

2022

La formazione che lascia il segno

CATALOGO CORSI



Formindustria Emilia-Romagna

è un Consorzio costituito nel 2002, per esplicita volontà delle Associazioni-Unioni Industriali dell'Emilia-Romagna (Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna, Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini), con l'obiettivo di aggregare, a livello regionale, 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 2022, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2022,

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.

Anche quest'anno, al passo con i tempi, alcune iniziative formative saranno proposte anche in modalità "webinar", la cui partecipazione avviene in forma remota (sincrona).

Tra nuovi corsi e proposte formative più consolidate, l'offerta formativa del 2022 si presenta con una nuova veste grafica ed arricchita da una nuova area, denominata "WEB ACTION", che mira a tracciare scenari di sviluppo delle professionalità che consentano di anticipare contesti futuri ed avviare una ripartenza basata sulla crescita.

Il Presidente
Roberta Caprari



STRUMENTI OPERATIVI PER UNA GESTIONE SNELLA DELL'UFFICIO ESTERO

Cisita propone un percorso con lo scopo di mettere ordine nell'assetto aziendale, creando un team di lavoro coeso, dedicato al settore estero.

Quello che viene definito "ufficio estero" spesso nelle aziende è frammentato in reparti differenti che, di frequente, non collaborano tra loro.

"Mettere in relazione" questi tre settori riduce l'esposizione al rischio aziendale e aiuta ad anticipare le problematiche:

- Settore commerciale;
- Settore logistico;
- Settore amministrativo.

2022

FORMAZIONE MANAGERIALE

PROJECT MENAGEMENT PREPARAZIONE ALLA CERTIFICAZIONE PMP 2021

Cisita si è attivata per accompagnare, chi ogni giorno gestisce progetti, in un percorso di formazione che prepara all'esame per il conseguimento della certificazione PMP®, secondo le modalità che sono state modificate dal PMI a partire da gennaio 2021.

Un docente certificato PMI® condurrà il corso per preparare il partecipante ad affrontare l'esame PMP®.



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.

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).

COME FINANZIARE LA FORMAZIONE

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

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

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

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

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

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

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

WEB ACTION

N. 1 – Efficiamento digitale: investi in modo intelligente e funzionale nel digitale	pag. 12
N. 2 – Presentare con sicurezza nel webinar e nel webmeeting	pag. 13
N. 3 – Creare uno smart team: passare dall'home working allo smart working con Microsoft Teams	pag. 14
N. 4 – Game and Experience: apprendimento per la gestione dei collaboratori e la leadership	pag. 15
N. 5 – Podcast: un nuovo strumento per la formazione aziendale	pag. 16
N. 6 – E-commerce: da opportunità a necessità	pag. 17
N. 7 – Le condizioni organizzative per il lavoro a distanza	pag. 18
N. 8 – Le leve strategiche per la motivazione delle persone in azienda	pag. 19
N. 9 – GOOGLE DATA STUDIO: fai "raccontare" ai tuoi dati storie coinvolgenti	pag. 20
N. 10 – Google Workspace: collaborare è immensamente più facile	pag. 21
N. 11 – Presentare e presentarsi con gli strumenti di Mixed Reality	pag. 22
N. 12 – OKR (Objectives and Key Results) per aziende e persone	pag. 23
N. 13 – Digital sales training	pag. 24
N. 14 – Social selling	pag. 25
N. 15 – Il talento delle donne	pag. 26
N. 16 – La sfida della fiducia	pag. 27
N. 17 – Neuroscienze le ultime scoperte: come applicarle al mondo delle vendite, della negoziazione e del marketing	pag. 28
N. 18 – Intelligenza Artificiale in Operations	pag. 29

AREA DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA

N. 19 – La costruzione di un sistema di incentivazione	pag. 31
N. 20 – Coaching skills for managers	pag. 32
N. 21 – La Governance Aziendale. Riflessioni per migliorare la performance, la compliance e la gestione del rischio	pag. 33
N. 22 – Creare il piano industriale per la gestione aziendale e per l'acquisizione delle risorse finanziarie	pag. 34
N. 23 – Codice Etico: guida alla compilazione di un Commitment Statement strutturato	pag. 35
N. 24 – Lead generation: acquisisci in maniera sistematica, ripetibile e sostenibile nuove richieste di acquisto per i tuoi prodotti e/o servizi	pag. 36
N. 25 – Fondamenti di project management per gestire progetti di successo	pag. 37
N. 26 – Come leggere un bilancio se non sei uno specialista	pag. 38
N. 27 – Il controllo di gestione per non addetti	pag. 39

AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE

N. 28 – Un nuovo approccio alla gestione della complessità: la u theory	pag. 41
N. 29 – Storytelling organizzativo	pag. 42
N. 30 – Il formatore aziendale	pag. 43
N. 31 – Comunicare in modo chiaro, rapido e incisivo. Back to basics – Ripartiamo dai fondamentali	pag. 44
N. 32 – Gestire il disaccordo per evitare il conflitto	pag. 45

AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE

N. 33 – Talent management: scovare, sviluppare e trattenere i talenti in azienda	pag. 46
N. 34 – La forza è dentro di noi: gestione dello stress e delle emozioni	pag. 47
N. 35 – Netiquette: abbattere i costi della comunicazione scritta e aumentarne l'efficacia	pag. 48
N. 36 – Mail di lavoro: gli errori da non fare	pag. 49
N. 37 – La customer experience: siete memorabili per i vostri clienti?	pag. 50
N. 38 – Obiettivi, monitoraggio e feedback in Smart Working	pag. 51
N. 39 – Recruiting: tecniche e strumenti di ricerca e selezione del personale	pag. 52
N. 40 – Public speaking efficace: come diventare comunicatori incisivi in presenza e online (con la metafora della radio)	pag. 53
N. 41 – Gestione del tempo e dello stress. Quando non governi più il lavoro, ma è lui che consuma te	pag. 54
N. 42 – Creare un team di collaboratori efficace. Fare del proprio gruppo di lavoro un team affiatato e performante	pag. 55
N. 43 – Da collega a "cliente interno". Come aumentare la collaborazione in ufficio	pag. 56
N. 44 – Il responsabile di funzione e la gestione dei collaboratori	pag. 57
N. 45 – Problem solving - Affrontare i problemi con metodo e motivazione	pag. 58
N. 46 – Parlare in pubblico con sicurezza ed incisività: convegni, convention, riunioni	pag. 59
N. 47 – Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	pag. 60
N. 48 – HR fundamental. Le competenze per essere un HR Manager di successo	pag. 61

AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

N. 49 – “Prove di avvenuta Cessione Intra-UE” vs. “Prove di avvenuta Esportazione Extra-UE”	pag. 63
N. 50 – La Dichiarazione del Fornitore – Long Term Declaration: quando è possibile il suo rilascio	pag. 64
N. 51 – Organizzare il trasporto per l'e-commerce. Valutazione dei rischi e delle opportunità	pag. 65
N. 52 – Analisi doganale: check up aziendale 2022	pag. 66
N. 53 – Estero: domande pratiche per affrontare la quotidianità in azienda	pag. 67
N. 54 – Origine delle merci	pag. 68
N. 55 – Fiscalità internazionale	pag. 69
N. 56 – La contrattualistica internazionale: attività preliminari alla stipula, gli accordi di riservatezza, le clausole fondamentali, le modalità di internazionalizzazione	pag. 70
N. 57 – I Contratti di intermediazione e Distribuzione Internazionale. Il coordinamento della rete vendita tradizionale con le vendite online	pag. 71
N. 58 – Incoterms® 2020 ICC.	pag. 72
N. 59 – La gestione dei documenti per un'efficace esportazione e importazione	pag. 73

AREA COMMERCIALE E MARKETING

N. 60 – Brand identity: come costruire e rafforzare la propria immagine di brand	pag. 75
N. 61 – L'etica persuasiva applicata alla vendita	pag. 76
N. 62 – Scrivere per i social: il copywriting che coinvolge	pag. 77
N. 63 – 7 modi + 1 non convenzionali per rompere il ghiaccio: l'approccio al cliente	pag. 78
N. 64 – Trasformare i nuovi contatti in appuntamenti e vendite	pag. 79

AREA COMMERCIALE E MARKETING

N. 65 – Vendere senza vendere. Far acquistare i clienti senza vendere	pag. 80
N. 66 – Da tecnico a commerciale: l'evoluzione della specie	pag. 81
N. 67 – Customer care: clienti fedeli e soddisfatti	pag. 82
N. 68 – “Mi dispiace, ma su Internet costa meno”. Come demolire la concorrenza online	pag. 83
N. 69 – GOOGLE ANALYTICS - Valutare efficienza ed efficacia del nostro sito aziendale	pag. 84
N. 70 – Motivare e gestire la forza vendita. Tecniche e competenze manageriali per la gestione del team commerciale	pag. 85
N. 71 – Instagram, la potenza delle immagini: il social delle immagini, nuove opportunità	pag. 86
N. 72 – Linkedin per le aziende: visibilità, network e nuovi clienti	pag. 87
N. 73 – Vincente e convincente con la vendita negoziale	pag. 88

AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

N. 74 – La pianificazione finanziaria	pag. 90
N. 75 – Lettura del bilancio in ottica bancaria	pag. 91
N. 76 – Cos'è e come si costruisce un sistema di contabilità industriale	pag. 92
N. 77 – Recupero crediti: come tutelarsi dai mancati pagamenti	pag. 93
N. 78 – Il rating d'impresa per la valutazione del merito creditizio	pag. 94
N. 79 – Controlling Lab: come impostare il controllo di gestione	pag. 95
N. 80 – Come cambia il rapporto banca-impresa in seguito all'entrata in vigore degli orientamenti eba in materia di concessione e monitoraggio dei prestiti	pag. 96
N. 81 – Il magazzino fiscale e la valutazione delle rimanenze	pag. 97
N. 82 – Contabilità - livello base	pag. 98
N. 83 – Come trasformare il responsabile amministrativo in controller	pag. 99

AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

N. 84 – Strumenti e consigli pratici per la gestione del personale espatriato in relazione agli adempimenti amministrativi, fiscali, previdenziali e contrattuali	pag. 101
N. 85 – Rimborsi spese e fringe benefit	pag. 102
N. 86 – Buste paga - livello base	pag. 103
N. 87 – Buste paga - livello avanzato	pag. 104

AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI

N. 88 – Le fasi e gli strumenti relativi al processo di acquisto e gli impatti sui costi e sui ricavi aziendali	pag. 106
N. 89 – Le attività operative e gli strumenti per gestire i magazzini: strutture e procedure	pag. 107
N. 90 – La gestione delle scorte e la previsione dei consumi: ridurre i costi mantenendo la disponibilità dei prodotti	pag. 108
N. 91 – Come incrementare la propria forza contrattuale verso il fornitore attraverso accordi con altre aziende: i gruppi di acquisto	pag. 109
N. 92 – Come progettare un sistema di vendor rating: le fasi del processo	pag. 110
N. 93 – Efficienza, ordine e pulizia nel magazzino: la metodologia delle 5S	pag. 111

AREA PRODUZIONE, LOGISTICA, ACQUISTI

N. 94 – Digital supply chain	pag. 112
N. 95 – L'impostazione di una lean transformation: come costruire la road map della trasformazione	pag. 113
N. 96 – Negoziazione acquisti per buyer	pag. 114
N. 97 – Il mestiere di capo reparto	pag. 115
N. 98 – Lean organization e lean manufacturing: migliorare le prestazioni ed i processi	pag. 116
N. 99 – La gestione informatizzata del magazzino i software WMS	pag. 117

AREA INFORMATICA

N. 100 – Comunicare senza parole (o quasi): Infographic design con Illustrator	pag. 119
N. 101 – Microsoft Teams	pag. 120
N. 102 – Business Analytics con Power BI	pag. 121
N. 103 – Excel - Livello base	pag. 122
N. 104 – Gestire modelli di calcolo con l'utilizzo di Microsoft Excel (Livello intermedio)	pag. 123
N. 105 – Elaborazioni pivot e reporting grafico con Excel	pag. 124
N. 106 – Automatizzare Excel con l'utilizzo delle macro e del VBA - (Excel livello avanzato)	pag. 125

AREA QUALITÀ E AMBIENTE

N. 107 – Risk analysis: un approccio vincente per le aziende che guardano al futuro	pag. 127
N. 108 – La gestione degli audit: principi e metodi per un'efficacia conduzione degli audit interni ed esterni	pag. 128
N. 109 – Sei sicuro che il fornitore rispetti le specifiche del tuo prodotto e/o servizio? La corretta gestione per un vantaggio competitivo	pag. 129
N. 110 – Il miglioramento dei sistemi di gestione sulla sicurezza del lavoro	pag. 130

AREA LEGALE PRIVACY

N. 111 – PRIVACY: non solo il GDPR, ma anche le disposizioni ed i provvedimenti del Garante costituenti la Disciplina Speciale Privacy quali obblighi di ottemperanza legislativa	pag. 132
N. 112 – Il regolamento informatico: la corretta redazione del principale strumento di tutela delle informazioni aziendali	pag. 133

