



# FORMazione 2021

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 2021, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

## L'offerta formativa per il 2021,

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. Da quest'anno l'offerta formativa è stata integrata con alcuni corsi proposti in modalità "webinar", la cui partecipazione avviene in forma remota (sincrona).

Il Presidente  
**Roberta Caprari**

# LA FORMAZIONE PER L'AZIENDA:



*Finanziamenti per la formazione*

*Interventi formativi ad hoc*

*Consulenza per apprendistato,  
stage e tirocini*

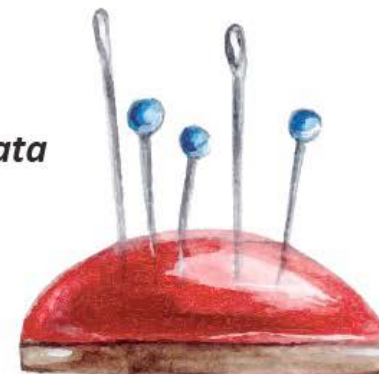


*Assistenza  
e consulenza personalizzata*

*eLearning*



*Corsi di aggiornamento, specializzazione e riqualificazione*



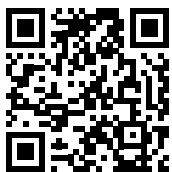
# IL NOSTRO MESTIERE DA OLTRE 30 ANNI

*Customizzabile*

*Dall'Aula in Azienda*

*Tutte le proposte a catalogo possono essere personalizzate in modalità aziendale*





[www.cisita.parma.it](http://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).

## Come partecipare ai corsi

### 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. Solo per le aziende associate UPI/GIA, è prevista la sosta gratuita al parcheggio "Goito".**

**CISITA PASS:** è lo strumento che permette di **programmare la formazione** in modo **flessibile** e con il **miglior investimento**, scegliendo liberamente tra le nostre proposte formative a catalogo. Per maggiori informazioni visita il sito: [www.cisita.parma.it](http://www.cisita.parma.it).

### 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).

*Per informazioni e iscrizioni*

LUCIA TANCREDI

tel. 0521 226500, email: [tancredi@cisita.parma.it](mailto:tancredi@cisita.parma.it)

*Scopri tutti i vantaggi  
di Cisita Pass! →*





## 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.

	<b>AREA DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA</b>	<b>Pag. 11</b>
N. 1	Riconfigurare la value proposition nel post-covid: necessario o opportuno?	Pag. 12
N. 2	Scoprire nuovi scenari di business per acquisire nuovi clienti	Pag. 13
N. 3	Mappe mentali: come imparare in modo visual	Pag. 14
N. 4	Fondamenti di project management per gestire progetti di successo	Pag. 15
N. 5	Ragionare da startup	Pag. 16
N. 6	Resilienza e problem solving: utilizzare i problemi e le crisi per rafforzare l'organizzazione	Pag. 17
N. 7	Cybersecurity: come mettere in sicurezza le informazioni in azienda (WEBINAR)	Pag. 18
N. 8	Redazione di un business contingency plan	Pag. 19
N. 9	Leadership & gestione della crisi (WEBINAR)	Pag. 20
N. 10	Time to change - Gestire il cambiamento in azienda	Pag. 21
N. 11	Dall'idea al concept: ascoltare il mercato e generare idee per innovare il prodotto	Pag. 22
N. 12	Accountability - Andare oltre il compito assegnato per sviluppare le capacità manageriali e garantire i risultati	Pag. 23
N. 13	Come ottenere di più e fare trattative vincenti in contesti economici vincenti	Pag. 24
N. 14	Agevolazioni e contributi per il rilancio, il consolidamento, e la crescita aziendale	Pag. 25
N. 15	Service design & analytics: quando il valore del servizio è arricchito dalla gestione dei dati	Pag. 26
N. 16	Leggere e comprendere il bilancio per non specialisti	Pag. 27
N. 17	Il controllo di gestione per non addetti	Pag. 28
	<b>AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE</b>	<b>PAG. 29</b>
N. 18	Lavoro, produttività ed efficienza negli uffici, in presenza e in remoto	Pag. 30
N. 19	Tempo e riunioni: istruzioni per l'uso	Pag. 31
N. 20	"Emotional influencer": una competenza fondamentale per i leader di oggi	Pag. 32
N. 21	Emozioni in azienda: riconoscerle per gestirle con efficacia	Pag. 33
N. 22	Persuasione e influenza	Pag. 34
N. 23	Adesso basta! Risolvere positivamente le tensioni ed i conflitti tra i collaboratori	Pag. 35
N. 24	Troppe informazioni: gestire l'infobesity e il tecnostress (WEBINAR)	Pag. 36
N. 25	Netiquette: abbattere i costi della comunicazione scritta e aumentarne l'efficacia (WEBINAR)	Pag. 37
N. 26	Gestire i collaboratori in smart working: il lavoro agile	Pag. 38
N. 27	Leadership per team flessibili e resilienti	Pag. 39
N. 28	Motivare in tempi di incertezza	Pag. 40
N. 29	Capi di nuova nomina	Pag. 41
N. 30	La comunicazione in azienda: clienti interni ed esterni (WEBINAR)	Pag. 42
N. 31	Mappare le competenze nella propria organizzazione - Conoscere il gap tra competenze possedute e quelle attese/richieste	Pag. 43
N. 32	Il colloquio di selezione, l'assessment center e i test - Trovare il candidato giusto attraverso strumenti consolidati e nuovi tools	Pag. 44
N. 33	Promuovere il cambiamento: motivarsi e motivare all'evoluzione continua	Pag. 45



N. 34	Il responsabile di funzione e la gestione dei collaboratori	Pag. 46
N. 35	Problem solving - Affrontare i problemi con metodo e motivazione	Pag. 47
N. 36	Rendere il team vincente	Pag. 48
N. 37	Parlare in pubblico con sicurezza ed incisività: convegni, convention, riunioni	Pag. 49
N. 38	Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	Pag. 50

#### AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

PAG. 51

N. 39	Le regole Incoterms® 2020: relazione con aspetti contrattuali, i trasporti e pagamenti internazionali e le operazioni doganali	Pag. 52
N. 40	Analisi doganale: check up aziendale 2021	Pag. 53
N. 41	Brexit: l'origine del cambiamento	Pag. 54
N. 42	Intrastat e le 3C: Comprensione, Compilazione e Casi pratici	Pag. 55
N. 43	Iva intracomunitaria ed extracomunitaria: novità 2021	Pag. 56
N. 44	Origine delle merci: nuovi approcci di crescita aziendale 2021	Pag. 57
N. 45	Come entrare nei mercati internazionali dopo la crisi globale e come presidiarli	Pag. 58
N. 46	I Contratti della distribuzione Internazionale. Il coordinamento della rete vendita tradizionale con le vendite online	Pag. 59
N. 47	Pagamenti internazionali e soluzioni per tutelarsi dal rischio di mancato pagamento	Pag. 60
N. 48	Export Digitale: la strategia corretta per vendere sui mercati esteri	Pag. 61
N. 49	La gestione dei documenti per un'efficace esportazione	Pag. 62

#### AREA COMMERCIALE E MARKETING

PAG. 63

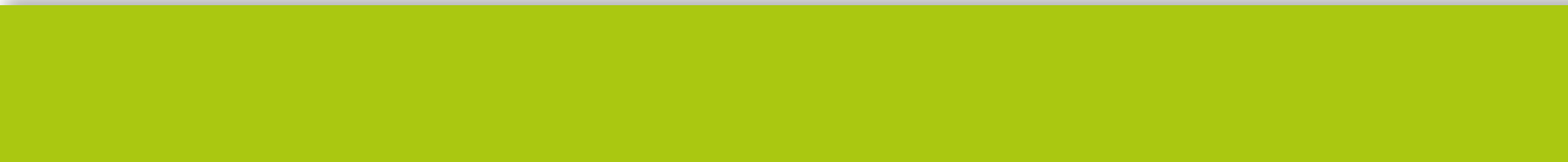
N. 50	Le nuove frontiere della vendita fra offline e online	Pag. 64
N. 51	Instagram, la potenza delle immagini: il social delle immagini, nuove opportunità	Pag. 65
N. 52	Trusted Advisors: sviluppo della relazione commerciale per figure tecniche	Pag. 66
N. 53	Social media marketing: strategia e strumenti per comunicare online	Pag. 67
N. 54	LinkedIn per le aziende: visibilità, network e nuovi clienti (WEBINAR)	Pag. 68
N. 55	Content marketing: crea contenuti di successo per il web	Pag. 69
N. 56	Conosci il tuo cliente? 30 domande per sapere cosa voglia da te	Pag. 70
N. 57	Video editing base con applicazioni free (WEBINAR)	Pag. 71
N. 58	Prepararsi a vincere la trattativa: come organizzare una strategia di vendita incisiva	Pag. 72
N. 59	Vendita strategica: 7 strumenti per preparare la vendita prima di incontrare il cliente	Pag. 73
N. 60	Difendere il prezzo per creare valore nella vendita (WEBINAR)	Pag. 74
N. 61	Pianificazione e sviluppo commerciale, tecniche di forecasting e sostenibilità	Pag. 75
N. 62	I tuoi post non funzionano? Perché non fai Social Selling! (WEBINAR)	Pag. 76
N. 63	Fake selling: gli errori inconsapevoli che dimezzano le vendite	Pag. 77
N. 64	Marketing Distinguo: distinguersi dalla concorrenza	Pag. 78
N. 65	Il back office commerciale: da centro di costo a voce di ricavo. Le abilità commerciali indispensabili del back office	Pag. 79

N. 66	Gestione trattative complesse	Pag. 80
N. 67	Estero: quello che i commerciali devono sapere	Pag. 81
N. 68	La vendita sfidante: tecniche per vendere in situazioni complesse	Pag. 82
	<b>AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE</b>	<b>PAG. 83</b>
N. 69	Il sistema del budget e l'analisi degli scostamenti	Pag. 84
N. 70	Calcolo del costo prodotto e Activity Based costing	Pag. 85
N. 71	La stabilità finanziaria prima e dopo l'emergenza covid-19	Pag. 86
N. 72	Crisi d'impresa: cosa significa essere dotati di un adeguato assetto?	Pag. 87
N. 73	Alla scoperta della centrale rischi	Pag. 88
N. 74	Bilancio 2020 flessibilità e vincoli (WEBINAR)	Pag. 89
N. 75	Il controllo di gestione nel contesto della pianificazione di budget	Pag. 90
N. 76	Il rendiconto finanziario come strumento per valutare la capacità dell'impresa di generare (o assorbire) risorse finanziarie	Pag. 91
N. 77	Il magazzino fiscale e la valutazione delle rimanenze	Pag. 92
N. 78	Contabilità - Livello base	Pag. 93
	<b>AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>PAG. 94</b>
N. 79	Ammortizzatori sociali smart working e assunzioni agevolate	Pag. 95
N. 80	Quanto capiamo della nostra busta paga?	Pag. 96
N. 81	"Governare" il costo del personale	Pag. 97
N. 82	Direttiva 2014/67 - Le trasferte brevi e i trasferimenti di personale in Europa: le novità introdotte dalla direttiva 957/2018	Pag. 98
N. 83	Rimborsi spese e fringe benefit	Pag. 99
N. 84	Buste paga - Livello base	Pag. 100
N. 85	Buste paga - Livello avanzato (WEBINAR)	Pag. 101
	<b>AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI</b>	<b>PAG. 102</b>
N. 86	Supply Chain integrata: come ripensare la supply chain in modo snello	Pag. 103
N. 87	Gestione della produzione nelle PMI	Pag. 104
N. 88	Kaizen e miglioramento continuo nelle PMI (WEBINAR)	Pag. 105
N. 89	Il LEAN Office: ridurre del 50% i tempi di progettazione e sviluppo dei prodotti	Pag. 106
N. 90	Makigami: mappatura dei flussi negli uffici	Pag. 107
N. 91	L'ottimizzazione ed il controllo delle scorte	Pag. 108
N. 92	Come organizzare e gestire il magazzino	Pag. 109
N. 93	Come organizzare gli acquisti in azienda	Pag. 110
N. 94	La qualifica fornitori: un fattore distintivo per la propria competitività aziendale	Pag. 111
N. 95	Il ruolo delle aree acquisti, progettazione, produzione e qualità per migliorare la performance economica e finanziaria dell'azienda	Pag. 112

N. 96	Il mestiere di capo reparto	Pag. 113
N. 97	Lean organization e lean manufacturing: migliorare le prestazioni ed i processi	Pag. 114
	<b>AREA INFORMATICA</b>	<b>PAG. 115</b>
N. 98	Business Analytics con Power BI	Pag. 116
N. 99	Excel - Livello base	Pag. 117
N. 100	Gestire modelli di calcolo con l'utilizzo di Microsoft Excel (livello intermedio)	Pag. 118
N. 101	Elaborazioni pivot e reporting grafico con Excel	Pag. 119
N. 102	Automatizzare Excel con l'utilizzo delle macro e del VBA (livello avanzato)	Pag. 120
	<b>AREA QUALITÀ E AMBIENTE</b>	<b>PAG. 121</b>
N. 103	Il miglioramento dei sistemi di gestione ambientali - ISO 14001	Pag. 122
N. 104	La norma ISO 37001 per un'efficace prevenzione della corruzione	Pag. 123
N. 105	I sistemi di gestione per la sicurezza e la salute dei lavoratori secondo la ISO 45001	Pag. 124
N. 106	Cos'è un Emergenza? È un rischio non considerato precedentemente: un corretto approccio alla Risk Analysis e delle opportunità nei nuovi modelli gestionali	Pag. 125
N. 107	La gestione degli Audit Interni in presenza e da remoto: cosa fare per renderli entrambi efficaci	Pag. 126
	<b>AREA LEGALE E PRIVACY</b>	<b>PAG. 127</b>
N. 108	GDPR: Il DPO (Data Protection Officer) e la redazione del registro dei trattamenti e il calcolo del rischio inerente il trattamento dei dati personali (WEBINAR)	Pag. 128
N. 109	Privacy e e-mail marketing (WEBINAR)	Pag. 129
N. 110	E-commerce: gli aspetti legali da conoscere (WEBINAR)	Pag. 130
N. 111	GDPR e privacy: cosa fare veramente in azienda? (WEBINAR)	Pag. 131
N. 112	GDPR e privacy - Simulazione di verifica ispettiva (WEBINAR)	Pag. 132
	<b>AREA TECNICA</b>	<b>PAG. 133</b>
N. 113	TPM (focus su manutenzione professionale)	Pag. 134
N. 114	Introduzione alla contaminazione industriale	Pag. 135
N. 115	Regole decisionali per la conformità metrologica e la gestione della strumentazione di misura	Pag. 136
N. 116	Ottimizzare i metodi e i tempi di lavoro tramite lean e miglioramento continuo	Pag. 137
N. 117	Oleodinamica base: strutture degli impianti oleodinamici	Pag. 138
N. 118	Corso intermedio di oleodinamica: strumenti per una valutazione tecnico-operativa delle apparecchiature di un impianto	Pag. 139
N. 119	Lettura e interpretazione del disegno tecnico	Pag. 140
N. 120	Elettronica di base e introduzione ai PLC	Pag. 141
N. 121	"Arduino", una risorsa low cost per le aziende	Pag. 142
N. 122	Il controllo statistico nella qualità e la capacità di processo	Pag. 143
N. 123	FMEA: la prevenzione dei difetti	Pag. 144



*Area*  
DIREZIONE E SVILUPPO  
D'IMPRESA



## RICONFIGURARE LA VALUE PROPOSITION NELL'IMMEDIATO POST-COVID: NECESSARIO O OPPORTUNO?

### OBIETTIVI

In un momento di alta turbolenza come l'attuale molte aziende si interrogano su come le azioni intraprese per ottemperare alle norme sul distanziamento sociale abbiano influenzato le performance di efficacia ed efficienza del proprio modello organizzativo. Il corso intende fornire alcuni spunti di riflessione e una metodologia per ritrovare l'equilibrio e la continuità dei processi operativi e di supporto.

### DESTINATARI

Imprenditori e titolari di aziende PMI, direttori generali, operation e produzione.

### CONTENUTI

- Analisi del valore sui clienti attivi
- Pains & Gains (Business Model Canvas)
- Dalle "5 S" alle "5 (S+D)"
- Approccio agile alla riconfigurazione dei processi realizzativi del prodotto e dei servizi ausiliari
- Il ruolo fondamentale del controllo sui flussi informativi

### DOCENTE

Q&O CONSULTING – Società di consulenza di direzione, che si occupa di progettazione e conduzione di progetti per la ricerca di nuovi business, gestione dell'innovazione ed 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

REGGIO EMILIA, 11 e 13 maggio  
MODENA, 20 e 27 maggio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# SCOPRIRE NUOVI SCENARI DI BUSINESS PER ACQUISIRE NUOVI CLIENTI

## OBIETTIVI

Per effetto della crisi covid, molte aziende si sono improvvisamente trovate a mettere in discussione il proprio approccio al mercato, vuoi in termini di solo prodotto che anche dell'offerta di servizi associati. Il comportamento più comune è di tipo reattivo tendente a rispondere, spesso in ritardo, ad aspetti contingenti. Ciò che serve, invece, è un approccio strutturato che consenta di capire come adeguare la proposta di valore dell'azienda sviluppando i propri vantaggi competitivi, verso i mercati attuali ed i mercati obiettivo.

## DESTINATARI

Imprenditori, direzione generale, commerciale e vendite, operation, logistica, middle management.

## CONTENUTI

- Il mercato attuale e la nostra proposta di valore
- L'analisi SWOT
- Perché i clienti ci scelgono?
- Come rendere meno oneroso e più efficace il processo di vendita?
- Come posso migliorare l'esperienza del cliente a partire dai canali già attivi?
- Come ampliare la proposta di business: la matrice di Ansoff
- Generare ed attuare nuove idee di business: ideazione, strutturazione e valutazione

## DOCENTE

Q&O CONSULTING – Società di consulenza di direzione, che si occupa di progettazione e conduzione di progetti per la ricerca di nuovi business, gestione dell'innovazione ed 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

*numero 2*

## SEDI E DATE

PIACENZA, 5 e 12 maggio  
REGGIO EMILIA, 8 e 15 aprile  
MODENA, 18 e 25 marzo

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## MAPPE MENTALI: COME IMPARARE IN MODO VISUAL

### OBIETTIVI

Il corso si rivolge sia a chi intende apprendere un nuovo metodo per imparare in azienda utilizzando tecniche “Visual”. Il partecipante scoprirà l'importanza delle mappe mentali e imparerà i metodi per costruirle in maniera efficace.

### DESTINATARI

Tutte le figure che siano interessate a migliorare la capacità di apprendimento e di ragionamento creativo, a svolgere con maggiore velocità ed efficienza tutte le attività quotidiane che ci coinvolgono, a migliorare la propria memoria, a trasformare le idee in progetti strutturati.

### CONTENUTI

La memoria visiva applicata alle mappe mentali:

- Introduzione
- Cosa sono le mappe mentali
- L'importanza delle mappe mentali
- Come costruire una mappa mentale: regole di base
- Quando utilizzare le mappe mentali
- Strumenti informatici per la creazione di mappe mentali

### DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio “kaizen”. Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la “trasformazione lean profonda” che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del corso di “Gestione della produzione” ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in “Operation & Supply Chain” e “Lean Manufacturing” del CUOA e al Master EMBA dell'Università di Udine.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PARMA , 16 marzo

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



# FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO

## OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di acquisire i principi fondamentali di Project Management e applicarne la metodologia e gli strumenti durante la gestione di progetti aziendali. Durante il corso saranno acquisite tutte le competenze necessarie per gestire un progetto all'interno dei tempi, dei costi e della qualità richieste dal committente, sia questo interno o esterno all'organizzazione, secondo gli standard internazionali più aggiornati. Il corso fornisce gli elementi di base del Project Management illustrando le principali metodologie che occorre utilizzare per pianificare, gestire e controllare al meglio un progetto. Le ore di formazione di questo corso possono concorrere ad accumulare le ore necessarie per le certificazioni di Project Management quali CAPM® e PMP®.

## DESTINATARI

Project manager, product manager, responsabili di business unit.

## CONTENUTI

### Introduzione al P.M.

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

### Pianificazione del progetto

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

## 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

### La programmazione del progetto

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

### Il controllo e la chiusura del progetto

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

### Cenni alle tecniche di Program Management

## SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 5 e 12 ottobre  
MODENA, 18 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

## RAGIONARE DA STARTUP

### OBIETTIVI

L'evoluzione frenetica dei mercati e l'avvento irrompente delle tecnologie digitali obbligano le aziende ad iniziare a mettere in discussione i propri modelli di business e ad avviarne di nuovi, rimanendo in linea con il proprio DNA. Tale scenario lascia spazio anche all'avvio di nuove aziende (startup innovative) che però in gran parte falliscono dopo soli pochi anni di vita (il tasso di mortalità delle startup è circa del 92%). La finalità del corso è quella rendere i partecipanti consapevoli del processo che porta dall'ideazione alla realizzazione di nuovi business model di successo, acquisendo nozioni sulle principali tecniche di Business Analysis a supporto della realizzazione di studi di fattibilità completi e coerenti, al fine di ideare, progettare e condurre iniziative innovative di successo. Ulteriore obiettivo è quello di permettere ai partecipanti di confrontarsi, di scambiare idee e di lavorare insieme in una giornata di apprendimento piacevole e stimolante. 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

Business innovation manager, titolari di PMI, dirigenti dei settori marketing e R&D, persone che vogliono avviare nuove iniziative di business innovative.

### CONTENUTI

- Definizione del termine "Innovazione"
- Principali fasi: dall'idea al progetto realizzativo
- L'importanza degli stakeholder nelle iniziative di startup
- Analisi dell'ecosistema di riferimento
- Trasformare i vincoli in opportunità
- Tecniche di business analysis
- Esempi di pitch di startup di successo
- Regole per la realizzazione dell'"Elevator Pitch"
- Introdurre le principali regole per la redazione di un business plan efficace
- Lo studio di fattibilità
- Tecniche di valutazione di una startup

### DOCENTE

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

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 8 luglio

REGGIO EMILIA, 14 luglio

MODENA, 16 giugno

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# RESILIENZA E PROBLEM SOLVING: UTILIZZARE I PROBLEMI E LE CRISI PER RAFFORZARE L'ORGANIZZAZIONE

## OBIETTIVI

Vivete i problemi e le crisi solamente con ansia, preoccupazione, fastidio oppure anche come occasioni di miglioramento e di innovazione? Le avversità e i problemi possono rappresentare formidabili occasioni se li si affronta in modo resiliente. Nel contesto in cui ci troviamo ad operare, l'abilità di problem solving creativo ed efficace può fare davvero la differenza. Il corso fonde il concetto della resilienza con i metodi di problem solving strategico e creativo, per aiutarci ad affrontare i cambiamenti e le crisi con creatività, unita ad una lucida visione razionale. Impariamo a cogliere ogni opportunità per trasformarla in vantaggio, gestendo l'emotività, mantenendo la motivazione e coinvolgendo chi lavora con noi. Perché, sferzati dal vento del cambiamento, invece di erigere muri, possiamo essere in grado di costruire mulini a vento.

