving organizzativo. Psicologa, laureata in neuroscienze cognitive ed economia e marketing.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PARMA, 7 e 14 luglio

REGGIO EMILIA, 9 e 16 luglio

MODENA, 18 e 25 giugno

RIMINI, 4 e 11 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'ARTE DELLA NEGOZIAZIONE: STRATEGIE E TATTICHE PER NEGOZIAZIONI DI SUCCESSO. LA SFIDA VINCENTE

OBIETTIVI

Ai manager è richiesta sempre di più la necessità di saper mediare in maniera creativa per affrontare con successo tutte le sfide e costruire risultati. In contesti organizzativi sempre più complessi, è necessario quindi dotarsi di una metodologia specifica per analizzare ed equilibrare i rapporti interni e/o esterni, prima che sorgano conflitti, causa di dispendi di energie e risorse, e di una cattiva immagine della struttura aziendale. Il mondo imprenditoriale sempre più velocemente si sta spostando verso un assetto fluido dove le competenze negoziali sono necessarie per ogni ruolo lavorativo. Obiettivo del corso è quindi quello di attivare le proprie capacità di influenzare la controparte al tavolo negoziale, al fine di raggiungere i propri obiettivi risparmiando risorse, quali tempo e denaro, e soddisfacendo al contempo gli interessi di ciascuna parte.

DESTINATARI

Imprenditori, HR, CEO, dirigenti, direttori commerciali, manager, responsabile vendite, sales manager.

CONTENUTI

I 7 elementi della negoziazione: come negoziare nei diversi contesti organizzativi; i 5 livelli di difficoltà nel procedimento negoziale; come individuare la zone of possible agreement; imparare come gestire i conflitti e raggiungere gli obiettivi voluti; come individuare le migliori alternative al negotiation agreement; come comportarsi nelle negoziazioni ad alto rischio; applicare il metodo in un contesto internazionale; come negoziare nelle diversità culturali e organizzative; principali differenze delle tecniche negoziative nelle diverse aree di influenza; l'agenda negoziale nelle negoziazioni complesse; come stabilire sempre negoziazioni efficaci e riuscite; le regole auree della trattativa sfidante e vincente.

DOCENTE

Sonia Balzi – Ex manager con esperienza ultraventennale in azienda. Formazione giuridica ed esperta di comunicazione e risorse umane. Master di II livello in Negoziazione. Svolge il ruolo di docente in negoziazione e Mediatore delle Controversie.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 16 e 23 settembre

PARMA, 25 giugno e 2 luglio

REGGIO EMILIA, 29 giugno e 6 luglio

FERRARA, 14 e 21 maggio

RAVENNA, 4 e 11 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

I SEGRETI DEL LAVORO DI SQUADRA E LE DINAMICHE DI GRUPPO

OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di renderci capaci di “leggere” il gruppo di lavoro nel quale siamo inseriti e lavoriamo quotidianamente: comprenderne le dinamiche per migliorarne l'efficacia, l'armonia e le motivazioni, ovvero essere in grado di interpretare le esigenze del proprio gruppo, i tempi, le crisi, le risorse, la comunicazione, i ruoli.

DESTINATARI

Questo tipo di formazione può ovviamente dare il massimo se viene condotta con la partecipazione di tutti i componenti di un determinato gruppo di lavoro. È comunque possibile usufruire del corso anche a livello solo personale, con la finalità di dotarsi delle consapevolezza e degli strumenti utili alla creazione di un buon gioco di squadra con il proprio team (team che appunto magari non riesce a partecipare alla formazione ma col quale si ha l'intenzione di investire in modo nuovo dopo il corso).

CONTENUTI

In una prima fase si analizzeranno i tipici momenti della vita di un gruppo:

- Lo stato nascente connesso all'identità
- La dialettica tra diversità e comunione connessa alle relazioni
- La dinamica dell'azione connessa ai risultati ed alla motivazione
- La dinamica dello specchio connessa al cambiamento ed al miglioramento
- La dinamica della difesa connessa alla crescita naturale

In una seconda fase sarà possibile spostarsi dalla lettura del gruppo agli strumenti risolutivi concepiti per migliorarne efficacia, armonia e motivazioni: ovvero ai segreti del buon lavoro di squadra. Dunque:

- Tecniche di comunicazione concepite per gestire al meglio tanto i momenti collettivi e l'analisi corale di situazioni complesse, quanto gli scambi a due
- Strumenti atti a migliorare le capacità negoziali, l'ascolto e l'integrazione dei punti di vista
- La gestione del cambiamento e la resilienza del gruppo
- La percezione di sé stessi, del gruppo operante nel suo contesto e certo quella degli altri componenti del gruppo

La metodologia formativa è in gran parte esperienziale: dopo la necessaria impalcatura teorica, verranno forniti numerosi pratici esempi d'applicazione. Infine verranno sostenute riflessioni riguardanti sia i propri obiettivi personali, che quelli del gruppo nel suo complesso. È prevista la distribuzione di pratiche schede in grado di rendere possibile la ripresa dei contenuti e l'applicazione degli strumenti dopo la fine del corso, in totale autonomia

DOCENTE

Francesco Bianchini – Formatore, docente e consulente di comunicazione per le aziende dal 2004. Specializzato nelle dinamiche relazionali e nel campo della percezione: gestione dei contrasti e dei conflitti, negoziazione, problem solving comune, leadership, gestione delle riunioni e del lavoro in team, tecniche di creatività.

Per la sede di Reggio Emilia: Stefania Sala – Counselor e business coach, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 9 giugno

REGGIO EMILIA, 21 maggio

MODENA, 7 aprile

CESENA, 4 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA COMUNICAZIONE SOCIAL E IL PIANO EDITORIALE

OBIETTIVI

Rendere autonomi i partecipanti nella creazione di contenuti e nella gestione di un piano editoriale sui social media e nell'individuare la più corretta brand identity aziendale, nell'ottica di utilizzare i social media all'interno di una strategia di marketing integrata e per migliorare la brand reputation aziendale.

DESTINATARI

Responsabili comunicazione e marketing.

CONTENUTI

Il corso si svilupperà partendo dai fondamenti di base del concetto di brand e di identità di brand (brand identity). Attraverso lo studio del contesto e di casi concreti si evidenzierà l'importanza di curare l'immagine e la reputazione di brand, indipendentemente da dimensioni o tipologia di azienda.

Si studierà nel dettaglio, quindi, come sviluppare una brand identity solida e coerente, attraverso l'utilizzo di diverse tecniche complementari: dall'archetypal branding all'analisi del tone of voice del brand.

La seconda parte del corso partirà da una panoramica sui social media, analizzandone similitudini, differenze e possibili utilizzi o opportunità per i diversi tipi di azienda. Una volta sviluppata una maggiore familiarità con i social media, verrà mostrato come realizzare un piano editoriale efficace e mirato per ogni canale, partendo da contenuti di valore e in linea con lo stile comunicativo dell'azienda. Anche per questa sezione del corso verranno presi in esame tool e strumenti utili per migliorare e facilitare la gestione di un piano editoriale e verranno visionate alcune best practices di successo.

DOCENTE

Davide Pari, Creative & Social Media Manager presso la web agency Webit di Rimini.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 1 e 8 luglio

REGGIO EMILIA, 19 e 26 marzo

MODENA, 25 novembre
e 2 dicembre

CESENA, 21 e 28 aprile

RIMINI, 22 e 29 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CRESCERE E “FAR CRESCERE” ATTRAVERSO IL FEEDBACK

OBIETTIVI

Vuoi per mancanza di tempo, di allenamento, di propensione nel farlo o perché non si sa come fare, si finisce spesso e volentieri per non dare o ricercare feedback sul lavoro svolto. Di questo però le persone nei vari ruoli ne sentono la mancanza, ci si sente come alle volte “invisibili” sul posto di lavoro e questo non alimenta certo nel tempo motivazione e soddisfazione. Tale strumento permette alla persona di sentirsi osservata e seguita nel suo percorso lavorativo, di avere un confronto su quanto fa quotidianamente nella concretezza del suo ruolo. Ancora di più diventa importante inserirlo come strumento laddove siano in atto percorsi di crescita, sistemi di valutazione della performance, sistemi premianti. Spesso accade infatti che si arrivi in questi momenti con la sensazione di quando si andava a scuola della pagella di fine anno, salvo restando che in questi casi si conosceva il proprio andamento alla luce dei voti ricevuti durante l’anno scolastico. L’obiettivo del modulo è quindi quello di fornire tutte le indicazioni che possano consentire di iniziare o migliorare nel dare/ricevere/ricercare feedback, concentrandosi sui “particolari che fanno la differenza” e che non vanno lasciati al caso come spesso invece accade.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili HR, responsabili di funzione, formatori interni.

CONTENUTI

Durante il modulo formativo verranno affrontate le seguenti tematiche con diverse metodologie:

- Come “conoscere” e non riconoscere i comportamenti funzionali al costruire un feedback
- La funzione istruttiva e motivante del feedback
- Come rendere formativo e stimolante questo momento
- L’importanza della comunicazione/relazione: il percepito di chi lo riceve
- Le fasi in cui dare feedback: selezione, valutazione, gestione quotidiana dei collaboratori
- “Non aspettare il momento opportuno: crealo.” (G.B.Shaw)- Come stimolare la proattività anche nel ricercare feedback a tutti i livelli in azienda

DOCENTE

Barbara Tamburini – Psicologa del lavoro e psicoterapeuta ufficiale del centro di terapia strategica oltre che laureata in Scienze della Formazione. Da vent’anni si occupa di progetti in cui l’obiettivo comune è la crescita e lo sviluppo delle “soft skills” e delle competenze manageriale. Ricopre il ruolo di assessor, profiler, docente, consulente, coach in progetti di aziende italiani e multinazionali appartenenti a settori diversi. Segue anche progetti rivolti al cambiamento in termini di innovazione tecnologica e non.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 8 ottobre

CESENA, 24 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“MA DOVE L’AVEVO SALVATO...?” METODI PRATICI DI CATALOGAZIONE E ARCHIVIAZIONE DEI DOCUMENTI SU SISTEMA INFORMATICO (E NON)

OBIETTIVI

Ridurre i tempi di rintracciabilità (ma, soprattutto, arrivare alla rintracciabilità) dei documenti informatici salvati nei server aziendali, utilizzando le caratteristiche offerte dai diversi software a disposizione (es. pacchetto Office), taluni gratuiti e scaricabili dalla rete. Ridurre al massimo a 15 le icone presenti sul desktop.

DESTINATARI

Chiunque in azienda produce e archivi documenti informatici e cartacei.

CONTENUTI

- Le tipologie dei documenti prodotti in azienda
- Esempi di format di documenti cartacei per facilitare la rintracciabilità e la data di creazione/modifica
- Collegamenti logici tra i files informatici e quelli cartacei
- Metodi di organizzazione della documentazione e delle cartelle informatiche: le strutture ad albero
- Facile utilizzo dei collegamenti ipertestuali per la riduzione dei documenti e la loro immediata rintracciabilità
- Le modalità di protezione di un documento informatico
- Il desktop ideale: l’utilizzo dei post-it informatici

DOCENTE

Alessandro Taddia – Consulente di organizzazione aziendale.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 5 maggio

REGGIO EMILIA, 5 novembre

FERRARA, 10 dicembre

RAVENNA, 7 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME RICONOSCERE, GESTIRE E IMPIEGARE LE POTENZIALITÀ DEI MILLENNIALS INSERITI IN AZIENDA?

OBIETTIVI

“Non vi sono più i giovani di una volta”, “è sempre attaccato a quel cellulare”, sono frasi che molto più spesso di quanto crediamo vengono pronunciate a titolo diverso per inquadrare uno scenario che corre molto veloce e che può essere visto da molteplici punti di vista. In tutto ciò inevitabile per le nostre aziende è un *passaggio generazionale* che ha un impatto molto importante sui processi, sull'organizzazione, sulle relazioni, sulla comunicazione tra le varie aree in azienda. In questo scenario può sembrare alle volte disorientante o comunque di non semplice gestione, l'individuazione delle potenzialità di chi come *millennials* arriva in azienda appena finiti gli studi o dopo qualche breve esperienza di lavoro. Non sempre è facile scovare e rendersi conto nel breve di quali siano le attitudini, le motivazioni, le potenzialità delle quali la persona stessa potrebbe non avere ancora così consapevolezza. “Non so cosa mi può piacere ma ci posso provare” è infatti una frase spesso pronunciata che se da una parte può sembrare disarmante, dall'altra apre uno scenario di possibilità da sondare concretamente. L'obiettivo di questo modulo formativo è quindi quello di supportare tutti coloro che direttamente o indirettamente seguono l'ingresso dei *millennials* in azienda e desiderano avere qualche riduttore di complessità efficace nel loro inserimento, gestione e valorizzazione.

DESTINATARI

Imprenditori, Hr manager, responsabili di funzione, tutor.

CONTENUTI

- Millennials in azienda: come rendere efficace l'inserimento e la successiva gestione
- Dall'osservazione del comportamento concreto all'individuazione della potenzialità
- Come impiegare le potenzialità creando motivazione per il millennials e l'azienda
- Quando paura di sbagliare e voglia di dimostrare di essere all'altezza incidono sulla performance
- Quale stile di gestione/relazione/comunicazione adottare sulla base di comportamenti osservati, detti o non detti del nuovo arrivato
- L'importanza delle “soft skills” nel medio-lungo termine

DOCENTE

Per le sedi di Modena e Cesena: Barbara Tamburini - Psicologa del lavoro e psicoterapeuta ufficiale del centro di terapia strategica oltre che laureata in Scienze della Formazione. Da vent'anni si occupa di progetti in cui l'obiettivo comune è la crescita e lo sviluppo delle “soft skills” e delle competenze manageriale. Ricopre il ruolo di assessor, profiler, docente, consulente, coach in progetti di aziende italiani e multinazionali appartenenti a settori diversi. Segue anche progetti rivolti al cambiamento in termini di innovazione tecnologica e non.

Per la sede di Parma: Margherita Martani Farinotti – consulente aziendale, business e life coach, formatrice senior sui temi della comunicazione, sviluppo delle risorse umane e problem solving organizzativo. Psicologa, laureata in neuroscienze cognitive ed economia e marketing.

DURATA

7 ore

numero 23

SEDI E DATE

PARMA, 2 dicembre

MODENA, 19 febbraio

CESENA, 20 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA COMUNICAZIONE ALL'INTERNO DEL RECUPERO CREDITI STRATEGIE RELAZIONALI E NEGOZIALI PER OTTENERE QUANTO DOVUTO

OBIETTIVI

Partendo dalla conoscenza della propria identità sociale e del proprio ruolo professionale, si potranno acquisire tecniche di comunicazione necessarie ad ottenere un efficace recupero dei crediti in fase extragiudiziale, motivando il debitore a far fronte ai propri impegni. Si focalizzerà l'attenzione alla gestione attenta ed efficace del rapporto con il cliente e si approfondiranno i diversi approcci comportamentali in funzione alle diverse categorie di clienti/situazioni che ci si trova ad affrontare.

DESTINATARI

Tutti coloro che gestiscono il recupero del credito all'interno dell'azienda.

CONTENUTI

- L'ascolto attivo: metodi e tecniche per disporsi all'ascolto del cliente
- Il recupero crediti telefonico: la gestione delle tre fasi della telefonata
- Tecniche e strumenti per sviluppare autorevolezza ed assertività al telefono
- L'uso della voce al telefono: volume, tono, timbro, ritmo, velocità
- Pianificare una negoziazione di recupero del credito: fissare obiettivi e prevedere concessioni da fare
- Negoziare: le regole per trovare accordi in presenza di esigenze diverse
- Modalità corrette di relazione e di comunicazione durante una negoziazione
- La tecnica della positivizzazione: comunicare l'insoluto in termini positivi per prevenire il conflitto con il cliente debitore
- Gestire l'obiezione del debitore: possibili risposte ed errori frequenti
- Gli errori da evitare durante la negoziazione di un recupero crediti

DOCENTE

OFFICINA – Team di formatori, consulenti e coach con esperienza nella gestione dei processi formativi, conduzione di gruppi e accompagnamento personale; esperti nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale, di gestione dei collaboratori, di organizzazione e gestione del lavoro.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

MODENA, 19 maggio

RIMINI, 12 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RENDERE IL TEAM VINCENTE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti un metodo oggettivo per motivare il gruppo di lavoro, portare la giusta positività per collaborare e raggiungere ottimi livelli di produttività.

DESTINATARI

Responsabili di settore o di funzione, tutti coloro che devono gestire una squadra.

CONTENUTI

- Ruoli, metodo e relazioni
- Le aspettative di comportamento
- Differenza tra fatti e opinioni
- Migliorare le performance
- La comunicazione del manager
- Il capo coach
- Saper riconoscere i punti di forza dei propri collaboratori e valorizzare la potenzialità di ognuno
- Il feedback come momento di crescita
- Lamentela, ricerca del capro espiatorio, mancanza di focus sul proprio obiettivo
- La delega

Metodo didattico: gli incontri si svolgeranno in modalità interattiva, verranno proposti video, role play ed esercitazioni.

DOCENTE

RISORSA UOMO – Società di Formazione e consulenza per l'impresa, pone al centro dei processi di cambiamento, crescita e sviluppo delle competenze l'uomo.

DURATA

14 ore

numero 25

SEDI E DATE

PIACENZA, 8 e 15 ottobre

REGGIO EMILIA, 22 e 29 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

HAI SBAGLIATO! UN METODO PER FARE RICHIAMI AI COLLABORATORI

OBIETTIVI

Acquisire un metodo per progettare ed effettuare richiami in maniera efficace, al fine di migliorare le prestazioni lavorative dei collaboratori e ridurre i margini di errore nel futuro.

DESTINATARI

Direttori, Responsabili di area, capi uffici, project manager.

CONTENUTI

- Conoscere i collaboratori: strumenti per individuare caratteristiche, potenzialità e mentalità
- Criteri per individuare correttamente il problema reale
- Richiamare e riprendere: come funziona il feedback correttivo
- Le regole di Grice applicate al richiamo: imparare a dire solo ciò che serve per aumentare l'efficacia
- Strumenti per guidare il collaboratore ad una lettura critica del suo operato e delle conseguenze

Laboratorio pratico:

- I partecipanti compileranno una scheda contenente i vari passaggi per progettare ed effettuare efficacemente un richiamo
- Il docente analizzerà insieme ai partecipanti gli esiti delle diverse schede e fornirà suggerimenti migliorativi finalizzati a perfezionare il metodo proposto
- A ciascun partecipante verrà consegnata la versione finale della scheda che costituirà uno strumento operativo da portare con sé al lavoro ed utilizzare fin da subito

DOCENTE

OFFICINA – Team di formatori, consulenti e coach con esperienza nella gestione dei processi formativi, conduzione di gruppi e accompagnamento personale; esperti nella formazione di tutti i ruoli aziendali, a livello commerciale, di gestione dei collaboratori, di organizzazione e gestione del lavoro.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 13 novembre
CESENA, 3 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

QUANTE SCUSE PER NON DELEGARE! DELEGA E MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO

OBIETTIVI

Perché non puoi delegare? I tuoi collaboratori non sono in grado soddisfare le tue aspettative? Non hai tempo per formarli e seguirli? Fanno già fatica a svolgere in tempo le loro attuali attività? Non sapresti cosa delegare perché quello che fai, lo puoi fare soltanto tu? Sei certo che creeresti tensioni e cattivo clima? Analisi psicologiche hanno evidenziato che questi sono gli alibi più utilizzati per evitare la delega. Ma è proprio quando non sei pienamente soddisfatto della performance e dell'impegno dei tuoi collaboratori che la delega ti può aiutare. La delega ha, infatti, due funzioni fondamentali:

- organizzativa (migliore gestione del tempo e delle priorità nei ruoli e diffusione di competenze)
- di rafforzamento della performance, della responsabilità e della motivazione di chi la riceve.

Questa giornata di formazione aiuterà a portare alla luce e a rimuovere gli ostacoli personali alla delega e permetterà di acquisire tecniche e metodi per attivare una delega veloce ed efficace.

DESTINATARI

Titolari, manager, responsabili, capi progetto.

CONTENUTI

- Posizione, mansioni, ruolo
- Gli ostacoli personali alla delega in base al carattere e ai pregiudizi
- Gli ostacoli personali alla delega in base al linguaggio e ai meta programmi
- Definire le conoscenze, capacità, competenze, mentalità necessarie per acquisire la delega
- Assessment dei collaboratori
- Colmare i gap: formazione e affiancamento
- Sostenere efficacemente il colloquio con il collaboratore per la condivisione del percorso
- Trasmettere gli obiettivi in modo motivante: fare leva sulle motivazioni interne ed esterne, entusiasmare
- Dare feedback motivanti e generativi per supportare il processo
- La verifica dei risultati: i criteri oggettivi di verifica, gli indicatori di valutazione
- Gratificare per il raggiungimento dell'obiettivo

DOCENTE

Roberta Rozzi – Coach e counselor, senior trainer su soft skills. Consulente nell'area del capitale umano, organizzazione, team building e problem solving organizzativo. Modelli di riferimento: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi. Può utilizzare tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

Per la sede di Reggio Emilia: Stefania Sala – Counselor e business coach, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende ed aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA

7 ore

numero 27

SEDI E DATE

PIACENZA, 29 aprile

PARMA, 26 novembre

REGGIO EMILIA, 2 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

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

Roberta Barra – Attrice e regista teatrale con esperienza ventennale, ha calcato il palcoscenico interpretando ruoli classici e moderni unitamente ad apparizioni televisive (Camera Cafè, Lucignolo). È formatrice sulle tematiche del comportamento organizzativo e dell'uso della voce per l'efficacia comunicativa. È cofondatrice di ATTOZERO di Modena e, con Stefania Panini, dell'offerta formativa ELVIS, emotion at work

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 11 e 18 giugno

PARMA, 9 e 16 luglio

REGGIO EMILIA, 21 e 28 settembre

MODENA, 15 e 22 settembre

FERRARA, 19 e 26 marzo

RAVENNA, 10 e 17 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

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

DURATA

14 ore

numero 29

SEDI E DATE

PIACENZA, 19 e 26 febbraio

REGGIO EMILIA,

Ed. n.1 - 29 maggio e 5 giugno

Ed. n.2 - 19 e 26 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
INTERNAZIONALIZZAZIONE



IVA, TRASPORTI E DOGANE: CRITICITÀ PRATICHE

OBIETTIVI

Il corso si propone di fare chiarezza in materia di compilazione e lettura della bolletta doganale, compilazione del CMR, responsabilità dello spedizioniere, problematiche IVA.