AREA TECNICA

N. 113 – Problem solving 8D: ogni problema ha una causa che può essere eliminata	pag. 135
N. 114 – Oleodinamica: struttura base degli impianti oleodinamici	pag. 136
N. 115 – Corso intermedio di oleodinamica: strumenti per una valutazione tecnico-operativa delle apparecchiature di un impianto	pag. 137
N. 116 – Progettazione e modellazione tridimensionale con sistemi CAD	pag. 138
N. 117 – Identificazione dei requisiti funzionali del prodotto e progettazione	pag. 139
N. 118 – Materiali tradizionali e innovativi	pag. 140
N. 119 – Il TPM dal punto di vista della manutenzione professionale	pag. 141
N. 120 – Regole decisionali per la conformità metrologica e la gestione della strumentazione di misura	pag. 142
N. 121 – Lettura e interpretazione del disegno tecnico	pag. 143
N. 122 – Elettronica di base e introduzione ai PLC	pag. 144
N. 123 – Il controllo statistico nella qualità e la capacità di processo	pag. 145
N. 124 – Il metodo FMEA	pag. 146

A hand is shown on the right side of the frame, holding a bright red laser line. The laser line starts from the top left corner and extends diagonally towards the hand. The hand is rendered in a glowing, semi-transparent blue and red style, with the red laser light reflecting off its surface. The background is a dark, gradient blue.

WEB
ACTION

1

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

23 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EFFICIENTAMENTO DIGITALE: INVESTI IN MODO INTELLIGENTE E FUNZIONALE NEL DIGITALE

Obiettivi

L'obiettivo dell'Efficientamento Digitale è la migliore allocazione degli investimenti in ambito digitale. Gli interventi effettuati per migliorare l'efficienza digitale di un business sono doppiamente vantaggiosi, ed inoltre occorre specificare che quelli di risparmio e di efficientamento digitale sono due concetti da mantenere distinti anche se spesso camminano di pari passo.

Efficientamento Digitale

Da un lato queste attività permettono di sfruttare il digitale in modo ottimale, ottimizzando e migliorando i risultati derivanti dalle operazioni digitali.

Risparmio Digitale

Dall'altro lato, si parla di risparmio digitale con riferimento a quegli interventi volti a valutare e ridurre la misura degli investimenti in ambito digitale attraverso il taglio degli sprechi a scopo di eliminare i costi superflui o sostenibili a costi inferiori.

Destinatari

Il corso è rivolto a figure professionali come CEO, capi funzione e i responsabili di divisione (HR Manager / Marketing & Communication Manager / General Manager).

Contenuti

- Alla scoperta degli interventi di Efficientamento Digitale
- Perché investire nell'Efficientamento Digitale
- Esempi di applicazione
- Il workflow dell'Efficientamento Digitale (protocollo di lavoro sviluppato da Digital Marketing Consulting Srl)

Docente

Luca Bucci - Consulente di Marketing Digitale e Digital Coach | Digital Marketing Consulting SRL. Il Consulente di Marketing Digitale e Digital Coach aiuta e guida business, imprenditori e professionisti a svilupparsi e crescere in modo intelligente e funzionale grazie all'online ed al digitale. Digital Marketing Consulting SRL ha ideato, sviluppato ed introdotto sul mercato il concetto di Efficientamento Digitale, un protocollo di lavoro per verificare e ottimizzare gli investimenti in ambito digitale.

2

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Webinar

26 e 28 gennaio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRESENTARE CON SICUREZZA NEL WEBINAR E NEL WEBMEETING

Obiettivi

- Acquisire strumenti per gestire l'interazione non verbale e la netiquette a webcam accesa
- Utilizzare in modo emozionale e significativo la voce
- Leggere il video feedback sul volto degli interlocutori

Destinatari

Relatori, conduttori, organizzatori di webinar e web meeting.

Contenuti

Prima mezza giornata: comunicazione 3D

- La Comunicazione che funziona è tridimensionale: linguaggio non verbale, prosodica e sensemaking
- Le 6 dimensioni per leggere e gestire la componente non verbale nel web meeting: prove videoregistrate
- Uso delle parole e sensemaking: regolare la distanza emotiva con le scelte linguistiche
- Il no positivo, il sì valorizzante
- Leggere il volto dell'altro: cogliere attivamente il feedback, individuare adesione e resistenze

Seconda mezza giornata: emozioni e voce nel web meeting

- L'importanza della voce: prime esercitazioni audio registrate
- 4 elementi naturali per guidare la tua voce: acqua, aria, terra, fuoco
- Tempo, velocità, pause, toni, volume: esercizi di miglioramento
- L'articolazione: un elemento indispensabile per la chiarezza nella distanza
- I 4 elementi naturali e la relazione con il cliente: l'uso di tecniche teatrali (Stanislavskij per la corretta e coinvolgente relazione)
- Seconda prova audio registrate: la voce assertiva, la voce accogliente, la voce vivace, la voce convinta

Docente

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

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

3

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

11 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CREARE UNO SMART TEAM: PASSARE DALL'HOME WORKING ALLO SMART WORKING CON MICROSOFT TEAMS

Obiettivi

Lo smart working, i processi di digitalizzazione e le sfide organizzative portate dall'emergenza stanno facendo emergere la necessità di rafforzare le soft skills digitali nella collaborazione aziendale. È basilare adottare strategie agili: le nuove tecnologie si affiancano e supportano le relazioni con i colleghi, i clienti e gli stakeholders. Verranno mostrate alcune delle principali funzionalità di MS Teams a supporto della creazione di uno smart team.