## DESTINATARI

Imprenditori, manager, responsabili, project manager.

## CONTENUTI

- Le grandi crisi: cosa cambia nella psicologia degli individui
- Individuare i potenziali insiti nei problemi e nelle crisi: il caos generativo
- I fattori che contribuiscono alla resilienza: ottimismo, capacità di risolvere i problemi, fede, flessibilità psicologica, autocontrollo, empatia e capacità di collaborare
- Saper utilizzare un modello di problem solving strategico: dai sintomi alla causa, dall'obiettivo agli effetti
- Ricerca di nuove idee e decision making in base alle risorse
- Team problem solving: coinvolgimento dei collaboratori per l'efficacia delle decisioni e delle azioni da intraprendere
- Gli ostacoli del cinismo e del vittimismo in colleghi, capi, collaboratori: come affrontarli

## DOCENTE

Roberta Rozzi – Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills. Consulente nell'area HR, 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 6

## SEDI E DATE

PIACENZA, 30 aprile

PARMA, 10 giugno

FERRARA, 9 novembre

CESENA, 13 maggio

RIMINI, 7 ottobre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## CYBERSECURITY: COME METTERE IN SICUREZZA LE INFORMAZIONI IN AZIENDA

### OBIETTIVI

I dati e le informazioni aziendali non sono più al sicuro in uno spazio fisico determinato ma disseminate in uno spazio virtuale illimitato. Questo webinar si propone di offrire una panoramica delle principali dinamiche che caratterizzano la sicurezza del cyber spazio e le attività per renderlo più sicuro. Si affronterà il tema delle misure da intraprendere per elevare la sicurezza a garanzia di un'azienda moderna più competitiva e produttiva.

### DESTINATARI

Responsabili strategici, responsabili aziendali, responsabili IT/EDP/CED, ufficio qualità.

### CONTENUTI

- Rischi e tipologie di minacce (dolose e accidentali)
- Strumenti e tecniche di attacco
- E-Mail, Cloud, Mobile, Social, il nuovo mondo
- Best practice aziendali

### 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. Lead Auditor 27001.

### DURATA

4 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

7 aprile

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# REDAZIONE DI UN BUSINESS CONTINGENCY PLAN

## OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti una metodologia per disegnare differenti scenari economici (best e worst case) per il breve termine e sviluppare tutte le considerazioni di sostenibilità finanziaria anche alla luce degli strumenti messi a disposizione dai recenti decreti.

## DESTINATARI

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

## CONTENUTI

- I sistemi di pianificazione & controllo
- Le simulazioni economiche
- Le analisi relative alla variabilità dei costi
- Definizione range best e worst case
- La sostenibilità finanziaria

## 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

RAVENNA, 2 febbraio

CESENA, 15 marzo

RIMINI, 6 luglio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## LEADERSHIP & GESTIONE DELLA CRISI

### OBIETTIVI

Già da diversi anni ormai, la maggior parte di noi ha l'impressione di lavorare in un perenne stato di urgenza. È la normale conseguenza della frenetica corsa che ci tocca affrontare quotidianamente a causa del rapido cambiamento dei mercati e della società. Ma proprio i contesti di instabilità ed incertezza come quello attuale, sono quelli che più favoriscono il generarsi di situazioni di crisi. Ecco allora che l'urgenza diviene emergenza. In futuro avremo a che fare sempre più di frequente con situazioni difficili, anomale e inaspettate per le quali non esisteranno modi di agire consolidati. E che si tratti di crisi finanziarie, di prodotto, di clima aziendale o di reputazione, nessuna organizzazione può ritenersi al riparo da eventi di questo genere e dalla necessità di gestirli sotto il profilo organizzativo, umano e comunicativo. Il corso affronta il tema del Crisis Management ponendo particolare attenzione al ruolo della leadership e alla sua capacità di individuare e sviluppare adeguate strategie per gestione della crisi e del post-emergenza. La scelta dei tempi, dei ruoli e delle azioni da intraprendere, la gestione della comunicazione e del cambiamento, sono tutti elementi cruciali per contenere i danni e ritornare il più velocemente possibile al proprio "business as usual". Le crisi richiedono doti da surfisti: decisione, coraggio, flessibilità ed equilibrio. E ad oggi chi non impara a cavalcare le onde, affoga.

### DESTINATARI

Imprenditori, manager di funzione, responsabili di risorse umane e quanti gestiscono gruppi di lavoro e collaboratori nella propria organizzazione.

### CONTENUTI

- Strategie di gestione delle crisi (Crisis Management Model)
- Leadership in tempo di crisi: stili e competenze da sviluppare
- Comunicazione efficace in stato di emergenza
- Change management: riformare mentalità dell'organizzazione
- Fiducia & Esempio: come l'ambiente forma ciò che sta intorno
- Team & Clima aziendale: elementi chiave nella realizzazione del processo
- Crisis Opportunities: trasformare il veleno in medicina
- Prevenire è meglio che curare: imparare dalla crisi

### DOCENTE

Luigi Drei – Esperto di comunicazione e comportamento organizzativo insegna *Leadership & Communication Skills* all'Istituto Marangoni di Milano; è inoltre docente a contratto e relatore per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza. Autore del manuale di comunicazione "*Non sono Pericoloso*" e del recente "*Guidaci Tu! Il libretto di Istruzioni del Leader*", Luigi Drei è da oltre 15 anni docente, consulente aziendale e art director.

### DURATA

7 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

11 e 18 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# TIME TO CHANGE – GESTIRE IL CAMBIAMENTO IN AZIENDA

## OBIETTIVI

Alcuni cambiamenti sono così lenti che non te ne accorgi, altri sono così veloci che non si accorgono di te. Flessibilità e capacità di adattamento sono doti proprie della leadership che mai come oggi rappresentano un fattore critico, non solo per il raggiungimento degli obiettivi, quanto per la sopravvivenza stessa dell'organizzazione. Ma per quanto il cambiamento sia naturale e necessario, spesse volte incontra forti resistenze interne, personali e organizzative. Non viene riconosciuto, non viene accettato. Ecco allora la necessità di un management proattivo, persone che sappiano essere “*Agenti di Cambiamento*”, in grado di diffondere con maggiore facilità la nuova cultura organizzativa, di abbassare il livello di resistenza e di costruire così in azienda un clima aperto all'innovazione.

## DESTINATARI

Imprenditori, manager, team leader, responsabili di risorse umane e di funzione. In generale tutti coloro che rivestono un ruolo di leader e che gestiscono collaboratori.

## CONTENUTI

- Le velocità del cambiamento e il fenomeno dell'accelerazione della storia
- Necessità di cambiamento & sopravvivenza
- “Da oggi si cambia”: il cambiamento nella dimensione personale
- Diverse tipologie di cambiamento
- Cambiamento generazionale: incomprensioni e opportunità
- Quando il cambiamento fallisce: resistenze, barriere, strade sbagliate
- Leadership & gestione del cambiamento
- Modelli di cambiamento organizzativo
- Accettare il cambiamento: comunicazione & formazione

## DOCENTE

Luigi Drei – Esperto di comunicazione e comportamento organizzativo insegna *Leadership & Communication Skills* all'Istituto Marangoni di Milano; è inoltre docente a contratto e relatore per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza. Autore del manuale di comunicazione “*Non sono Pericoloso*” e del recente “*Guidaci Tu! Il libretto di Istruzioni del Leader*”, Luigi Drei è da oltre 15 anni docente, consulente aziendale e art director.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 13 maggio

CESENA, 16 febbraio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



## DALL'IDEA AL CONCEPT: ASCOLTARE IL MERCATO E GENERARE IDEE PER INNOVARE IL PRODOTTO

### OBIETTIVI

L'analisi della voce del cliente (VOC) è una forma fondamentale di intelligence sul mercato. La VOC non è focalizzata sulla valutazione di idee e soluzioni esistenti, ma sulla ricerca di informazioni che fungano da fondamento e fonte di ispirazione di soluzioni innovative. Questo tipo di analisi porta alla definizione dei requisiti dei nuovi prodotti. Essa è un'attività molto difficile e rischiosa e nel mercato attuale non può essere terminata prima dell'avvio della progettazione. Si deve allora utilizzare un approccio incrementale e sperimentale per lo sviluppo dei nuovi prodotti, che passa dalla realizzazione di uno o più minimum viable product, che vengono utilizzati per verificare operativamente la corrispondenza tra i requisiti dei clienti ed i prodotti in corso di realizzazione. Il corso ha l'obiettivo di fornire gli strumenti per "fare innovazione" partendo dall'ascolto sistematico del mercato, che fornisce informazioni accurate su bisogni ed attese del cliente e offre d'altro canto una mappatura della concorrenza. Vengono inoltre trasmessi strumenti per la generazione e la selezione di idee e per sviluppare un primo concept, anche nella nuova prospettiva del "minimum viable product".

### DESTINATARI

Imprenditori, manager dell'ambito R&D, progettazione, marketing ed altri manager coinvolti nella definizione del prodotto.

### CONTENUTI

#### 1. L'analisi della voce del cliente (VOC):

- VOC e Innovazione
- Il concetto di bisogno
- Approcci alla VOC
- Interviste e osservazioni
- Mappatura dei bisogni: dalla customer verbatation agli statement di bisogni
- Prioritizzazione dei bisogni: survey e matrici dei bisogni
- Dai bisogni alle prestazioni tecniche: QFD – House of Quality

#### 2. Dai requisiti del prodotto al Minimum viable product:

- Il concetto di minimum viable product
- Tecniche per realizzare il minimum viable product
- L'analisi della concorrenza alla ricerca di oceani blu
- Generazione di idee per lo sviluppo di un prodotto vincente
- Uno sprint di sketching del prodotto
- La definizione del product concept
- Tecniche di storytelling per definire i requisiti di prodotto

### 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

PIACENZA, 8 ottobre

PARMA, 14 settembre

MODENA, 29 settembre

RAVENNA, 4 maggio

CESENA, 8 giugno

RIMINI, 9 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# ACCOUNTABILITY – ANDARE OLTRE IL COMPITO ASSEGNATO PER SVILUPPARE LE CAPACITÀ MANAGERIALI E GARANTIRE I RISULTATI

## OBIETTIVI

Il corso si propone di avviare un percorso di crescita e cambiamento partendo da una nuova consapevolezza sulla propria influenza personale, passando attraverso una nuova percezione di responsabilità verso il team, fornendo una serie di insight sulle azioni per aumentare la propria efficacia personale. Verrà sviluppata nei partecipanti una propensione consapevole verso il mondo delle accountable actions, oltre il proprio ruolo, verso scelte di comportamento che superano il proprio perimetro lavorativo specifico e si rendono abili di fare la differenza.

## DESTINATARI

Leader, imprenditori e manager con l'esigenza di migliorare a 360° il proprio impatto sull'organizzazione aziendale. Responsabili/manager di linea, imprenditori, CEO che desiderino focalizzarsi sull'ottenimento di risultati economici migliori, attraverso un clima aziendale più disteso e collaborativo.

## CONTENUTI

- Il risultato come obiettivo
- Accountability vs Responsibility
- Involvement vs Engagement
- Trasformare i compiti in obiettivi
- Pratiche quotidiane di Accountability
- Condurre il team oltre il compito assegnato

I contenuti saranno trattati attraverso attività esperienziali, interattive e presentazioni di case history. In ogni modulo verrà chiesto ai partecipanti, divisi a gruppi, di individuare un caso pratico e reale su cui lavorare al fine di rendere tangibile la conoscenza appresa

## DOCENTE

Mauro Dotta – Da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e coach. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in “dialoghi per la pace” presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching e Team Leader presso la International Coach Federation Chapter Italia.

## DURATA

7 ore

numero 12

## SEDI E DATE

PIACENZA, 19 febbraio

PARMA, 12 ottobre

MODENA, 18 febbraio

CESENA, 20 Settembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## COME OTTENERE DI PIÙ E FARE TRATTATIVE VINCENTI IN CONTESTI ECONOMICI COMPLESSI

### OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di fornire strumenti per gestire efficacemente la fase negoziale della vendita ed acquisire strumenti per pianificare una trattativa vantaggiosa e sempre vincente. Per raggiungere accordi con i diversi interlocutori esercitando la propria influenza nei nuovi scenari di mercato e nei contesti attuali il ruolo del commerciale è cambiato. L'approccio tradizionale alle vendite è mutato. Il commerciale di oggi, deve cambiare strategia, soprattutto metodo comunicativo. Si negozia sempre: per vendere, per acquistare, per ottenere obiettivi sempre meno semplici e banali, per indirizzare le attività verso il futuro. Il corso fornisce gli strumenti necessari a manager già impegnati in attività negoziali nuovi strumenti per accrescere ulteriormente le proprie capacità negoziali e per consolidare le proprie competenze divenendo un esempio di riferimento in questo campo, in prima battuta verso i propri collaboratori. Gli attuali contesti professionali mettono a prova continuamente il nostro potere e le nostre abilità negoziali, e la negoziazione rappresenta la sfida più importante per i professionisti che si trovano ad affrontare scelte in situazioni di stress.

### DESTINATARI

Agenti, imprenditori, venditori, funzionari commerciali, direttori vendite, tecnici commerciali, sales manager, HR.

### CONTENUTI

- Elementi della negoziazione
- Suggerimenti pratici per non farsi sorprendere dalle manipolazioni dell'interlocutore
- Aspetti relazionali della trattativa come affrontare il rapporto con l'acquirente/venditore
- Come gestire le obiezioni e le tattiche del nostro interlocutore
- Come riconoscere e gestire negoziazioni competitive e negoziazioni collaborative: trasformare una situazione di conflitto in una occasione di collaborazione attraverso la propria capacità negoziale
- Come concludere accordi vantaggiosi
- Comunicare in maniera efficace per risparmiare tempo e aumentare la produttività professionale
- L'arte di far domande utili alla trattativa
- La gestione delle emozioni durante la trattativa
- Creare relazioni vincenti con l'altra parte
- Come salvaguardare la relazione e il the day after
- Come evitare tattiche e manipolazioni
- Come prepararsi ad una trattativa efficace
- Come eliminare gli ostacoli
- Come evitare i conflitti e raggiungere l'obiettivo voluto

### DOCENTE

Balzi Sonia – 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. Cultore di materia presso l'Università di Urbino nel corso di laurea in Scienze dell'Educazione.

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

RAVENNA, 16 e 23 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

# AGEVOLAZIONI E CONTRIBUTI PER IL RILANCIO, IL CONSOLIDAMENTO, LA CRESCITA AZIENDALE

## OBIETTIVI

Verranno presentate le opportunità agevolative attivabili a livello nazionale e regionale per il rilancio, il consolidamento e la crescita aziendale, mappandone i pregi da valorizzare per scegliere le più idonee.

## DESTINATARI

Proprietà aziendale, amministratori, CEO, CFO, responsabili amministrativi.

## CONTENUTI

Agevolazioni pubbliche:

- Quali investimenti, quali spese, quali operazioni, sono agevolabili
- Punti chiave delle procedure necessarie
- Creazione della corretta gestione dei flussi organizzativi
- Come assegnare le responsabilità lungo l'intero percorso: dalla predisposizione dell'istanza alla conclusione del periodo di monitoraggio

## 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, finanziamenti pubblici. Relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

## DURATA

4 ore

*numero* 14

## SEDI E DATE

PARMA, 10 febbraio

MODENA, 20 aprile

FERRARA, 17 marzo

RAVENNA, 13 luglio

CESENA, 29 aprile

RIMINI, 25 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## SERVICE DESIGN & ANALYTICS: QUANDO IL VALORE DEL SERVIZIO È ARRICCHITO DALLA GESTIONE DEI DATI

### OBIETTIVI

Il Service Design è una metodologia che aiuta le aziende a costruire esperienze di servizio che rispondano pienamente alle esigenze dei clienti e siano d'impatto per l'organizzazione. L'Analytics rappresenta la possibilità di estrapolare dati e trasformarli in KPI di semplice visualizzazione in modo da intervenire nei servizi, migliorarli ed eventualmente arricchirli. Il corso mira a fornire ai partecipanti linee guida per analizzare e progettare i servizi offerti da un'azienda, definirne i KPI (Key Performance Indicator) e gli SLA (Service Level Agreement); verranno inoltre illustrate le best practices di analisi e gestione per la valutazione dei servizi offerti. L'obiettivo del corso consiste nel fornire delle indicazioni, sia di processo che operative, per gestire l'erogazione di un servizio in modo pienamente rispondente al bisogno del cliente con valutazione delle performance basate su dati a consuntivo.

### DESTINATARI

Coloro che gestiscono business unit di servizio e che intendano migliorare in azienda il livello di soddisfazione legato all'erogazione dei servizi stessi, che intendano integrarne nuovi servizi diminuendo i costi di gestione.

### CONTENUTI

#### PARTE 1: Service Design

- Design Thinking: i diversi approcci e i relativi benefici
- Approccio LEAN alla progettazione dei nuovi servizi
- Introduzione al Service Design, ai suoi principi e ai suoi strumenti
- Analisi dei bisogni del cliente e del suo percorso di interazione con i servizi dell'azienda, attraverso strumenti come "User Personas", "Customer Journey Map" e "Service Blueprint"
- Individuazione dei principali punti di contatto (Touchpoint) fra l'azienda e il cliente e delle relative criticità, in modo da trasformarle in opportunità di innovazione
- Cenni alle tecniche di analisi e progettazione dei processi
- Introduzione alle tecniche di change management organizzativo
- Progettazione del servizio, in termini di flusso delle attività, persone afferenti e risorse materiali
- Definizione della matrice RACI
- Tecniche e strumenti iper la valutazione delle prestazioni del servizio
- Definizione della Carta dei Servizi

#### PARTE 2: Service Analytics

- Individuazione delle principali fonti di raccolta dati ed il sistema informativo aziendale
- Il collegamento fra dato, informazione e decisione
- Analisi dei dati al fine della progettazione di un nuovo servizio
- Ampliamento dell'offering di servizi: casi studio
- Il pricing e la catena del valore del nuovo servizio: Il modello di Porter e il Business model Canvas
- Il cambiamento dei processi decisionali e della reattività rispetto al mercato
- La pianificazione degli obiettivi e delle metriche, il ruolo dei KPI
- I requisiti dei KPI: misure di sintesi, misure di variabilità, numeri indice
- Tipologie di KPI: efficacia, efficienza, qualità, costo
- Esempi di KPI
- Strumenti per analizzare e visualizzare i dati
- Le tecnologie leader di mercato: Google Analytics, Semrush e Power BI
- Le fasi del reporting e della definizione di nuovi obiettivi con annessi valutazioni qualitative e quantitativa

### 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

RAVENNA, 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

# LEGGERE E COMPRENDERE IL BILANCIO PER NON SPECIALISTI

## 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 chi 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

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

Per la sede di Ferrara: 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.

## DURATA

7 ore

numero 16

## SEDI E DATE

PARMA, 16 novembre  
REGGIO EMILIA, 11 novembre  
FERRARA, 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

### DOCENTE

Luigi Salvatore – Dottore Commercialista e Revisore Contabile – Esperto di organizzazione aziendale e Change Management – Valutatore di Sistemi Qualità Aziendali.

### DURATA

7 ore

#### **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**

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 22 aprile

FERRARA, 13 aprile

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

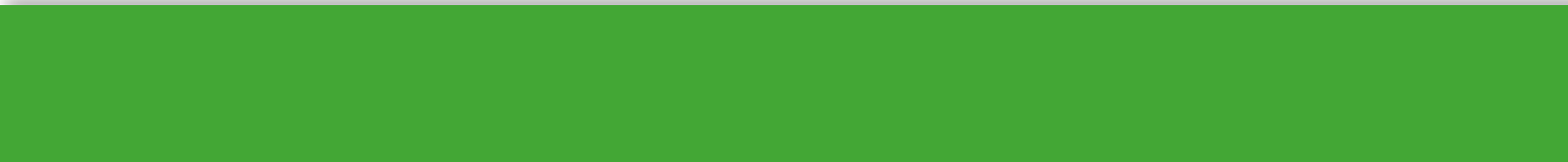
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5





*Area*

COMUNICAZIONE, RISORSE  
UMANE, ORGANIZZAZIONE



## LAVORO, PRODUTTIVITÀ ED EFFICIENZA NEGLI UFFICI, IN PRESENZA E IN REMOTO

### OBIETTIVI

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di utilizzare alcuni strumenti pratici per migliorare l'organizzazione interna e l'efficienza del proprio gruppo di lavoro; per migliorare la pianificazione delle attività; per migliorare la supervisione delle persone sia in presenza che da remoto che in modalità mista.

### DESTINATARI

Il corso si rivolge a responsabili di funzione e imprenditori.

### CONTENUTI

#### **Organizzazione e produttività:**

- Due modelli di organizzazione a confronto: “burocratico funzionale” e “snello”
- Flessibilità, produttività, sprechi, attività a valore
- Sprechi e perdite di tempo nel lavoro d'ufficio
- Analisi di caso

#### **Una carrellata di strumenti per la produttività:**

- Definire le priorità: il metodo ABC
- Il metodo GTD: utilizzare al meglio le liste
- Pianificare il proprio tempo attraverso l'agenda
- Metodi di gestione a vista
- To do list e bacheche elettroniche
- Gestione “agile” dei progetti e delle attività

#### **La gestione dei gruppi a distanza:**

- La collaborazione a distanza e le sue sfide
- Primo: non cercare di ripetere a distanza ciò che fai in presenza!
- Secondo: gli strumenti contano
- Terzo: il controllo tra pari funziona ed è un'opzione da non trascurare
- Analisi di caso

### 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

REGGIO EMILIA, 2 e 9 marzo

FERRARA, 22 e 29 gennaio

CESENA, 18 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

# TEMPO E RIUNIONI: ISTRUZIONI PER L'USO

## OBIETTIVI

Attraverso il corso sarà possibile:

- Sviluppare consapevolezza dell'uso che facciamo del tempo, del valore che produciamo, della propria percezione e del mindset, delle variabili che incidono sulla nostra efficacia
- Individuare gli sprechi e gli ostacoli da rimuovere
- Elaborare strategie più adeguate per ottimizzare la gestione della nostra agenda e di quella degli altri
- Focalizzare caratteristiche, vantaggi e i limiti dei meeting in remoto per gestirli al meglio
- Pianificare e gestire riunioni più efficaci e produttive soprattutto online
- Definire un proprio piano di azione individuale di miglioramento

## DESTINATARI

Manager, imprenditori, responsabili funzionali, coordinatori, team leader, project leader e tutti coloro che cercano un metodo e degli strumenti pratici e facilmente applicabili per rendere più efficace e produttivo il proprio tempo.