DESTINATARI

Imprese, associazioni di categoria e consorzi export e più specificamente personale commerciale ed amministrativo che si occupa di cessioni ed acquisti intracomunitari e di esportazione. Destinato, inoltre, a qualunque figura professionale che, all'interno dell'azienda, si occupi dei rapporti con l'estero.

CONTENUTI

- Cessione intracomunitaria:
 - prove di consegna
 - CMR, AWB e Bill of Lading
- Cessione all'esportazione
- Regimi doganali
- Liquidazione dei diritti doganali
- Documentazione necessaria da fornire allo spedizioniere

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

numero 30

SEDI E DATE

PIACENZA, 16 giugno
PARMA, 18 marzo
REGGIO EMILIA, 27 marzo
FERRARA, 28 maggio
RAVENNA, 3 dicembre
CESENA, 5 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME PREVENIRE I RISCHI DOGANALI: PRINCIPALI RIMEDI

OBIETTIVI

Il corso si propone di analizzare i rischi doganali in ottica di prevenzione. L'analisi sarà focalizzata su come prevenire le ispezioni doganali andando ad attuare, all'interno della propria realtà, i rimedi pratici richiesti.

Le risposte verranno correlate dalla dimostrazione pratica di siti e portali internet accessibili a tutte le aziende così da poterle rendere autonome nella pratica quotidiana.

DESTINATARI

Imprese, associazioni di categoria e consorzi export e più specificamente al personale commerciale ed amministrativo che si occupa di cessioni ed acquisti intracomunitari e di esportazione. Destinato, inoltre, a qualunque figura professionale che, all'interno dell'azienda, si occupi dei rapporti con l'estero.

CONTENUTI

Il corso esaminerà i motivi per i quali può avvenire un'ispezione doganale e tutti gli accorgimenti, anche documentali, per evitare un'ispezione:

- Appuramento codici MRN
- Rispetto regole di origine
- Corretta sottoscrizione della dichiarazione di libera esportazione
- Corretta indicazione del marchio
- Termini di resa
- Certificazione AEO
- Corretta classificazione della merce

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 21 aprile

REGGIO EMILIA, 29 aprile

RAVENNA, 15 settembre

CESENA, 28 gennaio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORIGINE DELLE MERCI: ISTRUZIONI PRATICHE

OBIETTIVI

Analizzare le regole per la corretta attribuzione dell'origine delle merci, sia per quanto concerne il "made in" sia per quanto concerne il trattamento preferenziale nelle esportazioni verso i Paesi che hanno sottoscritto un accordo di libero scambio con l'UE, analizzare i documenti relativi all'origine e alla modalità di emissione, presentare le possibili sanzioni, sia amministrative che penali, a cui si può incorrere in caso di irregolare attribuzione dell'origine. Individuare la corretta attribuzione dell'origine preferenziale sia per le aziende distributrici che produttrici. Formazione finalizzata alla certificazione AEO.

DESTINATARI

Responsabili e addetti amministrativi, import-export e spedizione. Inoltre, si suggerisce la partecipazione a tutto il personale che cura la redazione dei documenti commerciali e si relaziona con gli operatori doganali, sia all'atto dell'importazione che dell'esportazione e durante le verifiche fiscali.

CONTENUTI

Panoramica sul codice doganale

Origine non preferenziale:

- Documenti di prova
- Il "made in"
- Le false o fallaci indicazioni di origine

Origine preferenziale:

- Accordi
- Requisiti
- Lavorazioni
- Prove
- Cumulo
- IVA

Casi pratici. Come diventare esportatori autorizzati e registrati.

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

numero 32

SEDI E DATE

PIACENZA, 1 dicembre

PARMA, 15 maggio

REGGIO EMILIA, 25 maggio

CESENA, 9 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IVA ESTERA 2020: IMPORTANTI NOVITÀ

OBIETTIVI

Questo incontro ha lo scopo di far capire il funzionamento dell'IVA estera in modo facile e concreto. L'obiettivo è quello di non strutturarne l'utilizzo in modo mnemonico ma ragionato. Una volta capito il meccanismo di funzionamento sarà facile capirne il corretto utilizzo nella quotidianità lavorativa/aziendale. NOVITA' 2019: Analisi delle novità introdotte nel 2019 che entreranno in vigore nel 2020.

DESTINATARI

Imprese, associazioni di categoria e consorzi export e più specificamente al personale amministrativo responsabile dell'emissione delle fatture contabili o della registrazione delle stesse.

CONTENUTI

- IVA estera dal punto di vista attivo e passivo: operazioni in campo IVA e fuori campo IVA
- Novità applicabili dal 1° gennaio 2020
- Nuove prove di avvenuta cessione intracomunitaria
- Implementazioni documentali
- Indicazioni obbligatorie in fattura
- Trasporto nelle operazioni triangolari
- Casi pratici

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 2 marzo

PARMA, 11 febbraio

REGGIO EMILIA, 17 febbraio

MODENA, 27 febbraio

FERRARA, 27 gennaio

CESENA, 20 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INCOTERMS 2020

OBIETTIVI

Acquisire la formazione fondamentale in relazione ai nuovi Incoterms ed alle differenze tra questi e le precedenti versioni, così da poter gestire ed utilizzare i vari termini di resa in base alle specifiche esigenze dell'operatore e della concreta operazione.

DESTINATARI

Chiunque gestisca e concluda contratti di compravendita, trasporto, spedizione (es. ufficio acquisti, ufficio vendite, commerciali esteri, legali interni, ecc..). I concetti saranno spiegati traducendo i termini giuridici in un linguaggio comprensibile agli operatori aziendali e ricorrendo a numerosi esempi concreti. Non è necessaria alcuna preparazione giuridica.

CONTENUTI

Prima parte.

- Incoterms® nella compravendita internazionale
- Struttura e ripartizione degli Incoterms® in base alla modalità di trasporto e al gruppo di appartenenza
- Nuova versione degli Incoterms 2020: Che cosa cambia? È possibile adottare ancora la versione 2010?
- Regole per individuare i punti di criticità dei vari Incoterms®: consegna, trasferimento diritto di proprietà, dogana, documenti, fiscalità, pagamenti, ecc.

Seconda parte.

- Implicazioni operative nella scelta dell'Incoterms® rispetto alla forma di pagamento adottata e alla tipologia di merce (standard e/o customizzata)
- Incoterms® e pagamento a mezzo incasso documentario (D/P-CAD-D/a): quali i rischi e quali le tensioni
- Incoterms® e pagamento a mezzo credito documentario (LC): quali i rischi, quale adottare, e perché
- Suggestioni pratici per la negoziazione della clausola di pagamento e di consegna (Incoterms®) della merce

I partecipanti saranno incentivati ad esporre le proprie casistiche e a confrontarsi con alcune tipiche situazioni aziendali di impiego degli Incoterms®.

DOCENTE

Sulle sedi della Romagna: Studio Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri in collaborazione con Studio Di Meo – Si occupa prevalentemente di contrattualistica internazionale, acquisizioni, costituzioni e start-up di società estere, joint venture, arbitrati internazionali ed expatriates. Svolgono attività di formazione per conto di aziende, Associazioni Confindustriali, Università di Urbino, Istituto Commercio Estero (ICE), Camera di Commercio Internazionale (ICC) ed altre istituzioni.

Sulle sedi dell'Emilia: Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 3 febbraio

PARMA, 30 gennaio

REGGIO EMILIA, 25 febbraio

MODENA, 24 gennaio

RAVENNA, 19 marzo

CESENA, 31 marzo

RIMINI, 21 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FISCALITÀ E DOGANE: DALLA TEORIA ALLA PRATICA

OBIETTIVI

L'incontro si propone di abbandonare l'impostazione classica del seminario teorico per un approccio molto più diretto e pratico. Il focus dell'incontro verterà sulla risposta alle domande sotto elencate suddivise in operazione comunitarie ed estere.

Le risposte verranno correlate dalla dimostrazione pratica di siti e portali internet accessibili a tutte le aziende così da poterle rendere autonome nella pratica quotidiana.

DESTINATARI

Imprese, associazioni di categoria e consorzi export e più specificamente al personale commerciale ed amministrativo che si occupa di cessioni ed acquisti intracomunitari e di esportazioni. Destinato, inoltre, a qualunque figura professionale che, all'interno dell'azienda, si occupi dei rapporti con l'estero.

CONTENUTI

Domande e risposte in materia di operazioni intracomunitarie:

- Controlli Vies
- Sottoscrizione dichiarazione del fornitore
- Elementi obbligatori e facoltativi della fattura
- Rappresentanti fiscali

Operazioni estere:

- Fattura ex art 8 DPR 633/72
- Dichiarazione di libera esportazione
- Dual Use
- EUR 1

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 6 novembre

PARMA, 17 settembre

CESENA, 13 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CONTRATTO: REDAZIONE DI UN CORRETTO TESTO CONTRATTUALE E SUO UTILIZZO COME STRUMENTO DI PREVENZIONE DELLE CONTROVERSIE

OBIETTIVI

- Dotare l'imprenditore di quelle conoscenze basilari che lo rendano in grado di relazionarsi con l'altra parte e a gestire, nella negoziazione, tutte quelle clausole che conducono alla produzione di un testo a tutela della Società e come valido strumento di prevenzione delle controversie.
- Un testo contrattuale correttamente redatto e la conoscenza di quelle che possono essere le criticità contenute in eventuali proposte, sono lo strumento più utile per prevenire ogni possibile controversia e/o per gestire l'estrinsecarsi e l'esecuzione della fornitura in una posizione di forza, non solo economica, ma anche e soprattutto giuridica.

DESTINATARI

Imprenditori, manager, direttori, responsabili commerciali, responsabili acquisti.

CONTENUTI

In particolare il percorso formativo è dedicato alla contrattualistica nazionale e all'analisi della normativa italiana, con cenni alla normativa internazionale.

- Conclusione del contratto
- Valore dell'ordine e della conferma dell'ordine
- Proposta e accettazione in senso giuridico
- Luogo e tempo della conclusione del contratto
- Il contratto ad hoc e le condizioni generali di acquisto e/o vendita
- Il contratto di durata e le sue differenze in termini di valore dell'ordine e della conferma dell'ordine
- Tempo e luogo della consegna:
- Clausole penali per i ritardi di consegna e clausole sui ritardi consentiti
- Applicazione delle penali
- Termini di resa della merce
- Termini di resa vs passaggio della proprietà
- Il passaggio della proprietà secondo il codice civile
- Garanzia e difetti del bene
- I doveri del compratore e le clausole possibili
- Difetti manifesti e difetti occulti
- Denuncia dei difetti
- Rimedi per il compratore
- Pagamenti (cenni)
- Modalità di risoluzione delle controversie

DOCENTE

Studio Legale Falbo e Manara di Torino – Studio specializzato nel diritto commerciale internazionale e nel diritto internazionale privato e processuale. Si occupa di accompagnamento delle aziende all'estero sia nella fase fisiologica del rapporto (redazione del contratto e negoziazione), sia nella fase patologica (contenzioso ordinario ed arbitrale).

DURATA

7 ore

numero 36

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 12 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PAGAMENTI INTERNAZIONALI, CREDITI DOCUMENTARI E GARANZIE BANCARIE

OBIETTIVI

Fornire alle aziende che operano sui mercati internazionali una guida pratica che vada ad incidere sull'approccio ai mercati esteri, a partire dall'importanza nell'attenzione alla redazione di un testo contrattuale che contenga le corrette scelte in tema di mezzi di pagamento, passando per la gestione concreta del pagamento. Tra le indubbe difficoltà che le aziende si trovano ad affrontare ogni giorno nel commercio con l'estero, un ruolo principale è rivestito dai pagamenti e, per le aziende che vendono all'estero, il mancato pagamento. Purtroppo per l'imprenditore, nonostante l'attenzione posta in fase di negoziazione del rapporto commerciale, può comunque succedere che il partner estero si dimostri insolvente e sorga, quindi, la necessità di procedere al recupero del proprio credito.

DESTINATARI

Responsabili commerciali, addetti ufficio estero, responsabili amministrativi, titolari e amministratori delegati.

CONTENUTI

- Il rischio di credito: rischio "commerciale" e rischio "paese"
- Strumenti di tutela per coprirsi dal rischio di mancato pagamento:
 - Bonifici bancari anticipati e posticipati assistiti o meno da garanzie
 - Assegno bancario: negoziazione salvo buon fine ed invio al dopo incasso
 - Incassi documentari (D/P - CAD - D/A)
- Credito documentario: definizione, articolazione, caratteristiche, vantaggi, rischi e normativa di riferimento (UCP 600 e ISBP):
 - Credito documentario senza conferma, con conferma e silent confirmation
 - Utilizzo del credito documentario: data, luogo e modalità
 - Presentazione conforme dei documenti quale condizione per il pagamento
- Esame dei documenti da parte delle banche: accettazione, rifiuto, accettazione con riserva
- Stand by Letter of Credit e garanzie autonome a prima richiesta
- Strumenti di tutela per coprirsi dal rischio di mancato pagamento
- Tipologia di garanzie e loro applicazione: advance payment guarantee, payment-bond, bid bond, performance bond

DOCENTE

Studio Legale Falbo e Manara di Torino – Studio specializzato nel diritto commerciale internazionale e nel diritto internazionale privato e processuale. Si occupa di accompagnamento delle aziende all'estero sia nella fase fisiologica del rapporto (redazione del contratto e negoziazione), sia nella fase patologica (contenzioso ordinario ed arbitrale).

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 20 luglio

REGGIO EMILIA, 15 settembre

CESENA, 10 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INADEMPIMENTO DEI CONTRATTI E RIMEDI: RISARCIMENTO DEI DANNI

OBIETTIVI

L'inadempimento del contratto si basa sulla mancata o scorretta esecuzione di una delle prestazioni corrispettive così come stabilita nello stesso. La tematica relativa al risarcimento dei danni risiede nella possibilità di ristorare nei confronti della parte lesa quei benefici che essa avrebbe tratto dall'adempimento del contratto e/o tutto quanto perso in conseguenza dello scorretto comportamento della parte inadempiente. Lo scopo del corso è fornire una conoscenza approfondita dei rimedi possibili all'inadempimento contrattuale, spiegando le differenti tipologie di danni risarcibili, le clausole contrattuali volte a limitarli con particolare attenzione alle tipologie di contratti internazionali e alle differenti legislazioni che necessariamente comportano un diverso approccio alla tematica dei danni e, spesso, risultati concreti molto diversi in termini di tutela dell'azienda italiana.

DESTINATARI

Responsabili commerciali, addetti ufficio estero, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

L'intervento sarà articolato su una giornata nel corso della quale si alterneranno momenti di lezione frontale con momenti di discussione e analisi di clausole specifiche con i partecipanti. In particolare il percorso formativo è dedicato alla fase patologica del contratto, ovvero quella dell'inadempimento posto in essere da una delle parti coinvolte e ai rimedi che la parte "diligente" ha per vedere risarciti i danni eventualmente patiti.

MACRO – CONTENUTI:

- Risoluzione delle controversie in Italia e problemi che si pongono in relazione al contratto internazionale e alla clausola relativa alla risoluzione delle controversie
- Inadempimenti che giustificano la risoluzione del contratto secondo la legge italiana
- Problematiche relative all'inadempimento nei contratti internazionali: quale legge si applica al rapporto contrattuale
- I rimedi possibili all'inadempimento del contratto secondo il diritto italiano e secondo il diritto internazionale: la Convenzione di Vienna del 1980
- Definizione e concetto di danno
- Tipologie di danni in Italia
- Penali: previsione e applicabilità in Italia e problematiche in alcuni Paesi stranieri
- Esecuzioni in forma specifica ed ingiunzioni
- Danni diretti /indiretti
- Danno risarcibile e non
- Metodi per limitare i danni
- Valutazione ed analisi dei danni
- Clausole contrattuali a tutela del committente in caso di inadempimento

DOCENTE

Studio Legale Falbo e Manara di Torino – Studio specializzato nel diritto commerciale internazionale e nel diritto internazionale privato e processuale. Si occupa di accompagnamento delle aziende all'estero sia nella fase fisiologica del rapporto (redazione del contratto e negoziazione), sia nella fase patologica (contenzioso ordinario ed arbitrale).

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 5 ottobre

PARMA, 16 giugno

REGGIO EMILIA, 5 giugno

MODENA, 9 luglio

CESENA, 1 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSINESS ENGLISH

OBIETTIVI

Il corso di business english, o inglese commerciale, è rivolto a chi è già in possesso di una conoscenza della lingua, ma desidera approfondire gli aspetti relativi al mondo del lavoro. L'obiettivo è quello di ampliare il vocabolario tipico del business e di fornire le competenze necessarie per affrontare al meglio le classiche situazioni di lavoro. La didattica, basata sul metodo "*Learning by doing*", ha come obiettivo quello di migliorare la proprietà del linguaggio applicando l'inglese a situazioni reali.

DESTINATARI

Imprenditori, manager, responsabili di funzione, personale commerciale, personale post-vendita.

CONTENUTI

- Esercizi di ascolto, conversazione e condivisione delle proprie esperienze aziendali
- Simulazioni di situazioni incontrate nella vita lavorativa di un'azienda
- Contatti telefonici: studio dell'apposito vocabolario utilizzato nelle conversazioni telefoniche, presentazioni, relazioni, discorsi, riunioni
- Incontri, negoziati efficaci e corrispondenza commerciale in generale
- Scrittura di e-mail
- Incontri (meeting) e negoziazione
- Analisi di vocaboli e strutture sintattiche specifiche
- Grammatica del vocabolario commerciale

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

21 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 11, 18 e 25 maggio

FERRARA, 25 febbraio, 3 e 10 marzo

RAVENNA, 21 e 28 aprile, 5 maggio

CESENA, 26 marzo, 2 e 9 aprile

RIMINI, 2, 9 e 16 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AGEVOLAZIONI E CONTRIBUTI PER GLI INVESTIMENTI ALL'ESTERO

OBIETTIVI

Il corso mira a fornire la panoramica sulle agevolazioni e sui contributi in essere, destinati sia alle imprese che intendono esportare i propri prodotti/servizi, sia a coloro che intendano realizzare sedi aziendali presso Paesi esteri.

DESTINATARI

CEO, CFO, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- Normative comunitarie, nazionali, regionali, locali
- Contributi in conto capitale, in conto esercizio, in conto interessi, crediti di imposta, partecipazioni al capitale
- Sostegno ai costi di indagine del mercato estero
- Agevolazioni a favore delle esportazioni
- Sostegno alla costituzione di imprese all'estero

DOCENTE

Cristina Aprile – Dottore commercialista e revisore legale – Studio Aprile in Ravenna – Consulente aziendale in tema di Procedure organizzative, bilancio consolidato, pianificazione, controllo e unbundling. Relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

DURATA

4 ore

numero 40

SEDI E DATE

PARMA, 29 aprile

MODENA, 22 aprile

RAVENNA, 20 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ANALISI DI MERCATO DIGITALE PER I PAESI TARGET ESTERI

OBIETTIVI

Come effettuare un'analisi di mercato per individuare i paesi target per l'internazionalizzazione, studiando il pubblico e la concorrenza e individuando gli strumenti necessari per valutare opportunità e minacce del mercato.

DESTINATARI

Addetti internazionalizzazione, imprenditori.

CONTENUTI

Il corso si svilupperà partendo dallo studio delle basi dell'analisi del mercato digitale, del pubblico di riferimento e della concorrenza internazionale, per sviluppare strategie mirate. Nel dettaglio, si mostrerà come individuare e analizzare i competitor all'interno di un settore, dove trovare i dati e statistiche da fonti autorevoli su importazioni ed esportazioni per tipologie di prodotti inerenti al proprio mercato.

Verrà, inoltre, mostrato come studiare i principali strumenti di marketing utilizzati in ogni Paese dal pubblico e dai competitor, identificandone opportunità e caratteristiche.

Infine, verrà studiato come analizzare e differenziare target e pubblici di riferimento per sviluppare strategie mirate.

DOCENTE

Giada Girardi – Data analyst presso la web agency WEBIT di Rimini.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

RIMINI , 2 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME SVOLGERE ATTIVITÀ ALL'ESTERO. STABILE ORGANIZZAZIONE O SOCIETÀ ESTERA E TRANSFER PRICING

OBIETTIVI

Inquadrare la normativa domestica ed internazionale di riferimento, soprattutto alla luce delle più recenti evoluzioni OCSE. Affrontare alcuni aspetti operativi di maggiore impatto nell'utilizzo della stabile organizzazione o delle società estere, insieme al problema del transfer pricing.

DESTINATARI

Operatori amministrativi o commerciali.

CONTENUTI

- Definizione di stabile organizzazione e aspetti operativi per la costituzione
- Aspetti fiscali e tassazione della stabile organizzazione
- Definizione di società estera e aspetti operativi per la costituzione
- Aspetti fiscali e tassazione della società estera
- Il trasferimento di beni e problematiche di transfer pricing
- Gli appalti all'estero

DOCENTE

Andrea Passini – Dottore commercialista, tutor aziendale e revisore contabile, opera con aziende multinazionali. Esperto in operazioni straordinarie, collabora con società di investimento per lo sviluppo delle imprese. Esperto in tecniche di elaborazione dati per l'analisi economica, finanziaria e patrimoniale.

DURATA

7 ore

numero 42

SEDI E DATE

PARMA, 10 novembre

CESENA, 22 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MODELLI INTRASTAT

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

Studio Del Nevo – Nato nel 2010 dall'esperienza di oltre 15 anni, maturata nel settore della consulenza doganale dal titolare Simone Del Nevo, autore e co-autore di pubblicazioni specialistiche in materia doganale, consulente e docente in numerosi seminari e master a livello nazionale.