Destinatari

Smart manager, professionisti e smart worker.

Contenuti

- Le digital soft skills per il manager e il collaboratore: tecniche di comunicazione, condivisione, feedback, delega
- Modern workplace: collaborazione, tecnologia e strumenti digitali
- Come possono venirci utili alcune delle principali funzionalità di Microsoft Teams
- Creare un action plan efficace per gestire il team
- Non si finisce mai di migliorare: le azioni correttive di gestione

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.

4+

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Webinar

21 aprile

5 maggio

19 maggio

9 giugno

23 giugno

07 luglio

15 settembre

6 ottobre

20 ottobre

03 novembre

17 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GAME AND EXPERIENCE: APPRENDIMENTO PER LA GESTIONE DEI COLLABORATORI E LA LEADERSHIP

Obiettivi

Le giornate dense di impegni e le continue urgenze possono rendere difficile la partecipazione alla formazione ma soprattutto ci ostacolano nell'assimilare e mettere in atto ciò che studiamo in aula. Infatti, alla fine di un percorso formativo, si è subito risucchiati nel caos quotidiano con il rischio di non pensare più all'esperienza di formazione vissuta e di ricadere nei comportamenti abitudinari. Sappiamo che un comportamento, per non essere reversibile, deve essere mantenuto per un certo periodo di tempo, allora sarà assimilato e potrà diventare "naturale". La nuova dimestichezza con le piattaforme di web meeting ci rende infine possibile usufruire della formazione in modo più comodo e snello, a distanza e in orari compatibili con i nostri impegni. Questo percorso è un accompagnamento e un supporto in un periodo di tempo ampio, fatto di brevi incontri, strutturati in una pillola d'aula su alcuni temi di fondamentale interesse per imprenditori, manager e responsabili, si farà consulenza su casi specifici, si definiranno obiettivi tra un incontro e l'altro, si faranno tante esercitazioni, anche con l'utilizzo della gamification, e frequenti saranno le chat di scambio fra partecipanti e docente. L'obiettivo è quello di dare il tempo e il supporto per rendere l'apprendimento *irreversibile* (anche quello di corsi svolti parallelamente) e rafforzare tutte le competenze base per la gestione dei collaboratori e dei ruoli di responsabilità.

Destinatari

Imprenditori, manager, responsabili che hanno già affrontato percorsi formativi su qualcuno dei temi trattati.

Contenuti

Esercitazione preliminare e finale:

Test o gioco (gamification) per le competenze in entrata e in uscita

Esercitazioni intermedie: definizione di 1 compito per ogni partecipante o test-giochi

Chat dedicata: un passo alla settimana - condividere con gli altri discenti e con la trainer l'integrazione delle varie competenze nel lavoro quotidiano e ricevere supporto per raggiungere obiettivi e risolvere problemi.

Incontro 1: consapevolezza e obiettivi (1,5 ore)

Cosa voglio ottenere? Quali sono le risorse su cui posso contare? Quali sono gli ostacoli da superare?

Incontro 2: cambiare e armonizzare la mentalità dei collaboratori (2 ore)

Quali comportamenti dei collaboratori voglio cambiare? Quali valori, convinzioni, regole voglio armonizzare nel mio team? Quali strumenti e metodi posso usare? Su quali risorse posso contare?

Incontro 3: motivazione (2 ore)

Come motivo i collaboratori? Su quali bisogni posso fare leva per migliorare la loro performance?

Incontro 4: feedback per cambiamento e miglioramento (2 ore)

Come dare feedback generativi ai collaboratori?

Incontro 5: Leadership (2 ore)

Qual è il mio stile? Cosa funziona e cosa no? Come posso integrare il mio stile per rafforzarlo ulteriormente?

Incontro 6: team building (2 ore)

Come vorrei funzionasse il mio team? Come posso rafforzarlo?

Incontro 7: gestione del conflitto (2 ore)

Come affronto i conflitti tra me e gli altri o fra i miei collaboratori? Come gestirli per renderli una risorsa?

Incontro 8: capacità di persuasione (2 ore)

So convincere con la persuasione e la negoziazione? Come posso diventare più persuasivo e negoziale?