## CONTENUTI

- Che cos'è e come è fatto il tempo?
- Dove va il mio tempo
- Il tempo come risorsa finita H24: tempo cronologico, tempo delle opportunità
- La nostra percezione del tempo: dal mindset all'azione
- La matrice del tempo oltre l'importanza e l'urgenza
- Andare oltre l'ostacolo: come ridefinire la propria agenda
- I ladri di tempo
- Strumenti di gestione del tempo: dalla check list ai software dedicati
- La gestione delle riunioni: comunicare, organizzare e gestire tra scopo, obiettivi e fasi
- Come cambiano le riunioni online: impatti tecnologici, ambientali, emotivi e relazionali
- Ruoli e dinamiche: l'ABC per coinvolgere e facilitare un gruppo, in particolare se online o se misto tra presenza e distanza
- Spunti visual e agili per gestire in maniera più snella, coinvolgente ed efficace i propri meeting in remoto
- Costruire una road map per i propri meeting efficaci
- Definire un piano di azione individuale di miglioramento

I contenuti saranno trattati attraverso attività esperienziali, interattive e presentazioni di case history. In ogni modulo verrà chiesto ai partecipanti, divisi a gruppi, di individuare un caso pratico e reale su cui lavorare al fine di rendere tangibile la conoscenza appresa.

## DOCENTE

Barbara Senerchia – Psicologa del lavoro e delle organizzazioni, Professional Certified Coach (PCC) membro International Coach Federation Italia e Global. Accompagna individui, gruppi, team e organizzazioni in percorsi di trasformazione.

Per le sedi di Reggio Emilia e Piacenza: Mauro Dotta – Da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in qualità di Human Resources Manager, laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino, formatosi presso la SDA Bocconi di Milano e con un Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze è Executive coach e Team Leader presso la International Coach Federation Chapter Italia.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 1 dicembre

PARMA, 22 marzo

REGGIO EMILIA, 24 giugno

RAVENNA, 14 aprile

CESENA, 8 marzo

RIMINI, 11 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## “EMOTIONAL INFLUENCER”: UNA COMPETENZA FONDAMENTALE PER I LEADER DI OGGI

### OBIETTIVI

Non basta spiegare con chiarezza ed in modo ineccepibile, trasmettere obiettivi chiari, dare regole comuni, andare sempre più nel dettaglio delle informazioni fornite, per avere la certezza di essere compresi e seguiti. Questa la principale strada su cui ci si prepara, attraverso la quale si ha modo di spendere conoscenze e competenze apprese in anni di lavoro. Sempre più le persone ad oggi hanno necessità anche in azienda di rapportarsi con figure che sappiano farsi seguire mantenendo aperto un canale anche emotivo. Ciò significa essere in grado di leggere le proprie ed altrui emozioni, essere artefici di un contagio positivo fatto di genuinità, atteggiamenti di supporto, attenzione ed apertura agli scambi comunicativi ed emotivi con i lavoratori. Le ricerche e gli studi più recenti ci dicono come questo contribuisca anche su di un piano concreto innalzando la produttività ed efficienza, migliorando l'attenzione, riducendo i rischi di errori, oltre che nel far sentire alle persone la loro importanza per l'azienda. Il modulo si propone quindi di fornire metodologie e strumenti finalizzati al diventare un “Emotional influencer” positivo.

### DESTINATARI

Imprenditori, responsabili di funzione, responsabili HR, manager.

### CONTENUTI

- Come avviene il contagio emotivo tra le varie figure in azienda
- Quali gli effetti sul singolo e sul gruppo
- Come creare un contagio positivo nella mia azienda
- “Emotional influencer”: quale il mio stile attuale e come migliorarlo
- I comportamenti e gli atteggiamenti che fanno la differenza
- Come essere “Emotional influencer” anche a distanza (nuove tecnologie, approcci innovativi...)

### 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

8 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 10 marzo

PARMA, 26 aprile

MODENA, 23 novembre

FERRARA, 7 dicembre

CESENA, 9 dicembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# EMOZIONI IN AZIENDA: RICONOSCKERLE PER GESTIRLE CON EFFICACIA

## OBIETTIVI

Tutti i ruoli, o quasi, prevedono il trovarsi ad avere a che fare con persone che siano colleghi interni, fornitori o clienti i quali sono caratterizzati non soltanto da razionalità, logica, conoscenze e competenze spese nel loro ruolo quotidiano, ma anche da emotività. Da sempre si dice che non bisogna portare il lavoro a casa o viceversa, ma questo non è certo facile soprattutto quando si vivono situazioni complesse come quelle portate dal covid-19 che hanno fatto sentire tutti a prescindere “scoperti”, che hanno per certi versi azzerato le distanze e dal punto di vista aziendale dato vita anche a nuovi modi di organizzare il lavoro. Chi gestisce team, chi lavora nella stessa area, l'imprenditore che ha la visione d'assieme, potrebbero trovarsi davanti a persone che manifestano comportamenti mai agiti prima, che quasi non si riconoscono, la cui performance non è più la stessa. Non sono solo le emozioni più positive che albergano in azienda, ma anche rabbia, ansia, paura, dolore espresse anche nelle modalità più diverse. L'obiettivo del modulo è quindi quello di fornire un orientamento tra i diversi modi di esprimere le emozioni in azienda e indicazioni gestionali pratiche e spendibili nel quotidiano. Questo tenendo conto sia delle variabili individuali, dei ruoli, ma anche degli obiettivi dell'azienda.

## DESTINATARI

Imprenditori, responsabili di funzione, responsabili HR, manager.

## CONTENUTI

- Da cosa è possibile osservare la componente emotiva in azienda
- L'espressione nel comportamento (azioni-non azioni, detto-non detto...) delle emozioni
- Rabbia, dolore, paura, ansia espresse al lavoro
- Come gestire queste emozioni con un occhio di riguardo per le differenze individuali e gli obiettivi del ruolo
- L'intelligenza emotiva applicata nella gestione di emozioni complesse
- Come sviluppare un'organizzazione dotata di intelligenza emotiva

## 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

8 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 19 maggio

CESENA, 19 gennaio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## PERSUASIONE E INFLUENZA

### OBIETTIVI

Il corso fornisce preziose informazioni sugli automatismi e sul processo che governa le nostre decisioni e come utilizzarle per influenzare le scelte dei nostri interlocutori. I partecipanti acquisiranno inoltre una preziosa consapevolezza di loro stessi e saranno in grado di leggere con competenza e senso critico le situazioni negoziali per volgerle a proprio vantaggio.

### DESTINATARI

La formazione è indicata per ogni ruolo aziendale in quanto le tecniche di persuasione ed influenza si applicano a tutte le relazioni personali o commerciali, a tutte le negoziazioni sia interne che esterne all'azienda.

### CONTENUTI

- I concetti di negoziazione, persuasione e influenza
- La teoria del contrasto
- Le strategie cognitive della persuasione
- La funzione del linguaggio verbale e non verbale
- La potenza della retorica
- Il risparmio cognitivo
- Pensiero lento e veloce
- L'influenza e il gruppo
- Le domande e l'ascolto attivo
- La persuasione in situazione "one to one"
- Gli errori da evitare
- Esercitazioni pratiche guidate sull'applicazione delle tecniche apprese

### DOCENTE

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

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 30 novembre  
e 3 dicembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# ADESSO BASTA! RISOLVERE POSITIVAMENTE LE TENSIONI ED I CONFLITTI TRA I COLLABORATORI

## OBIETTIVI

- Identificare ed esaminare situazioni che potrebbero trasformarsi in conflitto
- Anticipare il conflitto: riconoscere e gestire le fonti potenziali
- Realizzare un piano di azione di prevenzione dei conflitti
- Né impulsivo né metter la testa sotto la sabbia: saper negoziare
- Cambiare prospettiva: la divergenza come “opportunità”?

## DESTINATARI

Manager, team leader, responsabili di funzione, project manager.

## CONTENUTI

- Cosa è il conflitto?
- Neuroni specchio e le dinamiche relazionali: volgere un conflitto in un accordo
- Aspetti negativi e positivi del conflitto
- Anticipare il conflitto: cogliere i segnali deboli e preparare un piano d'azione
- Gestire il conflitto con un approccio win-win
- Attivare il problem solving mentale e lasciare andare la mente vendicativa
- Gestire il “dopo”: non mollare mai il win-win
- Piano d'azione personale

## DOCENTE

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

## DURATA

14 ore

*numero 23*

## SEDI E DATE

PIACENZA, 23 e 30 giugno

PARMA, 14 e 21 giugno

MODENA, 14 e 21 settembre

RAVENNA, 19 e 26 ottobre

CESENA, 4 e 11 ottobre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## TROPPE INFORMAZIONI: GESTIRE L'INFOBESITY E IL TECNOSTRESS

### OBIETTIVI

Saper gestire la tecnologia: vantaggi e minacce.

Gestire il proprio tempo lavorativo e personale senza lasciarsi travolgere dall'iperconnettività.

Applicare alcune best practice di organizzazione e focus lavorativo.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Iperconnettività, vantaggi e svantaggi
- Conoscere il proprio cervello: paure e indulgenze tecnologiche
- Accorgimenti per non perdere il focus ed evitare o limitare l'infobesity
- Esercizi e strumenti pratici per rimanere focalizzati sulle priorità e non disperdere tempo
- Piano di miglioramento personale: cosa dovrei fare e cosa sono disposto a fare?

### DOCENTE

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

### DURATA

7 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

16 e 23 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# NETIQUETTE: ABBATTERE I COSTI DELLA COMUNICAZIONE SCRITTA E AUMENTARNE L'EFFICACIA

## OBIETTIVI

Passiamo le nostre giornate a leggere e scrivere e-mail, non sempre però la posta elettronica è lo strumento migliore per interagire con i colleghi. Inoltre scrivere e leggere ha costi molto elevati in denaro, tempo, organizzazione e relazioni. Molti di noi hanno iniziato ad utilizzare le e-mail senza ricevere nessuna formazione, da autodidatti vista ormai la nostra disinvoltura nel rapporto con l'informatica. Di conseguenza, continuiamo a commettere errori che creano costi e conflitti. Con il futuro sviluppo del lavoro in remoto e smart, l'utilizzo superficiale di questo importante strumento tenderà ad acuire il problema. Questo breve corso favorisce un utilizzo efficiente ed efficace della posta elettronica.

## DESTINATARI

Tutti coloro che utilizzano la posta elettronica e la comunicazione via web per lavoro.

## CONTENUTI

- Vantaggi e rischi della comunicazione scritta
- Quando scrivere e quando no
- A chi scrivere e a chi no, la scelta dei destinatari e dei "per conoscenza"
- Il rischio del sovraccarico informativo e della perdita di informazioni
- L'impatto dello scrivere e del leggere mail sulla gestione del tempo: quanto costa la posta elettronica
- Il rischio dell'intensificarsi delle e-mail quando si lavora o si hanno collaboratori/colleghi in smart e remote working: come evitarlo e quali strumenti alternativi utilizzare
- Costruire il testo di una e-mail in modo efficace, leggibile, veloce
- Come si applicano i principi della comunicazione alla scrittura delle e-mail
- Come evitare l'insorgere di conflitti da un utilizzo scorretto o da una cattiva scrittura
- Il galateo della posta elettronica e le regole internazionali del web

## DOCENTE

Roberta Rozzi – Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills. Consulente nell'area HR, 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

4 ore

numero 25

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

25 ottobre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

#### SEDI E DATE

PIACENZA, 16 marzo

PARMA, 18 gennaio

REGGIO EMILIA, 16 febbraio

MODENA, 7 luglio

FERRARA, 1 luglio

RAVENNA, 12 marzo

CESENA, 12 aprile

RIMINI, 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

## GESTIRE I COLLABORATORI IN SMART WORKING: IL LAVORO AGILE

### OBIETTIVI

Lo smart working è la modalità di lavoro del futuro. In un mondo in cui la tecnologia informatica ci offre fantastici strumenti, dove è possibile condividere grandi moli di dati in cloud, in cui gli spostamenti sono sempre più problematici, la vita frenetica, i problemi ambientali pressanti, i margini di guadagno assottigliati, lavorare in smart working è moderno, a misura d'uomo, efficiente, conveniente:

- riduce i costi e aumenta la produttività
- riduce lo stress e aumenta la motivazione
- ha un impatto positivo sulle persone, la società, l'ambiente.

La recente pandemia ha colto di sorpresa molte aziende che non lo avevano ancora utilizzato.

Se gestire i collaboratori è una delle attività più difficili per i responsabili, gestirli a distanza può creare nuove difficoltà relative a:

- coordinamento, collaborazione e scambio di informazioni
- controllo della produttività e dei risultati
- estraniamento dal gruppo e dall'azienda
- lentezza nella risoluzione dei problemi

Occorre adottare determinati comportamenti e metodi per poter trarre vantaggio da questa nuova opportunità.

### DESTINATARI

Imprenditori, manager, responsabili, project manager.

### CONTENUTI

- Smart working e remote working: quali opportunità per aziende e collaboratori e quali rischi
- Condizioni e modalità, alternanza fra lavoro in presenza e lavoro a distanza
- Attività e metodi per coordinare i collaboratori in remoto
- Il passaggio necessario dal dare compiti al dare obiettivi
- Utilizzo equilibrato delle varie forme di comunicazione a distanza: video, telefono, mail
- Monitoraggio della performance e della produttività: sistemi di valutazione e reporting
- Aiutare i collaboratori ad essere "Doers": stili di Leadership nella gestione a distanza
- L'eventuale revisione dei processi e la chiarezza dei ruoli
- Gestire team in smart working: lavorare "Agile"

### DOCENTE

Roberta Rozzi – Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills. Consulente nell'area HR, 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

# LEADERSHIP PER TEAM FLESSIBILI E RESILIENTI

## OBIETTIVI

Abbiamo bisogno di team coesi e capaci di dare il massimo, soprattutto nei momenti critici. Nelle difficoltà un team si unisce o si divide in contrasti e lotte interne e molto di tutto questo dipende dal team leader. Questo percorso mette a fuoco le qualità e gli strumenti per guidare team flessibili e resilienti e fornisce concrete indicazioni per svilupparli al meglio.

## DESTINATARI

Chi guida un team di lavoro, ai diversi livelli dell'organizzazione.

## CONTENUTI

- Ingredienti fondamentali della leadership: aver chiaro ciò che serve per poi acquisirlo o migliorarlo
- Cosa fa un leader (e cosa non fa): comportamenti quotidiani alla guida del team resiliente
- Coordinate per mappare il proprio team di lavoro: a che punto siamo e cosa occorre fare ora
- Valutare le difficoltà insieme al team, evitando sopra e sottovalutazioni, cooperando per raggiungere la migliore obiettività
- Pilotare il cambiamento: strumenti e conoscenze per gestire le fasi di resistenza e passività ed arrivare ad ottenere collaborazione e produttività
- Agire nel quotidiano: cosa fare concretamente per migliorare resilienza e performance, cominciando dalle azioni che non costano nulla

## DOCENTE

Simonetta Pugnaghi – Consulente di direzione, formatore e counselor. Si occupa di organizzazione e risorse umane da oltre trent'anni.

## DURATA

14 ore

*numero 27*

## SEDI E DATE

PARMA, 24 febbraio e 3 marzo

RAVENNA, 10 e 17 giugno

CESENA, 8 e 15 febbraio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## MOTIVARE IN TEMPI DI INCERTEZZA

### OBIETTIVI

Ogni organizzazione ha bisogno di persone competenti e motivate, che sappiano far fronte alle situazioni di difficoltà ed ai periodi turbolenti. I responsabili di team e reparti possono fare molto per mantenere e migliorare motivazione e performance dei loro collaboratori: questo percorso propone in modo concreto cosa si può mettere in campo per trainare e sostenere il team, partendo da come curare la propria motivazione di leader.

### DESTINATARI

Chi guida team di lavoro ai diversi livelli di una organizzazione, incluso chi si appresta a farlo.

### CONTENUTI

- Il corredo di base: cos'è la motivazione, quali sono i meccanismi fondamentali che la attivano. Da cosa scaturisce la demotivazione, in particolare quando viviamo in periodi di incertezza e turbolenza
- La motivazione di chi guida il team impatta direttamente sul morale del gruppo: indicazioni operative ai team leader che debbono mantenere fermezza ed equilibrio, per poi trasmettere entusiasmo e fiducia
- Strumenti per analizzare il proprio team sul piano della motivazione, dalle caratteristiche individuali alle dinamiche collettive
- L'intervento nel quotidiano, quando il gruppo perde focalizzazione e motivazione: come realizzare quello che se fosse una partita di volley si chiamerebbe time-out
- Indicazioni per impostare un piano motivazionale complessivo, coerente e concretamente attuabile, cominciando dalle azioni facilmente reversibili ed economicamente convenienti

### DOCENTE

Simonetta Pugnaghi – Consulente di direzione, formatore e counselor. Si occupa di organizzazione e risorse umane da oltre trent'anni.

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 20 e 27 settembre

CESENA, 4 e 9 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# CAPI DI NUOVA NOMINA

## OBIETTIVI

Spesso nelle organizzazioni viene nominato capo chi si è distinto per le proprie capacità e competenze tecniche, per l'approccio proattivo nella gestione dei problemi tecnici e nel supportare il processo di innovazione, ma raramente i capi vengono scelti o preparati nel gestire il futuro team di collaboratori. Diventare gestore di altre persone è un passaggio complicato e mette a dura prova il nuovo capo, specialmente quando prima della nomina era un membro della squadra che poi si trova a gestire. Questo corso ha lo scopo di fornire il necessario bagaglio cognitivo e gli strumenti per ottenere alte prestazioni, gestire con efficacia la propria squadra e ottenere il meglio dai propri collaboratori. I nuovi capi rappresentano il futuro delle organizzazioni ed è fondamentale che siano in grado di affrontare tutte le nuove sfide che si presenteranno, avere piena consapevolezza del ruolo, comprendere le dinamiche organizzative e quelle relazionali, saper gestire le comunicazioni interpersonali e interfunzionali a tutti i livelli organizzativi. I partecipanti saranno in grado di apprendere strumenti e tecniche per la conduzione del team in ottica di miglioramento continuo e sviluppare la gestione delle persone attraverso la responsabilizzazione e la motivazione.

## DESTINATARI

Tutti i capi intermedi, di funzione, reparto e ufficio di nuova o futura nomina.

## CONTENUTI

- Il ruolo del capo nell'organizzazione: aspettative personali e dell'organizzazione
- La comunicazione: strategie e tecniche per migliorare le relazioni interfunzionali e interpersonali
- La gestione dei conflitti
- Saper gestire il cambiamento e i momenti di crisi
- Leve motivazionali nella gestione dei collaboratori
- Gestione e sviluppo delle competenze dei collaboratori
- Da capo a leader
- Gestione per attività e/o per obiettivi
- Gestione delle priorità e urgenze
- Gestione del tempo e delle riunioni

## DOCENTE

Davide Musacci – Pluriennale esperienza come HR Manager. Ora Coach, consulente e formatore sui temi: HR, sviluppo organizzativo, gestione dei collaboratori, gestione del cambiamento, comunicazione. Esperienza e competenze specifiche in ambiti industriali e manifatturieri.

## DURATA

14 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 23 e 30 novembre

FERRARA, 7 e 12 ottobre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA: CLIENTI INTERNI ED ESTERNI

### OBIETTIVI

Individuare i comportamenti idonei a creare valore per le organizzazioni, prevenendo i conflitti e potenziando la capacità di fare squadra. Condividere metodi e tecniche di comunicazione empatica per sviluppare la catena interna di fornitura e aumentare la soddisfazione del cliente esterno.

### DESTINATARI

Tutti i ruoli aziendali.

### CONTENUTI

- Che cosa significa costruire ed innovare valore: come gli scenari di mercato influenzano la vita dell'azienda. Perché è necessario rendere fluide le relazioni interne
- Il contenuto di ruolo: chi siamo nel mondo (del lavoro) in cui viviamo. La catena interna della fornitura: fare squadra per creare valore per i clienti. Gli obiettivi, i valori e le regole: i pilastri del senso di appartenenza
- Le competenze distintive: comunicazione, responsabilità, flessibilità, adattabilità, collaborazione, proattività
- Tecniche e metodologie di comunicazione empatica per gestire in modo efficace le relazioni interne ed esterne
- L'individuo e il gruppo: come i nostri comportamenti cambiano nell'interazione con gli altri, come condurre le nostre emozioni distruttive e sconfiggere gli alibi nocivi

### DOCENTE

Cristina Braidì – 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.

### DURATA

7 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

23 e 30 settembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# MAPPARE LE COMPETENZE NELLA PROPRIA ORGANIZZAZIONE - CONOSCERE IL GAP TRA COMPETENZE POSSEDUTE E QUELLE ATTESE/RICHIESTE

## OBIETTIVI

Presentare una metodologia per mappare le competenze dei profili presenti nella propria organizzazione; presentare gli impieghi e gli output di un modello di gestione delle risorse umane orientato all'utilizzo delle competenze nelle diverse fasi del processo HR, dalla selezione alla valutazione.

## DESTINATARI

Un percorso di formazione rivolto a responsabili del personale, professionisti HR, HR specialist, manager con responsabilità sullo sviluppo delle risorse umane.

## CONTENUTI

- Cosa sono le competenze, come si osservano, come agiscono
- Quali sono i principali impieghi in ambito HR e per ottenere quali risultati
- Cosa è una mappatura delle competenze e cosa non è una mappatura (distinzione dalla valutazione delle competenze) e quali sono i suoi output (dizionario delle competenze, job description, etc.)
- L'importanza degli indicatori e il loro impiego per valutare le risorse in ingresso e a regime (valutazione performance), individuando il gap rispetto alle attese per mettere in atto azioni migliorative (es. definizione di piani di formazione e sviluppo)
- Trasferire la mappatura nell'organizzazione: la sensibilizzazione nelle funzioni aziendali e le modalità di impiego in fase di selezione, valutazione e definizione di azioni formative
- Misurare le competenze, tecniche e innovativi tools di riferimento

I contenuti saranno trattati attraverso attività esperienziali, interattive e presentazioni di case history.

In ogni modulo verrà chiesto ai partecipanti, divisi a gruppi, di individuare un caso pratico e reale su cui lavorare al fine di rendere tangibile la conoscenza appresa.

## DOCENTE

Mauro Dotta – Da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e coach. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching e Team Leader presso la International Coach Federation Chapter Italia.

## DURATA

7 ore

*numero 31*

## SEDI E DATE

MODENA, 26 gennaio

CESENA, 15 luglio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## IL COLLOQUIO DI SELEZIONE, L'ASSESSMENT CENTER E I TEST - TROVARE IL CANDIDATO GIUSTO ATTRAVERSO STRUMENTI CONSOLIDATI E NUOVI TOOLS

### OBIETTIVI

Il corso mira a fornire strumenti e metodologie per gestire colloqui di selezione, assessment center e per somministrare test, sulla base di criteri oggettivi e precisi, promuovendo una cultura della valorizzazione delle persone basata sul merito e sull'equità.

### DESTINATARI

Un percorso di formazione rivolto a responsabili del personale, responsabili di funzione, professionisti HR, aspiranti professionisti, figure professionali senior, con responsabilità più ampie all'interno della propria organizzazione, che desiderano acquisire maggiori competenze tecniche nell'ambito del processo di recruiting e di valutazione.