Per le sedi di Parma e Cesena: Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 6 luglio

PARMA, 19 giugno

CESENA, 10 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DEI DOCUMENTI PER UN'EFFICACE ESPORTAZIONE

OBIETTIVI

Il corso intende proporre una panoramica dei principali documenti in uso nel commercio internazionale, con riferimento sia ai processi di export che di import; quest'ultimo aspetto sarà valutato sia dal punto di vista delle importazioni nei paesi di destino che per le importazioni all'interno della Comunità Europea.

DESTINATARI

Export Manager, addetti ufficio estero, amministrativi, addetti ufficio commerciale e spedizioni.

CONTENUTI

- I documenti commerciali: fatture, fatture proforma, DDT, packing list: come e quando emetterli
- Documenti di trasporto: documenti dimostrativi e documenti rappresentativi
- Documenti dimostrativi: le lettere di vettura (CMR, AWB)
- Documenti rappresentativi: le polizze di carico e le sue varianti
- Gli adempimenti doganali per le operazioni di import-export
- La dichiarazione doganale
- Le attestazioni di origine non preferenziale (made in)
- Le attestazioni di origine preferenziale (Eur1, Form-A, dichiarazioni su fattura, la dichiarazione di lungo termine del fornitore)
- Gli scambi con la Turchia ed il certificato A.TR
- Principali istituti per l'esenzione dal pagamento di dazi e IVA nelle importazioni (dichiarazione di intento, deposito fiscale, reintroduzione in franchigia per merci precedente esportate dallo stesso soggetto che importa)
- La ricerca delle informazioni per agevolare le operazioni di import nei paesi di destinazione

DOCENTE

Per le sedi dell'Emilia: Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

Per le sedi della Romagna: Studio Del Nevo – Nato nel 2010 dall'esperienza di oltre 15 anni, maturata nel settore della consulenza doganale dal titolare Simone Del Nevo, autore e co-autore di pubblicazioni specialistiche in materia doganale, consulente e docente in numerosi seminari e master a livello nazionale.

DURATA

7 ore

numero 44

SEDI E DATE

PIACENZA, 27 aprile
REGGIO EMILIA, 18 novembre
CESENA, 3 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OMME

Area
COMMERCIALE E MARKETING

DA VENDITORI A MODERNI CONSULENTI COMMERCIALI

OBIETTIVI

Un percorso formativo, considerato il Best Seller, per chi quotidianamente affronta il mercato per costruire vendite di successo! Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase della vendita e per ogni tipo di cliente per raggiungere gli obiettivi. Apprenderanno come capire e farsi capire dal cliente scoprendo ogni aspetto tecnico e relazionale, in un confronto continuo con le metodologie più utilizzate dai venditori vincenti. Attraverso un'attività concreta ed esperienziale si aumenteranno e verificheranno le proprie competenze e quindi la fiducia verso sé stessi, per aumentare la fiducia del cliente e quindi la sua fidelizzazione.

DESTINATARI

Funzionari di vendita, tecnici commerciali e tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale, responsabili vendita, back office commerciale, e in generale chiunque interessato ad acquisire un metodo chiaro di vendita o a comprendere la funzione vendite.

CONTENUTI

- L'era del cambiamento commerciale
- Definizione del ruolo e attività del consulente commerciale
- Identificare obiettivi personali e professionali e collegarli
- Saper pianificare e programmare i propri risultati commerciali
- Misurare la propria efficacia: pressione commerciale e curve di caduta
- Ogni fase della visita costruisce il risultato finale
- Un metodo efficace per preparare una visita di successo
- L'approccio positivo col cliente
- 3 buoni motivi per collaborare
- Domande sì...ma quali?
- Analisi dei bisogni e delle motivazioni d'acquisto
- Argomentare i vantaggi dell'offerta
- Come presentare il prezzo
- Concludere sempre nel modo migliore

DOCENTE

Alberto Canevali – Dopo la Laurea in Economia e al Master di marketing strategico presso la SDA Bocconi, per diversi anni lavora in posizioni di responsabilità nelle Direzioni Marketing, Vendite e Customer Service presso grandi Gruppi Multinazionali e Nazionali. Dal 2000 come Consulente di Direzione Aziendale, Coach e Docente ha operato presso le maggiori strutture della Formazione in Italia e per la Business School del Sole 24 Ore, per le aree comunicazione, vendite, marketing e customer service. Dal 2000 ha collaborato con oltre 200 aziende PMI e Multinazionali di diversi settori.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 e 27 marzo
FERRARA, 1 e 8 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LINKEDIN: LO STRUMENTO NUMERO 1 PER AMPLIARE IL TUO NETWORK, FARE BRANDING E LEAD GENERATION

OBIETTIVI

Apprenderai i fondamenti del social selling attraverso LinkedIn, per conoscere questo strumento e capirne le potenzialità nel coltivare relazioni finalizzate alla lead generation ed alla creazione di opportunità con i seguenti obiettivi:

- Creare, ampliare e coltivare il tuo Network di contatti
- Costruire una Strategia Social basata sui contenuti
- Fare Personal Branding per emergere dalla “massa On-Line”
- Rafforzare la Brand Awareness Aziendale
- Portare Off-line i tuoi contatti per creare opportunità

DESTINATARI

Il corso è rivolto a professionisti e a chiunque in azienda abbia necessità di entrare in contatto con potenziali clienti, partner commerciali e tecnologici, nuovi collaboratori rafforzando anche il legame con i propri clienti ed in particolare a: commerciali, responsabili commerciali, marketing manager, social media manager, HR recruiter, responsabili della comunicazione, professionisti, agenti di commercio.

CONTENUTI

LinkedIn 1: Conoscilo e presentati al meglio

- LinkedIn e il Social Selling: cosa sono e perché usarli
- L'importanza del Profilo
- Curare la propria Summary e le sezioni del profilo: foto, esperienze...
- Chiedere ed ottenere le segnalazioni
- Consigli e trucchi per sfruttare LinkedIn al massimo

LinkedIn 2: Creare ed ampliare il proprio Network

- Avere una visione strategica: posiziona il tuo Brand Personale e Aziendale
- “Buyer Personas” e “Influencers”: come individuarli

- La gestione degli inviti, richieste e messaggi InMail: come, quando e quanto!
- Gli Account PREMIUM di LinkedIn: differenze

LinkedIn 3: Lavorare con le Pagine Aziendali

- Creare e gestire una Pagina Aziendale
- Crea il tuo piano di Content Marketing: Post e Articoli Blog
- Conquistati la Fiducia dei tuoi contatti
- Coinvolgere i collaboratori per far crescere la Pagina Aziendale
- Analisi e statistiche: misurare per comprendere
- Post e Campagne a Pagamento

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 aprile

PARMA, 11 marzo

RAVENNA, 4 novembre

CESENA, 26 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

7 ore

COME FISSARE I PREZZI DI VENDITA

OBIETTIVI

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.

In questa ottica risulta utile definire il concetto di pricing, i fattori che influenzano la politica dei prezzi e le varie tecniche che permettono di determinarli in base a differenti ipotesi di redditività attesa.

DESTINATARI

Legali Rappresentanti, dirigenti, responsabili controllo di gestione.

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 di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 18 febbraio

REGGIO EMILIA, 26 febbraio

MODENA, 24 marzo

CESENA, 24 aprile

RIMINI, 6 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA MANUTENZIONE DEL CLIENTE: COME PASSARE DA FORNITORE A PARTNER COMMERCIALE

OBIETTIVI

Quando si conclude una vendita spesso non si pensa che il cliente lo si ricontatterà solo in occasione della vendita successiva...se tutto va bene. Ecco perché è fondamentale continuare a seguirlo, ovvero fare i dovuti tagliandi per diventare punto di riferimento per tutti gli acquisti futuri.

DESTINATARI

Reti commerciali, agenti di vendita, back office commerciale, ufficio marketing.

CONTENUTI

- L'assistenza post vendita: il giusto mix tra valore e relazione
- Le aspettative mancate
- Le 5 strategie di Berry per lo sviluppo della relazione
- La regola dello sfasamento temporale
- Come realizzare un piano editoriale efficace
- “Niente nuove, buone nuove”. Ma quando mai!
- E quando il cliente reclama?

DOCENTE

Stefano Donati – Svolge attività di consulenza e formazione in Marketing e Comunicazione. Collabora con numerose istituzioni, quali Università, Camere di Commercio ed Enti di formazione professionale. Scrive articoli di Marketing per riviste di settore e dal 2007 è “Esperto d'Area Qualifica Professionale” nelle aree marketing e vendite per il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze della Regione Emilia Romagna.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 2 luglio

PARMA, 10 aprile

REGGIO EMILIA, 22 aprile

MODENA, 4 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL BACK OFFICE COMMERCIALE: DA CENTRO DI COSTO A VOCE DI RICAVO. LE ABILITÀ COMMERCIALI INDISPENSABILI DEL BACK OFFICE

OBIETTIVI

Molti imprenditori lamentano scarsa proattività da parte di chi svolge funzioni commerciali dalla sede aziendale. Se è indiscutibile che in alcuni casi gli addetti si limitino a rispondere alle richieste dei clienti, è altrettanto vero che le competenze e le abilità necessarie a realizzare nuovo fatturato non sono innate. In questo corso verranno forniti strumenti pratici ed essenziali a raggiungere questo risultato.

DESTINATARI

Back office commerciale, agenti di vendita diretti.

CONTENUTI

- I principi della comunicazione efficace
- Le competenze commerciali del back-office
- Come rendere incisiva la comunicazione telefonica
- Preparare le frasi ad effetto
- L'importanza di un approccio deciso
- Interpretare il non detto del cliente con l'ascolto attivo
- Come suggestionare il proprio interlocutore
- Superare i dubbi dei clienti
- Tecniche di cross e upselling
- La gestione di proteste e lamentele

DOCENTE

Stefano Donati – Svolge attività di consulenza e formazione in Marketing e Comunicazione. Collabora con numerose istituzioni, quali Università, Camere di Commercio ed Enti di formazione professionale. Scrive articoli di Marketing per riviste di settore e dal 2007 è “Esperto d’Area Qualifica Professionale” nelle aree marketing e vendite per il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze della Regione Emilia Romagna.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 28 febbraio

RAVENNA, 11 febbraio

CESENA, 26 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE TRATTATIVE COMPLESSE

OBIETTIVI

Quanti dei vostri venditori hanno raggiunto il loro target nello scorso anno fiscale? Quanti dei vostri clienti hanno scelto di guardarsi altrove? In quale modo supervisioni le attività dei venditori e la qualità del loro processo di vendita?

Nel mercato globale, altamente competitivo, la capacità di sviluppare opportunità di vendita in clienti nuovi ed esistenti è uno degli elementi fondamentali per la sostenibilità della propria azienda. Aiuteremo la vostra azienda ad elaborare una strategia di vendita che la differenzi dai competitor. Insieme alla direzione commerciale provvederemo a:

- Definire un processo di gestione delle commesse
- Elaborare customer targeting criteri per ogni segmento di mercato
- Definire criteri per l'assessment delle trattative
- Elaborare la mappa delle competenze dei venditori
- Definire percorsi di formazione personalizzati per la propria forza vendita

DESTINATARI

Top executives e direttori commerciali di aziende che vendono B2B (business to business).

CONTENUTI

- La comprensione del mercato e delle criticità dei nostri clienti
- La nostra proposta di valore
- I peccati capitali nella vendita complessa
- Strumenti di gestione e crescita dei venditori
- Competenze richieste per avere successo (task, people, self)
- La vendita ai tempi di Internet

DOCENTE

Alvaro Gafaro Barrera – Business Development Strategist con oltre 30 anni di esperienza in coaching top executives a livello internazionale. Focalizzato sugli obiettivi, creativo e, in circostanze difficili, capace di aiutare le persone a pensare con chiarezza alla risoluzione dei problemi. Lavora con Forze vendite di aziende quali SKF, Magnetti Marelli, Bosch, Cisco, Accenture, SAP, Parker Hannifin, Vodafone, Krones, Sacmi, Europool, P.E. Labellers, EuropAssistance, Sika. Laureato in Giurisprudenza, ha ottenuto il master in Organizational Behavior alla Swinburne University of Technology. Lingue: italiano, inglese, spagnolo.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 12 e 19 novembre
CESENA, 7 e 14 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

REDAZIONE DI OFFERTE E PREVENTIVI VINCENTI

OBIETTIVI

Preparare e gestire un'offerta o un preventivo, è un momento delicato, che richiede una corretta mentalità e strategia: non si tratta di un semplice documento con descrizione e costo, ma va "pensato" anche per come si intenderà poi gestire la negoziazione.

In questa giornata si affrontano dettagliatamente tutte le fasi per arrivare ad un preventivo "che venda", diventando una solida arma per il personale commerciale.

DESTINATARI

Personale commerciale a tutti i livelli: venditori, area manager, dirigenti, titolari.

CONTENUTI

- Strategia preparatoria all'offerta commerciale
- "Posso farle un'offerta?" Perché questa frase è dannosa e deleteria
- Redazione dell'offerta: immagine, descrizione, percezione prezzo, scontistica
- La consegna dell'offerta al cliente: come scegliere il metodo più efficace ed influenzare il cliente a seguirlo
- La tecnica "DPP"
- La trattativa di vendita preparatoria all'offerta
- Il confronto con la concorrenza: decisiva la comunicazione del venditore
- La tecnica vincente dell'alternativa negoziale
- La gestione della richiesta di sconto
- Come gestire l'eventuale "recall"
- Analisi di casi reali

DOCENTE

Eros Tugnoli – Titolare ETS, consulente, formatore e istruttore nell'area comunicazione aziendale, è specializzato nelle strategie di vendita e negoziazione commerciale. Capostipite italiano delle tecniche di apprendimento rapido e allievo di Edward de Bono, il massimo "guru" del settore per l'area creatività manageriale applicata, pubblica regolarmente articoli, blog e news per riviste specialistiche di settore.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 24 settembre
FERRARA, 11 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA TECNICA DELLE DOMANDE EFFICACI

OBIETTIVI

Anni di esperienza nella vendita e studio di centinaia di venditori “sul campo”, confermano che la fase più utile e delicata alla conclusione è l’“Intervista negoziale”.

È risaputo che la ricerca di informazioni è la prima base strategica per impostare una buona vendita.

Ma molte di queste informazioni le può dare solo il cliente. “Chi domanda, comanda” recita un proverbio. Ma come si domanda? Che cosa significa “ascolto attivo”? Quando e come fare domande chiuse e/o domande aperte?

In questo incontro si lavora sulla tecnica delle domande, prendendo spunti da chi fa della domanda la propria professione: oltre ai venditori professionisti anche giornalisti, psicologi, avvocati, magistrati, ecc.

DESTINATARI

Personale commerciale a tutti i livelli: venditori, area manager, dirigenti, titolari.

CONTENUTI

- Le informazioni: principale fonte negoziale
- Dove cercare le informazioni e come
- La vendita si prepara nelle fasi iniziali: approccio e intervista
- Dall’analisi dei bisogni e delle esigenze del cliente, all’“Intervista negoziale”
- Le domande influenzanti come base per la trattativa economica
- La “Tecnica delle domande”
- La “Catena di domande”
- L’intervista pilotata: come orientare a nostro favore dubbi e obiezioni del cliente
- Confronto con concorrenza e richiesta di sconto
- Esercitazioni, analisi e prove di intervista

DOCENTE

Eros Tugnoli – Titolare ETS, consulente, formatore e istruttore nell’area comunicazione aziendale, è specializzato nelle strategie di vendita e negoziazione commerciale. Capostipite italiano delle tecniche di apprendimento rapido e allievo di Edward de Bono, il massimo “guru” del settore per l’area creatività manageriale applicata, pubblica regolarmente articoli, blog e news per riviste specialistiche di settore.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 12 maggio

REGGIO EMILIA, 18 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FAR VENDERE I TECNICI: STRATEGIE NEGOZIALI PER ESPERTI DI PRODOTTO

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

Personale commerciale “tecnico” a tutti i livelli: venditori, area manager, dirigenti, titolari.

CONTENUTI

- Il consulente tecnico-commerciale: come aggiustare il “focus” dal prodotto al cliente
- I comportamenti “di buon senso” da evitare: gli errori inconsapevoli
- Il primo contatto con il cliente nuovo e l’immagine aziendale
- L’analisi dei bisogni e delle reali esigenze del cliente
- L’“Intervista Negoziale”: le domande come leva motivazionale per vendere
- La presentazione di un prodotto tecnico o di un progetto: le corrette comunicazioni
- La gestione delle obiezioni del cliente: esempi su casi proposti dai partecipanti
- Da “offerta” a “proposta commerciale”: tutte le ultime strategie
- La trattativa economica, con particolare attenzione ai fattori economici e scontistica
- La chiusura “temporale” della vendita

DOCENTE

Eros Tugnoli – Titolare ETS, consulente, formatore e istruttore nell’area comunicazione aziendale, è specializzato nelle strategie di vendita e negoziazione commerciale. Capostipite italiano delle tecniche di apprendimento rapido e allievo di Edward de Bono, il massimo “guru” del settore per l’area creatività manageriale applicata, pubblica regolarmente articoli, blog e news per riviste specialistiche di settore.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PARMA, 16 e 23 ottobre
REGGIO EMILIA, 20 e 27 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AGGIUNGERE FATTURATO AL FATTURATO

OBIETTIVI

“Una buona vendita si ha quando il cliente compra per la seconda volta” cita un principio fondamentale nel marketing. Ma non è scontato che il cliente si ricordi di noi, soprattutto in settori dove la vendita non avviene quotidianamente o settimanalmente. In molte aziende il servizio di post-vendita è considerato come la “seccatura” che fa perdere tempo senza dare alcun reddito immediato. È invece dimostrato che la capacità propositiva di venditori e addetti interni consente anche di sviluppare fatturato sia nel momento stesso della vendita, sia a brevissimo termine, senza attendere una ulteriore richiesta del cliente. E quasi sempre queste vendite sono ad alto margine per l’azienda, ancor più del prodotto stesso. La grande arma a disposizione degli operatori commerciali, sono le loro abilità comunicative: capacità di accoglienza ed ascolto, gestione delle complessità, propositività e determinazione. In questo intervento formativo si affrontano tutte queste problematiche comunicative, lavorando sui casi reali proposti dai partecipanti.

DESTINATARI

Personale commerciale “tecnico” a tutti i livelli: venditori, area manager, dirigenti, titolari.

CONTENUTI

- Mentalità vincente: da passivi a propositivi
- Il ruolo dell’operatore commerciale moderno: dall’assistenza al cliente alla promozione e sviluppo del fatturato
- Il metodo R.A.C.E. per proporre beni e servizi senza essere invadenti
- La “Qualità del Servizio” e la soddisfazione del Cliente: base indiscussa per ogni operazione
- L’Ascolto e le domande influenzanti
- Tecniche di “chiusura” per aumentare l’ordine del cliente
- Vendere al telefono o via mail? Non solo possibile, ma doveroso
- La trattativa telefonica o via mail
- Siete cari? Alzate il prezzo!
- Trasformare un reclamo in una opportunità di vendita
- Analisi di casi reali proposti dai partecipanti

DOCENTE

Eros Tugnoli – Titolare ETS, consulente, formatore e istruttore nell’area comunicazione aziendale, è specializzato nelle strategie di vendita e negoziazione commerciale. Capostipite italiano delle tecniche di apprendimento rapido e allievo di Edward de Bono, il massimo “guru” del settore per l’area creatività manageriale applicata, pubblica regolarmente articoli, blog e news per riviste specialistiche di settore.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 17 novembre

MODENA, 4 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ACQUISISCI CLIENTI CON GOOGLE: SEO E GOOGLE ADS

OBIETTIVI

Incrementare la visibilità e il traffico del tuo sito web per generare più contatti e vendite per la tua attività o azienda, attraverso il posizionamento SEO sui motori di ricerca e la creazione di campagne pubblicitarie efficaci su Google.

DESTINATARI

Responsabili marketing, responsabili-addetti IT e imprenditori.

CONTENUTI

- SEO
- Analisi keyword e ottimizzazione base del sito per i motori di ricerca, principali tecniche di link building, georeferenziazione e mappe
- GOOGLE ADS
- Punteggio di qualità e struttura dell'account (quali e quante campagne fare), scrittura degli annunci e ottimizzazione delle campagne

DOCENTE

Gianpaolo Lorusso – È stato uno dei primi professionisti web in Italia a interessarsi al web marketing (già nel 1999), e da allora opera sui progetti Internet di alcuni tra i più grandi gruppi aziendali e ONLUS italiani (prima all'interno di una tra le più importanti web agency nazionali e poi, dal 2008, come libero professionista indipendente).

Autore di "AdWords Agile" (Hoepli - Febbraio 2018), uno dei libri più venduti nel nostro Paese sulla piattaforma Pay Per Clic di Google, ha ideato *ADworld Experience* (oggi il più grande evento mondiale basato su casi reali di *advertising online*). Continua a svolgere consulenze di alto profilo su architettura delle informazioni e usabilità, SEO e visibilità online naturale, gestione dei contenuti, campagne Pay Per Clic, e Ottimizzazione delle Conversioni (CRO).

DURATA

7 ore

numero 55

SEDI E DATE

PIACENZA, 25 giugno

MODENA, 28 aprile

RAVENNA, 21 maggio

CESENA, 6 aprile

RIMINI, 28 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME AUMENTARE IL FATTURATO GRAZIE AL TUO SITO WEB

OBIETTIVI

La quasi totalità delle aziende hanno ormai un sito internet, ma solo una piccola parte lo utilizza come uno strumento di business. Il web ha enormi potenzialità per incrementare il fatturato aziendale, ma per sfruttarlo al meglio bisogna conoscere le sue dinamiche. Sbarcare su internet significa aprirsi ad un mercato globale sia in termini di potenziali clienti, sia di competizione. Quanto fatto fino ad oggi in un mercato ristretto deve essere in parte ripensato. Il marketing, la comunicazione e le strategie commerciali devono diventare più raffinate e analitiche. Questo corso si pone l'obiettivo di sensibilizzare i destinatari sugli aspetti critici che determinano il successo online, fornendo gli strumenti giusti per risultare vincenti.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili aree commerciale/marketing.