Incontro 9: gestione stress (2 ore)

So gestire il mio stress? Cosa posso fare per riuscirci? So tenere basso lo stress nel mio team?

Incontro 10: problem solving (2 ore)

Uso un metodo di problem solving? Come analizzo un problema? Come definisco un obiettivo?

Incontro 11: verifica irreversibilità (1,5 ore)

Quali comportamenti sono già fissati? Su quali devo restare ancora concentrato? Piano d'azione.

Docente

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

5

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. Associate + (100 € + IVA per ogni podcast prodotto)

540,00 € + IVA az. non associate + (100 € + IVA per ogni podcast prodotto)

Durata

14 ore corso + produzione podcast da remoto

Webinar

1, 6, 12 e 15 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PODCAST: UN NUOVO STRUMENTO PER LA FORMAZIONE AZIENDALE

Obiettivi

Il corso ha lo scopo di trasmettere ai partecipanti le nozioni base sul podcast, strumento in grande diffusione dal punto di vista dell'intrattenimento e della promozione aziendale (branded podcast), in ottica di implementarlo come strumento di formazione innovativo all'interno dell'azienda stessa.

Per le sue caratteristiche (facile condivisibilità, rapida fruizione, disponibilità a lungo termine, possibilità di sperimentare format innovativi rendendo i contenuti più gradevoli e chiari) e la sua popolarità, il podcast può diventare lo strumento formativo necessario per innovare la proposta interna di ogni azienda, fornendo ai propri fruitori un elemento di innovazione ed estrema attrattività. Il corso prevede una prima fase più teorica, in cui verranno forniti gli strumenti per comprendere questo nuovo mezzo di comunicazione, seguita da una fase pratica in cui elaborare, con l'aiuto della trainer, il format più adatto per il proprio podcast formativo aziendale. Al termine del corso, poi, i partecipanti realizzeranno le registrazioni rispetto al numero di podcast stabiliti e la trainer si occuperà della produzione di ogni puntata.

Destinatari

La formazione è indicata per ogni ruolo aziendale che vuol essere coinvolto nella progettazione di percorsi formativi interni (risorse umane, marketing, direzione ecc.) e per chi desidera implementare le proprie abilità comunicative.

Contenuti

- Comunicazione efficace e trasmissione dei contenuti
- Introduzione ai Podcast (cosa sono/vantaggi e diffusione/ caratteristiche/differenze radio-podcast/dove ascoltarli/ascolto esempi/tipologie: conversazione libera-intervista-educational-formazione-biografie-narrativo-documentario)
- Posizionamento (obiettivo e target di riferimento/contenuto/nome/durata/frequenza /titolo/ episodi/ testo/sigla/distribuzione)
- Esercitazioni vocali per la registrazione
- Produzione (montaggio/strumentazione tecnica/musiche e suoni)
- Distribuzione
- Creazione format aziendale
- Definizione piano di lavoro

Docente

Barbara Cifalinò - Psicologa del lavoro e formatrice sui temi della comunicazione e del public speaking. Grazie all'esperienza come speaker radiofonica ha ideato "Team Building Radio", una metodologia di formazione esperienziale volta a far lavorare i gruppi aziendali sulle proprie competenze attraverso la creazione di programmi radiofonici, e collabora con le aziende per la creazione di podcast formativi. Nei corsi di public speaking utilizza le dinamiche radiofoniche e le indicazioni che guidano i professionisti di questo media come riferimento per elaborare interventi efficaci.

6

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

1 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

E-COMMERCE DA OPPORTUNITÀ A NECESSITÀ

Obiettivi

Il corso permetterà di comprendere la reale necessità per un'azienda di affrontare l'avvio di un e-Commerce B2B o B2C, sulla base del proprio business model tradizionale, dello scenario di mercato e dei competitor. Il taglio operativo del corso consente un immediato utilizzo dei contenuti in azienda.

Destinatari

Manager e responsabili di azienda interessati ad avviare progetti di vendita via web, responsabili di B.U. Marketing, Commerciale, ICT, project manager aziendali incaricati di verificare le condizioni preliminari di un progetto e-Commerce.