### CONTENUTI

- L'incontro con i candidati
- Definire le modalità della fase di selezione: colloqui individuali, colloqui di gruppo, assessment center, test
- Condurre un colloquio di selezione: elementi comunicativi da osservare
- La formulazione delle domande per indagare le dimensioni ricercate del profilo richiesto, come stendere le conclusioni
- Il colloquio e la reportistica di restituzione
- Assessment center e test: i principali tools a confronto
- Presentazione di uno strumento cognitivo
- Presentazione di uno strumento di motivazione
- Presentazione di uno strumento di personalità
- Linee guida per la loro applicazione
- Discussione di casi aziendali

I contenuti saranno trattati attraverso attività esperienziali, interattive e presentazioni di case history. In ogni modulo verrà chiesto ai partecipanti, divisi a gruppi, di individuare un caso pratico e reale su cui lavorare al fine di rendere tangibile la conoscenza appresa

### DOCENTE

Mauro Dotta – Da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e coach. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in “dialoghi per la pace” presso l'università di Firenze. Executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching e Team Leader presso la International Coach Federation Chapter Italia.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 28 gennaio

PARMA, 21 aprile

REGGIO EMILIA, 28 aprile

MODENA, 12 maggio

CESENA, 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



# PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO: MOTIVARSI E MOTIVARE ALL'EVOLUZIONE CONTINUA

## OBIETTIVI

Gestire in prima persona il cambiamento ed agevolare gli altri a fare altrettanto. Darsi le motivazioni giuste per evitare di pagare il caro prezzo dell'inerzia stagnante ed aspirare a migliorare veramente ciò che può obiettivamente essere fatto meglio. Di qui spostarsi a capire nel concreto come rendere nuovo ciò che è inutile ed obsoleto: nelle procedure, nelle idee e nell'organizzazione del lavoro.

## DESTINATARI

Chiunque desideri avere dimestichezza con le logiche dell'evoluzione dei sistemi: relazionali, organizzativi, lavorativi. Chi intende farsene promotore nel proprio contesto e vuole capire come aiutare opportunamente collaboratori e colleghi a superare le resistenze, muovendosi verso un rinnovamento condiviso.

## CONTENUTI

Il cambiamento fa parte della vita: è continuo ed incessante. Talvolta è improvviso e spaventa, spiazza. Chi lo osteggia spesso crea la propria rovina. Chi decide di cavalcarlo o addirittura riesce ad anticiparlo può generare piccoli capolavori. Se nella vita questo è importante e vero, sul lavoro diviene indispensabile per sopravvivere e prosperare in momenti in cui tutto, come oggi, è veloce e mutevole.

Il corso allena a riconoscere, nei propri contesti, i segni nascosti che indicano che il cambiamento è necessario, agevola la comprensione di dove e come possa essere realizzato: innanzitutto interpretando lucidamente le crisi e gestendole in modo creativo e condiviso. E, dopo un'obiettiva visione, segue sempre l'azione: dunque la parte conclusiva della giornata formativa sarà dedicata allo scegliere le giuste modalità comunicative e di azione per diffondere ed attuare la logica della resilienza nel proprio contesto lavorativo

## 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.

## DURATA

7 ore

*numero 33*

## SEDI E DATE

RAVENNA, 7 dicembre

CESENA, 15 giugno

RIMINI, 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

## 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

Il seminario si rivolge a 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, 4 e 9 novembre

PARMA, 14 e 21 ottobre

REGGIO EMILIA,

Ed. n. 1 - 10 e 17 giugno

Ed n. 2 - 26 e 28 ottobre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + 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. Si occupa di organizzazione e risorse umane da oltre trent'anni.

## DURATA

14 ore

numero 35

## SEDI E DATE

PARMA, 6 e 13 luglio

REGGIO EMILIA, 12 e 19 luglio

CESENA, 6 e 11 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + 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

### SEDI E DATE

PIACENZA, 13 e 20 aprile  
REGGIO EMILIA, 18 e 25 maggio  
CESENA, 4 e 9 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

*numero 37*

## SEDI E DATE

PIACENZA, 15 e 22 ottobre

PARMA, 10 e 17 novembre

REGGIO EMILIA, 22 e 26 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

### SEDI E DATE

PARMA, 28 giugno e 5 luglio

REGGIO EMILIA,

Ed. n. 1 - 30 giugno e 7 luglio

Ed. n. 2 - 9 e 14 dicembre

### 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



## LE REGOLE INCOTERMS 2020: RELAZIONE CON ASPETTI CONTRATTUALI, I TRASPORTI E PAGAMENTI INTERNAZIONALI E LE OPERAZIONI DOGANALI

### OBIETTIVI

La missione di questo incontro è una formazione approfondita sulle regole Incoterms® 2020 in rapporto agli aspetti fondamentali che tipicamente caratterizzano le operazioni di export e import:

- Relazione con i contratti compravendita: analisi delle regole come parte integrale dei contratti di compravendita internazionale;
- Relazione con i contratti di trasporto, spedizione e assicurazione: saranno presi in esame i due aspetti fondamentali delle regole, cioè analisi dei rischi derivanti dalla movimentazione delle merci e i conseguenti costi, illustrando anche le procedure per la riduzione dei rischi e dei costi stessi;
- Relazione con gli strumenti di pagamento che sono fortemente legate ai trasporti e spedizioni internazionali e, come ovvia conseguenza, alle regole Incoterms® 2020.
- Relazione con le obbligazioni doganali: in particolare nelle esportazioni verso paesi UE ed extra-UE;

Ognuno dei 4 deve essere armonizzato dagli attori principali del contratto di compravendita internazionale

### DESTINATARI

Imprenditori, Responsabili ed assistenti gestione trasporti e spedizioni in azienda, Export Manager, Responsabili Export – Import, Responsabili Uffici Acquisti, Segretarie e assistenti export e import.

### CONTENUTI

Il corso è operativamente suddiviso in 4 parti. Partecipando al corso si avrà l'opportunità di analizzare:

#### Relazione con i contratti compravendita:

- Rassegna e commento approfondito della struttura delle regole Incoterms® 2020
- Schemi operativi di come usare e proporre le regole nelle condizioni dei contratti di compravendita
- Responsabilità ed handicap delle singole regole

#### Relazione con i contratti di trasporto, spedizione e assicurazione merci

- Le regole dell'Incoterms e modi di spedizione appropriati per ogni singolo termine
- Responsabilità del venditore, compratore, spedizionieri ed agenti logistici
- Gli Incoterms come indicazione per la struttura dei costi dei trasporti
- Il passaggio dei rischi e dei costi nelle varie modalità di trasporto
- Le responsabilità del venditore e le scelte riguardo il luogo di consegna/spedi-

zione convenuto

#### Relazione con gli strumenti di pagamento:

- Rapporto tra Incoterms®, consegna delle merci, passaggio di proprietà e condizioni di pagamento
- Il ruolo della Lettera di Credito e i suoi vari aspetti di negoziazione e di prevenzione dei rischi
- La Nuova clausola FCA Incoterms® 2020 e relativo rapporto con la lettera di credito

#### Relazione con le obbligazioni doganali:

- Dichiarazione doganale e documentazione commerciale (fattura, documento di trasporto, Incoterms)
- Le prove di uscita nelle cessioni (e acquisti) intracomunitarie: casi per trasporto a carico del venditore e casi per trasporto a carico compratore
- Esportazione definitiva e visto uscire (codice MRN) – alcuni casi in relazione alle regole Incoterms®

### DOCENTE

Per le sedi di Parma, Reggio Emilia, Cesena: Saverio Aprile - International Trade Consultant Oltre 40 anni di esperienza nel commercio estero, possiede le seguenti certificazioni: Certificate (Inco) By International Chamber Of Commerce (Icc) And The Icc Academy; Certificate of Achievement - Online Training course in the Incoterms® 2020 issued by Coastline Solution. Corso di Aggiornamento Incoterms®2020 – Executive Course ICC Italia presso Camera di Commercio in Roma. Corso Ufficiale sugli Incoterms® 2020 in Italia.

Per la sede di Ravenna e Rimini: STUDIO LEGALE INTERNAZIONALE CECCARELLI & SILVESTRI in collaborazione con STUDIO DI MEO. Lo Studio Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri 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.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 23 febbraio

PARMA, 28 gennaio

REGGIO EMILIA, 25 febbraio

RAVENNA, 26 gennaio

CESENA, 28 ottobre

RIMINI, 13 aprile

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# ANALISI DOGANALE: CHECK UP AZIENDALE 2021

## OBIETTIVI

L'incontro si propone di fornire uno strumento pratico per la valutazione strutturale della propria azienda da un punto di vista doganale e fiscale. Verrà fornito durante il corso un approccio pratico per poter effettuare un check up aziendale in modo da evidenziare gli errori prima di un'eventuale ispezione doganale. Oltre all'approccio pratico verranno forniti spunti teorici in grado di arginare le complessità emerse nella fase di analisi.

## 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 dei rapporti con l'estero.

## CONTENUTI

- Analisi delle fatture estere
    - Elementi essenziali
    - Diciture obbligatorie
  - Analisi degli incoterms utilizzati:
    - Novità 2020: nuovi Incoterms 2020 analizzati sotto un profilo pratico
    - Corretto inserimento degli Incoterms nelle fatture
  - Analisi del termine di resa EXW
    - Criticità
    - Incoterms alternativi ed altrettanto accettati dai clienti
  - Prove di avvenuta cessione intracomunitaria
  - Prove di avvenuta cessione all'esportazione
- Classificazione doganale
    - Come capire se la propria nomenclatura doganale è corretta
    - Analisi degli argomenti impattanti la nomenclatura doganale
  - Attenzione alle diciture automatiche sulle fatture di vendita
  - Dichiarazione di origine preferenziale e non preferenziale (Made In) in fattura
    - Importanza strategica dell'origine preferenziale
    - Importanza sostanziale della conoscenza dell'origine dei propri prodotti
  - Dichiarazione di libera esportazione:
    - Controllo delle nomenclature inserite sul sito dell'Agenzia delle dogane

## 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 40

## SEDI E DATE

PIACENZA, 22 giugno  
PARMA, 16 febbraio  
REGGIO EMILIA, 22 febbraio  
MODENA, 8 giugno  
FERRARA, 10 febbraio  
RAVENNA, 25 marzo  
CESENA, 27 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## L'ORIGINE DEL CAMBIAMENTO

### OBIETTIVI

Il corso di formazione ha l'obiettivo di:

- Comprendere i vantaggi che comporta l'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea in ambito preferenziale
- Analizzare il cambio di prospettiva per le aziende che effettuano operazioni di compravendita con il Regno Unito e che intendono affacciarsi verso il mercato britannico
- Esaminare la corretta gestione dell'origine preferenziale inquadrando i diversi adempimenti rispetto ad operazioni di natura intracomunitaria
- Individuare la corretta attribuzione dell'origine preferenziale sia per le aziende distributrici che produttrici
- Illustrare le possibili sanzioni, sia amministrative che penali, applicabili in caso di irregolare attribuzione dell'origine

### DESTINATARI

Aziende che effettuano operazioni di compravendita con il Regno Unito. 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

- Evoluzione Brexit, origine preferenziale (condizioni necessarie, vantaggi, regole, lavorazioni, prove, documentazione, IVO)
- Analisi accordo UE – Regno Unito. Separazione contabile, doganamento presso luogo approvato, esportatore autorizzato

### DOCENTE

Giovanni Cavallini – Consulente in materia di origine e fiscalità internazionale dello STUDIO TOSCANO CARBOGNANI SRL di Parma, Unione degli Industriali, Confindustria Ceramica, ACIMAC.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 18 marzo

REGGIO EMILIA, 22 marzo

RIMINI, 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

# INTRASTAT E LE 3C: COMPrensIONE, COMPILAZIONE E CASI PRATICI

## OBIETTIVI

Comprensione delle regole relative all'applicazione dell'IVA nelle operazioni con altri Paesi UE. Presentazione degli adempimenti necessari per la compilazione di dichiarazioni Intrastat e disamina degli aggiornamenti normativi. Attenzione verso operazioni triangolari, al contenuto della fattura e alle novità in materia di scambi intra UE. Analisi di ogni campo inerente alla compilazione corretta dei prospetti obbligatori, con analisi di casistiche particolari come stampi, conto lavoro e valore statistico, mediante l'utilizzo di Intraweb.

## DESTINATARI

Responsabili adempimenti fiscali, responsabili servizio import/export, personale contabile addetto agli adempimenti IVA.

## CONTENUTI

- Principi e requisiti IVA nelle operazioni intracomunitarie
- Il principio di territorialità delle operazioni intracomunitarie
- Soggetti obbligati e periodicità degli adempimenti
- Operazioni soggette a rilevazione ed esclusioni
- Periodicità, termini e modalità di presentazione degli elenchi
- Caratteristiche e compilazione degli elenchi attraverso il software Intraweb
- Acquisti intracomunitari di beni
- Cessioni intracomunitarie di beni
- Vendite e acquisti di servizi intracomunitari
- Note di variazione
- Gestione delle triangolazioni ai fini Intrastat
- Irregolarità e rimedi
- Sanzioni
- Casi Pratici
- Procedura pratica per il rinnovo del certificato di firma

## DOCENTE

Serena Foracchia – Senior consultant dello STUDIO TOSCANO CARBOGNANI, laureata in Ingegneria con esperienza nell'ambito dell'internalizzazione d'impresa, già co-docente di corsi di formazione, specializzata nell'ambito della classificazione doganale delle merci e della compilazione Intrastat.

Per la sede di Piacenza: STUDIO DEL NEVO – Nato 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* 42

## SEDI E DATE

PIACENZA, 3 novembre

REGGIO EMILIA, 23 aprile

MODENA, 4 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## IVA INTRACOMUNITARIA ED EXTRACOMUNITARIA: NOVITÀ 2021

### OBIETTIVI

Il corso ha lo scopo di analizzare il corretto funzionamento dell'IVA intracomunitaria ed extracomunitaria andando ad analizzare le novità 2021. Verranno inoltre analizzate le armonizzazioni intracomunitarie anche in funzione di una probabile, e non lontana, abolizione dei modelli Intrastat e del reverse charge, così come conosciuto ad oggi.

### 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

**INTRODUZIONE** - Implementazione dell'IVA estera in merito ai seguenti argomenti:

- Legislazione doganale
- Legislazione dei trasporti
- Origine della merce

**IVA INTRACOMUNITARIA** - Punto di vista attivo:

- Requisito oggettivo
- Requisito soggettivo
- Requisito Territoriale

**PROVE DI CONSEGNA INTRACOMUNITARIA** -

Consignment stock UE

Punto di vista passivo:

- Integrazione IVA e compilazione del modello Intrastat
- Fornire prove di ricezione della merce

**IVA INTRAEXTRACOMUNITARIA** - Punto di vista attivo:

- Analisi documentazione doganale (DAU, DAE ecc.)
- Codice MRN
- Conservazione della documentazione

Punto di vista passivo:

- Gestione della documentazione ricevuta

### CASI PRATICI:

- Cessioni Intracomunitarie
- Cessioni all'esportazione
- Cessioni gratuite
- Triangolazioni

### INDICAZIONI OBBLIGATORIE IN FATTURA

**CHI NON PUÒ CURARE IL TRASPORTO NELLE OPERAZIONI TRIANGOLARI**

### SEDI E DATE

PIACENZA, 5 luglio

PARMA, 11 maggio

REGGIO EMILIA, 14 maggio

FERRARA, 2 marzo

CESENA, 27 gennaio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

### DOCENTE

Giovanni Cavallini – Consulente in materia di origine e fiscalità internazionale dello STUDIO TOSCANO CARBOGNANI SRL di Parma, Unione degli Industriali, Confindustria Ceramica, ACIMAC.

### DURATA

7 ore

# ORIGINE DELLE MERCI: NUOVI APPROCCI DI CRESCITA AZIENDALE 2021

## OBIETTIVI

Il corso di formazione ha l'obiettivo di:

- 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

## 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 - Le regole per la corretta gestione del "made in":
  - I documenti di prova: certificato d'origine dichiarazione in fattura
  - Le indicazioni di origine non preferenziale: "made in"
  - Le falsi o fallaci indicazioni di origine
- Origine preferenziale:
  - Accordi: bilaterali, unilaterali, di unione doganale
  - Requisiti: generali, territoriali, interamente ottenuti, sufficientemente lavorati o trasformati
  - Lavorazioni sempre insufficienti a conferire l'origine
- Prove dell'origine preferenziale: Certificato EUR 1, Eur Med, dichiarazione su fattura - esportatore autorizzato, esportatore registrato, certificato ATR, dichiarazione del fornitore
- Corretta compilazione dei documenti relativi all'origine, dichiarazione del fornitore Eur 1 ed Eur MED
- Le regole per l'applicazione del cumulo
- IVO Informazione Vincolante in materia di origine

### FOCUS 2021 - COME DIVENTARE ESPORTATORI AUTORIZZATI E REGISTRATI:

- Requisiti
- Presupposti
- Assegnazione status
- Svolgimento richiesta

## DOCENTE

Giovanni Cavallini – Consulente in materia di origine e fiscalità internazionale dello STUDIO TOSCANO CARBOGNANI srl di Parma, Unione degli Industriali, Confindustria Ceramica, ACIMAC.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 19 ottobre

REGGIO EMILIA, 21 ottobre

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

## COME ENTRARE NEI MERCATI INTERNAZIONALI DOPO LA CRISI GLOBALE E COME PRESIDiarLI

### OBIETTIVI

Le aziende italiane sono al centro di una vera e propria rivoluzione. Il modo di fare business sta cambiando e occorre essere aggiornati se si vuole competere sui mercati esteri. Il corso si propone di identificare e mettere a fuoco le diverse metodologie di analisi, pianificazione, presa di contatto, costruzione e mantenimento di una struttura commerciale all'estero dopo la crisi globale, avvalendosi delle nuove strategie.

### DESTINATARI

Imprenditori, responsabili commerciali, responsabili export, marketing, capi area estera, figure professionali interessate ad approfondire la tematica dell'internazionalizzazione del settore fashion in termini concreti e operativi.

### CONTENUTI

Lo scenario dell'economia internazionale durante e dopo la pandemia di coronavirus

- Le principali difficoltà che le imprese affrontano per entrare nei nuovi mercati
- Come si fa l'analisi di un mercato estero e la scelta delle strategie competitive nei mercati esteri
- Tecniche di marketing internazionale strategico e operativo
- La scelta dei canali di entrata nei mercati esteri e dei canali di distribuzione
- Analisi della concorrenza
- Tecniche di comunicazione internazionale, negoziazione e trattative interculturali (nei Paesi Arabi, Russia, Est Europa, Asia)

### DOCENTE

Maria Birsan – Laureata in giurisprudenza con un master in commercio internazionale, esperta in internazionalizzazione d'impresa. Presta attività di consulenza e formazione, per numerose aziende ed Enti pubblici e privati sull'intero territorio nazionale e all'estero. Si occupa delle problematiche commerciali e marketing strategico e operativo per l'estero, organizzazione ufficio export, business plan per l'internazionalizzazione, piano di marketing export, temporary export e marketing management, Crowdfunding campaign management. È autore di articoli e pubblicazioni per riviste imprenditoriali e associazioni.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 20 settembre

PARMA, 30 settembre

MODENA, 6 ottobre

FERRARA, 20 maggio

RIMINI, 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

# I CONTRATTI DELLA DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE. IL COORDINAMENTO DELLA RETE VENDITA TRADIZIONALE CON LE VENDITE ONLINE

## OBIETTIVI

Acquisire la formazione fondamentale per negoziare, definire e gestire i contratti internazionali con distributori, agenti e procacciatori. Comprendere, saper redigere e saper utilizzare le più importanti clausole contrattuali. Creare la propria check-list contrattuale.

## DESTINATARI

Chiunque gestisca la rete vendita e conseguentemente negozi, concluda contratti con distributori, agenti e procacciatori esteri (es. ufficio vendite, commerciali esteri, etc.). 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

La formazione si divide in due parti.

### Prima parte:

- Premessa una panoramica sulle normative di alcune aree geografiche omogenee, i partecipanti verranno dotati di una “guida pratica” il cui utilizzo verrà spiegato dai docenti e che permetterà agli operatori aziendali di: (i) distinguere tra le varie figure di intermediari; (ii) conoscere ed individuare i punti di maggiore criticità nei rapporti con distributori, agenti e procacciatori esteri: indennità di fine rapporto, preavviso contrattuale, riqualificazione in lavoratore subordinato, ecc. (iii) conoscere ed individuare i punti di maggiore criticità dei contratti con distributori, agenti e procacciatori esteri: scelta della legge applicabile, foro competente, minimi di vendita, clienti direzionali e vendite dirette, ecc. (iv) coordinare la rete tradizionale con le vendite on-line.

### Seconda parte:

- Nella seconda parte i docenti sottoporranno ai partecipanti alcuni contratti, simulando una proposta contrattuale ricevuta dall’intermediario. I partecipanti, attraverso l’utilizzo della “guida pratica”, dovranno verificare se il contratto proposto dalla controparte contiene le clausole che sono importanti e fondamentali oppure, al contrario, contiene clausole rischiose e da evitare.

## DOCENTE

STUDIO LEGALE INTERNAZIONALE CECCARELLI & SILVESTRI – Lo studio 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.

## DURATA

7 ore

numero 46

## SEDI E DATE

PIACENZA, 22 aprile

REGGIO EMILIA, 27 settembre

RAVENNA, 11 febbraio

## 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 E SOLUZIONI PER TUTELARSI DAL RISCHIO DI MANCATO PAGAMENTO

### OBIETTIVI

Favorire l'individuazione e la valutazione del rischio di mancato pagamento nelle vendite verso l'estero attraverso la conoscenza applicativa degli strumenti di pagamento, di garanzia e di assicurazione più efficaci al fine di mettere "in sicurezza" i propri crediti verso l'estero (nell'export) ed il ritiro di merce conforme all'ordine di acquisto (nell'import).

### DESTINATARI

Il corso si rivolge sia al personale proveniente dai settori commerciale, logistico, amministrativo, finanziario, che ad export and risk manager, dirigenti ed imprenditori.