CONTENUTI

- Creare le buyer personas
- Intercettare il traffico rilevante e creare i giusti messaggi
- Migliorare il design del tuo sito
- Creare proposte di valore irresistibili
- Capire le fasi di acquisto del tuo cliente
- Creare messaggi chiari
- Eliminare le distrazioni: aggancia il tuo cliente e fallo restare
- Coinvolgere i visitatori
- Le dinamiche dell'urgenza
- Seguire standard di usabilità

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 9 dicembre

RAVENNA, 5 ottobre

CESENA, 9 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

E-COMMERCE: QUANDO L'ACQUISTO NON DIPENDE SOLO DA UN CLICK

OBIETTIVI

Non basta un sito e-commerce, anche se ben fatto, per vendere online. Il cliente moderno ha delle aspettative molto alte che dobbiamo tenere in considerazione se vogliamo sperare di avere successo e molte di queste sono legate a come i contenuti vengono proposti. Ognuno di noi, durante ogni fase che porta a compiere un acquisto sul web, vive una sequenza di passaggi comuni e prevedibili. Conoscere l'esatta natura di questi momenti consente di intervenire con il giusto meccanismo per motivare nel modo più efficace possibile il passaggio a quello successivo, fino al compimento di tutto il percorso di conversione del tuo utente.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili aree commerciale/marketing.

CONTENUTI

- Come impostare una corretta strategia di customer care per un e-commerce
- Quali sono le attività e le risorse da mettere in campo
- Neuromarketing e scienze cognitive per vendere di più sul web

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

RAVENNA, 19 novembre

CESENA, 15 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SCRIVERE PER I SOCIAL: COINVOLGERE IL TUO PUBBLICO

OBIETTIVI

Cosa interessa gli utenti di Facebook? Ogni giorno più di 80 milioni di piccole e medie imprese pubblicano sulla piattaforma. Ma voi sapete cosa piace ai vostri utenti? Primo obiettivo del corso è quello di imparare ad usare lo schema degli Archetipi per poi cominciare a mettere in pratica uno degli schemi di storytelling più funzionali: il viaggio dell'eroe. Da qui si imparerà a capire il proprio tono di voce, lo stile attraverso le tecniche di scrittura attuali. I testi non sono tutti uguali: dipende dal canale sul quale li pubblichiamo. Questo è il secondo obiettivo. Un medesimo argomento può essere scritto in modi diversi: impariamo a farlo attraverso l'uso di strumenti online e offline.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili aree commerciale/marketing.

CONTENUTI

- Il nostro Brand: capire chi siamo e cosa facciamo per scrivere in modo efficace
- Gli obiettivi di un testo
- Il tono di voce: Mi dia del Lei!
- Identikit del tono di voce: esempi pratici
- Chiarezza, utilità, vicinanza: come trasmettere il nostro messaggio e i nostri valori

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

FERRARA, 1 dicembre

RAVENNA, 25 marzo

CESENA, 30 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PILLOLE DI INSTAGRAM: TRUCCHI E SUGGERIMENTI

OBIETTIVI

Comunicazione visuale. Un'immagine, se ben studiata, può essere autonoma. Ma come posso usarla e inserirla nella mia narrazione d'impresa? Il primo obiettivo è quello di capire come funziona il mondo delle immagini: stili, linguaggi. Il secondo obiettivo è quello di capire come trattare le immagini che sono a disposizione e come realizzare quelle che ci servono e sono funzionali per non essere fotografi "per caso". Il terzo obiettivo è quello di capire come funziona la piattaforma: Instagram ogni giorno, aggiunge delle funzionalità che possono essere sfruttate per raggiungere un pubblico selezionato. Alcuni concetti e tecniche di base, serviranno per imparare ad usare questo canale al meglio.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili aree commerciale/marketing.

CONTENUTI

- Creare un profilo: personalizzare gli elementi visual
- Brand awareness: creare il proprio stile
- Foto e fotoediting: contenuti e visual
- Coinvolgere il proprio pubblico
- Le Stories: come usarle
- Hashtag: creare i propri, usare al meglio gli altri

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

4 ore

numero 59

SEDI E DATE

PARMA, 21 gennaio
RAVENNA, 28 gennaio
CESENA, 6 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate
180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ESTERO: QUELLO CHE I COMMERCIALI DEVONO SAPERE

OBIETTIVI

Focalizzare l'importanza sul reparto commerciale in modo tale da poter redigere un contratto con il proprio cliente/fornitore in modo consapevole. Analizzare i rischi che alcune scelte non ponderate possono causare, sfruttare la leva commerciale per poter ottenere vantaggi economico/finanziari sia in vendita che in acquisto. Stimolare il reparto amministrativo a comunicare al commerciale od ai propri superiori le strade possibili da percorrere.

DESTINATARI

Imprese, associazioni di categoria e consorzi export e più specificamente al personale commerciale ed amministrativo che si occupa di cessioni ed acquisti intracomunitari ed all'esportazione. Destinato, inoltre, a qualunque figura professionale che, all'interno dell'azienda, si occupi della leva economico/finanziaria per la parte estera.

CONTENUTI

Export:

- Problematiche IVA
- Incoterms a confronto
- Dual Use e documentazione export
- Origine della merce.

Import:

- Nomenclatura doganale e dazi all'importazione
- Come acquistare in esenzione daziari
- Bolletta doganale (controllo dei dati)
- Incoterms a confronto.

Accenno sull'importanza competitiva dell'AEO, in futuro.

DOCENTE

Mattia Carbognani – Titolare dello Studio Toscano Carbognani Srl di Parma, esperto di Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma, Confindustria Ceramica.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 14 settembre

PARMA, 20 ottobre

REGGIO EMILIA, 21 ottobre

FERRARA, 27 ottobre

RIMINI, 15 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME OTTIMIZZARE LA TUA STRATEGIA MARKETING E SOCIAL SELLING CON FACEBOOK, LINKEDIN E INSTAGRAM

OBIETTIVI

Il corso vuole fornire gli strumenti per la gestione di una pagina aziendale al piano editoriale, fino alle campagne pubblicitarie, una panoramica completa sui due social network più frequentati dagli utenti.

DESTINATARI

Responsabile marketing, addetto marketing, addetti ufficio stampa, addetti area digitale, responsabile area digitale, responsabile comunicazione.

CONTENUTI

• FACEBOOK

Il ruolo di Facebook nella strategia web; introduzione agli strumenti di social media; come ottimizzare la pagina Facebook aziendale; calendario editoriale; come e cosa pubblicare sulla pagina Facebook: a caccia del post perfetto; crisis management; leggere i dati statistici: gli insights

Come funziona Facebook Ads; account pubblicitari, campagne, formati, obiettivi, metodi di acquisto; targeting e pubblico, Facebook Pixel, retargeting, elementi di una campagna Facebook di successo, lead generation: strategie per acquisire lead vendere con Facebook, Formati 100% mobile

• INSTAGRAM E LINKEDIN

Come funziona Instagram; perché avere un profilo business; come si utilizzano i filtri; quali e quanti hashtag utilizzare
Come fare marketing su Instagram; Instagram Stories; Instagram shopping; monitoraggio e lettura statistiche; campagne pubblicitarie con Instagram Ads

Come definire la tua strategia su LinkedIn; ottimizzare il profilo personale; definire il piano di content marketing; gestire le fasi di ricerca e contatto diretto dei prospect; come utilizzare le diverse modalità di ricerca.

DOCENTE

RIGEL GROUP – È una società che si occupa di consulenza web a 360°. I suoi professionisti hanno esperienza pluridecennale in web marketing, e-commerce, social media marketing e comunicazione online. Le aziende che ci hanno scelto trovano in noi non un semplice fornitore, ma un partner al quale affidarsi per far crescere l'azienda.

DURATA

14 ore

numero 61

SEDI E DATE

PIACENZA, 2 e 9 dicembre

PARMA, 4 e 11 giugno

CESENA, 23 e 30 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA VENDITA SFIDANTE: TECNICHE PER VENDERE IN SITUAZIONI COMPLESSE

OBIETTIVI

A partire dai risultati delle recenti ricerche condotte a livello internazionale in ambito vendite (Dixon – Adamson, The Challenger Sale, Portfolio/Penguin 2011), aiutiamo a “trasformare” i venditori in coerenza con i continui mutamenti del mercato, attraverso l’adozione di un nuovo modello di successo. Questo percorso aiuterà a trovare una risposta a domande ricorrenti:

- Come vendere in periodi difficili?
- Come è cambiata la vendita e il profilo del venditore di successo?
- Perché molti venditori non riescono più a vendere?
- Come uscire dalla dinamica “prezzo-sconto”?
- Quali le opportunità di sviluppo per il nostro business e per il business del cliente?
- Quali i problemi e i temi caldi per il cliente? Come aiutarlo a crescere?

DESTINATARI

Venditori, agenti, key account, responsabili di grandi clienti, sviluppatori di business e chiunque svolga un’attività commerciale.

CONTENUTI

I nuovi profili di venditore che emergono dall’indagine:

- I 5 profili di venditore
- La ridotta efficacia dell’Hard Worker e del Problem Solver
- Il successo del Venditore Sfidante
- Adattare il profilo alla situazione
- Come sviluppare i comportamenti vincenti del Venditore Sfidante
- I pilastri della vendita sfidante: teaching
- I pilastri della vendita sfidante: tailoring
- I pilastri della vendita sfidante: taking control
- Casi e applicazioni pratiche

DOCENTE

RISORSA UOMO – Società di Formazione e consulenza per l’impresa, pone al centro dei processi di cambiamento, crescita e sviluppo delle competenze l’uomo.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 30 novembre
e 7 dicembre

REGGIO EMILIA, 13 e 20 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“É CARO, VOGLIO LO SCONTO”: UNA STRATEGIA INFALLIBILE PER CONTRASTARE LE OBIEZIONI SUL PREZZO

OBIETTIVI

Una trattativa di vendita va preparata individuando gli argomenti giusti per riuscire a chiudere il contratto. Un corso che aiuta a preparare le argomentazioni commerciali più efficaci per consentire al venditore di prevenire le obiezioni e soprattutto di evitare sorprese al momento della chiusura del contratto.

DESTINATARI

Commerciali interni o esterni all’azienda, key account, agenti di commercio, segreterie commerciali.

CONTENUTI

- Regola n°1: meno parliamo di noi, meglio è
- I 4 errori scaccia clienti
- “I nostri prodotti sono di qualità” e altre frasi inutili da abolire
- La matrice “Gain/Pain”
- La neurolinguistica applicata alla vendita
- Parliamo al cervello limbico del cliente (quello che decide)
- Dalla qualità erogata alla qualità percepita

DOCENTE

Stefano Donati – Svolge attività di consulenza e formazione in Marketing e Comunicazione. Collabora con numerose istituzioni, quali Università, Camere di Commercio ed Enti di formazione professionale. Scrive articoli di Marketing per riviste di settore e dal 2007 è “Esperto d’Area Qualifica Professionale” nelle aree marketing e vendite per il sistema di formalizzazione e certificazione delle competenze della Regione Emilia Romagna.

DURATA

7 ore

numero 63

SEDI E DATE

PIACENZA, 16 marzo
REGGIO EMILIA, 26 giugno
CESENA, 17 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

Gestire efficacemente reclami e richieste rappresenta una reale opportunità per rafforzare e migliorare la relazione con i clienti. Il corso fornisce metodi e strumenti per gestire reclami e richieste in modo da fidelizzare il cliente. Comprendere atteggiamenti ed esigenze nascoste del cliente, mantenere un atteggiamento positivo a fronte di situazioni stressanti trasmettendo sicurezza, fiducia e competenza al fine di trovare le soluzioni più idonee a soddisfare il cliente.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

Stefania Sala – Counselor e business coach, si occupa di formazione aziendale, consulenza organizzativa, dopo aver ricoperto per anni ruoli direttivi e di responsabilità in diverse aziende e aver svolto attività di consulenza manageriale, organizzativa e gestionale.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 7 maggio

PARMA, 19 novembre

REGGIO EMILIA, 8 luglio

CESENA, 14 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

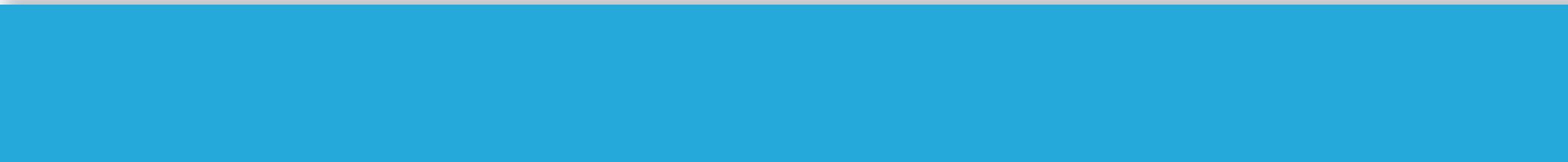
ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area

AMMINISTRAZIONE, FINANZA
E CONTROLLO DI GESTIONE



LA COSTRUZIONE DEL BUDGET AZIENDALE: PROCESSO DI FORMAZIONE DEL MASTER BUDGET ED ANALISI DEGLI SCOSTAMENTI

OBIETTIVI

Scopo del corso è quello di orientare la cultura d'impresa verso il processo di budgeting, maturando maggior consapevolezza sui propri equilibri economico-finanziari e migliorando la propria capacità di simulazione e governo degli obiettivi d'impresa oltreché l'incisività delle azioni correttive. Il corso mira dunque a fornire le metodologie e gli strumenti necessari ad impostare un processo di budgeting che coinvolga le diverse aree aziendali.

DESTINATARI

Imprenditori, controller, responsabili amministrativi, responsabili commerciali, responsabili acquisti, responsabili di produzione, responsabili risorse umane, direttori generali.

CONTENUTI

- I sistemi di pianificazione & controllo
- I fattori critici di successo e la S.W.O.T. analysis
- L'orientamento al budget ed i processi di simulazione economico-finanziaria
- Il budget delle vendite e della produzione
- Il budget degli acquisti, del personale e degli altri costi
- Il budget economico dell'azienda nel suo complesso
- Il budget degli investimenti e dei flussi finanziari
- La redazione dei bilanci infrannuali ed il confronto con il budget

DOCENTE

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

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 27 novembre

PARMA, 18 settembre

REGGIO EMILIA, 29 settembre

MODENA, 14 luglio

RAVENNA, 3 novembre

RIMINI, 6 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTABILITÀ INDUSTRIALE E COSTI DEI PRODOTTI

OBIETTIVI

La contabilità industriale è una tecnica amministrativa che consente di rilevare, analizzare ed imputare i costi diretti ai singoli prodotti/servizi dell'azienda ed il suo scopo è di fornire elementi a supporto del processo decisionale (definizione prezzi minimi di vendita, redditività dei singoli prodotti, scelte make or buy, ecc...).

Il modulo si propone, dopo un'introduzione teorica, di impostare con i partecipanti un semplice modello operativo per selezionare, ottenere ed utilizzare al meglio alcune informazioni chiave.

DESTINATARI

Legali rappresentanti, dirigenti, responsabili amministrativi, responsabili controllo di gestione.

CONTENUTI

- La contabilità direzionale
- Analogie e differenze tra contabilità generale e contabilità industriale
- I vantaggi della contabilità industriale
- I costi di prodotto e la contabilità industriale
- Le diverse configurazioni per la determinazione dei costi dei prodotti
- La distinta base: materiali e cicli di lavorazione
- Le lavorazioni interne: manodopera, macchinari ed altri elementi di costo
- Il concetto di spese generali, le modalità di individuazione e relativo trattamento nella contabilità industriale
- Le metodologie: direct e full costing. Pregi e difetti di ciascuna metodologia e le diverse modalità di utilizzo
- Costruzione di un sintetico sistema di contabilità industriale

DOCENTE

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

DURATA

14 ore

numero 66

SEDI E DATE

PIACENZA, 19 e 26 ottobre

PARMA, 20 e 27 maggio

REGGIO EMILIA, 9 e 16 novembre

CESENA, 30 gennaio e 7 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME RECUPERARE UN CREDITO ALL'ESTERO

OBIETTIVI

Nonostante l'attenzione posta in fase di negoziazione del rapporto commerciale, purtroppo per l'imprenditore, può succedere che il partner estero con cui si sono intrattenuti rapporti di interscambio commerciale si dimostri insolvente e sorga, quindi, la necessità di procedere al recupero del proprio credito. Non si può ignorare il fatto che, di per sé, il recupero del credito presenta profili di complessità e pericolo già quando si tratta di parti contrattuali entrambe italiane; è fuori di dubbio che quando le parti hanno sedi in Paesi differenti le difficoltà aumentano a causa delle diverse procedure applicabili nei vari Paesi, alla loro differente durata e, non ultimo, alle loro effettive prospettive di tutela dell'imprenditore straniero. Proprio in virtù della frequenza e dell'incidenza con cui – particolarmente nella situazione mondiale attualmente in essere – si verificano fenomeni di crediti esteri impagati che necessitano di essere recuperati, sorge la necessità che l'operatore commerciale, il quale decida di intraprendere un business con partners esteri, innanzitutto raccolga almeno sommariamente una serie di informazioni su quelle che sono le “strategie” e le possibilità percorribili una volta che l'insolvenza del debitore si è manifestata. Il corso si propone di fornire le guidelines relativamente alle possibilità di recupero dei crediti all'estero

DESTINATARI

Responsabili commerciali, addetti ufficio estero, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- U.E. ed extra U.E.: due approcci differenti per due diverse strategie di recupero del credito
- Rischio Paese e rischio debitore
- L'importanza di un contratto corretto per il recupero del credito
- Il recupero del credito nell'Unione Europea: strumenti per una rapida esecuzione sui beni del debitore estero (decreto ingiuntivo europeo, Regolamento europeo per il recupero dei crediti di lieve entità)
- Il recupero del credito fuori dell'Unione Europea: quando affidarsi a un giudice straniero o come evitarlo
- L'arbitrato commerciale per recuperare i crediti extra UE e i Tribunali locali
- Overview sul recupero credito in alcuni Paesi con analisi comparativa dei costi e delle tempistiche del recupero

DOCENTE

Studio Legale Falbo e Manara di Torino – Studio specializzato nel diritto commerciale internazionale e nel diritto internazionale privato e processuale. Si occupa di accompagnamento delle aziende all'estero sia nella fase fisiologica del rapporto (redazione del contratto e negoziazione), sia nella fase patologica (contenzioso ordinario ed arbitrale).

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 9 marzo

PARMA, 23 novembre

REGGIO EMILIA, 26 novembre

MODENA, 2 ottobre

CESENA, 28 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MAGAZZINO FISCALE E LA VALUTAZIONE DELLE RIMANENZE

OBIETTIVI

Nello svolgimento della loro attività 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.

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.

DURATA

7 ore

numero 68

SEDI E DATE

PARMA, 25 febbraio

REGGIO EMILIA, 19 febbraio

MODENA, 5 marzo

RIMINI, 7 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CONTROLLO DI GESTIONE PER ADDETTI

OBIETTIVI

Saper gestire i costi, capirne le vere cause e riuscire a governarle: questi aspetti sono diventati una condizione di sopravvivenza per molte aziende. In molti settori il governo della relazione prezzo-costi è sempre più complesso, con margini che tendono a ridursi nel tempo. La mutata situazione competitiva può condurre le aziende a personalizzare l'offerta per distinguersi dai concorrenti facendo emergere il ruolo strategico del sistema di misurazione dei costi, che deve essere in grado di identificare il vero costo dei prodotti e dei servizi erogati e la vera profittabilità dei clienti serviti oltre che l'efficienza e la valutazione del/i fornitore/i. Il sistema di cost accounting può divenire lo strumento per fornire un supporto prezioso alle politiche commerciali, di pricing, di produzione, di magazzino e di acquisto e di gestione delle infrastrutture aziendali, toccando tutte le fasi della catena del valore aggiunto aziendale.

DESTINATARI

Il corso è rivolto a tutti coloro che desiderano approfondire le conoscenze relative agli strumenti di contabilità direzionale, costing, analisi di redditività e marginalità, analisi degli investimenti. Fra questi: controller, responsabili amministrativi, imprenditori, accountant, responsabili di business, IT manager, auditor, analisti interni, consulenti.

CONTENUTI

Analisi degli strumenti necessari per progettare sistemi di contabilità analitica, costing, profitability analysis e gestione della rotazione del capitale investito.

- La scelta degli oggetti finali di calcolo dei costi (costi di prodotto, costi di cliente, costo dell'offerta)
- La scelta degli oggetti intermedi di calcolo dei costi (centri di costo e centri delle attività)
- L'identificazione dei driver di costo (metodi logici e metodi statistici)
- Centri di costo a confronto con l'activity-based costing: vantaggi, limiti e contesti di applicazione
- La scelta della configurazione di costo
- Le logiche di rappresentazione dei costi al management aziendale
- Guida ad una reportistica attendibile e sintetica
- L'identificazione ed il governo dei costi che creano valore per il cliente

Analisi delle scelte di operations sul conto economico, sullo stato patrimoniale e sui fabbisogni finanziari.

- Gli indicatori economico-finanziari per il controllo delle imprese industriali
- I KPI operativi per il controllo delle operations e della Catena del Valore in termini di efficacia del servizio ed efficienza dei processi
- La valutazione finanziaria degli investimenti
- Un nuovo modo di concepire la rotazione degli investimenti: lo studio degli ammortamenti industriali

DOCENTE

Luigi Salvatore – Dottore commercialista e revisore contabile, esperto di organizzazione aziendale e change management. Valutatore di Sistemi Qualità Aziendali.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PARMA, 23 e 30 giugno

REGGIO EMILIA, 21 e 28 aprile

FERRARA, 17 e 24 settembre

CESENA, 8 e 15 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BILANCIO CONSOLIDATO PER LA GESTIONE DEL GRUPPO

OBIETTIVI

Il Bilancio consolidato costituisce sia la risposta ad un vincolo normativo, sia un potente strumento di gestione, importante per la corretta valutazione delle scelte economico-patrimoniali da assumere su tutto il Gruppo. In quest'ottica, il corso mira a fornire le conoscenze tecniche per la sua redazione, proponendo contestualmente un'analisi critica degli impatti economico-patrimoniali di breve e di lungo periodo generati dalle diverse scelte di consolidamento.