Contenuti

- Analisi degli scenari dell'e-Commerce e definizione di una strategia di vendita Omnicanale
 - Descrizione del processo di vendita online e degli aspetti economici, organizzativi e tecnologici necessari (analisi di alcuni siti e-Commerce di riferimento)
 - Come valutare i principali dati di vendita online di aziende competitor e analizzare trend di sviluppo del mercato (strumenti di Google, Alexa e ricerche di settore)
 - Analisi dei canali su cui puntare (Internet, Mobile, Social network, ...) per sviluppare il brand ed aumentare le vendite
 - Definizione del business model e del piano di marketing on line; pianificazione delle vendite (scontrino medio, visite, conversion rate, ecc.)
 - Ritorno dell'investimento, individuazione del break-even e del tempo di payback
- Casi di successo, di insuccesso e perché
- Aspetti organizzativi e tecnici di una soluzione di e-Commerce
 - User journey e User experience; elementi differenzianti di un e-Commerce di successo
 - Content creation e presentation per valorizzare il Brand e ingaggiare i clienti
 - Digital marketing e CRM per raggiungere nuovi clienti e fidelizzare gli attuali
 - Evoluzione della logistica e supply-chain per raggiungere e soddisfare il cliente finale
 - Aspetti legati ai sistemi di pagamento e alla componente finance
 - Customer Care quale fattore distintivo per un ottimo servizio al cliente
- Organizzazione del progetto e-Commerce
 - Definizione del piano di progetto e-Commerce
 - Stima preliminare dei tempi e definizione di un Gantt (inizio, fine, scadenze chiave e milestones)
 - Stima preliminare dei costi ed analisi costi-benefici dell'iniziativa
 - Rivisitazione del business plan in logica multi Canale ed eventualmente multi Country

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. Da oltre 20 anni supporta le aziende nell'importazione e realizzazione di siti e-Commerce B2C e B2B in una logica Omnicanale.

7

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

20 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE CONDIZIONI ORGANIZZATIVE PER IL LAVORO A DISTANZA

Obiettivi

Al termine del webinar i partecipanti acquisiranno alcuni strumenti organizzativi per attivare programmi di smart working efficaci ed efficienti. L'utilizzo di modalità di lavoro da remoto è infatti un problema organizzativo legato alla possibilità da parte dell'azienda di realizzare una programmazione realistica e credibile e di misurare la produttività dei collaboratori.

Destinatari

Il corso si rivolge a imprenditori e responsabili di funzione.

Contenuti

- “Se non offriamo un pacchetto di smart working non saremo in grado di attrarre e di trattenere i talenti”. Sarà vero?
- Le condizioni minime per attivare programmi di smart working migliorando la produttività
- Le principali problematiche che minano la produttività negli uffici
- Smart working come leva per modificare la cultura manageriale aziendale e per migliorare la soddisfazione del cliente

Docente

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



Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

18 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE LEVE STRATEGICHE PER LA MOTIVAZIONE DELLE PERSONE IN AZIENDA

Obiettivi

Al termine del webinar i partecipanti acquisiranno un quadro strategico per impostare le politiche di gestione del personale in azienda. È ormai chiaro che la motivazione delle persone e l'efficacia ed efficienza dei processi sono strettamente correlati con il livello di soddisfazione dei clienti, oppure con la customer experience, come oggi si usa dire. Un breve seminario per approcciare in modo strategico il tema del legame che esiste tra soddisfazione del cliente e politiche HR.

Destinatari

Il corso si rivolge a imprenditori e responsabili di funzione.

Contenuti

- Il punto di partenza: i clienti e le caratteristiche del mercato
- Un quadro strategico tra livello di specializzazione delle persone e loro impatto sulla soddisfazione del cliente
- Le leve organizzative: una organizzazione davvero orientata al cliente
- Le leve manageriali: dal paradigma comando-controllo al paradigma dell'autonomia condivisa
- Le leve gestionali: logiche innovative per le retribuzioni e gli incentivi

Docente

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

9

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

1 e 8 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GOOGLE DATA STUDIO: FAI “RACCONTARE” AI TUOI DATI STORIE COINVOLGENTI

Obiettivi

Sfruttare tutte le potenzialità dei dati con dashboard interattive e rapporti coinvolgenti. Google Data Studio ti aiuterà a prendere decisioni aziendali migliori in modo semplice. Trasformare i dati nelle metriche e dimensioni necessarie per creare reportistica di facile lettura. Condividere le dashboard con il team per una rapida e veloce circolazione delle informazioni in azienda.

Destinatari

- Chiunque necessiti di presentare dati in modo professionale
- Chiunque voglia andare oltre le tabelle e i grafici di un foglio di calcolo
- Chiunque si occupi di data visualization

Contenuti

- Introduzione a Google Data Studio
- L'importanza della data visualization nel processo decisionale
- L'interfaccia di lavoro
- Dimensioni e metriche
- Connessione dati (Microsoft Excel, Google Fogli, Google Analytics e MySQL)
- La costruzione del primo report
- Layout e temi
- I diversi tipi di elementi grafici
- Filtri e Date
- Stili
- Condivisione dei report
- Automatismi di condivisione
- Esercitazioni condivise con i partecipanti

Docente

Daniele Guidetti - Google Workspace Senior Advisor & Trainer | E-learning Specialist. Da 20 anni si occupa di collaborazione all'interno dei team delle organizzazioni al fine di ottenere una maggiore produttività dalle persone.