### CONTENUTI

- Valutazione del rischio di credito: rischio "commerciale" e rischio "paese"
- Interazione tra gli aspetti commerciali, contrattualistici, logistici e finanziari
- Strumenti di tutela per coprirsi dal rischio di mancato pagamento
- Bonifici bancari anticipati e posticipati assistiti o meno da garanzie
- Assegno bancario: negoziazione Sbf ed invio al dopo incasso: rischi
- Incasso documentario (D/P - CAD - D/A): che cos'è e quali i rischi
- Credito documentario: definizione, articolazione, caratteristiche, vantaggi, rischi e normativa di riferimento (le UCP 600 e le ISBP 745 della ICC)
- Credito documentario senza conferma, con conferma e silent confirmation
- Fasi del credito documentario: dalla negoziazione, alla richiesta di apertura, all'emissione, fino all'incasso
- Utilizzo del credito documentario: data, luogo e modalità (di pagamento, di accettazione, di negoziazione)
- Presentazione conforme dei documenti quale condizione per il pagamento
- Regole per la compilazione dei documenti e per una gestione efficace della LC
- Esame dei documenti da parte delle banche: accettazione, rifiuto, accettazione con riserva - Sconto del credito documentario con anticipo dell'importo
- Stand by Letter of Credit e garanzie autonome a prima richiesta: quando e come adottarle, differenze, vantaggi, rischi e norme della ICC (ISP 98 e URDG 758)
- Tipi di garanzie (dirette, indirette, controgaranzie) e loro applicazione: advance payment guarantee, payment bond, bid bond, performance bond
- Elementi da valutare e attenzioni nei crediti documentari e nelle garanzie a prima richiesta
- Pagamenti differiti con la tecnica del Forfaiting: che cos'è, quando e come adottarlo
- Formulazione della clausola di pagamento nei contratti internazionali
- Esame di casi, esercitazioni, modelli per una efficace gestione operativa dei pagamenti e delle garanzie internazionali

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 17 maggio

RAVENNA, 27 aprile

CESENA, 16 settembre

RIMINI, 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

STUDIO LEGALE INTERNAZIONALE CECCARELLI & SILVESTRI in collaborazione con STUDIO DI MEO - Antonio Di Meo - Consulente in pagamenti internazionali, crediti documentari. Garanzie ed Incoterms®, docente a contratto Università Cattolica Milano e SDA Bocconi, partner di Intesa Sanpaolo in progetti di formazione per l'estero, è stato componente commissione revisione Incoterms® 2020.

### DURATA

7 ore



# EXPORT DIGITALE: LA STRATEGIA CORRETTA PER VENDERE SUI MERCATI ESTERI

## OBIETTIVI

Essere in grado di valutare e delineare una strategia di comunicazione digitale per i mercati esteri.

Essere in grado di verificare l'andamento delle attività digitali in relazione agli obiettivi definiti.

## DESTINATARI

Export manager, imprenditori, direttori commerciali, marketing manager.

## CONTENUTI

Il corso tratta l'analisi dell'effettivo supporto ottenibile attraverso l'uso dei canali web, ai fini del processo di internazionalizzazione. Utilizzando diversi casi di studio di Weevo, seguiti direttamente dal relatore, viene presentato un quadro generale delle strategie migliori per l'approccio o il consolidamento delle attività sui mercati esteri. Tramite l'utilizzo di uno strumento utile si impara a impostare una strategia di comunicazione digitale per l'estero. Il corso identifica e descrive gli elementi della strategia di comunicazione digitale, in particolare allo scopo di approcciare e presidiare un mercato estero:

- Obiettivi
- Indicatori chiave di prestazione
- Canali e attività
- Investimenti
- Contenuti
- Mercati target
- Marketing Distinguo
- Mission
- Vision
- Scopo

Verranno presentati diversi casi di studio e i risultati ottenuti.

## DOCENTE

Gabriele Carboni – Definito da Going Global UK: “Massimo esperto in strategie di marketing digitale internazionale”.

Tra i 5 maggiori marketing influencer italiani secondo Digitalic.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 25 novembre

MODENA, 24 giugno

## 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

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, 11 maggio  
REGGIO EMILIA, 16 settembre  
CESENA, 19 aprile

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

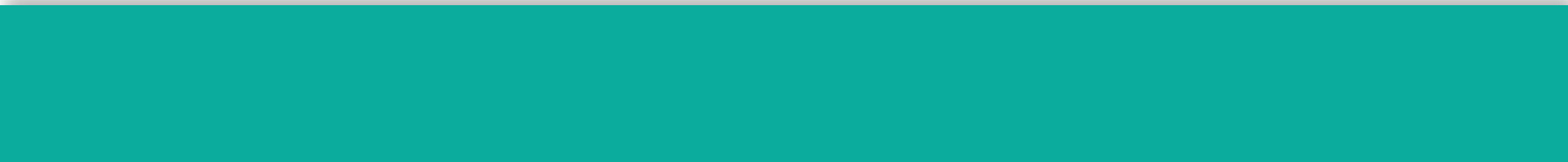
250,00 € + IVA az. associate  
300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OMME

*Area*  
COMMERCIALE E MARKETING



## LE NUOVE FRONTIERE DELLA VENDITA FRA OFFLINE E ONLINE

### OBIETTIVI

Tutti vendono qualche cosa, tutto è in vendita. Ma un conto è la vendita, un altro è l'acquisto. I clienti adorano comprare, ma odiano che gli si venda qualche cosa. Conoscere i nuovi principi della vendita mettendo in evidenza il passaggio dalla vendita push alla vendita pull ovvero un approccio che mette al centro il cliente rendendolo partecipe e non oggetto di semplici tecniche di persuasione, desuete e "fuori tempo massimo". Utilizzare i contenuti e lo storytelling per creare interesse, curiosità e motivazione. Sapere generare un flusso di informazione sganciata dal processo di consumo.

### DESTINATARI

Personale dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività commerciali.

### CONTENUTI

- Le nuove regole della vendita in un mondo che cambia
- Gli strumenti della vendita classici da buttare
- La strategia è vendere non vendendo
- Autenticità, contenuti, storytelling, big data e "real time"

### DOCENTE

Canzio Panzavolta – Oltre vent'anni di esperienza nel campo della direzione aziendale, come manager, consulente e formatore. Carriera in amministrazione e poi esperienza nel campo della direzione aziendale, come manager prima e poi, dal 1991, come consulente e formatore. Consulente di marketing strategia e pianificazione d'impresa, amministrazione, finanza e controllo di gestione.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 18 febbraio

CESENA, 29 novembre

RIMINI, 14 dicembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# INSTAGRAM, LA POTENZA DELLE IMMAGINI: IL SOCIAL DELLE IMMAGINI, NUOVE OPPORTUNITÀ

## OBIETTIVI

Instagram è uno degli ultimi nati nella famiglia social, ma in pochi anni ha superato in popolarità social network di fama mondiale. Acquisito da Facebook Inc. nel 2012, oggi Instagram ha sviluppato potenzialità e strumenti interessanti per la strategia social delle imprese. Il corso si propone di:

- presentare le principali opportunità che Instagram offre
- trasferire ai partecipanti conoscenze e competenze per sviluppare una presenza efficace sul social rispetto ai propri obiettivi di business.

Durante la giornata, verranno proposte esercitazioni pratiche volte a concretizzare le opportunità presentate, offrendo ai partecipanti la possibilità di cimentarsi sul social, sviluppando contenuti ad hoc. Al fine di sviluppare un percorso formativo maggiormente efficace, che tenga conto della strategia social media già attiva, sarà possibile per le aziende partecipanti, compilare, precedentemente alla giornata del corso, una scheda informativa sulla propria presenza su Instagram che il docente potrà visionare prima della giornata di corso.

## DESTINATARI

Titolari di impresa, addetti al marketing, addetti alla comunicazione aziendale.

## CONTENUTI

- Instagram, riflessioni utili:
  - Il social delle immagini, cosa significa?
  - Chi c'è su Instagram? Focus su utenti e potenziale pubblico
  - Perché esserci su Instagram?
- Instagram, le opportunità per il business:
  - Novità: la pagina aziendale
  - Novità: gli insights
  - Il collegamento con Facebook: potenzialità e rischi
- Instagram, contenuti, comportamenti e policy:
  - Il linguaggio da utilizzare per essere efficaci: comunicare attraverso le immagini
  - I comportamenti corretti: cosa fare e cosa evitare per essere efficaci
- Laboratorio pratico:
  - Impostare la propria pagina aziendale su Instagram
  - Esercizi di contenuto: individuare le immagini "giuste!"

## 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

PARMA, 14 luglio  
REGGIO EMILIA, 1 luglio  
CESENA, 1 dicembre  
RIMINI, 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

## TRUSTED ADVISOR: SVILUPPO DELLA RELAZIONE COMMERCIALE PER FIGURE TECNICHE

### OBIETTIVI

Fornire alle funzioni tecniche delle aziende che hanno relazioni dirette con i clienti un minimo di acume commerciale per farli diventare i consulenti di fiducia e renderli quindi indispensabili per il cliente. Scopo del corso è dotare le funzioni tecniche delle aziende (project managers o interfacce verso i clienti) di acume commerciale basato sulla fiducia nelle competenze tecniche che il cliente già conosce, in modo che riescano a cogliere opportunità durante la loro attività ordinaria, senza snaturare la loro attitudine prevalentemente tecnica. Le opportunità così colte hanno maggior valore per l'azienda e maggiore marginalità. I rapporti gestiti con tali tecniche rafforzano la collaborazione strategica con i clienti.

### DESTINATARI

Project managers, project engineers, customer service managers, operations managers, business units managers.

### CONTENUTI

- Le basi per costruire relazioni basate sulla fiducia
- I comportamenti fondamentali
- Le dinamiche dell'influenza
- L'importanza dell'ascolto
- Diventare un partner
- Improvvisare
- L'assunzione del rischio
- L'importanza del networking
- Come affrontare l'argomento del prezzo

### 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

PIACENZA, 4 e 11 febbraio

REGGIO EMILIA, 15 e 22 settembre

FERRARA, 29 novembre e 6 dicembre

CESENA, 18 e 25 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# SOCIAL MEDIA MARKETING: STRATEGIA E STRUMENTI PER COMUNICARE ONLINE

## OBIETTIVI

Questo corso ti insegna a sfruttare le potenzialità dei social media. Imparerai a:

- Gestire i passi fondamentali di una strategia di social media marketing
- Definire obiettivi concreti e misurabili
- Selezionare i social media più adatti al tuo tipo di impresa
- A pianificare la creazione e pubblicazione di contenuti

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi usa il web e i social media per la propria attività di marketing, come ad esempio: social media manager, responsabili marketing, responsabili commerciali, responsabili export ed imprenditori.

## CONTENUTI

### **Introduzione: dall'improvvisazione alla strategia**

- L'importanza di avere una strategia ben definita
- Gli elementi di base di una strategia efficace di comunicazione

### **Identità**

- Conoscere se stessi per avere uno stile di comunicazione coerente
- Il metodo delle User/Buyer Persona: chi è il tuo cliente ideale e quali sono i suoi bisogni
- Una categorizzazione utile dei bisogni: da quelli funzionali a quelli emotivi

### **Obiettivi di comunicazione: concreti e misurabili**

- Scegliere obiettivi concreti con la tecnica SMART
- Le KPI (Key Performance Indicator) fondamentali per misurare visibilità, attenzione, interesse e coinvolgimento

## DOCENTE

Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media per aiutare aziende e professionisti a ottenere risultati di vendita comunicando efficacemente on line.

## DURATA

4 ore

- Strumenti per analizzare le statistiche

### **I canali di comunicazione**

- Criteri di base per scegliere il social media giusto
- Come integrare i social media con la comunicazione del sito web e delle mail

### **Content marketing**

- Definire i tipi di contenuto in base all'obiettivo
- Contenuti per l'inbound e contenuti per outbound marketing
- Uno schema per trovare subito idee per contenuti originali

### **Risorse e tattiche**

- Creare un calendario editoriale consistente e facile da applicare
- I principali strumenti gratuiti per gestire la pubblicazione dei contenuti social

## SEDI E DATE

PARMA, 26 gennaio

REGGIO EMILIA, 18 febbraio

RAVENNA, 25 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## LINKEDIN PER LE AZIENDE: VISIBILITÀ, NETWORK E NUOVI CLIENTI

### OBIETTIVI

Questo corso ti insegnerà le potenzialità di LinkedIn, il social media professionale per eccellenza, per:

- Fare Lead Generation e allargare la tua rete di contatti e di potenziali clienti
- Evidenziare le tue competenze e confermare la qualità dei tuoi prodotti/servizi
- Rafforzare la tua visibilità e la tua reputazione on line
- Consolidare la brand reputation della tua azienda
- Guadagnare la fiducia dei tuoi potenziali clienti

### DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi desidera conoscere e approfondire l'utilizzo di LinkedIn come strumento di brand reputation e lead generation. In particolare: imprenditori, responsabili commerciali, responsabili export, responsabili marketing.

### CONTENUTI

#### • Introduzione a LinkedIn:

- Cos'è LinkedIn e cosa puoi ottenere usandolo bene
- Come costruire una strategia di LinkedIn Marketing e di Social Selling

#### • Ottimizzare il profilo personale:

- Perché è importante curare il profilo personale di LinkedIn
- La propria descrizione: foto, nomi, titoli, informazioni di contatto
- Riepilogo e sezioni del profilo
- Competenze e segnalazioni
- Trucchi per usare LinkedIn in modo strategico
- Impostazioni e privacy dell'account

#### • Gestisci le pagine aziendali su LinkedIn:

- Creare e gestire una pagina aziendale su LinkedIn

- Contenuti, strumenti di pubblicazione e di analisi dei risultati
- Integrare LinkedIn nella strategia di web marketing
- Usare le statistiche per capire se stiamo lavorando bene

#### • Potenzia la tua presenza su LinkedIn:

- Migliorare il proprio network: ricerca, gruppi, conversazioni, messaggi InMail
- Pianificare la propria presenza su LinkedIn con un calendario editoriale
- Dai messaggi agli articoli: usare LinkedIn come un blog personale
- Altri strumenti (panoramica breve): Sales Navigator e il LinkedIn Campaign Manager

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

Ed. n. 1 - 12 e 14 aprile

Ed. n. 2 - 19 e 21 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

Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media per aiutare aziende e professionisti a ottenere risultati di vendita comunicando efficacemente on line.

### DURATA

7 ore



# CONTENT MARKETING: CREA CONTENUTI DI SUCCESSO PER IL WEB

## OBIETTIVI

Il sito e i social media vivono e sono efficienti solo se alimentati con contenuti utili e di qualità. Questo corso insegna come usare gli strumenti principali per la creazione, la modifica, la gestione e la pubblicazione, di contenuti sia testuali che visuali, come le immagini e i video. Il tutto all'interno di una cornice che sia coerente con la propria identità e con la propria strategia di comunicazione.

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi si occupa della comunicazione digitale aziendale ed ha bisogno di organizzare il proprio lavoro per avere sempre idee nuove e risparmiare tempo. In particolare: social medi manager, responsabili della comunicazione, responsabili commerciali, responsabili marketing, ecc.

## CONTENUTI

### Introduzione al content marketing:

- Cos'è il Content Marketing e a cosa serve
- Dove si applica il Content Marketing

### Primi passi: definire la strategia:

- Come definire la nostra identità per comunicare in modo coerente
- Creare sintonia fra i nostri obiettivi di marketing e i bisogni reali del nostro cliente
- Strumenti per trovare e scegliere gli argomenti

### Creare contenuti testuali: il web writing:

- Elementi di stile: come scrivere in modo chiaro e conciso
- Usare gli archetipi per adattare lo stile di scrittura alla nostra identità aziendale o professionale
- Adeguare la scrittura al sito e ai diversi social media
- Elementi di scrittura persuasiva
- Risorse web utili per scrivere bene

### Creare contenuti visuali:

- Introduzione ai contenuti visuali

- Tipologie base di contenuti visuali: foto, citazioni, meme, gif ecc.
- Regole di base e trucchi per creare immagini e contenuti visuali efficaci
- Risorse web e strumenti gratuiti per creare e condividere contenuti visuali
- Adattare i contenuti visuali ai diversi tipi di social media

### Altri contenuti per coinvolgere gli utenti:

- Strumenti per creare quiz e questionari
- Strumenti per creare avatar e fumetti
- Strumenti per creare video animazioni
- Strumenti per creare infografiche
- Strumenti per creare contenuti interattivi

### Tecniche e strumenti di gestione e pubblicazione dei contenuti:

- Content curation: metodologia e strumenti
- Usare i Feed RSS per trovare contenuti di altri e tenersi aggiornati
- Definire il flusso dei contenuti e usare gli strumenti di gestione e automazione della pubblicazione

## DOCENTE

Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media per aiutare aziende e professionisti a ottenere risultati di vendita comunicando efficacemente on line.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 13 aprile

MODENA, 4 marzo

RAVENNA, 27 settembre

RIMINI, 18 maggio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## CONOSCI IL TUO CLIENTE? 30 DOMANDE PER SAPERE COSA VOGLIA DA TE

### OBIETTIVI

Diamo per scontato che ogni nostro prodotto, servizio o comunicazione nascano per soddisfare i nostri clienti, ma è davvero così?

Questo seminario, attraverso una serie di 30 domande, ti guiderà a:

- Creare il modello del tuo cliente ideale
- Capire quali aspetti della tua proposta di mercato abbia davvero valore per il tuo cliente
- Usare le informazioni sul tuo cliente per costruire strategie aziendali e di comunicazione utili e produttive

### DESTINATARI

La conoscenza dei clienti e dei loro reali bisogni dovrebbe essere la guida per ogni attività aziendale, dalla progettazione di nuovi prodotti/servizi al marketing e alla vendita. Per questo il corso è adatto ad un'ampia platea di destinatari: titolari di azienda, responsabili commerciali, tecnici commerciali, responsabili della comunicazione, responsabili marketing, ecc.

### CONTENUTI

#### **Introduzione: tre strumenti di lavoro:**

- Cosa sono le User/Buyer Personas e come usarle per “disegnare” il tuo cliente ideale capire meglio i suoi bisogni
- Cos'è il Value Proposition Canvas e come usarlo per mettere a confronto i bisogni dei clienti con la nostra proposta al mercato
- La piramide degli elementi di valore per il cliente

#### **Le domande:**

- Le domande per andare oltre il nostro prodotto/servizio e capire i bisogni funzionali e di base del nostro cliente
- Le domande per andare oltre la razionalità e comprendere i bisogni emotivi del nostro cliente
- Le domande per capire i bisogni di cambiamento e di ispirazione del nostro cliente

#### **Dalle risposte alla pratica:**

- Come usare ciò che sappiamo dei clienti per elaborare le giuste strategie di comunicazione
- Formule, schemi, tecniche per elaborare il giusto contenuto digitale

### DOCENTE

Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media per aiutare aziende e professionisti a ottenere risultati di vendita comunicando efficacemente on line.

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 30 marzo e 8 aprile

MODENA, 2 e 9 febbraio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# VIDEO EDITING BASE CON APPLICAZIONI FREE

## OBIETTIVI

Il video è sempre più lo strumento privilegiato di comunicazione, sia per comunicare i valori aziendali, che come strumento di marketing, di informazione e formazione.

Questo corso mette in grado anche le persone non esperte di:

- Comprendere il valore e la funzione dei diversi tipi di video
- Progettare un video in base ad obiettivi e stili definiti
- Creare o scegliere i materiali di base con cui montare i video
- Utilizzare alcune delle applicazioni gratuite più note per fare editing video

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi, senza avere seguito un percorso formativo specifico, si trova a creare contenuti video per sé o per la propria azienda. In particolare: chi gestisce e crea contenuti per i canali social o per il sito web, responsabili commerciali, responsabili marketing.

## CONTENUTI

### **Introduzione: la produzione video e ai suoi usi**

- Le tre funzioni di base dei video nella comunicazione social: Hero, Hub, Hygiene
- Programmare produzione e pubblicazione dei video

### **Fase 1: progettare il video**

- Obiettivo, stile, messaggio ecc.
- Creare lo storyboard
- Raccogliere i materiali: fare foto e registrare video di base
- Altre risorse utili: i testi e le musiche

### **Fase 2: le app on line per video editing di base**

- FLEXCLIP: semplice e flessibile
- LUMEN5: per il materiale informativo
- KIZOA: l'applicazione semiprofessionale

## DOCENTE

Giovanni Dalla Bona – Formatore e consulente sull'uso strategico del web e dei social media per aiutare aziende e professionisti a ottenere risultati di vendita comunicando efficacemente on line.

## DURATA

4 ore

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

16 giugno

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## PREPARARSI A VINCERE LA TRATTATIVA - COME ORGANIZZARE UNA STRATEGIA DI VENDITA INCISIVA

### 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

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

### CONTENUTI

- Conoscere i bisogni del cliente prima di incontrarlo
- 4 modelli di clienti: qual è il tuo?
- Misurare il proprio valore: l'analisi SWOT
- Come prevedere il futuro: l'analisi macro-ambientale
- Gli errori da evitare per non essere ignorato dal mercato
- Addio alla vecchia segmentazione di mercato: largo al Customer Profile
- I 3 angoli di attacco al mercato
  - Value Map
  - Total Cost Ownership
  - Leve differenzianti
- Qualità autentica vs "prodotti di qualità"
- Il prezzo: da anello debole ad arma letale in mano a chi vende

### 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

14 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 22 e 27 aprile

CESENA, 7 e 13 aprile

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# VENDITA STRATEGICA: 7 STRUMENTI PER PREPARARE LA VENDITA PRIMA DI INCONTRARE IL CLIENTE

## OBIETTIVI

I mercati di oggi sono i più difficili della storia, con un livello di competizione che non si è mai visto finora. Non basta più cercare in modo casuale i clienti per poi presentarsi «a freddo» negli incontri. Non basta più fare degli “spiegoni scientifici” per convincere il cliente. Non basta più improvvisare azioni di vendita senza capire bene quelle che funzionano. Non basta più basarsi solo sulle opinioni. Per non lottare solo sul prezzo, si deve preparare in modo professionale la vendita (molto) prima dell’incontro con il cliente. Questo corso contribuisce allo sviluppo dell’organizzazione di una vendita strategica nella tua azienda e presenta i 7 strumenti pratici per preparare la vendita prima dell’incontro con il cliente.

## DESTINATARI

Imprenditori, direttori generali, direttori commerciali e marketing, addetti marketing.

## CONTENUTI

- Il mondo competitivo di oggi e come impatta sul cliente
- Strumenti per:
  - Capire chi è e cosa vuole il cliente
  - Come analizzare la concorrenza
  - Mappare quale prodotto/servizio interessa davvero al cliente
  - Impostare il percorso per affrontare correttamente la vendita strategica
  - Definire la tua «Scala delle soluzioni»
  - Capire come comunicare efficacemente
  - Fare il Piano mktg e vendite

## DOCENTE

Gianluca Celli – Titolare dello studio StrategiaPmi, è specializzato nel migliorare la competitività delle aziende che vendono ad altre aziende. Ha lavorato per e con grandi aziende come Ferrari, Maserati, BMW e Accenture; come direttore generale ha aiutato oltre 95 aziende in molti settori. È stato docente di marketing per Accademia della comunicazione di Milano e coordinatore didattico per i master vendita e marketing dell’ente di formazione della camera commercio-Bologna.

## DURATA

14 ore

numero 59

## SEDI E DATE

PARMA, 24 novembre e 1 dicembre

MODENA, 26 e 28 aprile

FERRARA, 17 e 22 giugno

RAVENNA, 5 e 7 luglio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## DIFENDERE IL PREZZO PER CREARE VALORE NELLA VENDITA

### OBIETTIVI

Molti commerciali, anche di esperienza, iniziano ad avere problemi quando si parla di denaro. Giunti a questo punto si viene spesso posti di fronte ad un aut-aut: cedere sul prezzo o rinunciare all'affare. E in tanti capitolano. In realtà esiste una strategia efficace che toglie potere al cliente ed evita di ridurre drasticamente i propri margini di guadagno. Cosa fa la differenza? Un'adeguata preparazione dell'incontro di vendita e il giusto metodo.