DESTINATARI

Imprenditori, amministratori, responsabili amministrativi, responsabili bilancio consolidato.

CONTENUTI

- Normativa di riferimento
- Area di consolidamento
- Metodologie di consolidamento
- Metodo integrale, metodo proporzionale, metodo del patrimonio netto: procedure, impatti economico-finanziari, rappresentazione dei valori
- Differenze nella lettura interna ed esterna
- Punti chiave nota integrativa e della relazione sulla gestione
- Impatti di breve e lungo periodo sul conto economico e sul patrimonio netto delle operazioni di consolidamento: un'analisi critica e un confronto di risultati

DOCENTE

Cristina Aprile – Dottore commercialista e revisore legale - Studio Aprile in Ravenna - Consulente aziendale in tema di procedure organizzative, bilancio consolidato, pianificazione, controllo e unbundling, relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

DURATA

7 ore

numero 70

SEDI E DATE

PARMA, 20 marzo

REGGIO EMILIA, 25 marzo

MODENA, 25 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA PIANIFICAZIONE ED IL BUDGETING: LE ATTIVITÀ PER GOVERNARE L'AZIENDA E PROGRAMMARE RISULTATI

OBIETTIVI

Il corso si rivolge alle risorse dell'area amministrazione, finanza e controllo di gestione. Scopo del corso è quello di introdurre i partecipanti all'attività di pianificazione dei risultati. La tematica del budgeting sarà affrontata considerando sia le metodologie e gli algoritmi di calcolo propedeutici allo sviluppo della pianificazione, che le inevitabili implicazioni di natura strategica, di analisi e comprensione del settore, e di natura organizzativa necessarie all'introduzione di strumenti realmente utilizzabili per l'azienda.

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, manager, quadri e impiegati amministrativi.

CONTENUTI

La tematica è affrontata con un respiro ampio che vuole andare oltre gli algoritmi di calcolo, che pure sono affrontati nel dettaglio, per fornire ai partecipanti una visione integrata della necessità di disporre di strumenti di pianificazione dei risultati al fine di coordinare l'azienda in modo efficace.

- Il ciclo del controllo
- Introduzione al budget d'esercizio
- Il processo di budgeting
- Identificazione dei punti critici di intervento in ottica di pianificazione operativa
- Analisi degli impatti economico-finanziari legati alle scelte operative
- Budget settoriali
- Esercitazione

DOCENTE

Simone Selva – Consulente d'Impresa per l'area amministrazione, finanza d'azienda e controllo di gestione. dottore commercialista iscritto all'albo di Rimini. Nell'arco del percorso professionale approfondisce le modalità di disegno e implementazione dei sistemi di business planning, budgeting e reporting, oltre alla tematica del controllo dei costi in relazione ai driver strategici del modello di business aziendale.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

RIMINI, 14 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

Il corso si rivolge alle risorse che si occupano dell'area amministrazione, finanza e controllo di gestione ed 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).

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, manager, quadri e impiegati amministrativi.

CONTENUTI

Gli interventi sono svolti secondo un duplice focus: da un lato si vogliono fornire indicazioni operative per la messa a punto di sistemi in grado di produrre informazioni di costo e margine rilevanti e significative per la gestione aziendale (sistemi di contabilità analitica e costing), dall'altro si vuole proporre una esemplificazione delle modalità di applicazione di tali informazioni in ottica di reporting nello sviluppo di conti economici per area strategica di affari.

- 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 ASA
- Saper leggere i prospetti elaborati
- Analizzare gli scostamenti tra standard e consuntivo

DOCENTE

Simone Selva – Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini. Nell'arco del percorso professionale approfondisce le modalità di disegno e implementazione dei sistemi di Business Planning, Budgeting e Reporting, oltre alla tematica del controllo dei costi in relazione ai driver strategici del modello di Business Aziendale.

DURATA

7 ore

numero 72

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 4 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL PASSAGGIO GENERAZIONALE NELLE IMPRESE A BASE FAMILIARE: SOLUZIONI PRATICHE E RISVOLTI TRIBUTARI

OBIETTIVI

Il trasferimento alle generazioni successive costituisce una sfida cruciale nel ciclo vitale di un'azienda familiare, che richiede di essere programmato e pianificato per tempo. Quali sono le problematiche che vanno affrontate? Quali sono le soluzioni migliori per evitare la frequenti crisi che le imprese subiscono nel passaggio generazionale? Come va impostato il passaggio generazionale e con quali tempi? Per quale ragione va programmato?

DESTINATARI

Operatori amministrativi o titolari di impresa.

CONTENUTI

- Le problematiche del passaggio generazionale
- Casi ed esempi di passaggi generazionali non programmati e relativi costi
- Definizione, analisi e descrizione dei vantaggi e degli svantaggi delle seguenti operazioni:
 - Donazione
 - Patti di famiglia
 - Trust
 - Holding
 - Altri strumenti meno conosciuti

Gli elementi dell'organizzazione dell'impresa che accompagnano il passaggio generazionale

DOCENTE

Andrea Passini – Dottore commercialista tutor aziendale e revisore contabile, opera con aziende multinazionali. Esperto in operazioni straordinarie, collabora con società di investimento per lo sviluppo delle imprese. Esperto in tecniche di elaborazione dati per l'analisi economica, finanziaria e patrimoniale.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 27 ottobre

RIMINI, 19 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CASH FLOW E IL RENDICONTO FINANZIARIO

OBIETTIVI

Prevedere e programmare i fabbisogni di liquidità delle aziende in previsione di investimenti futuri. Monitorare la liquidità e capire il rendiconto finanziario e il suo utilizzo.

DESTINATARI

Responsabili amministrativi e personale, addetto alla funzione finanziaria aziendale. Consigliato anche a imprenditori e personale addetto alla funzione commerciale.

CONTENUTI

- Il cash flow nelle PMI
- Il monitoraggio preventivo e consuntivo dei flussi di cassa
- La costruzione e l'utilizzo del rendiconto finanziario
- La posizione finanziaria netta e il capitale circolante netto
- L'analisi degli investimenti futuri e l'analisi dei fabbisogni per coprirli

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.

DURATA

7 ore

numero 74

SEDI E DATE

PIACENZA, 9 luglio

PARMA, 10 dicembre

CESENA, 15 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ANALISI ECONOMICHE E FINANZIARIE PER IL CONTROLLO DI GESTIONE E MODELLI DI REPORTISTICA CON EXCEL

OBIETTIVI

Far acquisire competenze per la lettura e l'interpretazione del conto economico, dello stato patrimoniale e dei principali indici di bilancio, apprendendo competenze e metodi pratici per attivare azioni di miglioramento in ambito economico, finanziario e patrimoniale. Sviluppare nei partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo di gestione dell'Impresa: partendo dal foglio bianco per arrivare al modello software Excel.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

- I concetti di controllo di gestione e reportistica direzionale. Il sistema di guida della gestione aziendale
- Dalla riclassificazione del bilancio di verifica all'analisi dei dati economici, finanziari e patrimoniali. L'importanza dei bilanci in corso d'anno (tempestivi e ragionevoli)
- Il conto economico riclassificato per calcolo del margine di contribuzione, del MOL e del Reddito Operativo Lordo. Dal dato di sintesi aziendale a quello analitico (per Area D'Affari/Famiglia di Prodotto/Canale Commerciale/Cliente)
- Dallo stato patrimoniale all'analisi ed interpretazione dei flussi di cassa (il rendiconto finanziario)
- La contabilità analitica: logica di costruzione ed utilizzo. I centri di costo e le relative configurazioni
- Il confronto tra i dati a consuntivo e a preventivo (budget e/o previsioni)
- Creare un modello di Contabilità Analitica: Importazione e collegamento dalla contabilità generale, Bilancio di Verifica TXT, file CSV Movimenti contabili, Bilancio XBRL, etc.
- Riclassificare le voci di bilancio per l'analisi degli indici di redditività: creare relazioni tra fogli di lavoro, importare il Piano dei Conti e collegarlo ai movimenti contabili
- Funzioni Excel e strumenti a supporto del Controllo di Gestione: SE, SOMMA.SE, CERCA.VERT, INDIRECTO, CONFRONTA, INFO. DATI.TAB. PIVOT)
- Strumenti di Reporting a supporto del Controller: Analisi what if e analisi di sensitività strutturata; Formattazione Condizionale, KPI e Indici di Rating; Grafici Sparkline per analizzare gli andamenti; Cash Flow e proiezione dei flussi di cassa con le funzioni Time Analysis di Excel; Tabelle Pivot e analisi multidimensionali
- Modelli di Calcolo per il Controllo di Gestione con EXCEL: Analisi di Sensitività; Break Even Point; Cash Flow e Rendiconto finanziario; Analisi con il metodo Montecarlo; Business Plan

DOCENTE

Riccardo Bigi – Dottore Commercialista e revisore contabile, socio di OVERVIEW SRL Si occupa in prevalenza di controllo di gestione, analisi economiche e finanziarie.

Orlando De Polito (FLYSOFT) – Consulente aziendale e formatore su analisi dati, reporting e budgeting con Excel e Sql Server. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di analista e sviluppatore software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net. Specializzato in processi formativi e gestione dei flussi informativi.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 e 27 febbraio

PARMA, 14 e 21 febbraio

REGGIO EMILIA, 9 e 15 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECUPERO CREDITI: COMPETENZE RELAZIONALI, FISCALI E LEGALI

OBIETTIVI

Fornire competenze a 360° per raggiungere l'obiettivo: FARSI PAGARE! Nello specifico: competenze relazionali, competenze amministrative e fiscali, competenze legali.

DESTINATARI

Chi svolge attività di recupero crediti indipendentemente dal ruolo rivestito.

CONTENUTI

• STRATEGIE RELAZIONALI

Conoscere il proprio atteggiamento nei confronti del recupero crediti, comprendere il profilo dell'interlocutore formulando le domande più idonee e gestire i clienti difficili, ottenere un impegno formale al pagamento, mantenere l'immagine positiva dell'azienda, gestire in modo funzionale il tempo delle telefonate e lo stress legato a questa funzione aziendale

• ASPETTI AMMINISTRATIVI E FISCALI

La contabilizzazione dei crediti, i crediti nel bilancio, classificazione, gli accantonamenti per le perdite presunte dei crediti, le svalutazioni, le perdite su crediti, deduzioni delle perdite e degli accantonamenti: gli elementi certi e precisi, la deduzione degli accantonamenti, il fondo perdite su crediti, l'utilizzo del fondo, note di variazione IVA, la rinuncia e la cessione dei crediti, crediti nei confronti dei debitori esteri, recupero dei crediti, assunzione dei crediti, la deduzione delle perdite, gli interessi di mora: la nuova normativa

• ASPETTI LEGALI

Strategie del recupero stragiudiziale del credito e fondamenti giuridici delle azioni esecutive, decreto ingiuntivo e i suoi presupposti

DOCENTE

Cristina Braidi – Titolare di BRAIDI CONSULTING, network di consulenti aziendali per l'organizzazione, lo sviluppo, la formazione e la selezione delle Risorse Umane. Si occupa da venticinque anni di formazione e consulenza di direzione.

Riccardo Bigi – Dottore commercialista e revisore contabile, socio di OVERVIEW SRL; si occupa in prevalenza di controllo di gestione, analisi economiche e finanziarie.

Alessio Filetti – Avvocato del Foro di Bologna specializzato in contrattualistica, diritto commerciale, recupero crediti, diritto penale generale, diritto penale commerciale e societario.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 17 e 24 novembre
PARMA, 14 e 21 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'ANALISI DELLE MARGINALITÀ DI VENDITA: LOGICHE E TECNICHE DI CREAZIONE DELLE PERFORMANCES COMPETITIVE

OBIETTIVI

Il corso ha come obiettivo l'aggiornamento relativo alle metodologie utilizzate per aumentare la redditività dell'azienda e la sua efficienza.

DESTINATARI

Imprenditori, direttori generali (CEO) e responsabili commerciali, operatori della gestione commerciale, controller, store manager, responsabili del sistema informativo di controllo gestione (CIO), direttori finanziari (CFO).

CONTENUTI

IL PROCESSO DI VENDITA

- Le attività del processo di vendita
- Le fonti dati e gli archivi informativi delle vendite
- Lo sviluppo delle misure di performance di vendita
- Strumenti di lavoro e tecnologia abilitante
- Esempi e casi pratici di analisi

L'ANALISI DELLE MARGINALITÀ

- Definizione delle unità di business
- Costi diretti ed indiretti, contabili ed extracontabili
- Il calcolo della marginalità di vendita
- Ribaltamenti costruzione del reporting
- Esempi e casi pratici di valutazione degli investimenti

DOCENTE

Alessandro Garlassi – Dottore Commercialista, si occupa di analisi e creazione di modelli di controllo, redazione piani di miglioramento aziendale, controllo delle performance dei processi aziendali, consulenza di direzione e management system.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 6 e 13 luglio

MODENA, 29 settembre e 6 ottobre

CESENA, 22 e 29 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTABILITÀ – LIVELLO BASE

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

Addetti amministrativi di nuova nomina.

CONTENUTI

- La contabilità generale: 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

Esperti di materia.

DURATA

21 ore

numero 78

SEDI E DATE

PIACENZA, 29 settembre, 2 e
9 ottobre

REGGIO EMILIA, 14, 21 e
29 settembre

FERRARA, 15, 22 e 29 ottobre

RAVENNA, 9, 16 e 23 giugno

CESENA, 11, 18 e 25 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE



IL CONTRATTO A TERMINE DOPO IL C.D. “DECRETO DIGNITÀ”

OBIETTIVI

Fin dalla sua introduzione, il contratto a tempo determinato è stato un importante strumento di flessibilizzazione in termini di diritto e di politica del mercato del lavoro. La nuova e più recente disciplina non risolve i “classici” problemi della fattispecie e, al contrario, si presta ad ingenerare nuove e diverse ipotesi di contenzioso. Obiettivo del corso è analizzare la nuova disciplina al fine di utilizzare lo strumento in modo e misura controllata ed oculata.

DESTINATARI

Responsabili del personale e addetti alla gestione delle risorse umane.

CONTENUTI

La disciplina del contratto a termine prima e dopo il D.L. 87/2018:

- Il limite quantitativo
- Il limite temporale, le proroghe ed i rinnovi
- L'apposizione della causale
- L'applicabilità della c.d. deroga assistita
- L'impugnazione del contratto a termine ed il c.d. ticket Nاسpi
- La disciplina transitoria

Focus sui criteri che, prevedibilmente, la giurisprudenza continuerà a ritenere applicabili in materia di contratto a termine.

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

MODENA, 28 gennaio

RAVENNA, 23 gennaio

CESENA, 12 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA TRANSAZIONE E LA CONCILIAZIONE IN MATERIA DI LAVORO

OBIETTIVI

La disciplina delle transazioni in materia di lavoro mira all'equilibrio tra istanze pubblicistiche e privatistiche, portando ad una serie di limiti e procedure del tutto peculiari. Contemporaneamente può rappresentare una modalità "morbida" per l'esodo del lavoratore dall'impresa. Obiettivo del corso è inquadrare la fattispecie analizzando la normativa (civilistica e contrattuale) e passare in rassegna le opportunità e le problematiche più comuni legate alle posizioni giuridiche che da tale istituto derivano.

DESTINATARI

Responsabili del personale e addetti alla gestione delle risorse umane.

CONTENUTI

- Gli interessi coinvolti in una transazione di lavoro: limiti e vincoli di una transazione "anche pubblicistica"
- La disciplina (norme civilistiche e contrattuali)
- Gli effetti della transazione di lavoro: opportunità e deflazione del contenzioso
- L'impugnazione delle conciliazioni in materia di lavoro

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

MODENA, 13 ottobre

RAVENNA, 22 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“GOVERNARE” IL COSTO DEL PERSONALE

OBIETTIVI

Il costo del personale da costo “Fisso” a costo “Governabile”: pianificare, programmare, controllare il costo del personale in chiave di controllo di gestione per restituire all’impresa un miglioramento di sicuro impatto sul conto economico.

La materia verrà trattata con un approccio estremamente pragmatico e con un’apertura al confronto fra le esperienze dei diversi partecipanti.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

- Pianificazione, programmazione e controllo
- La relazione fra budget del personale e budget aziendale
- Sistemi per la pianificazione del personale
- Il costo del personale ... oltre la contabilità
- La PERSONA al centro
- L’importanza di un reporting del costo del personale adeguato alla complessità dell’impresa

DOCENTE

Bellino Forte – Consulente di Direzione. Laurea in Economia e Commercio con esperienza ventennale come dirigente, da 7 anni si occupa di consulenza di direzione e formazione.

DURATA

7 ore

numero 81

SEDI E DATE

PARMA, 28 ottobre

REGGIO EMILIA, 17 settembre

FERRARA, 7 luglio

RAVENNA, 2 luglio

RIMINI, 23 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SISTEMI PREMIANTI, PIANI DI INCENTIVAZIONE E WELFARE AZIENDALE

OBIETTIVI

- Conoscere i diversi sistemi di incentivazione e associarli agli obiettivi organizzativi
- Conoscere le opportunità di un sistema di welfare aziendale
- Avere gli strumenti di base per applicare strategie di incentivazione e crescita in azienda
- Ripensare l'organizzazione secondo la logica che coniuga incremento del benessere individuale e delle performances aziendali
- Acquisire modelli per la realizzazione di piani di welfare
- Acquisire competenze di progettazione di un sistema premiante
- Conoscere gli elementi di base per gestire la contrattazione aziendale sul welfare

DESTINATARI

Middle management, responsabili d'area e figure professionali impegnate nell'area delle risorse umane, del welfare aziendale, e più in generale, figure che nell'attività lavorativa gestiscono personale, in aziende di ogni settore e dimensione.

CONTENUTI

- I sistemi di incentivazione e i sistemi di retribuzione variabile: panoramica dei diversi modelli
- La questione organizzativa alla base dell'implementazione di un sistema premiante
- Il welfare aziendale nella logica di Total Reward
- Tradurre le opportunità derivanti dalla nuova legislazione in materia di welfare aziendale in un piano di incentivazione e crescita sostenibile
- Individuare gli interventi: scegliere il proprio modello di welfare aziendale in un contesto più ampio di misure adeguate alla popolazione aziendale
- La realizzazione di un piano: strumenti di analisi, verifica fattibilità, progettazione, individuazione degli interventi e della strategia organizzativa, monitoraggio produttività
- Indicatori di valutazione dell'impatto sulle persone e della realizzazione degli obiettivi organizzativi
- La conciliazione vita-lavoro come focus del sistema premiante; una riflessione sul valore economico, il valore offerto e il valore percepito

DOCENTE

Marialuisa Di Bella – Corporate Welfare Consultant della MARCO REDAELLI & ASSOCIATI - Esperta di tematiche tra loro interconnesse, nelle quali svolge attività di consulenza, docenza, ricerca e valutazione: Politiche attive del lavoro e Welfare, Pari Opportunità e Conciliazione vita-lavoro, Welfare aziendale e Smart working, Reti territoriali, CSR e Social Innovation e Innovazione e benessere organizzativo.

Per la sede di Piacenza: Alessandro Molinari – Funzionario ufficio sindacale Confindustria Pc.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 20 ottobre

RAVENNA, 1 ottobre

CESENA, 2 ottobre

RIMINI, 15 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIRETTIVA 2014/67 - LE TRASFERTE BREVI E I TRASFERIMENTI DI PERSONALE IN EUROPA: LE NOVITÀ INTRODOTTE DALLA DIRETTIVA 957/2018- I NUOVI SCENARI PER LE TRASFERTE TECNICHE IN PAESI NON EU

OBIETTIVI

I partecipanti acquisiranno le competenze per pianificare correttamente una trasferta breve in EU alla luce delle novità introdotte dalla Direttiva 957/2018 e le conoscenze in merito agli adempimenti ormai inderogabili nel caso di impiego di personale in Paesi Non EU.

DESTINATARI

Amministratori di aziende, responsabili delle risorse umane e delle divisioni tecniche che, nell'ambito delle loro mansioni, devono gestire casi di invio di personale all'estero.

CONTENUTI

Nella prima parte del corso si affronteranno gli adempimenti obbligatori introdotti recentemente in tutti i 28 stati membri in seguito al recepimento della Direttiva 2014/67/UE e le novità introdotte dalla Direttiva 957/2018.

Durante il corso verranno affrontati gli adempimenti previsti dai principali paesi europei: Francia – Spagna – Austria – Svizzera – Germania – Belgio – Polonia. Il corso illustrerà anche gli adempimenti previsti per la Svizzera.

Verranno spiegate le nuove modalità operative, a cui l'azienda si dovrà preparare, per l'impiego di personale a breve termine (es. installazioni Tecniche e Manutenzioni) e per l'invio di personale in distacco o trasferimento nel lungo periodo (es. funzionari addetti alla vendita, direttori di stabilimento) in paesi Non EU. Particolare riferimento verrà fatto alle leggi sull'immigrazione di USA.

Verrà fornita all'azienda la check-list degli adempimenti in caso di trasferta EU/No EU: aspetti contrattuali/retributivi; adempimenti previdenziali -assicurativi- assicurazione sanitaria; adempimenti relativi alla sicurezza sul lavoro; aspetti fiscali esteri del dipendente/della Società in relazione alla Stabile Organizzazione

DOCENTE

Alessandro Arletti – Dottore commercialista e titolare dello STUDIO ARLETTI PARTNERS dal 1998. Si occupa in modo specialistico delle problematiche di carattere giuridico, fiscale e contributivo relative alla movimentazione internazionale di personale dipendente e offre la sua consulenza a numerose aziende multinazionali. Attualmente è docente del corso di International HR management presso l'Università di Bologna e collabora in qualità di docente con Associazioni industriali ACIMAC, UCIMA, ASSOCOMAPLAST, con la Fondazione Biagi, l'Università di Bologna BBS e UNINDUSTRIA.