### DESTINATARI

Commerciali interni o esterni all'azienda, key account, area manager, agenti di commercio, segreterie commerciali, chiunque venda.

### CONTENUTI

- Creare la relazione per ottenere la fiducia
- Interessare: presentare se stessi e l'azienda
- Analizzare a fondo le esigenze
- Andare oltre il concetto di "qualità" del prodotto/servizio
- Come scardinare la "comfort zone" del cliente: "Non mi serve nulla!"
- Creare valore nella vendita
- Perché mi fa questa obiezione?
- 10 tecniche per rispondere all'obiezione: "È troppo caro!"

### DOCENTE

Alberto Canevali – Laureato in Economia e Commercio, 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 di Confindustria, Cegos, Palo Alto e per la Business School del Sole 24 Ore, per le aree Comunicazione, Vendite, Marketing e Customer Service e per le soft skills. Ha collaborato con oltre 230 aziende PMI e Multinazionali di diversi settori.

### DURATA

7 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

Ed. n. 1 - 1 e 3 marzo

Ed. n. 2 - 23 e 30 settembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE, TECNICHE DI FORECASTING E SOSTENIBILITÀ

## OBIETTIVI

La pianificazione commerciale è un processo complesso ed articolato che va molto al di là della semplice stesura del budget annuale. Il corso illustra come effettuare un'analisi dei mercati e della propria offerta commerciale, allo scopo di programmare in modo efficace le azioni di marketing, prevedere in modo accurato le vendite, controllarne costi ed efficacia mentre si svolgono.

## DESTINATARI

Aziende manifatturiere, commerciali, di servizio. Top & Middle Management di aziende della logistica.

## CONTENUTI

- Analisi del mercato
- Definizione della strategia commerciale
- Pianificazione delle attività di vendita
- Progettazione e stesura del Budget di vendita
- Metodologie di previsioni di vendita (forecasting)
- Indici KPI di misura delle prestazioni

## DOCENTE

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

## DURATA

14 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 18 e 25 ottobre

REGGIO EMILIA, 4 e 9 novembre

RAVENNA, 21 e 24 giugno

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## I TUOI POST NON FUNZIONANO? PERCHÉ NON FAI SOCIAL SELLING!

### OBIETTIVI

Scrivere dei post nei social non è sufficiente, soprattutto quando sono solo autoreferenziali. Lo sappiamo, scrivere del nostro prodotto o servizio è facile, scrivere dei contenuti non autoreferenziali è invece difficile, abbiamo paura di dare delle informazioni che riteniamo riservate, solo nostre. È sbagliato. Dobbiamo fare quello che si definisce Social Selling. Ed in questo corso vedremo come farlo, per essere così più efficaci nelle nostre attività “business social”.

### DESTINATARI

Responsabili commerciali, responsabili marketing, responsabili vendite; project managers, area managers e altre figure commerciali e marketing.

### CONTENUTI

- Il Social Selling
- Case study
- Cosa significa Social Selling
- Quali sono i vantaggi dei Social per le aziende?
- L'importanza del piano editoriale
- La scrittura persuasiva social (comunicazione efficace)
- Scrittura in ottica Seo
- Sai utilizzare i social network? Introduzione a:
  - LinkedIn
  - Facebook
  - Instagram
  - Youtube

### DOCENTE

Marco Besi – Dal 2012, dopo essere stato direttore commerciale in vari settori, aiuto le aziende sulla internazionalizzazione, ad usare il web marketing ed il social selling, a gestire gli altri canali di vendita e le reti commerciali. In aula porta la sua esperienza manageriale, ricreando l'azienda, attraverso esercitazioni pratiche e simulazioni per riportare nella realtà gli argomenti trattati.

### DURATA

7 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

19 e 29 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# FAKE SELLING: GLI ERRORI INCONSAPEVOLI CHE DIMEZZANO LE VENDITE

## OBIETTIVI

Un settore importante come la vendita non dispone di una “Università” che studi sistematicamente i processi negoziali, li aggiorni regolarmente e li proponga a tutto il personale di vendita. E per il medesimo motivo, a spingerli all'errore in maniera del tutto inconsapevole, spesso sono i loro area manager o i loro direttori. Rimane quindi, come principale strumento formativo, il buon senso, l'improvvisazione e ...la “strada”. L'era di Internet ha radicalmente stravolto il mondo e consente strumenti informativi infiniti a portata di “smartphone”; nonostante ciò, nell'area commerciale circolano ancora convinzioni, modi di dire e di pensare obsoleti e controproducenti, ma che vengono tramandati per generazioni e riprodotti col copia/incolla. Purtroppo, queste convinzioni e credenze vengono prese per delle certezze o dei dati di fatto, mentre invece sono degli autentici “suicidi negoziali”, non sono solo inutili, ma veramente dannosi per concludere positivamente una trattativa commerciale. In questa giornata formativa si esaminano gli atteggiamenti sbagliati, le strategie obsolete e poco efficaci e le “zavorre comunicative” che impediscono al cliente di dare credito e fiducia al venditore e gli fanno preferire prodotti o servizi di altri concorrenti.

## DESTINATARI

Personale commerciale a tutti i livelli: venditori, agenti, tecnici commerciali, area manager, direttori commerciali e vendite.

## CONTENUTI

- Come è cambiata la comunicazione nell'era di Internet
- Vantaggi e svantaggi dell'esperienza vissuta: analisi di casi reali proposti dai partecipanti
- Le credenze da sfatare, a partire da “per vendere bisogna essere portati”
- Il corretto atteggiamento mentale: base per una vendita vincente
- Gli errori nella strategia preliminare: basta improvvisazione e (pseudo) furbizia
- Preparazione sistematica approfondendo le competenze negoziali
- Le comunicazioni errate: definirle, evitarle e/o sostituirle
- Il linguaggio “Fake Selling”: come allontanare inconsapevolmente il cliente, credendo di agire positivamente
- Come descrivere i prodotti per spingere il cliente a rivolgersi ad altri
- La proposta definitiva di accordo col cliente: errori definitivi da evitare
- Conclusione positiva: breve check - list di azioni di successo per “portare a casa l'ordine”

## DOCENTE

Eros Tugnoli – Titolare di “ETS” e coautore del blog “Marketing e Vendite”; consulente, formatore e istruttore nell'area marketing, vendite e negoziazione commerciale. Docente a diversi Master Vendite, pubblica regolarmente articoli e news per riviste specialistiche.

## DURATA

7 ore

numero 63

## SEDI E DATE

PARMA, 23 settembre  
REGGIO EMILIA, 28 settembre  
MODENA, 11 novembre  
RIMINI, 20 aprile

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## MARKETING DISTINGUO: DISTINGUERSI DALLA CONCORRENZA

### OBIETTIVI

Essere in grado di verificare gli elementi distintivi dell'azienda rispetto alla concorrenza. Essere in grado di rispondere alla domanda: perché comprare da te? Essere in grado di comunicare il Marketing Distinguo dell'azienda in modo efficace.

### DESTINATARI

Imprenditori, direttori commerciali, marketing manager.

### CONTENUTI

Il corso si focalizza su uno dei concetti fondamentali del marketing e delle strategie d'impresa: cos'è che rende il tuo prodotto o servizio diverso dalla concorrenza? La risposta a questa domanda è data dal Marketing Distinguo. Il Marketing Distinguo è un collante tra i concetti di Brand Positioning e Unique Selling Proposition. È essenziale in quanto non solo semplifica il lavoro del responsabile marketing, ma perché si riflette concretamente nel prodotto/servizio e nei tratti distintivi dell'azienda stessa.

Il corso propone un processo semplice che chiunque può applicare per scoprire o definire ciò che rende la persona, il prodotto, il marchio o l'azienda unica rispetto alla concorrenza. Il metodo costringe a omettere caratteristiche come qualità, flessibilità, passione, leadership e affidabilità. Studiato in soli tre passaggi, evidenzia caratteristiche specifiche che l'azienda già conosce, ma raramente descrive nel dettaglio.

### DOCENTE

Gabriele Carboni – Definito da Going Global UK: “Massimo esperto in strategie di marketing digitale internazionale”. Tra i 5 maggiori marketing influencer italiani secondo Digitalic.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

MODENA, 28 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 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
- 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

numero 65

## SEDI E DATE

PIACENZA, 14 luglio

REGGIO EMILIA, 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

## GESTIONE TRATTIVE 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 supervisionate 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, Kronos, 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

PIACENZA, 27 settembre e 4 ottobre  
REGGIO EMILIA, 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

# ESTERO: QUELLO CHE I COMMERCIALI DEVONO SAPERE

## OBIETTIVI

L'incontro si propone di:

- 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 daziaria, 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

numero 67

## SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 15 luglio

FERRARA, 21 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 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 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

PARMA, 26 novembre e 3 dicembre

REGGIO EMILIA, 29 novembre

e 1 dicembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

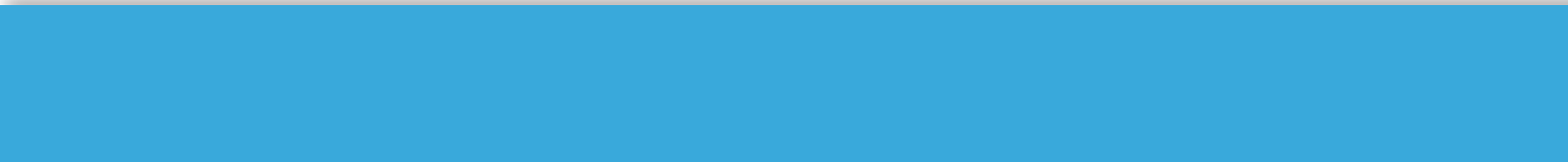
### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



*Area*

AMMINISTRAZIONE, FINANZA  
E CONTROLLO DI GESTIONE



## IL SISTEMA DEL BUDGET E L'ANALISI DEGLI SCOSTAMENTI

### OBIETTIVI

Il corso è finalizzato a capire come utilizzare il budget e gli strumenti di reporting per la gestione, il controllo e la direzione d'impresa, anche applicati a micro e piccole medie imprese. In particolare saranno introdotti strumenti e metodi specifici, anche applicati alla situazione attuale al fine di gestire al meglio scostamenti ed evoluzioni.

### DESTINATARI

Amministratori delegati, direttori di stabilimento, manufacturing manager, supply chain manager, responsabili area amministrazione-finanza-controllo.

### CONTENUTI

- Il budget
- Il budget commerciale
- La costruzione del budget di produzione
- Il budget a fattori variabili
- Il budget delle strutture centrali
- Costruzione del master budget
- Analisi degli scostamenti
- Reporting (balance scorecard)

### DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da Dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio “kaizen”. Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la “trasformazione lean profonda” che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del Corso di “Gestione della Produzione” ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in “Operation & Supply Chain” e “Lean Manufacturing” del CUOA e al Master EMBA dell’Università di Udine.

Gabriele Pullega – Ha conseguito un dottorato di ricerca presso l’Università di Bologna nell’ambito della valutazione d’azienda e, successivamente, un Academic Certificate in Business Strategy and Financial Performance presso l’INSEAD. Ha maturato una esperienza decennale nella Direzione di Multinazionali del settore farmaceutico, alimentare e come consulente d’azienda, di Direzione, in PMI.

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 10 e 17 marzo  
CESENA, 17 e 23 febbraio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# CALCOLO DEL COSTO PRODOTTO E ACTIVITY BASED COSTING

## OBIETTIVI

L'eccellenza competitiva richiede oggi capacità crescenti di produrre beni e servizi in modo tempestivo, economico e qualitativamente superiore. In questo sforzo continuo l'elaborazione di informazioni per decidere e orientare i comportamenti dei manager aziendali richiede strumenti adeguati ed efficaci. I costi, in quanto misurazione fondamentale all'interno dell'azienda, svolgono un ruolo determinante di supporto decisionale e di orientamento dei comportamenti nelle organizzazioni. Per il loro intelligente utilizzo è necessario un continuo accrescimento di valore informativo mediante appropriati strumenti e metodologie di analisi. In questo corso vengono affrontati i principali concetti e strumenti di analisi dei costi aziendali per costruire le basi conoscitive ed applicative necessarie per lo studio degli sviluppi più recenti nel costing.

## DESTINATARI

Professionisti e consulenti inseriti nella funzione controllo e in aree funzionali diverse, imprenditori e direttori generali, responsabili di business e di aree geografiche, dirigenti e responsabili di funzione e di business.

## CONTENUTI

- La contabilità analitica
- Il costo dei principali fattori produttivi
- I metodi di costing del prodotto tradizionali
  - La classificazione dei costi
  - Costi variabili vs fissi
  - Costi diretti vs indiretti
- Costi di prodotto vs di periodo
- Costi evitabili vs non evitabili
- Analisi CVR (costi-volumi-risultati) o Break even analysis
- La leva operativa
- Il metodo di costing ABC
- L'analisi del budget e degli scostamenti

## DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da Dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio “kaizen”. Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la “trasformazione lean profonda” che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del Corso di “Gestione della Produzione” ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in “Operation & Supply Chain” e “Lean Manufacturing” del CUOA e al Master EMBA dell'Università di Udine.

Gabriele Pullega – Ha conseguito un dottorato di ricerca presso l'Università di Bologna nell'ambito della valutazione d'azienda e, successivamente, un Academic Certificate in Business Strategy and Financial Performance presso l'INSEAD. Ha maturato una esperienza decennale nella Direzione di Multinazionali del settore farmaceutico, alimentare e come consulente d'azienda, di Direzione, in PMI.

## DURATA

14 ore

## SEDI E DATE

PARMA, 12 e 19 luglio  
REGGIO EMILIA, 9 e 16 luglio  
MODENA, 23 e 30 marzo  
RIMINI, 11 e 16 febbraio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## LA STABILITÀ FINANZIARIA PRIMA E DOPO L'EMERGENZA COVID-19

### OBIETTIVI

La pandemia COVID-19 sta mettendo a dura prova l'andamento e la stabilità finanziaria di numerose imprese del panorama nazionale ed internazionale. Molte realtà imprenditoriali stanno attraversando un periodo di seria difficoltà. Quali sono gli obblighi degli amministratori? Quali sono le funzioni e le strategie che devono essere messe in atto per mantenere la stabilità aziendale?

### DESTINATARI

Imprenditori e operatori amministrativi o commerciali.

### CONTENUTI

- Che cosa si intende per stabilità e continuità aziendale
- Chi effettua la valutazione della stabilità e della continuità aziendale
- Quando deve essere svolta tale valutazione
- Come si effettua la valutazione della stabilità e della continuità aziendale
- Un caso pratico

### DOCENTE

Andrea Passini – Dottore Commercialista e Tutor aziendale. 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

PIACENZA, 2 marzo

PARMA, 15 giugno

REGGIO EMILIA, 15 luglio

MODENA, 8 aprile

FERRARA, 21 aprile

RAVENNA, 11 marzo

CESENA, 20 maggio

RIMINI, 20 luglio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# CRISI D'IMPRESA: COSA SIGNIFICA ESSERE DOTATI DI UN ADEGUATO ASSETTO?

## OBIETTIVI

Il corso si rivolge alle risorse che fanno capo alla direzione aziendale o che si occupano dell'area Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione e Finanza Aziendale. Scopo del corso è quello di approfondire le implicazioni manageriali, contabili e finanziarie legate al tema dell'adeguato assetto statuito dalla legge sulla crisi d'impresa.

## DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, manager, quadri e impiegati amministrativi.

## CONTENUTI

Il D.lgs. n. 14 del 12 gennaio 2019 "Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza" (d'ora in poi Codice della Crisi) ha introdotto notevoli e importanti mutamenti con riferimento agli obblighi e alle procedure inerenti la gestione delle imprese. La normativa espressamente obbliga l'imprenditore (Art. 375 comma 2 che modifica l'art. 2086 CC.) a dotarsi di un adeguato assetto (1) organizzativo, (2) amministrativo e (3) contabile finalizzato alla rilevazione tempestiva della crisi dell'impresa e perdita della continuità aziendale.

Il corso intende approfondire le modalità di analisi, valutazione e costruzione di un adeguato assetto organizzativo, amministrativo e contabile.

## 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

PIACENZA, 16 febbraio

PARMA, 15 aprile

REGGIO EMILIA, 20 aprile

MODENA, 1 luglio

RAVENNA, 5 ottobre

RIMINI, 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

## ALLA SCOPERTA DELLA CENTRALE RISCHI

### OBIETTIVI

Oggi è importante per l'azienda conoscere, in maniera critica e in un'ottica il più possibile vicina a quella bancaria, tutte quelle informazioni comportamentali disponibili in Centrale Rischi Bankitalia, sulla base delle quali le banche fondano i processi di valutazione del merito di credito e quindi dell'attribuzione dei rating.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Cosa è la Centrale Rischi di Banca d'Italia
- Accesso al credito e rating bancario
- Funzionamento e soggetti coinvolti
- Come e quando richiedere una CR
- Struttura della CR
- Guida alla lettura della CR
- Flussi informativi ricevuti
- Accesso e verifica dei dati
- Errate segnalazioni
- Analisi della CR

### DOCENTE

Emanuela Bongiorno – Dottore commercialista e revisore contabile.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 7 dicembre

PARMA, 17 marzo

REGGIO EMILIA, 24 marzo

MODENA, 13 luglio

RAVENNA, 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

# BILANCIO 2020: FLESSIBILITÀ E VINCOLI

## OBIETTIVI

Il bilancio 2020 potrà beneficiare delle disposizioni normative e di valutazione derogatorie. Durante il corso verranno analizzate le disposizioni vigenti che dovranno e/o potranno essere seguite nella redazione del bilancio.

## DESTINATARI

Proprietà aziendale, amministratori, responsabili amministrativi.

## CONTENUTI

- Criteri di valutazione: modifiche ammesse, vincoli imposti
- Informativa di corredo: obblighi e opportunità
- Indicatori di bilancio: confronto di settore, non più serie storiche
- Documenti accessori per la gestione delle relazioni con il mondo bancario
- Le ultime novità

## 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* 74

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

22 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## IL CONTROLLO DI GESTIONE NEL CONTESTO DELLA PIANIFICAZIONE DI BUDGET

### OBIETTIVI

Comprendere le logiche finanziarie aziendali, per essere in grado di effettuare un'analisi dei costi e della redditività, adottare tecniche di contabilità, di redigere un budget e una pianificazione.

### DESTINATARI

Imprenditori, CFO, responsabili amministrativi, addetti ufficio amministrazione.

### CONTENUTI

- La contabilità analitica: funzioni, caratteristiche principali, criteri generali d'impostazione del sistema
- La contabilità analitica: modalità operative di svolgimento
- Cost analysis e cost management
- Il processo di costruzione del budget
  - Il budget come sistema, strumento e processo
  - Le fasi e la circolarità del processo formale di pianificazione
- Budget economico, finanziario e patrimoniale
  - Configurazioni di costo e loro effetto sul risultato di budget
  - Strutture e schemi del conto economico
  - Il sistema di Reporting
  - I principi del reporting

### DOCENTE

Angelica Ferri Personali – Ricopre significativi e qualificanti incarichi nelle funzioni di Consigliere di Amministrazione, Sindaco e Revisore in importanti aziende, enti pubblici e privati ed in primarie istituzioni creditizie. Presta la propria consulenza ed assistenza continuativa in ambito finanziario per primarie aziende e gruppi industriali.

Per le sedi di Ferrara e Cesena: 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

PIACENZA, 14 giugno

PARMA, 18 maggio

REGGIO EMILIA, 20 maggio

FERRARA, 2 febbraio

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

# IL RENDICONTO FINANZIARIO COME STRUMENTO PER VALUTARE LA CAPACITÀ DELL'IMPRESA DI GENERARE (O ASSORBIRE) RISORSE FINANZIARIE

## OBIETTIVI

Il corso ha lo scopo di fornire la metodologia operativa per la costruzione del rendiconto finanziario e gli strumenti per procedere nell'analisi dei contenuti. Nella giornata di corso, con l'ausilio di casi concreti, si procederà alla costruzione di un rendiconto finanziario partendo da un bilancio di esercizio e si analizzeranno tutte le aree in cui il rendiconto è costituito.

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a responsabili amministrativi e consulenti oppure a personale già operante negli uffici contabili di aziende o studi, che abbiano maturato una discreta esperienza nel settore amministrativo.

## CONTENUTI

- Analisi di bilancio per flussi
- Flussi finanziari
- Flussi totali
- Flussi di capitale circolante
- Flussi di cassa
- Autofinanziamento
- Procedura per la costruzione del rendiconto finanziario secondo i principi contabili nazionali (OIC10)
- Rating bancario e merito creditizio: cenni

## 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* 76

## SEDI E DATE

PIACENZA, 12 ottobre

PARMA, 15 ottobre

REGGIO EMILIA, 18 ottobre

MODENA, 2 dicembre

RIMINI, 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

### SEDI E DATE

PIACENZA, 30 novembre

PARMA, 23 giugno

REGGIO EMILIA, 25 giugno

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + 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 in materia.

## DURATA

21 ore

*numero* 78

## SEDI E DATE

PIACENZA, 26 novembre, 3  
e 10 dicembre

PARMA, 27 ottobre, 3  
e 10 novembre

REGGIO EMILIA, 22, 29 ottobre  
e 5 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

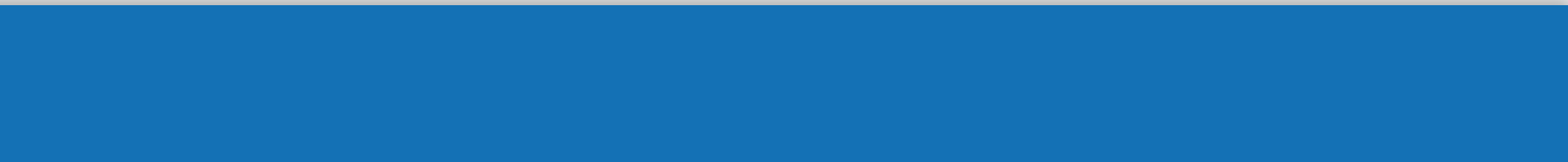
600,00 € + IVA az. associate  
720,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



*Area*  
AMMINISTRAZIONE  
DEL PERSONALE



# AMMORTIZZATORI SOCIALI, SMART WORKING ED ASSUNZIONI AGEVOLATE

## OBIETTIVI

Comprendere le tipologie ed il funzionamento dei principali ammortizzatori sociali presenti nel nostro ordinamento (Cassa integrazione ordinaria, Cassa integrazione in deroga, Fondo di integrazione salariale e Fondi di solidarietà bilaterali). Analisi delle principali agevolazioni per l'assunzione di nuovo personale in vista di una futura ripresa economica.

## DESTINATARI

Responsabili e addetti gestione amministrativa del personale.

## CONTENUTI

- Cigo, Fis, Cigs, Fsba (aspetti teorici e procedurali)
- Contenuti del DL "Cura italia" e DL "Rilancio"
- Modifiche al contratto a tempo determinato
- Sospensione dei licenziamenti
- Assunzioni agevolate (Requisiti generali, Dpa, Durc)
- Welfare aziendale
- Premi di produttività
- Smart working/lavoro agile

## DOCENTE

Diego Colarusso – Consulente del lavoro. Docente formatore in area Giuslavoristica ed Amministrazione del personale.

## DURATA

4 ore

*numero* 79

## SEDI E DATE

PARMA, 20 maggio

FERRARA, 14 dicembre

RAVENNA, 1 dicembre

CESENA, 7 dicembre

RIMINI, 13 luglio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## QUANTO CAPIAMO DELLA NOSTRA BUSTA PAGA?

### OBIETTIVI

Garantire la formazione teorica e pratica sugli aspetti fondamentali del Libro unico del lavoro e del passaggio dalla retribuzione lorda alla retribuzione netta in busta paga.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Gli elementi essenziali:
  - Il Ccnl
  - L'inquadramento aziendale
  - L'anzianità di servizio
  - L'orario di lavoro
- Gli elementi variabili:
  - Le festività
  - Le ferie
  - I permessi
  - Il lavoro straordinario
  - La contribuzione
  - L'imposta lorda e netta
  - Le detrazioni da lavoro dipendente
- Trasferte, Pignoramenti e cessioni dello stipendio
- Welfare aziendale e premi di produttività

### DOCENTE

Diego Colarusso – Consulente del lavoro. Docente formatore in area Giuslavoristica ed amministrazione del personale.

### DURATA

4 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 16 settembre

REGGIO EMILIA, 20 settembre

FERRARA, 29 settembre

RAVENNA, 20 gennaio

CESENA, 29 gennaio

RIMINI, 21 settembre

### 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 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, esperienza ventennale come dirigente, da 7 anni si occupa di consulenza di direzione e formazione.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 12 luglio

REGGIO EMILIA, 20 ottobre

MODENA, 9 dicembre

FERRARA, 28 gennaio

CESENA, 9 febbraio

## 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. Si tratteranno anche gli adempimenti in epoca Covid-19 per la legge Italiana e le giurisdizioni estere.

### 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

### SEDI E DATE

PIACENZA, 26 novembre

RIMINI, 11 ottobre

### 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

## DOCENTE

Emanuela Bongiorno – Dottore Commercialista e Revisore Legale.

## DURATA

7 ore

numero 83

## SEDI E DATE

PIACENZA, 15 novembre

PARMA, 18 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## CORSO BUSTE PAGA (LIVELLO BASE)

### OBIETTIVI

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

### DESTINATARI

Addetti gestione amministrativa del personale.

### CONTENUTI

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

### DOCENTE

Esperti in materia.

### DURATA

21 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 21, 25 e 27 gennaio  
REGGIO EMILIA, 22, 29 giugno  
e 6 luglio

### 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

Emanuela Bongiorno – Dottore Commercialista e Revisore Legale.

## DURATA

21 ore

numero 85

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

23, 28, 30 settembre  
e 5, 7, 11 ottobre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

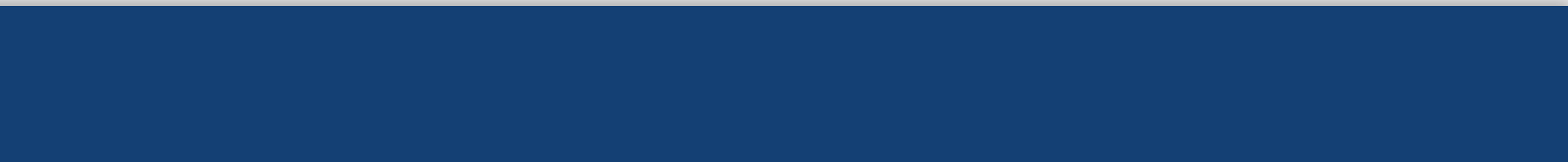
600,00 € + IVA az. associate  
720,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



*Area*  
PRODUZIONE,  
LOGISTICA, ACQUISTI



# SUPPLY CHAIN INTEGRATA: COME RIPENSARE LA SUPPLY CHAIN IN MODO SNELLO

## OBIETTIVI

Il corso intende rileggere la supply chain aziendale secondo un approccio lean. Si enunceranno i principi della “lean transformation” da applicare alla supply chain. Si introdurrà la mappatura dello stato attuale e futuro entrando poi nella definizione dei flussi produttivi, di logistica interna, magazzino ed infine logistica esterna.

## DESTINATARI

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

## CONTENUTI

- I principi della “lean transformation” nella supply chain
- La supply chain e i cicli logistici
- Il modello della gestione del flusso totale
- Mappatura dello stato attuale e progettazione della supply chain in ottica lean
- I flussi di produzione in ottica lean
- I flussi logistici interni in ottica lean
- La progettazione del magazzino in ottica lean
- Il flusso logistico esterno: milk run

## DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da Dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio “kaizen”. Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la “trasformazione lean profonda” che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del Corso di “Gestione della Produzione” ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in “Operation & Supply Chain” e “Lean Manufacturing” del CUOA e al Master EMBA dell’Università di Udine.

## DURATA

14 ore

*numero* 86

## SEDI E DATE

PIACENZA, 13 e 20 ottobre

REGGIO EMILIA, 5 e 11 maggio

MODENA, 20 e 22 gennaio

CESENA, 28 gennaio e 2 febbraio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## GESTIONE DELLA PRODUZIONE NELLE PMI

### OBIETTIVI

Rispondere in modo chiaro a quali dovrebbero essere i compiti di un responsabile di produzione in una PMI nell'attuale contesto di forte orientamento alla digitalizzazione.

### DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi deve gestire, direttamente od indirettamente, i processi operativi nelle PMI un ambiente esterno sempre più complesso e competitivo.

### CONTENUTI

- Analisi del Lavoro per l'impostazione dell'area operations
  - Progettazione dei metodi operativi
  - Make or buy
  - Gestione della supply chain
  - Direzione operativa
  - Quality control sistematico, statistico e delegato
- Digitalizzazione dei processi di trasformazione
  - Gestione del Master production schedule
  - Manufacturing execution system
- Ottimizzazione tramite la Lean Production
  - Applicazione della metodologia 5S
  - Built in quality
  - Flusso testo: logiche push e pull
  - Kanban e la gestione a vista
  - Kaizen ed altre tecniche per il miglioramento continuo

### DOCENTE

Cesare Gaibini – Manager, Ingegnere e trainer con importanti esperienze maturate nell'area industriale, anche a livello internazionale, in aziende di varie dimensioni (dalle multinazionali alle PMI), in diversi settori (meccanica, informatica ed elettronica tra gli altri).

### DURATA

4 ore

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 26 aprile

CESENA, 7 ottobre

RIMINI, 16 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# KAIZEN E MIGLIORAMENTO CONTINUO NELLE PMI

## OBIETTIVI

Far acquisire le competenze per progettare ed attuare correttamente la metodologia Kaizen in ambito di un programma di miglioramento continuo in una PMI.

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a chi deve gestire, direttamente od indirettamente, i processi operativi nelle PMI un ambiente esterno sempre più complesso e competitivo.

## CONTENUTI

- Value Stream Map
  - Analisi dei processi
  - Individuazione dei traguardi
  - Determinazione degli interventi di miglioramento
- Kaizen
  - Analisi del problema e delle soluzioni proposte
  - Progettazione della settimana kaizen
  - Esecuzione operativa della settimana kaizen
  - Formazione, documentazione e controllo dei risultati
- Il Kaizen promotion officer
  - Feedback process
  - Quality circles
  - FMEA di processo

## DOCENTE

Cesare Gaibini – Manager, Ingegnere e trainer con importanti esperienze maturate nell'area industriale, anche a livello internazionale, in aziende di varie dimensioni (dalle multinazionali alle PMI), in diversi settori (meccanica, informatica ed elettronica tra gli altri).

## DURATA

4 ore

*numero* 88

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

Ed. n. 1 - 6 maggio

Ed. n. 2 - 5 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## LEAN OFFICE: RIDURRE DEL 50% I TEMPI DI PROGETTAZIONE E SVILUPPO DEI PRODOTTI

### OBIETTIVI

È possibile applicare principi e metodi della LEAN anche ai processi non produttivi, cioè quei processi detti anche “gestionali” che avvengono negli uffici, lontano dalle linee di produzione. Questo corso spiega in particolare come snellire il processo di sviluppo e progettazione dei nuovi prodotti per abbreviare il Time to Market, ridurre i costi ed eliminare sprechi e inefficienze.

### DESTINATARI

Aziende manifatturiere, commerciali, di servizio. Top & Middle Management di aziende della logistica.

### CONTENUTI

- Flusso del Valore ed i 5 Principi Lean
- I 3 tipi di MUDA
- Attività a valore ed a non-valore
- Mappatura del processo di progettazione e sviluppo
- Analisi MAKIGAMI “as it is” e MAKIGAMI “to be”

### DOCENTE

Silvio Marzo – Lunga esperienza professionale come Dirigente d’azienda, Amministratore Delegato ed infine imprenditore, ha sviluppato competenze ed esperienze nella riorganizzazione dei processi, strategie di sviluppo, attività commerciali e di vendita.

Per la sede di Reggio Emilia: 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

7 ore

### SEDI E DATE

PARMA, 20 aprile

REGGIO EMILIA, 21 aprile

MODENA, 18 maggio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# MAKIGAMI: MAPPATURA DEI FLUSSI NEGLI UFFICI

## OBIETTIVI

Mappare le attività è doveroso in ogni percorso lean non sono nell'area manufacturing ma anche nelle aree commerciali piuttosto che amministrative.

Il Makigami è uno strumento fondamentale per analizzare nel dettaglio le fasi e anche i tempi delle diverse attività e il valore aggiunto che esse portano. Lo strumento, nato in Giappone nei primi anni '90, ha un'applicazione importante nei processi di servizio delle aziende (ad esempio settore marketing, commerciale, amministrazione, acquisti, ...), nei processi delle organizzazioni nel settore servizi e non meno importante, nella Pubblica Amministrazione. Viene solitamente usato in combinazione con la Visual Stream Mapping e serve a rappresentare precisamente i processi di business laddove il prodotto non è "tangibile".

## DESTINATARI

Direttori di stabilimento, lean manager, responsabili di produzione/canali produttivi, responsabili e addetti al controllo di gestione, addetti amministrazione e finanza.

## CONTENUTI

- I principi lean
- Perché mappare i flussi
- Il metodo Makigami
- Gli errori più comuni
- Casi pratici

## DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da Dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio "kaizen". Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la "trasformazione lean profonda" che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del Corso di "Gestione della Produzione" ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in "Operation & Supply Chain" e "Lean Manufacturing" del CUOA e al Master EMBA dell'Università di Udine.

## DURATA

7 ore

numero 90

## SEDI E DATE

PIACENZA, 13 maggio

PARMA, 25 maggio

REGGIO EMILIA, 28 maggio

MODENA, 20 luglio

FERRARA, 28 ottobre

CESENA, 24 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## L'OTTIMIZZAZIONE ED IL CONTROLLO DELLE SCORTE

### OBIETTIVI

Migliorare il sistema di gestione degli stock ottimizzando l'utilizzo delle tecniche di previsione, di approvvigionamento, di stoccaggio. Assicurare un adeguato servizio al costo minimo, scegliere il modello di gestione più idoneo. Affrontare e risolvere problemi di stagionalità dei consumi. Valutare i sistemi ed i modelli di gestione scorte per ottimizzare gli inventari di magazzino. Evitare i rischi derivanti da una gestione "su richiesta" degli ordini creando un buon Demand Planning. Utilizzare gli strumenti per gestire correttamente le previsioni di vendita-acquisto.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

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

### DOCENTE

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

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 29 giugno e 1 luglio

PARMA, 9 e 13 dicembre

REGGIO EMILIA, 12 e 19 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# COME ORGANIZZARE E GESTIRE IL MAGAZZINO

## OBIETTIVI

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

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

## DESTINATARI

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

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

## DURATA

14 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 8 e 15 aprile

PARMA, 18 e 25 giugno

REGGIO EMILIA, 21 e 28 giugno

FERRARA, 15 e 22 febbraio

RAVENNA, 21 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

## COME ORGANIZZARE GLI ACQUISTI IN AZIENDA

### OBIETTIVI

Conoscere a fondo l'intero processo di acquisto: analisi dei bisogni interni, le attività di sourcing dei fornitori, la definizione delle specifiche e le richieste di offerta, analisi, selezione e negoziazione, definizione del contratto e monitoraggio dei fornitori. Acquistare al miglior prezzo ed al miglior servizio. Essere in grado di selezionare, qualificare e valutare i migliori fornitori per la propria azienda. Valutare gli strumenti e le metodologie legate all'ascolto del cliente interno. Saper classificare, razionalizzare e definire gli obiettivi economici ed operativi legati alle aspettative delle funzioni interne dell'azienda.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Comprendere le esigenze di valutazione dei fornitori e legarle agli obiettivi aziendali: i motivi che inducono alla valutazione dei fornitori, i criteri di valutazione (Rischi – Tempi di consegna – Innovazione – Qualità – Costi)
- Il processo di acquisto, le fasi in cui si articola il processo: fasi di definizione delle specifiche di acquisto ed il sourcing (ricerca fornitori), la definizione delle specifiche legate al prodotto o servizio da acquistate, strumenti di condivisione con il cliente interno delle specifiche, parametri di ricerca impostare nell'analisi dei potenziali fornitori, tecniche di ricerca di fornitori
- La richiesta di offerta e la selezione dei fornitori: dalle specifiche di acquisto alla scelta del fornitore, la progettazione e la gestione di una richiesta di offerta, la valutazione e la individuazione dei parametri di selezione dei fornitori, la predisposizione delle griglie di selezione e dei criteri di valutazione, la matrice di comparazione delle offerte per oggettivare la valutazione
- Marketing d'acquisto: il portafoglio acquisti e le attività di marketing d'acquisto
- La qualificazione e la certificazione dei fornitori: strumenti e metodologie
- La progettazione, implementazione ed avvio di un sistema di valutazione dei fornitori
- Il reporting sugli acquisti e l'analisi economico finanziaria dell'attività di acquisto

### DOCENTE

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

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 6 e 8 luglio

PARMA, 24 e 31 marzo

REGGIO EMILIA, 25 e 30 marzo

MODENA, 23 febbraio e 2 marzo

FERRARA, 27 e 29 aprile

CESENA, 16 e 23 novembre

### 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 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 di audit
- Metodologie di audit
- Vantaggi e svantaggi degli audit per elementi e per processi
- Pianificazione e svolgimento di un audit: programmazione; incarico all'auditor; pianificazione e preparazione; notificazione; riunione pre audit; esecuzione dell'audit; riunione conclusiva post audit; rapporto d'audit; richiesta d'azioni correttive; reaudit
- 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

RAVENNA, 12 maggio

CESENA, 19 luglio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## IL RUOLO DELLE AREE ACQUISTI, PROGETTAZIONE, PRODUZIONE E QUALITÀ PER MIGLIORARE LA PERFORMANCE ECONOMICA E FINANZIARIA DELL'AZIENDA

### OBIETTIVI

I risultati di un'azienda dipendono sempre più dalla capacità di ben gestire ogni singola fase aziendale. Motivo per cui coloro che operano nell'area acquisti, progettazione, produzione e qualità hanno necessità di conoscere il linguaggio amministrativo, gli strumenti gestionali per il monitoraggio dell'efficienza, i principali parametri economico-finanziari cui sono chiamati a contribuire. Il corso nasce proprio con l'obiettivo di consentire il raggiungimento di queste skills chiave e di applicarle in azienda.

### DESTINATARI

Responsabili aree acquisti, produzione, qualità e loro collaboratori.

### CONTENUTI

- Bilancio: stato patrimoniale, conto economico
- Le principali voci di costo: terminologia, impatto economico, riflessi finanziari
- Margine operativo, EBIT, EBITDA, risultato lordo e risultato netto, ROS, rotazione delle vendite, DSO, DPO, Cash Flow, CCN, Indici finanziari, Costo della qualità
- Costi Fissi e Costi Variabili
- Gli indici di rotazione
- ABC di Pareto
- I Flussi documentali
- Il ruolo dei preventivi per la dimensione economico e finanziaria
- Monitorare i costi della qualità positiva e negativa
- Focus sulle rimanenze
- La contabilità di magazzino
- Il diagramma di Gantt per chi lavora in serie e su commessa
- Dal costo all'utile
- Effetto dell'attività di acquisto, progettazione, produzione, qualità sui principali Key performance indicators
- Le potenzialità offerte dai software integrati ERP

### 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

### SEDI E DATE

MODENA, 14 ottobre

RAVENNA, 7 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 MESTIERE DI 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, 27 maggio e 4 giugno  
PARMA, 25 febbraio e 4 marzo  
REGGIO EMILIA, 16 e 23 marzo

## 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 Chain
- 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 la sede di Reggio Emilia: Q&O – Società di consulenza di direzione, che si occupa di progettazione e conduzione di progetti per l'implementazione delle metodologie LEAN, TPS, WCM, JIT e TPM in contesti manifatturieri e di servizio, con un approccio originale denominato "change&coach".

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 22 e 24 marzo

REGGIO EMILIA, 15 e 18 giugno

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

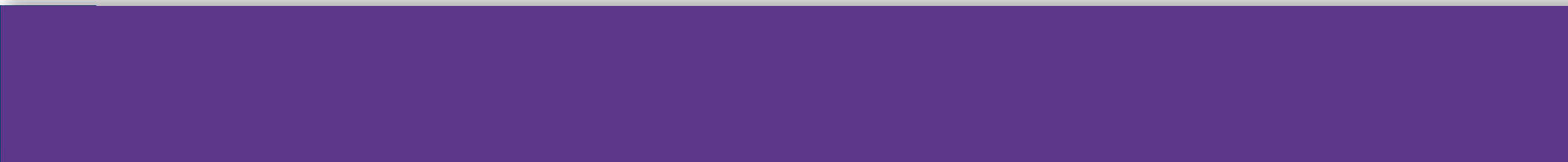
540,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



*Area*  
INFORMATICA



## BUSINESS ANALYTICS CON POWER BI

### OBIETTIVI

L'analisi dei dati aziendali e la previsione dei risultati futuri può basarsi su dati storici oppure cominciare da zero, ma in entrambi i casi si richiede capacità di rilevare, leggere e analizzare fatti esterni e processi interni all'azienda ed utilizzare i moderni strumenti di reporting e analisi dei dati offerti dalle piattaforme di Business Analysis. Obiettivo di questi incontri sarà di analizzarne e discuterne insieme le più recenti evoluzioni a supporto delle attività di reporting e analisi.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Preparare i dati per l'analisi e la rappresentazione grafica: aggregare dati da fonti multiple, preparare modelli di dati relazionali
- Panoramica sul servizio PowerBI online e sulla progettazione dei report con PowerBI Desktop
- Progettazione di un modello dati: acquisizione dei dati da fonti esterne, pulizia dei dati per la realizzazione del modello di reporting, definizione delle relazioni
- Report e Dashboard a confronto: principali caratteristiche e modalità di realizzazione in PowerBI
- Modelli e simulazioni per la Business Analysis in PowerBI: presentazione e analisi di Cruscotti e Reports con Power BI per l'analisi dei dati di vendita, per la gestione dei progetti, per l'analisi della produttività

### 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, 26 e 28 ottobre  
REGGIO EMILIA, 8 e 13 luglio  
CESENA, 22 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

## SEDI E DATE

PIACENZA, 8 e 15 febbraio

PARMA, 17 e 24 maggio

REGGIO EMILIA, Ed. n.1 - 7 e 9 aprile

Ed. n. 2 - 17 e 24 settembre

FERRARA, 9 e 11 marzo

RAVENNA, Ed. n. 1 - 28 gennaio

e 4 febbraio

Ed. n. 2 - 11 e 13 ottobre

CESENA, 27 e 29 settembre

RIMINI, 26 e 28 aprile

## 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, ne' 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 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, 4 e 11 giugno

PARMA, 28 settembre e 5 ottobre

REGGIO EMILIA,

Ed. n. 1 - 19 e 26 maggio

Ed. n. 2 - 15 e 22 ottobre

MODENA, 3 e 8 novembre

FERRARA, 15 e 17 novembre

RAVENNA, Ed. n. 1 - 23 e 30 marzo

Ed. n. 2 - 13 e 15 settembre

CESENA, 22 e 24 marzo

RIMINI, 19 e 26 maggio

### 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

Il 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
- Tools a supporto delle attività di recupero e trasformazione dei dati: Introduzione a PowerQuery
- 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

## DOCENTE

Esperti in materia.

## DURATA

8 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 3 e 10 maggio

REGGIO EMILIA,

Ed. n. 1 - 14 e 16 giugno

Ed. n. 2 - 16 e 23 novembre

RAVENNA, Ed. n. 1 - 13 e 15 aprile

Ed. n. 2 - 18 e 25 novembre

RIMINI, 20 e 27 ottobre

## 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

### 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 diventano sempre più decisivi.

### 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, ecc...
- 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

PARMA, 22 e 29 novembre

REGGIO EMILIA, 3 e 10 dicembre

CESENA, 20 e 27 ottobre

### 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



## IL MIGLIORAMENTO DEI SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALI – ISO 14001

### OBIETTIVI

Per le aziende già certificate secondo la norma ISO 14001 la necessità di rivalutare il livello di efficacia dei propri modelli di gestione risulta non solo un requisito della norma ma, partendo dalla certificazione già in possesso, una necessità organizzativa.

In tal senso il percorso ha l'obiettivo di riprendere i principali requisiti della norma collocandola all'interno del quadro normativo/legislativo in essere e coinvolgendo i discenti su diversi casi pratici, anche legati alle specificità dei settori delle aziende partecipanti.

### 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, 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
- La rivalutazione del contesto organizzativo e la valutazione dell'efficacia delle relazioni con le parti interessate più rilevanti
- La valutazione delle prestazioni ambientali ed i risultati in termini di miglioramento continuo
- La reale applicazione del "Life cycle perspective"
- La valutazione di efficacia delle comunicazioni ambientali
- Esercitazioni su casi pratici

### DOCENTE

Chiara Bandini – Ha maturato diversi anni di esperienza nell'ambito dei sistemi di gestione certificabili sia come consulente sia come docente. Si occupa principalmente di sistemi di gestione in ambito sicurezza e ambientale, avendo seguito numerose PMI e aziende medio/grandi.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

RAVENNA, 29 giugno

CESENA, 31 marzo

RIMINI, 23 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 NORMA ISO 37001 PER UN'EFFICACE PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

## OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti alcuni strumenti utili per progettare e/o valutare un sistema di gestione anticorruzione impostato secondo i requisiti della norma ISO 37001:2016. Inquadrare il tema dell'anticorruzione all'interno dell'organizzazione aziendale e delle evoluzioni normative in corso, in particolare a riguardo dei contenuti di ulteriori norme di riferimento (tra cui il D.lgs. 231/01) nonché alla luce della rivisitazione delle famiglie di norme ISO più diffuse. In particolare nel settembre 2015 sono stati pubblicati gli standard ISO 9001 ed ISO 14001 impostati secondo la nuova struttura HLS (High Level Structure) per una maggiore compatibilità ed integrabilità con altri schemi di certificazione, struttura che è stata adottata anche nella ISO 37001. Tale standard è applicabile a qualsiasi tipologia di organizzazione (privata o pubblica) e sposa l'approccio ISO alla valutazione dei rischi applicandolo al tema dell'anticorruzione, sempre secondo i principi della riduzione dei rischi rapportati al contesto di riferimento, alle attività svolte, alle dimensioni ed alla complessità organizzativa, ai costi di riduzione degli stessi nonché al fine di perseguire un miglioramento continuo e sostenibile. L'approccio ISO al tema garantisce come lo stesso si integri ad aspetti di policy aziendale, di individuazione di ruoli e responsabilità trasversali (attraverso un modello di Leadership diffusa) e specifiche (tra cui quelli di compliance), nonché aspetti di due diligence e controlli su progetti e partner. Infine, pur non risultando esimente, lo standard può supportare e dare evidenza della presenza di un modello organizzativo attuato efficacemente.