DURATA

4 ore

numero 83

SEDI E DATE

PIACENZA, 14 maggio

PARMA, 24 gennaio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RIMBORSI SPESE E FRINGE BENEFIT

OBIETTIVI

Analizzare le tipologie dei rimborsi spese e delle scelte in relazione alle diverse incidenze tributarie. Effettuare un approfondimento dei criteri che guidano la corretta gestione dei fringe benefit. Offrire una panoramica sugli aspetti fiscali e civilistici che caratterizzano i compensi agli amministratori.

DESTINATARI

Addetti uffici amministrativi e uffici fiscali.

CONTENUTI

- Tipologie di rimborsi spese:
 - Rimborso spese ai lavoratori dipendenti e autonomi
 - Implicazioni in materia d'IVA, reddito d'impresa e reddito del percipiente
- Rimborsi spese ai lavoratori dipendenti:
 - Rimborsi spese per trasferte
 - Indennità chilometriche
 - Note spese e giustificativi in azienda
- Rimborsi spese ai lavoratori autonomi:
 - Rimborsi ad amministratori
 - Rimborsi a collaboratori occasionali
 - Coordinamento tra disciplina Iva e imposte sui redditi
- I fringe benefit:
 - Criteri d'individuazione e determinazione dei compensi in natura
 - Principali fattispecie che danno luogo a fringe benefit e modalità di tassazione
 - Autoveicoli
 - Immobili in uso ai dipendenti
 - Telefono cellulare e pc
 - Disciplina contabile fiscale e previdenziale
 - I compensi agli amministratori
 - Aspetti civilistici e fiscali

SEDI E DATE

PIACENZA, 25 giugno

PARMA, 27 novembre

CESENA, 11 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DOCENTE

Emanuela Bongiorno – Dottore commercialista e revisore legale.

DURATA

7 ore

COME LEGGERE LA BUSTA PAGA

OBIETTIVI

Conoscere gli elementi che compongono la propria busta paga.

DESTINATARI

Tutti coloro che sono interessati ad analizzare le diverse voci contenute nella busta paga per saperla leggere e comprendere.

CONTENUTI

1) Gli elementi essenziali:

- Il CCNL
- L'inquadramento
- L'anzianità di servizio
- L'orario di lavoro

2) Gli elementi variabili:

- Le festività
- Le ferie
- I permessi
- Il lavoro straordinario
- La contribuzione
- L'imposta lorda e netta
- Le detrazioni da lavoro dipendente

DOCENTE

Diego Colarusso – Consulente del lavoro.

DURATA

4 ore

numero 85

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 8 ottobre
CESENA, 20 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate
180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA – LIVELLO BASE

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

Addetti gestione amministrativa del personale.

CONTENUTI

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

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

21 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 24 e 31 marzo, 7 aprile

REGGIO EMILIA, 13, 17

e 25 novembre

FERRARA, 15, 22 e 29 settembre

CESENA, 18,23 e 29 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA – LIVELLO AVANZATO

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è approfondire la materia di base attraverso nozioni ed esercitazioni pratiche, fornire autonomia nella gestione del personale nonché nell'elaborazione mensile e annuale dei conteggi e delle dichiarazioni obbligatorie.

DESTINATARI

Responsabili e addetti gestione amministrativa personale.

CONTENUTI

I contratti di lavoro anche agevolati.

Il rilancio della certificazione dei contratti di lavoro; il lavoro a tempo determinato; il lavoro part-time; il contratto a chiamata; tirocini; sostituzione per maternità e paternità; azioni positive per la flessibilità; lavoratori diversamente abili; lavoro somministrato; nuove Co.Co.Co. D.Lgs. 81/2015; contratto di prestazione occasionale (Presto) e libretto famiglia; lavoro agile e welfare aziendale; assunzioni agevolate, assenze, orario di lavoro e costo del personale.

Analisi delle principali cause di assenza dal lavoro: malattia, infortuni, maternità, congedi familiari, congedo matrimoniale, donatori sangue, funzioni presso seggi elettorali; orario di lavoro: novità, ferie e permessi con relativi adempimenti, diritti e doveri delle parti; verifica analitica del costo del personale per tipologia contrattuale: costi diretti e indiretti, dettaglio aliquote contributive previdenziali, premi assicurativi INAIL, estinzione del rapporto di lavoro.

Richiami disciplinari e adempimenti procedurali; il preavviso e indennità sostitutive; le dimissioni; libera recedibilità; cessazione e riflessi sul patto di stabilità; licenziamenti individuali; tutela reale e obbligatoria; competenze di fine rapporto; il TFR e tempistiche di erogazione; la previdenza complementare e aspetti operativi.

Esercitazioni pratiche di elaborazione delle buste paga.

Esercitazioni pratiche con relativi calcoli in merito ad eventi di: malattia, maternità, infortunio, congedo matrimoniale, donazione sangue; esercitazioni con conguaglio di fine anno e rapporto; addizionali irpef; tassazione ordinaria e separata; risultanze 730 in buste paga e novità ricezione telematica; previdenza complementare; trasferite, rimborsi spese, fringe benefits; retribuzione differita; buste paga collaboratori; buste paga amministratori; certificazione unica; uniemens; autoliquidazione INAIL.

DOCENTE

Per la sede di Cesena: Diego Colarusso – Consulente del lavoro abilitato e addetto paghe e contributi.

Per la sede di Piacenza: Dott.ssa Emanuela Bongiorno – Dottore Commercialista e Revisore Legale.

DURATA

21 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 12, 19 e 26 novembre
CESENA, 17, 24 e 29 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

600,00 € + IVA az. associate
720,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
PRODUZIONE,
LOGISTICA, ACQUISTI

IL MESTIERE DEL CAPO REPARTO

OBIETTIVI

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. Perché partecipare? Per acquisire un metodo per analizzare il proprio ruolo di responsabile; utilizzare uno strumento per ripartire correttamente il tempo di lavoro secondo priorità; utilizzare vari strumenti di auto diagnosi per le principali capacità richieste ad un responsabile.

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

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 30 gennaio e 6 febbraio

REGGIO EMILIA, 12 e 19 maggio

RAVENNA, 20 e 27 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEAN ORGANIZATION E LEAN MANUFACTURING: MIGLIORARE LE PRESTAZIONI ED I PROCESSI

OBIETTIVI

Creare un percorso formativo e di crescita professionale per le aziende, per comprendere come impiegare le tecniche e le metodologie della Lean in maniera semplice ed efficace, sia nei processi produttivi (Lean Manufacturing) sia in quelli gestionali (Lean Office). La Lean Organization può quindi aumentare efficienza, produttività e ridurre i costi, creando valore per il cliente attraverso la riduzione dei tempi di consegna, la flessibilità produttiva e la velocità di risposta alle esigenze del mercato.

DESTINATARI

Direzione generale, direzione produzione, direzione logistica, direzione operation, direzione qualità, middle management.

CONTENUTI

- Storia della Lean
- I 10 processi della Lean
- Lean in produzione e logistica
- Lean nella Supply Chan
- Lean office nei processi di progettazione e sviluppo
- Analisi delle risorse in un progetto Lean

DOCENTE

Per la sede di Piacenza: 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.

Per le sedi di Reggio Emilia e Forlì Cesena: Q&O CONSULTING, 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”.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 5 e 12 giugno

REGGIO EMILIA, 16 e 23 settembre

CESENA, 16 e 23 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORGANIZZARE E STRUTTURARE IL CONTROLLO QUALITÀ IN AZIENDA

OBIETTIVI

Il controllo qualità consta di una serie di attività volte ad accertare, controllare e misurare la qualità di prodotti e componenti, nelle varie fasi del processo produttivo. Il corso illustra come organizzare, strutturare e rendere efficace un'attività di controllo qualità; l'obiettivo è permettere ai partecipanti di:

- Comprendere e pianificare il bilanciamento fra risorse e processi di CQ
- Organizzare il lavoro in modo efficace ed efficiente
- Gettare le basi per passare da attività di ispezione ad attività di prevenzione
- Acquisire strumenti di problem solving

DESTINATARI

Responsabili ed addetti al CQ e sistema qualità, personale di produzione e di staff, personale tecnico.

CONTENUTI

Storia e struttura del CQ

I 3 livelli del CQ:

- Accettazione
- Ispezione
- Regolazione

Introduzione al problem solving:

- I 7 strumenti base
- La Metodologia 8D (8 Discipline)

DOCENTE

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

Per la sede di Modena: 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.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 15 e 22 ottobre
MODENA, 29 ottobre e 5 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SISTEMI DI MISURAZIONE DELLE PRESTAZIONI AZIENDALI

OBIETTIVI

Conoscere i KPI di valutazione della funzione più attuali ed efficaci e imparare a selezionare quelli più idonei alla propria struttura.

Creare degli indicatori coerenti con gli obiettivi aziendali e di funzione.

Conoscere le metodologie e gli strumenti più innovativi per misurare le performance negli acquisti.

Approfondire in che modo questo risparmio viene trattato a livello di controllo di gestione e quali sono gli impatti sul conto economico.

Dimostrare alla Direzione la validità della propria funzione.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della qualità, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- Definire gli indicatori per la gestione del Rischio di fornitura (KRI- Key Risk Indicator)
- Apprendere le tecniche di costruzione del Reporting e dei KPI coerenti con gli obiettivi della funzione e del singolo buyer
- Misurare le prestazioni del parco fornitori

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.)

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 23 aprile

REGGIO EMILIA, 14 luglio

RAVENNA, 12 maggio

CESENA, 21 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE STRATEGICA DEGLI ACQUISTI: MIGLIORARE LA REDDITIVITÀ E RIDURRE I RISCHI DI FORNITURA

OBIETTIVI

Le fasi del processo di acquisto sono numerose e complesse, prevedono una serie di attività e di strumenti di gestione a partire dalla definizione delle strategie di acquisto per arrivare alla negoziazione ed alla chiusura dell'accordo di fornitura. Il corso fornisce tutti gli strumenti e le tecniche per lavorare con efficacia, in linea con la strategia d'acquisto aziendale e garantendo vantaggi competitivi concreti alla propria realtà aziendale.

DESTINATARI

Imprenditori e responsabili aziendali, responsabili della logistica, responsabili acquisti, responsabili di produzione, responsabili programmazione della produzione, controller.

CONTENUTI

- La definizione delle politiche di acquisto per classe merceologica
- La progettazione delle strategie d'acquisto (matrice di Kraljic e analisi della competitività e delle forze contrattuali cliente/fornitore)
- L'impatto degli acquisti sull'utile aziendale e l'analisi del TCO: total cost of ownership
- Obiettivi della funzione acquisti: qualità, lead time di acquisto, prezzo, consegna, riduzione rischi.
- Il prezzo di acquisto: approccio tattico o approccio strategico alla politica dei prezzi?
- Creare e sfruttare la competizione tra fornitori e la forza contrattuale del cliente
- La gestione e gli strumenti del processo di acquisto: dalle specifiche di acquisto per il sourcing (ricerca fornitori), alla definizione delle specifiche legate al prodotto o servizio da acquistate
- Fasi del processo d'acquisto: richiesta di offerta, analisi della RdA ed emissione ordine, gestione dell'ordine, solleciti ai fornitori, analisi e valutazione della qualità della fornitura, gestione del pagamento e contenzioso con il fornitore
- L'utilizzo di Internet nella selezione dei fornitori: la rivoluzione 4.0 nel procurement

DOCENTE

Franciosi Flavio – Svolge docenze nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al Supply Chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA

14 ore

numero 92

SEDI E DATE

PIACENZA, 18 e 25 settembre
PARMA, 20 e 27 febbraio
REGGIO EMILIA, 24 febbraio e
2 marzo
MODENA, 10 e 17 marzo
FERRARA, 4 e 11 febbraio
CESENA, 16 e 23 ottobre
RIMINI, 21 e 28 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MODELLI E SISTEMI PER LA GESTIONE DELLE SCORTE PER OTTIMIZZARE IL CAPITALE CIRCOLANTE

OBIETTIVI

Il livello di scorta risulta essere una delle voci di costo principali, ma anche di servizio per la propria pianificazione industriale o commerciale. La pianificazione é fondamentale per la gestione e l'individuazione degli obiettivi di servizio al cliente, per l'azione di previsione e di controllo delle scorte nonché dei criteri di allocazione delle scorte nella rete. Questo obiettivo è raggiungibile solo se l'azienda è in grado di scegliere i modelli di gestione delle scorte più efficienti rispetto alle caratteristiche dei mercati in cui l'azienda è presente, coordinando le scelte legate alla ottimizzazione delle scorte ed alla corretta gestione della previsione delle vendite.

DESTINATARI

Imprenditori e responsabili aziendali, responsabili della logistica, responsabili acquisti, responsabili di produzione, responsabili programmazione della produzione, controller.

CONTENUTI

- Tipologia dei sistemi di gestione delle scorte ed ambiti di applicazione
- Sistemi di gestione delle scorte "look back" (Punto di riordino, Periodo di riordino, Kanban)
- Sistemi di gestione delle scorte in collaborazione con i fornitori e con i clienti
- Determinazione ed ambito di applicazione del lotto economico
- Criteri di scelta del sistema di gestione più adatto a seconda della tipologia di materiali
- Costruire sistemi di analisi e misurazione delle scorte in magazzino (analisi scorte-consumi), sistemi per la valutazione delle scorte (rotazioni, coperture, anzianità dello stock)
- Il processo di previsione e pianificazione della domanda e la forecast accuracy: come gestire gli errori di previsione

DOCENTE

Franciosi Flavio – Svolge docenze nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al Supply Chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PARMA, 7 e 14 maggio

REGGIO EMILIA, 9 e 16 giugno

FERRARA, 18 e 25 novembre

CESENA, 7 e 14 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE E L'ORGANIZZAZIONE DEL MAGAZZINO: ATTIVITÀ E METODOLOGIE OPERATIVE

OBIETTIVI

La progettazione, l'organizzazione e la gestione sono aspetti rilevanti per il corretto funzionamento delle attività aziendali. Il corso fornisce innovative soluzioni per organizzare e gestire un magazzino moderno al fine di migliorarne le prestazioni. Le tematiche che si affronteranno saranno relative allo sviluppo di efficaci scelte strutturali, infrastrutturali ed impiantistiche al fine di ottimizzare l'equilibrio tra la saturazione delle risorse e la flessibilità del sistema logistico. Si porrà l'attenzione anche sull'utilizzo degli strumenti informatici indispensabili per il raggiungimento di livelli ottimali di efficienza e di efficacia.

DESTINATARI

Imprenditori e responsabili aziendali, responsabili della logistica, responsabili acquisti, responsabili di produzione, responsabili programmazione della produzione, controller.

CONTENUTI

- Il ruolo e le funzioni del magazzino e le prestazioni di servizio e di costo richieste ai magazzini nel nuovo ambito competitivo (velocità, flessibilità, gestione del livello di servizio richiesto dalla produzione o dal mercato)
- La progettazione e l'organizzazione delle diverse aree del magazzino
- Il ricevimento delle merci, lo stoccaggio: attrezzature e mezzi di movimentazione
- Il dimensionamento, la definizione delle strutture di movimentazione e di posizionamento
- Il picking e la preparazione dell'ordine: i diversi sistemi, parametri che ne influenzano la scelta, Il controllo dei costi, la progettazione dei sistemi di picking e preparazione degli ordini, picking per cliente, per somma di ordini, sistemi misti, sistemi manuali e sistemi automatici
- Gli strumenti informatici e l'operatività di magazzino
- Gli indicatori di performance, la pianificazione, il reporting

DOCENTE

Franciosi Flavio – Svolge docenze nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al Supply Chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti.

DURATA

14 ore

numero 94

SEDI E DATE

PIACENZA, 21 e 28 maggio

PARMA, 26 marzo e 2 aprile

REGGIO EMILIA, 30 marzo e 6 aprile

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA QUALIFICA DEI FORNITORI: UN FATTORE DISTINTIVO PER LA PROPRIA COMPETITIVITÀ AZIENDALE

OBIETTIVI

Il corso si propone di analizzare e saper svolgere preventivamente la qualifica dei fornitori, integrando una valutazione tecnica/economica ad una valutazione della sostenibilità della propria catena di fornitura. L'obiettivo è migliorare il processo di selezione degli attuali e nuovi fornitori, monitorando le performance, identificando possibili cause di discontinuità della fornitura, ottimizzando la performance d'acquisto.

DESTINATARI

Imprenditori, responsabili della qualità, responsabili amministrativi.

CONTENUTI

- La valutazione dei fornitori secondo ISO 9001 (2015)
- Valutazione preliminare e valutazione periodica
- Procedura evoluta di valutazione dei fornitori: Vendor rating
- L'audit: uno strumento efficace per la valutazione del fornitore e il miglioramento della qualità
- Gestione degli audit secondo la norma UNI EN ISO 19011
- Tipi e metodologie di audit di audit
- Vantaggi e svantaggi degli audit per elementi e per processi
- Pianificazione e svolgimento di un audit
- Competenza degli auditori (conoscenze, abilità, caratteristiche personali, istruzione, esperienza e miglioramento delle prestazioni)
- Esercitazione pratica: preparazione di una check list per audit a un fornitore; simulazione di un audit in campo

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.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 4 novembre

REGGIO EMILIA, 27 novembre

MODENA, 16 dicembre

RAVENNA, 8 ottobre

CESENA, 3 dicembre

RIMINI, 10 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

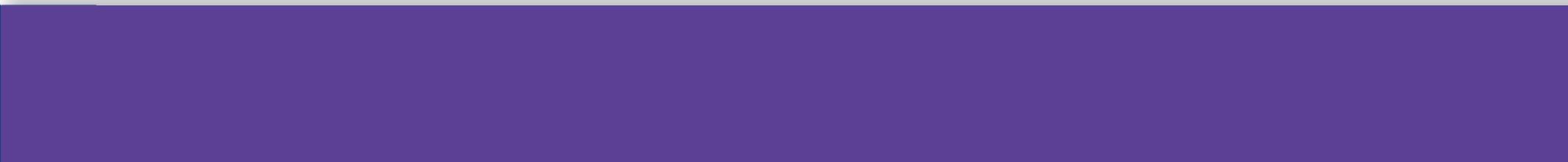
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
INFORMATICA



EXCEL 4 BUSINESS: BUSINESS MODELS PER LA GESTIONE EFFICIENTE DELL'IMPRESA

OBIETTIVI

Obiettivo di questo corso è proporre, discutere ed analizzare insieme alcuni modelli per la gestione amministrativa e produttiva dell'impresa quali: analisi del personale, statistiche commerciali e di produzione, modelli di calcolo e di analisi per l'ufficio acquisti, modelli di reporting per la gestione dell'Impresa.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

- Progettazione di un modello per la raccolta e l'elaborazione dei dati: best practices
- Funzioni di calcolo per la riclassificazione dei dati:
- CERCA.VERT, CONFRONTA, INDICE, SCARTO, INDIRECTO
- SE, SE NIDIFICATO, FUNZIONI DI CONTROLLO DEGLI ERRORI
- Tabelle PIVOT e funzioni INFO.DATI

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - RE) – Consulente Aziendale e Formatore su: Analisi dati e Reporting; Gestione Progetti e Trasformazione digitale. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di: Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net; Temporary Data Manager per l'ottimizzazione dei flussi informativi; Project Manager per progetti di trasformazione digitale e gestione dei processi formativi.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 16 e 23 marzo

CESENA, 12 febbraio

RIMINI, 9 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EXCEL – LIVELLO BASE

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

8 ore

numero 97

SEDI E DATE

PIACENZA, 23 e 30 gennaio

PARMA, 18 e 25 maggio

REGGIO EMILIA,

Ed. n.1 - 16 e 23 aprile

Ed. n.2 - 18 e 25 settembre

RAVENNA,

Ed. n.1 - 26 marzo e 2 aprile

Ed. n.2 - 22 e 29 settembre

CESENA, 3 e 10 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE MODELLI DI CALCOLO CON L'UTILIZZO DI MICROSOFT EXCEL (LIVELLO INTERMEDIO)

OBIETTIVI

Non è difficile percepire per un'azienda l'importanza di gestire ed organizzare i dati economici in modo efficiente, né tanto meno quanto ciò risulti strategico per moltissime attività, quali le vendite, il marketing, il servizio clienti, la contabilità. Obiettivo di questi incontri è 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. Si privilegia un orientamento volto alla risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico per le analisi e le attività tipiche di chi opera nei diversi compartimenti aziendali.

DESTINATARI

Il corso è rivolto a figure professionali di vario genere che abbiano la necessità di monitorare e analizzare i dati dell'azienda per trasformarli in informazioni di valore aggiunto.

CONTENUTI

- Costruire modelli di calcolo con l'utilizzo di: SE, SE NIDIFICATO, FUNZIONI DI CONTROLLO DEGLI ERRORI
- Analizzare e riepilogare dati numerici con operazioni condizionali: Somme, Medie e Conteggi
- Confrontare dati provenienti da fogli/files diversi: CERCA.VERT, CONFRONTA, INDICE
- Operazioni con le date per il calcolo dei giorni lavorativi
- Riepilogare elenchi e tabelle di dati con le elaborazioni PIVOT
- Rappresentare graficamente i dati: Sparkline, Grafici, Formattazione condizionale

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 19 e 26 febbraio

PARMA, 16 e 23 settembre

REGGIO EMILIA,

Ed. n.1 - 21 e 28 maggio

Ed. n.2 - 7 e 14 ottobre

RAVENNA,

Ed. n.1 - 20 e 27 aprile

Ed. n.2 - 18 e 24 novembre

CESENA, 23 e 30 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ELABORAZIONI PIVOT E REPORTING GRAFICO CON EXCEL

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è lavorare su foglio elettronico non solo come strumento di produttività individuale ma anche come strumento di analisi e reporting dei dati provenienti dai sistemi gestionali. Verranno analizzati gli strumenti e le tecniche con cui produrre in pochi minuti report dinamici per acquisire il controllo dei propri dati.