## DESTINATARI

Referenti di tutte le organizzazioni che intendono approcciarsi in modo efficace al tema dell'anticorruzione indipendentemente dal settore merceologico e dal numero di addetti. Dirigenti, risk manager, internal audit, responsabili di sistemi di gestione, consulenti.

## CONTENUTI

- Inquadramento sul tema dell'anticorruzione nel contesto Internazionale ed Italiano
- Correlazione tra Anticorruzione, D.Lgs. 231/2001 e ulteriori riferimenti (es.: normativa sul Whistleblowing)
- Il ruolo dell'ANAC e le sue determinazioni, il ruolo di Accredia e la circolare di riferimento
- Attinenze e punti di contatto tra la Norma ISO 37001 ed i Sistemi di Gestione ISO certificabili
- La valutazione dei rischi di corruzione secondo lo standard ISO 37001
- Ulteriori requisiti ISO 37001 (eventuali procedure, due diligence, controlli, ecc...)
- Implementazione di un sistema di gestione ISO 37001: documentazione minima, casi pratici

## DOCENTE

Mauro Pascucci – Laureato in Economia e Commercio con un Master in gestione e strategia d'impresa ha maturato oltre 15 anni di esperienza sui Sistemi di Gestione secondo standard Internazionali. Si occupa principalmente di sistemi di gestione in ambito qualità e modelli organizzativi impostati secondo quanto previsto dal D.Lgs. 231/2001 con esperienza specialistica in ambito IT anche a riguardo dei contenuti del GDPR Europeo. Come consulente ha seguito numerose PMI e aziende medio/grandi tra cui Poste Italiane, Rete Ferroviaria Italiana, Gruppo Del Conca e Gruppo Farmacie Comunali di Ravenna.

## DURATA

7 ore

*numero* 104

## SEDI E DATE

CESENA, 26 aprile

RIMINI, 18 novembre

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## I SISTEMI DI GESTIONE PER LA SICUREZZA E LA SALUTE DEI LAVORATORI SECONDO LA ISO 45001

### OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti alcuni strumenti utili per progettare e/o valutare un sistema di gestione della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro impostato secondo i requisiti della norma ISO 45001:2018.

Il corso ha altresì l'obiettivo di inquadrare il tema della sicurezza all'interno dell'organizzazione aziendale e delle evoluzioni normative in corso, in particolare a riguardo dei contenuti del D.lgs. 231/01. Oltre alla compatibilità con gli ulteriori standard ISO più diffusi (in particolare ISO 9001 ed ISO 14001) impostati secondo la struttura HLS (High Level Structure) il percorso servirà per confrontarsi con i alcuni casi reali (anche proposti dai partecipanti) al fine di valutare concretamente come un modello di gestione possa aiutare il datore di lavoro a prevenire le criticità più rilevanti.

### DESTINATARI

Referenti di tutte le organizzazioni che intendono approcciare il tema dell'efficace gestione della sicurezza sul lavoro indipendentemente dal settore merceologico e dal numero di addetti. RSPP, ASPP, responsabili di sistemi di gestione, consulenti.

### CONTENUTI

- Introduzione alla salute e sicurezza in azienda
- Controllo, assicurazione e gestione della sicurezza
- Cenni sui modelli di organizzazione e gestione di cui al D.lgs. 231/01 e loro integrazione con i sistemi di gestione di cui agli standard ISO
- L'approccio integrato tra ISO 45001 e gli ulteriori standard di gestione Internazionali
- Impostazione e principali requisiti ISO 45001
- Implementazione di un sistema di gestione della sicurezza ISO 45001: dettaglio sui requisiti rilevanti
- Casi pratici

### DOCENTE

Chiara Bandini e Gianni Giovannini – Hanno maturato diversi anni di esperienza nell'ambito dei sistemi di gestione certificabili sia come consulenti sia come docenti. Si occupano principalmente di sistemi di gestione in ambito sicurezza e ambientale, avendo seguito numerose PMI e aziende medio/grandi.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

RAVENNA, 10 novembre

CESENA, 14 giugno

RIMINI, 17 giugno

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# COS'È UN EMERGENZA? È UN RISCHIO NON CONSIDERATO PRECEDENTEMENTE: UN CORRETTO APPROCCIO ALLA RISK ANALYSIS E DELLE OPPORTUNITÀ NEI NUOVI MODELLI GESTIONALI

## OBIETTIVI

Il corso intende fornire gli strumenti e le competenze per identificare, analizzare, valutare e governare i rischi aziendali.

## DESTINATARI

Manager, 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

- Analisi del contesto interno ed esterno
- Approccio mediante Analisi SWOT
- Modelli e strumenti per la Risk Analysis
- Individuare le parti interessate (Stakeholders)
- Strumenti e modelli operativi per il governo ed il monitoraggio dei rischi dell'organizzazione
- Simulazione in aula

## DOCENTE

Giovanni Tancredi – 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: Laura Londrillo – 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. “Consulente anche negli ambiti degli schemi per gli accreditamenti degli Organismi di certificazione quali: UNI/CEI EN ISO IEC 17020, UNI/CEI ISO IEC 17021, ISO IEC 17065.

## DURATA

7 ore

## SEDI E DATE

PIACENZA, 26 febbraio

PARMA, 29 aprile

REGGIO EMILIA, 4 maggio

MODENA, 22 giugno

FERRARA, 24 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 DEGLI AUDIT INTERNI IN PRESENZA E DA REMOTO: COSA FARE PER RENDERLI ENTRAMBI EFFICACI”

### OBIETTIVI

Il corso intende fornire gli strumenti e le competenze per svolgere un audit in presenza o da remoto.

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- I principi base della qualità e della norma UNI EN ISO 19011:2018
- I diversi tipi di Audit: interni vs esterni
- Il processo di audit sul campo: dall'incarico al rapporto di audit con esercitazioni
- Gli aspetti di competenza degli auditor per i sistemi di gestione integrati
- Risk Management System ed impostazione delle norme sui sistemi di gestione
- Le informazioni documentate nel nuovo approccio dei sistemi di gestione
- La conduzione delle attività di Audit sui sistemi di gestione basati sulla HLS

### DOCENTE

Giovanni Tancredi – 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: Laura Londrillo – 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. “Consulente anche negli ambiti degli schemi per gli accreditamenti degli organismi di certificazione quali: UNI/CEI EN ISO IEC 17020, UNI/CEI ISO IEC 17021, ISO IEC 17065.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 17 giugno

PARMA, 11 ottobre

REGGIO EMILIA, 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



*Area*  
LEGALE E PRIVACY



## GDPR: IL DPO (DATA PROTECTION OFFICER) E LA REDAZIONE DEL REGISTRO DEI TRATTAMENTI E IL CALCOLO DEL RISCHIO INERENTE IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

### OBIETTIVI

Fornire alle figure aziendali destinate al ruolo di DPO le informazioni e la cultura necessarie alla valutazione del rischio circa il trattamento di dati personali (DPIA) finalizzato alla redazione del registro dei trattamenti aziendale ed al suo aggiornamento.

### 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 GDPR” e che ricoprono il ruolo di DPO (Data Protection Officer).

### CONTENUTI

- La valutazione d’impatto sulla protezione dei dati personali (DPIA secondo l’acronimo inglese Data Protection Impact Assessment) come presupposto per la redazione del registro dei trattamenti
- Le Linee-guida del Gruppo Articolo 29 in materia di valutazione di impatto sulla protezione dei dati personal (WP248) e s.m. e i.
- L’Assessment dei processi aziendali
- L’Assessment IT per le misure organizzative e tecniche per l’abbattimento delle classi di rischio
- Il registro dei trattamenti, struttura e redazione, aggiornamento ed evoluzione

### DOCENTE

Paride Bottajoli – DPO di gruppi industriali, consulente di organizzazione aziendale e direzionale, esperto in ingegneria del software e IT security, ingegnere informatico libero professionista e titolare della BM SOFTWARE ENGINEERING & CONSULTING SRL.

### DURATA

4 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

Ed. n. 1 - 30 marzo

Ed. n. 2 -15 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# PRIVACY E E-MAIL MARKETING

## OBIETTIVI

Il marketing è un settore strategico per ogni azienda a prescindere dalla sua dimensione e dall'attività svolta. Questo corso mira fornire le nozioni utili ad impostare una corretta strategia di e-mail marketing che sia rispettosa però della normativa in materia di protezione dei dati personali. La normativa privacy può essere uno strumento per fare marketing bene, aumentando la fiducia di clienti, aiutandoti ad acquisirne di nuovi, fornendoti un elemento distintivo rispetto ai competitors ed evitando pesanti sanzioni.

## DESTINATARI

Il corso è rivolto a tutti coloro che in azienda si occupano di gestire i rapporti con clienti acquisiti e con potenziali nuovi clienti.

## CONTENUTI

- Definizioni principali di marketing e data protection
- Normativa di riferimento
- Come coniugare l'esigenza di fare marketing e il rispetto della privacy
- Punto di partenza: quali indirizzi email usare
- Punto di arrivo: i destinatari della campagna di e-mail marketing
- Gli adempimenti privacy da effettuare
- La base giuridica prevista dal GDPR
- La regola principale: il consenso
- L'eccezione alla regola: il legittimo interesse
- Softspam
- Principali rischi e sanzioni
- Checklist finale

## DOCENTE

INFOR PIACENZA S.R.L. – Nasce nel 2006 e si occupa di formazione alle imprese a 360 gradi di tipo manageriale, tecnica ed informatica, servizi di consulenza in ambito privacy, cybersecurity e big data. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

## DURATA

4 ore

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

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

## E-COMMERCE: GLI ASPETTI LEGALI DA CONOSCERE

### OBIETTIVI

L'e-commerce è un ottimo modo per ampliare la propria attività ma per farlo diventare una vera opportunità remunerativa non ci si può improvvisare. Gli aspetti legali da considerare sono molteplici e diversi. Tramite il corso imparerai a conoscerli e a gestirli in autonomia. Il corso offre gli strumenti utili per riconoscere le regole da applicare al proprio tipo di commercio elettronico e capire come rispettarle in modo semplice. Il corso ha l'obiettivo di fornire ai frequentanti le informazioni utili per approcciarsi al mondo e-commerce rispettando la normativa di riferimento, mitigando gravi rischi ed evitando pesanti sanzioni.

### DESTINATARI

Si rivolge a tutti coloro che vogliono avviare un e-commerce, a coloro che lo hanno già attivo, ai professionisti interessati a far crescere il proprio business attraverso la vendita online, ai dipendenti di aziende che si occupano di progettare e gestire un negozio online, agli studenti propensi ad approfondire temi legati al commercio elettronico.

### CONTENUTI

- Le caratteristiche principali del commercio elettronico
- Principi base e normativa del commercio elettronico
- Cosa fare prima di avviare un e-commerce
- Gli adempimenti legali, amministrativi, informativi
- Il contratto di vendita concluso tramite e-commerce
- Obblighi informativi
- Condizioni di vendita
- Privacy
- Il rapporto con il cliente
- I sistemi di pagamento
- Controversie
- Rischi e sanzioni
- Checklist

### DOCENTE

INFOR PIACENZA S.R.L. – Nasce nel 2006 e si occupa di formazione alle imprese a 360 gradi di tipo manageriale, tecnica ed informatica, servizi di consulenza in ambito privacy, cybersecurity e big data. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

### DURATA

4 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

17 febbraio

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# GDPR E PRIVACY: COSA FARE VERAMENTE IN AZIENDA?

## OBIETTIVI

La complessità dell'argomento ha portato diverse organizzazioni ad implementare gli adempimenti privacy in modo discontinuo e, a volte, lacunoso, concentrandosi spesso su aspetti burocratici e dimenticando quelli sostanziali. Dall'esperienza vissuta sul campo in questi anni si è potuto constatare come sia risultato difficile comprendere quali sono le (poche) cose che servono veramente e che quindi vanno prodotte e mantenute aggiornate. Ci si propone quindi di fornire ai partecipanti una utile guida per comprendere, implementare e verificare i corretti adempimenti essenziali e le modalità di attuazione più efficaci ed efficienti.

## 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/realtà
- 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, 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. Lead Auditor 27001.

## DURATA

7 ore

*numero 111*

## MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

## DATE

16 e 23 febbraio

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## GDPR e PRIVACY – SIMULAZIONE DI VERIFICA ISPETTIVA

### OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti un'utile guida per comprendere 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. Abbiamo tutto ciò che serve per dimostrare la compliance aziendale 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 aver prodotto

### 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. Lead Auditor 27001.

### DURATA

4 ore

### MODALITÀ DI EROGAZIONE

Webinar

### DATE

19 marzo

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5





*Area*  
TECNICA



## TPM (FOCUS SU MANUTENZIONE PROFESSIONALE)

### OBIETTIVI

Il corso ha come obiettivo quello di fornire gli elementi base per la costruzione e la gestione di un sistema manutentivo efficace ed efficiente all'interno di una moderna azienda manifatturiera. Saranno presentati e condivisi i principali sistemi di gestione della manutenzione, attraverso ampi riferimenti a esempi pratici e best practices.

### DESTINATARI

Responsabili di produzione, responsabili della manutenzione, tecnici di processo, manutentori professionali, personale coinvolto nella gestione dei macchinari nella quotidianità e chiunque sia interessato a portare nel proprio lavoro una metodologia di manutenzione dei propri impianti efficace ed efficiente.

### CONTENUTI

Un approccio world class richiede l'applicazione dei metodi e degli strumenti giusti per la tipologia corretta di guasti o forme di deteriorazione. A tal fine le tematiche che verranno trattate saranno le seguenti:

- Tecniche e strategie di manutenzione
- La manutenzione professionale
- Affidabilità di un sistema complicato
- Impatto dell'Industry 4.0

Verranno visti inoltre i prerequisiti fondamentali per ogni attività di manutenzione, quindi attività da completare in fase preliminare, quali ad esempio:

- Classificazione delle macchine (AA=50%, A=70%, B=90% C=100% perdite a causa di guasti)
- Gestione dei ricambi
- Organizzazione di un'area manutenzione
- Gestione di lubrificanti
- Definizione diagramma a flussi per manutenzione
- Analisi e collezione dei guasti
- Per qualsiasi progetto di manutenzione è necessario un board visual
- Monitoraggio indicatori (KPI: OEE, n. guasti, MTBF, MTTR, B/C)

### DOCENTE

Andrea Bet – Ingegnere meccanico e Executive MBA. Da Dirigente ha guidato prima come direttore operations tre stabilimenti asiatici di Electrolux Professional e in seguito sei stabilimenti tra Messico e Cina. Dal 2004 è consulente direzionale con approccio “kaizen”. Guida un team di consulenti della ditta LEANBET, per supportare a 360° la “trasformazione lean profonda” che ogni azienda cerca. Insegna dal 2019 come docente del Corso di “Gestione della Produzione” ad Ingegneria Meccanica di Ferrara, al Master in “Operation & Supply Chain” e “Lean Manufacturing” del CUOA e al Master EMBA dell'Università di Udine.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 28 aprile  
REGGIO EMILIA, 3 giugno

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

# INTRODUZIONE ALLA CONTAMINAZIONE INDUSTRIALE

## OBIETTIVI

Il corso introduce il tema della contaminazione industriale spiegando il concetto di contaminante in ambito aziendale, le principali normative di riferimento, gli strumenti e i metodi di analisi e i vantaggi/svantaggi nell'uso di tali apparecchiature; fornisce inoltre regole base per la lettura di un requisito di contaminazione, illustrando numerosi casi reali applicativi e analizzando dei report di contaminazione.

## DESTINATARI

Personale operativo, personale dell'ufficio tecnico, progettisti persone dell'area qualità non direttamente incaricati ad affrontare il tema della contaminazione ma che sono, a vario titolo, coinvolti in ambiti che riguardano la contaminazione (es: logistica dei componenti, gestione dell'ambiente di lavoro, ordine e pulizia, conservazione dei prodotti e componenti).

## CONTENUTI

- Aspetti generali in ambito contaminazione industriale (concetto di sporco)
- Contaminazione nei liquidi e nei componenti
- Cenni su metodi per la misurazione della contaminazione: strumenti di analisi e software
- Interpretazione codice CCC
- Cenni su norme di riferimento e specifiche aziendali
- Introduzione alle norme ISO16232:2018 e VDA 19

## DOCENTE

Stefania Accorsi – Laureata in chimica, formatrice, docente e consulente, ha maturato una lunga esperienza in ambiti quali qualità, metrologia e contaminazione industriale in diverse realtà aziendali ed enti di formazione.

## DURATA

7 ore

numero 114

## SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 25 ottobre

RAVENNA, 8 febbraio

RIMINI, 30 marzo

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

### OBIETTIVI

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

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

- Il sistema internazionale e la riferibilità metrologica
- Normative di riferimento (GPS)
- Errori ed incertezze
- Gestire la strumentazione in un Sistema Qualità (secondo la ISO 9001:2015)
- La conformità di prodotto (secondo la ISO 14253:2017)
- La conferma metrologica (secondo la ISO 10012:2003 e ISO 14253:2017)
- La gestione delle registrazioni

### DOCENTE

Stefania Accorsi – Laureata in Chimica, formatrice, docente e consulente, ha maturato una lunga esperienza in ambiti quali qualità, metrologia e contaminazione industriale in diverse realtà aziendali ed enti di formazione.

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 30 giugno  
REGGIO EMILIA, 7 dicembre  
MODENA, 14 aprile  
RAVENNA, 28 ottobre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

250,00 € + IVA az. associate  
300,00 € + 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 extracicliche. 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 AIALOG, 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

REGGIO EMILIA, 8 e 14 giugno  
FERRARA, 28 e 30 giugno

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

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

## ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

## OLEODINAMICA: STRUTTURE BASE DEGLI IMPIANTI OLEODINAMICI

### OBIETTIVI

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

### DESTINATARI

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

### CONTENUTI

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

### DOCENTE

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

### DURATA

14 ore

### SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 3 e 10 maggio

### 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

Questo corso di II° livello é 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).

## DESTINATARI

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

## CONTENUTI

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

## 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, 7 e 14 maggio  
REGGIO EMILIA, 29 settembre  
e 6 ottobre

## 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, 8 e 15 novembre

PARMA, 10 e 15 marzo

REGGIO EMILIA, 11 e 16 marzo

CESENA, 13 e 20 ottobre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

### ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5



# ELETTRONICA 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 semiconduttore: diodi, transistor, principio di funzionamento, curve di lavoro e applicazioni
- Dispositivi complessi: amplificatori operazionali, circuiti integrati
- Elettronica di potenza: SCR, thyristor e IGBT, principio di funzionamento e applicazioni
- Concetti fondamentali dell'elettronica digitale: logica booleana, porte logiche AND-OR-NOT, sistema di numerazione binari, codifica BCD
- Dall'elettronica all'elettronica programmabile: circuiti elettronici con micro-controllori, IDE Arduino, FPGA, elettronica industriale, PLC

## DOCENTE

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

## DURATA

7 ore

*numero* 120

## SEDI E DATE

PIACENZA, 14 ottobre

PARMA, 11 maggio

REGGIO EMILIA, 30 aprile

CESENA, 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

## “ARDUINO”, UNA RISORSA LOW COST PER LE AZIENDE

### OBIETTIVI

Introdurre i principi fondamentali della programmazione e della prototipazione gestita da una scheda elettronica programmabile a bassissimo impatto economico.

### DESTINATARI

Tecnici di aziende in ambito elettromeccanico/meccatronico, anche senza conoscenze specifiche di elettronica e programmazione, con desiderio di ampliare le proprie competenze in questi settori.

### CONTENUTI

In uno scenario in cui è sempre più richiesta una competenza di tipo meccatronico, in cui la capacità di programmare con elevata flessibilità le proprie attrezzature ed i propri prodotti è sempre più indispensabile per la sopravvivenza aziendale, si propone un corso che affronti gradualmente i temi fondamentali del “Physical Computing”, intervallando brevi spunti teorici a numerosi esempi pratici che, seguendo un approccio basato sulla scoperta guidata, condurrà i partecipanti alla realizzazione di piccoli progetti di prototipazione, senza dover fare saldature o calcoli complessi e con costi molto contenuti.

Premesso che “Arduino” è una scheda elettronica programmabile, open source, molto diffusa a livello mondiale, nel corso si utilizzerà una scheda elettronica mediante la quale verranno trattati sia gli ingressi digitali ed analogici (pulsanti o sensori), sia le uscite digitali e in modulazione PWM, che permetteranno di pilotare diversi attuatori (relè, motori dc, ecc...). Tutto sarà realizzato in miniatura, ma comprensibilmente potrà poi essere replicato su scala maggiorata e con un potenziale interesse in ambito industriale.

Al termine del corso e su richiesta dei partecipanti sarà possibile anche valutare l’attivazione di un ulteriore corso di approfondimento su progetti più complessi e che integrino componenti più evoluti come il display lcd, servomotori o altre periferiche.

Il corso verrà svolto in un laboratorio di informatica dotato di PC, ma in ogni caso partecipanti potranno portare ed utilizzare il proprio PC per poter svolgere le attività.

### DOCENTE

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

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 4 marzo

REGGIO EMILIA, 9 novembre

CESENA, 3 dicembre

RIMINI, 2 novembre

### QUOTA DI PARTECIPAZIONE

300,00 € + IVA az. associate

350,00 € + IVA az. non associate

Nel costo di iscrizione è incluso anche un kit con la scheda elettronica ed i componenti di base per consentire la partecipazione attiva al percorso di formazione proposto.

### 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

*numero* 122

## SEDI E DATE

REGGIO EMILIA, 30 novembre

## 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 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.

Per la sede di Cesena: Esperti in materia

### DURATA

7 ore

### SEDI E DATE

PIACENZA, 3 dicembre

PARMA, 6 dicembre

REGGIO EMILIA, 13 luglio

CESENA, 15 dicembre

### 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 - Fax 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  
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  
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



YouTube