DESTINATARI

Operatori aziendali, controller, imprenditori e professionisti che abbiano l'esigenza di analizzare e rielaborare dati economici e commerciali, in modo efficace, all'interno ed all'esterno dell'azienda, per i quali una migliore organizzazione del lavoro diventano sempre più decisivi.

CONTENUTI

- Gestire elenchi e tabelle dati con EXCEL: importare dati dall'esterno e gestirne correttamente il formato
- Analizzare i dati con le tabelle pivot: come organizzare i dati per un'elaborazione Pivot, raggruppare o consolidare? Utilizzare il Filtro Dati
- Formule e funzioni di calcolo: quando e come utilizzare le funzioni EXCEL o i Campi Calcolati
- Elaborazioni pivot: Campi Calcolati, Elementi Calcolati, la funzione INFO.DATI.TAB.PIVOT e la sua parametrizzazione
- Tools a supporto delle attività di recupero e trasformazione dei dati: PowerQuery

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

8 ore

numero 99

SEDI E DATE

PIACENZA, 22 e 29 giugno

PARMA, 19 e 26 ottobre

REGGIO EMILIA, 2 e 9 novembre

RAVENNA,

Ed. n.1 - 8 e 15 giugno

Ed. n. 2 - 2 e 9 dicembre

CESENA, 5 e 12 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AUTOMATIZZARE EXCEL CON L'UTILIZZO DELLE MACRO E DEL VBA (LIVELLO AVANZATO)

OBIETTIVI

Obiettivo di questi incontri è quello di scoprire il volto nascosto del foglio elettronico di calcolo e le possibilità di automatizzazione per velocizzare e rendere più efficienti i processi di elaborazione dei dati. Verranno analizzati, discussi e implementati esempi di Macro e di Funzioni scritte in VBA per l'ottimizzazione delle attività più dispendiose in termini di tempo. In particolare verranno analizzate le seguenti problematiche: unire e consolidare dati provenienti da più tabelle; selezionare dati in base alla loro dimensione; ricopiare formule su più righe; interrogare dati con filtri e Tabelle Pivot; interagire con altre applicazioni (Outlook, PDF Creator, Word, ecc...) per creare documenti tramite VBA.

Si analizzeranno i concetti base della programmazione VBA (Visual Basic for Application) applicati alla gestione degli oggetti presenti nei file di Ms Excel.

DESTINATARI

Operatori aziendali, controller, manager e professionisti 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 diventa sempre più decisiva.

CONTENUTI

- Macro Excel e VBA: registrare una Macro ed analizzarne il contenuto
- Esempi e frammenti di codice per:
 - Eseguire operazioni ricorsive: scorrere i diversi fogli, le celle in un intervallo, i files in una cartella
 - Interagire con altre applicazioni: creare nuovi documenti Excel, Word, Outlook, etc.
- Ripetizioni cicliche di istruzioni: FOR...NEXT, FOR EACH...NEXT, DO...LOOP
- Funzioni condizionali: IF...THE...ELSE, SELECT CASE...END SELECT
- Costruire macro per ordinare, filtrare e riepilogare i dati

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - RE) – Consulente Aziendale e formatore su: analisi dati e reporting; gestione progetti e trasformazione digitale. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di: analista e sviluppatore software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net; temporary data manager per l'ottimizzazione dei flussi informativi; project manager per progetti di trasformazione digitale e gestione dei processi formativi.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 3 e 10 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MODELLI DI ANALISI PER L'UFFICIO COMMERCIALE E MARKETING

OBIETTIVI

Sviluppare capacità di analisi dei dati per comprendere se le proprie opinioni si basano sulla conoscenza o su sensazioni personali, invitando quindi ad adottare un approccio razionale, analitico. 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 d'acquisto in base a quanto rilevato.

DESTINATARI

Addetti ufficio commerciale, responsabili vendite, addetti ufficio marketing.

CONTENUTI

- Analisi dei dati di andamento vendite, non solo il fatturato generale ma anche margini e pagamenti interrogabili per prodotto, area commerciale, cliente
- Analisi dei dati di andamento generale del mercato e della quota di penetrazione
- Analisi di confronto con la concorrenza, incrociando le caratteristiche dell'intero sistema d'offerta
- Analisi ABC dei clienti
- Verifica delle performance aziendali, con un focus specifico sull'attività commerciale che evidenzia ad esempio le visite ai clienti, i preventivi generati e la loro percentuale di chiusura, il numero, la frequenza e l'importo medio degli acquisti

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - RE) – Consulente aziendale e formatore su: analisi dati e reporting; gestione progetti e trasformazione digitale. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di: analista e sviluppatore software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net; temporary data manager per l'ottimizzazione dei flussi informativi; project manager per progetti di trasformazione digitale e gestione dei processi formativi.

Per le sedi di Parma, Ferrara, Ravenna: Fabio Bononcini – Esperto in tematiche legate alla gestione aziendale, si occupa di gestire come team leader i progetti legati alle aree marketing & commerciale, acquisti & produzione ed organizzazione aziendale per l'ottimizzazione del costing.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 17 e 24 aprile

PARMA, 8 e 15 giugno

REGGIO EMILIA, 18 e 25 giugno

FERRARA, 29 aprile e 6 maggio

RAVENNA, 6 e 13 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MODELLI DI ANALISI PER L'UFFICIO ACQUISTI

OBIETTIVI

Sviluppare capacità di analisi dei dati per prevedere l'andamento dei mercati e dei prezzi, e conoscere a fondo le logiche operative aziendali per anticiparne le necessità. 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 d'acquisto in base a quanto rilevato.

DESTINATARI

Addetti ufficio acquisti, responsabili acquisti, buyers.

CONTENUTI

- MS Excel per l'analisi e la progettazione dei principali indicatori di controllo: tempi di risposta e qualità delle forniture, conformità fatturazione
- Verifica delle spedizioni
- Modelli di calcolo per il controllo delle forniture
- Modelli di calcolo per l'approvvigionamento dei materiali

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - RE) – Consulente Aziendale e Formatore su: Analisi dati e Reporting; Gestione Progetti e Trasformazione digitale. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di: Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net; Temporary Data Manager per l'ottimizzazione dei flussi informativi; Project Manager per progetti di trasformazione digitale e gestione dei processi formativi.

Per le sedi di Parma, Ravenna, Ferrara: Fabio Bononcini – Esperto in tematiche legate alla gestione aziendale, si occupa di gestire come team leader i progetti legati alle aree marketing & commerciale, acquisti & produzione ed organizzazione aziendale per l'ottimizzazione del costing.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

PARMA, 10 e 17 luglio

REGGIO EMILIA, 2 e 9 luglio

MODENA, 21 e 28 maggio

FERRARA, 4 e 11 giugno

RAVENNA, 7 e 14 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ANALISI DATI E REPORTING: TRASFORMARE NUMERI E DATI IN INFORMAZIONI A VALORE AGGIUNTO

OBIETTIVI

Spesso il termine “data mining” viene associato a qualcosa di inaccessibile, perché il software è troppo costoso, perché è necessario assumere un esperto per analizzare tutti i dati e perché non è chiara la reale utilità dell’output. Ma cos’è in pratica il “data mining”? È davvero difficile estrarre la conoscenza nascosta nei nostri database? È così impegnativo fare previsioni sulla base dei preziosi dati che abbiamo accumulato nel tempo o acquistato? Come possiamo far parlare i numeri e raccontare storie che trasformino i dati in informazioni di valore? Se avete un minimo di mente analitica e avete un foglio di calcolo, potete fare un tentativo con buone probabilità di riuscita.

DESTINATARI

Il corso è rivolto figure professionali di vario genere (manager o responsabili di funzione, operatori aziendali dell’area commerciale, addetti all’amministrazione, responsabili di produzione, etc.) che abbiano la necessità di monitorare e analizzare i dati dell’azienda per trasformarli in informazioni di valore aggiunto.

CONTENUTI

- Separare i dati dal processo di elaborazione e dal livello di presentazione grafica
- Fare Business Analytics: fabbisogno informativo e definizione del progetto di analisi, definizione del piano di ricerca e individuazione delle fonti
- Analizzare e importare dati da sorgenti esterne: importazioni guidate e Query, creare una connessione dati: CSV, ODBC, SQL Server, e altri.
- Efficace utilizzo degli strumenti già presenti in azienda per l’analisi dei dati
- Definizione dell’orizzonte temporale (per l’analisi, la valutazione delle performance e l’applicazione del modello di analisi)
- Come rappresentare i risultati nel reporting: modalità e correttezza
- Il reporting grafico dei dati e la modalità di rappresentazione dei risultati
- Modelli e simulazioni per la Business Analysis e la Business Intelligence: presentazione e discussione di casi con Excel e Power BI

DOCENTE

Orlando De Polito (FLYSOFT SAS - RE) – Consulente Aziendale e Formatore su: Analisi dati e Reporting; Gestione Progetti e Trasformazione digitale. Dal 1998 opera al servizio delle Imprese, con il ruolo di: Analista e Sviluppatore Software in ambiente VBA, Visual Basic, C#, .Net; Temporary Data Manager per l’ottimizzazione dei flussi informativi; Project Manager per progetti di trasformazione digitale e gestione dei processi formativi.

DURATA

8 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 24 e 31 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
QUALITÀ E AMBIENTE



MOCA (MATERIALE ED OGGETTI DESTINATI A CONTATTO CON ALIMENTI) E GMP (GOOD MANUFACTURING PRACTICES): COME GARANTIRE IL RISPETTO DEI REQUISITI

OBIETTIVI

I MOCA e GMP hanno un impatto non indifferente nel campo della sicurezza alimentare.

Le Aziende sottoposte al rispetto di suddetti requisiti, sono obbligate ad assicurare il requisito igienico dei prodotti e processi relativi ai MOCA stessi, imponendo un rispetto operativo sulle norme di buona fabbricazione.

Il personale interessato deve avere adeguata competenza e conoscenza delle norme cogenti di riferimento richieste dai Regolamenti Comunitari per la progettazione, l'approvvigionamento, la produzione e l'utilizzo di tali materiali e oggetti nonché delle norme volontarie disponibili a supporto e delle metodiche operative standard per il settore.

DESTINATARI

Operatori della qualità in aziende di produzione, distribuzione od importazione di MOCA (es.: imballaggi alimentari, materiali di rivestimento, casalinghi e attrezzature da cucina, macchine di processo per alimenti); Auditor che intendano approfondire la loro conoscenza della regolamentazione cogente e volontaria applicabile ai materiali e oggetti per alimenti; Aziende alimentari interessate ad approfondire la loro conoscenza dei requisiti igienici dei materiali di confezionamento, macchine e utensili, utilizzati nel settore agroalimentare.

CONTENUTI

- Requisiti normativi
- Attuazione di Analisi dei Rischi
- Esercitazioni in aula sulle modalità di applicazione

DOCENTE

Tancredi Giovanni – Consulente di Direzione. Implementazione del Sistema Gestione Qualità secondo le Norme UNI EN ISO 9000, 27000 (Sicurezza dei Sistemi Informativi) e gli STD definiti dalla GDO (es.: BRC, IFS, BRC IOP, IFS Logistic). È Auditor qualificato Analisi gestionale del Sistema di Gestione per la Qualità. Audit dei Sistemi Gestione Qualità Analisi e valutazione dei costi della non qualità.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 24 marzo

PARMA, 30 aprile

CESENA, 7 aprile

RIMINI, 27 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AUDIT INTERNI SUL TUO SISTEMA GESTIONALE INTEGRATO: LABORATORIO PRATICO PER ESSERE EFFICACI ED EFFICIENTI

OBIETTIVI

Il corso prevede la trattazione della norma UNI EN ISO 19011:2018.

Durante lo svolgimento del corso sono previste esercitazioni eseguite in gruppi, finalizzate alla preparazione dell'audit e alla simulazione della conduzione dell'audit secondo la tecnica del role playing.

DESTINATARI

Chi effettua audit di parte prima (sia in piccole realtà, che in organizzazioni complesse o multi-sito), chi effettua (o riceve) audit di parte seconda, chi gestisce Sistemi aziendali (Responsabile Sistema Qualità/Ambiente e Sicurezza, Responsabile Sistema HACCP...), chi vuole perfezionare le competenze di un Sistema organizzativo, delle interazioni tra i processi e degli impatti derivanti, chi vuole elevare la propria qualifica personale, utilizzando gli audit come strumento per valutare l'efficacia di un Sistema Gestione Qualità.

CONTENUTI

- Tipologie di audit
- I principi dell'attività di audit
- L'avvio dell'audit
- La preparazione delle attività di audit
- Lo svolgimento delle attività di audit
- Il rapporto di audit: preparazione, approvazione, distribuzione
- La chiusura dell'audit
- Conduzione di azioni successive all'audit
- Competenza e valutazione degli auditor
- La comunicazione nell'ambito dell'attività di audit

DOCENTE

Tancredi Giovanni – Consulente di Direzione. Implementazione del Sistema Gestione Qualità secondo le Norme UNI EN ISO 9000, 27000 (Sicurezza dei Sistemi Informativi) e gli STD definiti dalla GDO (es.: BRC, IFS, BRC IOP, IFS Logistic). È Auditor qualificato Analisi gestionale del Sistema di Gestione per la Qualità. Audit dei Sistemi Gestione Qualità Analisi e valutazione dei costi della non qualità.

Per la sede di Reggio Emilia: Londrillo Laura – consulente sui sistemi di gestione qualità, responsabilità sociale e sicurezza secondo le Norme UNI EN ISO 9001, SA 8000, ISO 45001. Lead Auditor qualificato SICEV per sistemi ISO 9001 in vari settori EA. È auditor qualificato con l'Organismo di certificazione DNV GL per il quale opera in qualità di Lead auditor.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 24 settembre

REGGIO EMILIA, 15 maggio

CESENA, 16 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ NEI NUOVI MODELLI GESTIONALI

OBIETTIVI

I rischi possono derivare da varie fonti: l'incertezza sui mercati finanziari, le minacce derivanti dai fallimenti dei progetti (in qualsiasi fase della progettazione, sviluppo, produzione o mantenimento dei cicli di vita), responsabilità legali, rischio di credito, incidenti, cause naturali e disastri, un avversario, o eventi di causa-radice incerta o imprevedibile. Le strategie per gestire le minacce hanno come obiettivo evitare la minaccia, la riduzione dell'effetto negativo o della probabilità della minaccia, oppure il trasferimento totale o parziale della minaccia a un'altra parte. Il corso intende fornire gli strumenti e le competenze per identificare, analizzare, valutare e governare i rischi aziendali, al fine di individuare i rischi (definita in ISO 31000 come effetto dell'incertezza sugli obiettivi) e puntare ad un'applicazione coordinata ed economica delle risorse per minimizzare, monitorare e controllare la probabilità o l'impatto di eventi sfortunati.

DESTINATARI

Manager, responsabile qualità, imprenditori e consulenti che desiderino arricchire, aggiornare e sistematizzare in modo organico le proprie conoscenze e competenze in materia di analisi, valutazione e gestione dei rischi.

CONTENUTI

- Modelli e strumenti per la Risk Analysis
- Analisi SWOT al fine di individuare le minacce, spunti di miglioramento ed opportunità
- Strumenti e modelli operativi per il governo ed il monitoraggio dei rischi dell'organizzazione
- Esercitazioni nella fase conclusiva della giornata

DOCENTE

Tancredi Giovanni – Consulente di Direzione. Implementazione del Sistema Gestione Qualità secondo le Norme UNI EN ISO 9000, 27000 (Sicurezza dei Sistemi Informativi) e gli STD definiti dalla GDO (es.: BRC, IFS, BRC IOP, IFS Logistic). È Auditor qualificato Analisi gestionale del Sistema di Gestione per la Qualità. Audit dei Sistemi Gestione Qualità Analisi e valutazione dei costi della non qualità.

Per la sede di Reggio Emilia: Londrillo Laura – consulente sui sistemi di gestione qualità, responsabilità sociale e sicurezza secondo le Norme UNI EN ISO 9001, SA 8000, ISO 45001. Lead Auditor qualificato SICEV per sistemi ISO 9001 in vari settori EA. E' auditor qualificato con l'Organismo di certificazione DNV GL per il quale opera in qualità di Lead auditor.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 2 aprile

PARMA, 22 maggio

REGGIO EMILIA, 17 giugno

CESENA, 22 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CORSO INTRODUTTIVO SUL SISTEMA DI GESTIONE DELL'ENERGIA – SGE – ISO 50001

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti una panoramica sui Sistemi di Gestione dell'Energia secondo i requisiti della Norma ISO 50001:2018. Il corso ha l'obiettivo di inquadrare il tema del corretto uso dell'energia all'interno dell'organizzazione aziendale e delle evoluzioni normative in corso anche alla luce della rivisitazione delle famiglie di Norme ISO più diffuse.

DESTINATARI

Referenti di tutte le organizzazioni che intendono approcciare il tema dell'efficace gestione dell'energia indipendentemente dal settore merceologico e dal numero di addetti. Energy Manager, responsabili acquisti, responsabili di sistemi di gestione, consulenti.

CONTENUTI

- Il quadro normativo di riferimento: Il Sistema di Gestione dell'Energia (SGE) e le norme della serie ISO 50000
- Scopo e campo di Applicazione del SGE ISO 50001
- La politica per la gestione dell'energia
- L'analisi iniziale di tutti i consumi energetici
- La pianificazione energetica
- Gli indicatori di performance energetici
- Obiettivi e traguardi (target) energetici

DOCENTE

Donato Tangorra – Laureato in Ingegneria Gestionale, ha frequentato un Executive Master in Energy Management nel 2014 che lo ha portato a maturare negli ultimi 5 anni esperienza sul campo nell'ambito dell'Energy Management sia come Consulente sia come professionista incaricato nella realizzazione di Diagnosi Energetiche in ambito civile e industriale. Svolge principalmente il ruolo di Energy Manager ed effettua consulenze presso numerose PMI e aziende medio/grandi tra cui Scigno Unipersonale SpA, Climaservice Srl e diverse strutture alberghiere della riviera romagnola.

DURATA

4 ore

SEDI E DATE

FERRARA, 3 dicembre

CESENA, 19 marzo

RIMINI, 14 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO DEI SISTEMI DI GESTIONE: LE PERSONE OLTRE LA CERTIFICAZIONE

OBIETTIVI

L'Organizzazione Internazionale di Standardizzazione (ISO) ha da tempo avviato una strategia di rivisitazione delle Norme di riferimento, transizione che ha riguardato anche quelle più diffuse tra cui le famiglie ISO 9000, ISO 14000 ed ISO 45001 (ex-OHSAS 18001) basandosi sulla nuova struttura HLS (High Level Structure). Tale approccio ha, fra l'altro, posto l'accento sul valore delle persone ben oltre gli strumenti gestionali, poiché l'esperienza insegna che il presidio da parte dei "preposti" dei processi più significativi rimane un elemento imprescindibile al fine di ottenere Sistemi efficaci e realmente applicati. Il percorso, dunque, ha l'obiettivo di aiutare aziende a rivalutare il livello di efficacia dei propri modelli di gestione, partendo dalle Certificazioni ISO già in possesso.

DESTINATARI

Referenti di tutte le organizzazioni che hanno in essere un proprio sistema di gestione in ambito qualità, ambiente, salute e sicurezza sui luoghi di lavoro o altro schema riconosciuto, RSPP, ASPP, consulenti, Lead Auditor ed auditor di sistemi di gestione.

CONTENUTI

- Il valore dell'organizzazione, gli scenari dei Modelli di Gestione, novità e ambiti di interesse
- I principi base per un'efficace Sistema di Gestione aziendale
- Leadership effettiva e diffusa quale "sponsor" di qualsiasi modello gestionale
- La valutazione di rilevanza e criticità dei processi e la collocazione delle risorse necessarie
- Ruoli chiari, deleghe effettive, competenze del personale: le persone prima degli strumenti
- Regole certe e strumenti integrati: come facilitare la gestione dei processi
- La valutazione delle prestazioni come opportunità di miglioramento
- Esercitazioni su casi pratici

DOCENTE

Enzo Mataloni – Da oltre 20 anni sviluppa e coordina progetti e consulenze per Organizzazioni pubbliche e private, in particolare nell'ambito dei Sistemi di Gestione certificabili. Ha partecipato ai lavori di alcuni Gruppi di Lavoro UNI. Ha maturato esperienze specialistiche nell'ambito manifatturiero, dell'ingegneria, dei servizi e della responsabilità sociale avendo seguito numerose PMI e medio/grandi Organizzazioni tra cui Rete Ferroviaria Italiana, Autostrade per l'Italia, Wind e Gruppo Del Conca. Ha condotto più di 250 Audit come valutatore di Enti di Certificazione ed ha ottenuto diverse qualifiche professionali in registri professionali riconosciuti sia Italiani che Europei (tra cui la Qualifica come Mystery Auditor).

DURATA

7 ore

numero 108

SEDI E DATE

RAVENNA, 16 aprile

CESENA, 27 gennaio

RIMINI, 8 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DALLA NORMA ISO 9001 ALLA SPECIFICA TECNICA IATF 16949. I REQUISITI SPECIFICI APPLICATI AI FORNITORI DEL SETTORE AUTOMOTIVE CERTIFICATI ISO 9001

OBIETTIVI

Identificare i requisiti richiesti dal settore automotive secondo la Specifica tecnica IATF 16949 e la loro applicazione al Sistema gestione qualità certificato ISO 9001.

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

Per le sedi dell'Emilia: Anna Maria Cappa – Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 – IATF 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001) – Auditor di 1° e 2° parte per le norme ISO 9001, ISO 14001, per lo standard automotive IATF 16949 e lo schema VDA 6.3

Per le sedi della Romagna: SERINT GROUP – Nasce nel 1996 con l'idea di costituire una moderna società di Ricerca, Progetti, Consulenza e Servizi, in grado di proporsi ad imprese, enti ed amministrazioni pubbliche come unico referente, secondo una logica di “Servizi Integrati”. L'organico Serint è composto da più di 15 professionisti interni, non freelance, fra cui figura Enzo Mataloni CEO presso Serint Group Italia Srl.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

MODENA, 1 luglio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
LEGALE E PRIVACY



GDPR DUE ANNI DOPO: ADEMPIMENTI PRIVACY, SEMPLIFICAZIONI, BEST PRACTICES, CONTROLLI

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti un utile guida per comprendere, implementare e verificare i corretti adempimenti in materia di protezione dei dati previsti dal Regolamento Europeo, dalle rinnovate normative nazionali e dalle innumerevoli disposizioni del garante della privacy. Fornire strumenti per costruire le procedure di controllo e i punti di attenzione. Dare indicazioni sul come rispondere alle eventuali richieste in materia. Illustrare le best practice consolidate. Evidenziare quali vantaggi aziendali possono essere acquisiti con il corretto adeguamento al GDPR.

DESTINATARI

Responsabili aziendali, responsabili HR e amministrazione, responsabili IT/EDP/CED, ufficio legale, ufficio qualità e tutti coloro che in azienda sono coinvolti negli adempimenti “privacy”.

CONTENUTI

- Le norme applicabili e le eventuali semplificazioni
- Check degli adempimenti relativi alla propria azienda/realità
- Quale documentazione occorre produrre e tenere aggiornata
- Impostare le procedure di verifica
- Impostare i controlli per la tutela del patrimonio informativo aziendale
- Le aree di miglioramento: come mitigare i rischi e contrastare eventuali vulnerabilità
- Come avvengono gli accertamenti dell'autorità e come comportarsi
- Sviluppo di un caso pratico di adeguamento al GDPR

DOCENTE

Daniele Gombi – Data Protection Officer. Consulente Privacy e Privacy Officer da TUV Italia (secondo la norma ISO/IEC 17024:2003); Membro della consulta UNICT di Unione Industriali Parma, responsabile della commissione sicurezza.

Per la sede di Reggio Emilia: Paride Bottajoli - DPO di gruppi industriali, consulente di organizzazione aziendale e direzionale, esperto in ingegneria del software e IT security, libero professionista e titolare della BM SOFTWARE ENGINEERING & CONSULTING SRL.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 3 luglio
 REGGIO EMILIA, 3 aprile
 FERRARA, 22 gennaio
 RAVENNA, 19 febbraio
 CESENA, 7 maggio
 RIMINI, 3 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
 300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GLI APPALTI PUBBLICI DOPO LA LEGGE 55/2019: LE MODIFICHE AL DECRETO LEGISLATIVO 50/2016 E IL RITORNO AL REGOLAMENTO

OBIETTIVI

Acquisire le competenze utili alla corretta partecipazione a procedure pubbliche di selezione del contraente (lavori, servizi, forniture).

DESTINATARI

Uffici appalti e contratti, uffici acquisti, dirigenti di società pubbliche o enti di diritto privato.

CONTENUTI

- L'evoluzione dei principi del codice appalti
- Le procedure elettroniche
- L'opportunità della programmazione biennale e del piano triennale dei lavori
- Gli affidamenti aventi valore inferiore ad euro 5.000,00
- I regimi di vigenza degli affidamenti dopo la legge 55/2019
- Le procedure ordinarie su bando o avviso
- Le procedure sotto soglia declinate dall'art. 36 del D.Lgs. 50/2016
- La nomina della commissione giudicatrice: commissari interni ed esterni
- I criteri di aggiudicazione
- La redazione della documentazione di gara
- Gli elenchi aperti delle stazioni appaltanti

DOCENTE

Valeria Totti – Consulente in società pubbliche e private in materia di appalti, contratti, corruzione, trasparenza, reati amministrativi.

DURATA

7 ore

numero 111

SEDI E DATE

PARMA, 25 marzo

MODENA, 21 gennaio

CESENA, 27 febbraio

RIMINI, 30 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TRAVEL RISK & CRISIS MANAGEMENTI – LA GESTIONE DELLA SICUREZZA DELLE TRASFERTE ALL'ESTERO: COMPRENDERE I RISCHI E AFFRONTARE LE EMERGENZE

OBIETTIVI

Le aziende che operano a livello internazionale devono confrontarsi con i rischi e le responsabilità legate alle trasferte del loro personale e dei loro espatriati. La sentenza Bonatti del 22 gennaio 2019 è la prima in Italia ad evidenziare le responsabilità di amministratori e azienda per la mancata compliance. Oggi è sempre più frequente vivere e operare in Paesi a rischio o instabili oppure in zone a forte esposizione ai rischi naturali quali terremoti o inondazioni. Il corso, volto ad approfondire le responsabilità e le buone pratiche, allineate con gli obblighi di legge, delle aziende nell'organizzazione di viaggi e trasferte, affronterà il tema della valutazione dei rischi, dell'informazione e formazione pratica e teorica che deve essere data ai dipendenti per essere in linea con le migliori pratiche di Corporate Duty of Care e anche quale sistema di gestione sia adeguato a prevenire e fronteggiare eventuali incidenti o emergenze mediche o dovute a tensioni socio-politiche, ad attacchi criminali e a terrorismo o a disastri naturali. I partecipanti avranno l'opportunità di affrontare e di confrontarsi su situazioni e casi reali, di approfondire come costruire un sistema di gestione allineato agli obblighi di legge e gli aspetti normativi e legislativi e le buone prassi. Ogni azienda deve quindi attrezzarsi per costruire strutture e competenze volte a conoscere e rilevare, prevenire e gestire ogni tipo di evento che possa ledere la salute delle persone e la sicurezza e protezione delle sedi e delle attività svolte all'estero.

DESTINATARI

Il corso è rivolto a professionisti in ambito security e safety, legale, consulenza lavoro, oltre che a imprenditori, manager di aziende con personale all'estero o con frequenti scambi con l'estero.

CONTENUTI

- Analisi degli scenari e dei rischi socio-politici e ambientali internazionali
- Rischi, incidenti, emergenze e impatto su responsabilità, reputazione e valore aziendale
- "Duty of Care": definizioni e riferimenti normativi
- Raccolta informazioni sul rischio Paese e Security Intelligence: metodologia e strumenti
- Organizzare e coordinare l'assistenza per la sicurezza dei viaggi
- Monitoraggio Paesi, rilevazione segnali deboli e alert, attivazione dei piani
- Incident & Crisis Management
- Informazione, sensibilizzazione e formazione del personale in trasferta e importanza della conoscenza culturale del Paese di destinazione

DOCENTE

Studio Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri – Si occupa prevalentemente di contrattualistica internazionale, acquisizioni, costituzioni e start-up di società estere, joint venture, controversie ed arbitrati internazionali ed expatriates. I professionisti dello studio svolgono attività di formazione per conto di aziende, Associazioni Confindustriali, Università di Urbino, Istituto Commercio Estero (ICE), Camera di Commercio Internazionale (ICC) ed altre istituzioni.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

CESENA, 15 luglio

RIMINI, 5 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



Area
TECNICA



LA GESTIONE DEL SISTEMA MANUTENZIONE DEGLI IMPIANTI IN OTTICA DI INDUSTRIA 4.0

OBIETTIVI

Le aziende hanno la necessità di essere sempre più performanti e veloci. Gli impianti e le attrezzature devono essere sempre efficienti e la loro corretta gestione è strategica. Il corso si propone di formare i manager e i responsabili coinvolti a migliorarne l'organizzazione oltre i concetti di manutenzione preventiva, straordinaria e predittiva. Approfondire altri concetti operativi come lo SMED, le 5S, la gestione dei ricambi ed altre tecniche per essere precisi, puntuali e veloci. Gestire il sistema manutenzione coerentemente con il budget aziendale, il rispetto dei sistemi di gestione e le normative di legge per sicurezza e ambiente.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a tutte le organizzazioni, che hanno necessità di migliorare la gestione della manutenzione di attrezzature, impianti e del plant; responsabili della manutenzione, di produzione e dirigenti dell'area operations, consulenti e professionisti.

CONTENUTI

- I concetti base per l'organizzazione della manutenzione
 - Manutenzione preventiva, straordinaria, predittiva
 - La classificazione delle attrezzature critiche (per non fermarsi mai)
 - La registrazione delle manutenzioni (che uso farne)
 - Gli indicatori di manutenzione (per migliorare l'efficienza)
- La gestione della criticità degli impianti
- La gestione di ricambi (fornitori, magazzino, scorte)
- Integrazione con i sistemi di gestione Qualità, Ambiente e Sicurezza
- Profilo professionale del manutentore
- Eseguire la manutenzione in sicurezza e nel rispetto dell'ambiente (cenni sulle normative più importanti).
- Fornire le attrezzature adeguate.
- Ridurre al minimo il fermo produttivo (SMED, 5S)
- Il budget di spesa

DOCENTE

Mario Ghirardini – Docente e consulente aziendale con 25 anni di esperienza, i cui interventi hanno lo scopo di aumentare la competitività riducendo gli sprechi in termini di tempo e costi ed elevando il livello qualitativo e quantitativo dei prodotti. Consulente aziendale per qualità, sicurezza, ambiente e organizzazione dell'area operations.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 11 e 18 febbraio

REGGIO EMILIA, 20 e 27 febbraio

MODENA, 9 e 16 giugno

RIMINI, 24 e 31 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

L'analisi scientifica del lavoro è uno strumento indispensabile per la realizzazione dei metodi e l'assegnazione dei tempi di lavorazione dei prodotti, coerentemente con la logistica ed i metodi di vendita aziendali. La sua finalità, in ottica Lean, è determinare e individuare degli indicatori di efficienza in grado di segnalare le necessità di ottimizzazione, per le conseguenti azioni di miglioramento. Obiettivo del corso è fornire una conoscenza di base delle tecniche e degli strumenti di ottimizzazione dei tempi standard e dei metodi di semplificazione del lavoro, lavorando per flussi di valore e riducendo gli sprechi ed i costi in essi contenuti

DESTINATARI

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

CONTENUTI

Introduzione alle metodologie produttive (tecnica PUSH e tecnica PULL). Il tempo come fattore critico della Supply Chain e della programmazione industriale. Lead Time, Process Time, Takt Time. I 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). La funzione tempi e metodi nell'organigramma. Il ciclo di lavorazione suddiviso per fasi e la logistica di collegamento (intralogistica e kanban). Attività cicliche, acicliche ed extra-cicliche. Tempo normale, tempo assegnato, tempo 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 SMED e 5S per la riduzione degli sprechi. L'importanza dell'ambiente lavorativo e l'impatto delle condizioni ambientali. Miglioramento continuo tramite analisi di idee (PDCA, KATA, "AS IS - TO BE").

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 – Libero professionista, formatore, associato AILOG, Esperto certificato UMIQ Confindustria. Laurea in Economia e Master Executive MBA, specializzazione in Purchasing & Supply Chain Management ed esperienza in organizzazioni complesse e PMI. Applica metodi innovativi di snellimento delle attività d'impresa e delle fasi operative lungo la Supply Chain.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 22 e 29 ottobre
PARMA, 29 maggio e 5 giugno
REGGIO EMILIA, 10 e 17 giugno
FERRARA, 2 e 9 aprile
RAVENNA, 7 e 14 ottobre
CESENA, 5 e 12 marzo
RIMINI, 24 settembre e 1 ottobre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STAMPA 3D E ADDITIVE MANUFACTURING – TECNOLOGIE E WORK FLOW PER PROCESSI DI FABBRICAZIONE INNOVATIVE

OBIETTIVI

Nuovi metodi di progettazione, gestione e produzione si stanno facendo notare. La stampa 3D fa senza dubbio parte di questo gruppo di tecnologie: non si tratta solo di un metodo di produzione alternativo alle tecnologie tradizionali, ma di una vera e propria rivoluzione che investe tutta la filiera, partendo dalla progettazione e arrivando alla distribuzione. Questo corso di stampa 3D serve per approcciarsi a questa nuova visione partendo da una panoramica di case history di successo all'interno dei vari settori dell'industria e, successivamente, utilizzandoli come spunto per entrare nel dettaglio di specifici casi studio. Ogni casistica sarà successivamente declinata in modo pratico sul workflow della stampa 3D, passando attraverso uno studio delle tecnologie più evolute e dei materiali più ricercati, tra i quali i polimeri e i metalli. Grazie alla presenza in aula di stampanti 3D con tecnologia FDM e DLP, sarà possibile vedere e toccare con mano i risultati di piccole produzioni avviate insieme a inizio corso, approfondendo durante la giornata i dettagli relativi alla modellazione 3D dei pezzi e la relativa preparazione alla fase di fabbricazione.

DESTINATARI

Innovation managers, progettisti, disegnatori CAD 3D, responsabili di produzione, responsabili ricerca e sviluppo.

CONTENUTI

- Com'è nata la stampa 3D e dove
- Sviluppo dai primi modelli ad oggi
- Tecnologie di stampa 3D, filamento, resina, polveri
- Materiali disponibili
- Pro e contro delle varie tecnologie
- Case History
- Prove di stampa in aula con stampanti a filamento plastico e resina
- Software di gestione delle stampanti 3D gratuiti e a pagamento
- La modellazione 3D per la stampa 3D

DOCENTE

Stefano Iembo – General Manager, Esperto di disegno e progettazione, in particolare con l'utilizzo di Mastercam quale software dedicato al mondo CAD-CAM.

Alessandro Tassinari - Architettura, robot e stampanti 3D. Docente di stampa 3D @MyWebSchool, consulente e progettista per la Digital Fabrication. Amministratore di stampaz3d-forum.it.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PARMA, 31 marzo

REGGIO EMILIA, 7 aprile

MODENA, 7 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA MANUTENZIONE IN AZIENDA: UNA OCCASIONE PER L'OTTIMIZZAZIONE DEI COSTI E PER IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ E DELLA SICUREZZA

OBIETTIVI

Fornire le conoscenze per sviluppare progetti di manutenzione di sistemi anche complessi, evidenziare i benefici economici conseguibili con una adeguata progettazione e gestione della manutenzione, evidenziare le criticità dei processi di outsourcing/insourcing di manutenzione e fornire gli elementi per governarli in modo efficace ed efficiente, evidenziare le responsabilità relativamente ai requisiti cogenti per la sicurezza durante lo svolgimento dei lavori di manutenzione.

DESTINATARI

Dirigenti e responsabili di manutenzione, responsabili qualità/sicurezza/ambiente, ingegneri della manutenzione, consulenti.

CONTENUTI

- Introduzione al corso: definizioni, normativa, evoluzione
- Pianificare e programmare la manutenzione:
 - criteri e benefici: politiche, strategie, analisi statistiche e di affidabilità
 - gli strumenti: TPM, Facility Management, Analisi dei sistemi complessi
 - il controllo: SIM, Indici di manutenzione, cenni alla gestione del magazzino
- Sicurezza e responsabilità obblighi e misure di tutela, procedure ed istruzioni.
- La terziarizzazione della manutenzione: qualificazione e monitoraggio degli outsourcer

DOCENTE

Giuseppe Busnengo – Laureato in Ingegneria Meccanica presso la facoltà di Ingegneria di Sapienza – Università di Roma. Svolge attività professionale come consulente e formatore.

Ha collaborato in qualità di consulente per l'Ingegneria di Manutenzione presso il Dipartimento di Meccanica ed Aeronautica di Sapienza – Università di Roma. Ha ricoperto il ruolo di assistente alla didattica della Cattedra di Sicurezza degli Impianti Industriali presso la facoltà di Ingegneria della stessa Università. Collabora stabilmente con CNIM Srl nell'attività di verifica ed ispezione di prodotti ed impianti e in qualità di docente in corsi professionalizzanti per l'area formazione.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

CESENA, 14 e 21 settembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROBLEM SOLVING DI MANUTENZIONE

OBIETTIVI

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

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

DESTINATARI

Manager di produzione e manutenzione, ingegneri di manutenzione e affidabilità.

CONTENUTI

Definizione dei meccanismi di guasto

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

Troubleshooting: metodi specifici

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

Troubleshooting: metodo generale

- PDCA e Principi del problem solving

- Metodo generale in 7 passi

- Tabella crono-logica (linea tempo)
- Principio di Pareto
- Metodo 5W+H

Root Cause Analysis

- L'analisi RCA (ricerca delle cause alla radice di un guasto)
- Il metodo dei 5 perché
- Diagramma causa-effetto di Ishikawa
- Schede A3 (Toyota) ed EWO (FCA)

DOCENTE

Paolo Stefanini – Ingegnere della MANUTENZIONET SAS, certificato 3° livello CICPND manager di manutenzione.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 5 marzo

PARMA, 4 dicembre

REGGIO EMILIA, 10 dicembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OLEODINAMICA BASE: STRUTTURE DEGLI IMPIANTI OLEODINAMICI

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

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

DURATA

14 ore

numero 118

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 21 e 28 maggio
RAVENNA, 10 e 17 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

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

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 21 e 28 ottobre
REGGIO EMILIA, 16 e 23 ottobre
RAVENNA, 11 e 18 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROGETTAZIONE ED UTILIZZO DI AZIONAMENTI A MEDIA (400 BAR), ALTA (700 BAR) ED ALTISSIMA PRESSIONE (4000 BAR)

OBIETTIVI

Acquisire informazioni ed esperienza pratica su applicazioni a pressioni fino 700 bar, seguendo la tendenza attuale del mercato oleodinamico.

DESTINATARI

Tecnici e progettisti meccanici ed oleodinamici con basilare conoscenza pregressa di circuiti a pressioni fino 400 bar.

CONTENUTI

- Circuiti con pompe a cilindrata fissa e scarico in valvola di massima
- Dimensionamento di cilindri e motori in funzione delle forze e delle coppie
- Scelta delle pompe oleodinamiche
- Calcolo della potenza del motore primo
- Circuiti con pompe a cilindrata fissa e variabile per risparmio energetico: compensatore a tre vie, taglio pressione, load sensing, controllo da inverter
- Dimensionamento del circuito di una laminatoio a caldo da 4000 kN
- Dimensionamento della trazione idrostatica di un fork lift
- Alte pressioni fino 700 bar: comprimibilità dei fluidi e problematiche nella scelta dei componenti
- Alta pressione fino 700 bar: come può essere generata in maniera affidabile e come può essere utilizzata
- Alta pressione fino 4000 bar: componenti e tecniche applicative

DOCENTE

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

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 3 e 10 novembre
MODENA, 6 e 13 febbraio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO

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

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

Esperti in materia.

DURATA

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 6 e 13 maggio

REGGIO EMILIA, 10 e 17 marzo

FERRARA, 30 gennaio e 6 febbraio

CESENA, 27 maggio e 3 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ELETRONICA DI BASE E INTRODUZIONE AI PLC

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

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

CONTENUTI

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

DOCENTE

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

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 15 aprile

PARMA, 11 dicembre

REGGIO EMILIA, 26 maggio

FERRARA, 12 maggio

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CONTROLLO STATISTICO NELLA QUALITÀ E LA CAPACITÀ DI PROCESSO

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

Responsabili e addetti qualità, responsabili e addetti produzione.

CONTENUTI

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

DOCENTE

Anna Maria Cappa – Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 – IATF 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001) – Auditor di 1° e 2° parte per le norme ISO 9001, ISO 14001, per lo standard automotive IATF 16949 e lo schema VDA 6.3.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 30 giugno

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FMEA: LA PREVENZIONE DEI DIFETTI

OBIETTIVI

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

DESTINATARI

Responsabili e addetti qualità, responsabili e addetti produzione, responsabili e addetti ufficio tecnico, R&D, Industrializzazione, tecnologie.

CONTENUTI

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

DOCENTE

Anna Maria Cappa – Formatore in aree produzione, qualità, acquisti ed ambiente, e consulente di Direzione per l'implementazione di Sistemi gestione qualità (ISO 9001 – IATF 16949), Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001) – Auditor di 1° e 2° parte per le norme ISO 9001, ISO 14001, per lo standard automotive IATF 16949 e lo schema VDA 6.3

Per la sede di Piacenza: Valentino Arrigoni – Laurea in ingegneria meccanica al Politecnico di Milano e specializzazioni in strategia d'impresa. Ha lavorato in primarie aziende italiane in ambito tecnico -produttivo; dal '90 svolge attività di consulenza aziendale nell'area Engineering e Industrial ed ha maturato esperienze in diversi settori in progetti di riorganizzazione e miglioramento aziendale. È titolare dello studio DEMA e svolge prevalentemente incarichi in temporary management in primarie aziende.

DURATA

7 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 4 dicembre

PARMA, 30 settembre

REGGIO EMILIA, 29 settembre

MODENA, 20 novembre

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SEDE DI PIACENZA

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

SEDE DI PARMA

Cisita Parma s.c.a.r.l.
Borgo Girolamo Cantelli n. 5 - 43121 - Parma (PR)
Tel. 0521 226500 - Fax 0521 226501
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 - F ax 0522 232915
info@cis-formazione.it

SEDE DI MODENA

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

SEDE DI FERRARA

Formazione Confindustria Ferrara
Via Montebello 33 - 44121 Ferrara (FE)
Tel. 0532 205122 - Fax 0532 204740
info@confindustriaemiliaformazione.it

SEDE DI RAVENNA

Il Sestante Romagna Srl
Via Barbiani n. 8 /10 - 48121 - Ravenna (RA)
Tel. 0544 210436 - Fax 0544 34565
info@ilsestanteromagna.it

SEDE DI CESENA

Assoform Romagna s.c.a r.l.
Via Ravennate n. 959 - 47521 - Cesena (FC)
Tel. 0547 632358 - Fax 0547 632307
cesena@assoformromagna.it

SEDE DI RIMINI

Assoform Romagna s.c.a r.l.
Sede principale: P.zza Cavour n. 4 - 47921 - Rimini (RN)
Sede aule: Via IV Novembre n. 37 - 47921 - Rimini (RN)
Tel. 0541 352700 - Fax 0541 352709
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