10

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

9 e 16 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GOOGLE WORKSPACE: COLLABORARE È IMMENSAMENTE PIÙ FACILE

Obiettivi

Conoscere le potenzialità di Google Workspace, la soluzione di groupware che ti permetterà di utilizzare, all'interno della tua organizzazione, gli strumenti di produttività che un numero sempre maggiore di aziende scelgono, sia per la potenza dei diversi servizi, sia per la grande facilità di utilizzo. Decisioni più rapide grazie al sistema di collaborazione in tempo reale che ti permetteranno di monitorare le modifiche ai documenti mentre i colleghi le digitano, comunicare tramite la chat e assegnare attività nei commenti. Una soluzione flessibile e innovativa per persone e organizzazioni che vogliono crescere.

Destinatari

IT Manager, consulenti IT, direzione aziendale, responsabili di funzione.

Contenuti

- Perché Google Workspace è la scelta di un numero sempre maggiore di organizzazioni
- Google Workspace come leva culturale della trasformazione digitale
- Google Workspace vs. Microsoft 365
- La vita dopo Microsoft Outlook (o altro programma "tradizionale" di posta)
- Gmail: la posta elettronica come non l'avete mai vista
- Google Drive e Drive Condivisi
- Google Chat e Google Meet
- Google Fogli come alternativa a Microsoft Excel
- Google Data Studio: reportistica professionale a costo zero
- Sicurezza e privacy prima di tutto
- Gestione dei dispositivi aziendali

Docente

Daniele Guidetti - Google Workspace Senior Advisor & Trainer | E-learning Specialist. Da 20 anni si occupa di collaborazione all'interno dei team delle organizzazioni al fine di ottenere una maggiore produttività dalle persone.

11

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

20 e 27 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRESENTARE E PRESENTARSI CON GLI STRUMENTI DI MIXED REALITY

Obiettivi

La realtà aumentata acquista sempre più un ruolo chiave nel supporto alle aziende in termini di innovazione, ricalibrazione e ottimizzazione dei processi. Per merito di specifici visori, vengono ormai facilmente realizzate realtà aumentate tramite le quali è possibile fornire a lavoratori o spettatori, serie di informazioni con le quali interagire facilmente, nonché trasmettere tecniche di lavorazione facilitandone l'apprendimento e l'applicazione. Nello specifico, con questo corso, formiamo i partecipanti all'utilizzo della mixed reality nelle attività di public speaking.

- Sapere cosa fare e non fare in una presentazione online
- Fornire esempi pratici di applicazione della mixed reality alle presentazioni
- Realizzare una prova pratica utilizzando ARsistant

Destinatari

Tutti coloro che devono fare presentazioni.

Contenuti

- I Do e Don't della presentazione online
- Oltre i meeting online: la mixed Reality
- 3 esempi pratici
 - Sales Pitch
 - Elevator Pitch per startup
 - Colloquio di lavoro
- Prova pratica
 - Preparare una presentazione
 - Effettuarla usando ARsistant
 - ✓ Senza pubblico
 - ✓ Con pubblico virtuale silenzioso
 - ✓ Con pubblico virtuale rumoroso

Docente

Matteo Cavalieri – Docente e consulente LEN, ha più di 15 anni d'esperienza in progetti ICT per società di dimensioni diverse: da PMI a multinazionali. Executive Master in Business Administration in SDA Bocconi. Ha fondato Immersio: start up innovativa la cui mission è la creazione di valore per le aziende con la realtà virtuale.

12

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

31 gennaio e 7 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OKR (OBJECTIVES AND KEY RESULTS) PER AZIENDE E PERSONE

Obiettivi

L'utilizzo degli OKR (Objectives and Key Results) permette di dare una direzione chiara alle imprese, per farle crescere negli anni, e alle persone, per darsi obiettivi e la necessaria concentrazione per raggiungerli. Avere degli obiettivi chiari, concreti e comunicati a tutti, per quanto sfidanti possano essere, aiuta le aziende a mantenere la giusta attenzione e a non distrarsi dalle mille opportunità, più o meno concrete, che il mercato mette a disposizione. È quindi importante capire qual è l'essenza degli OKR, come impostarli e come farli evolvere nel tempo. Durante il workshop vedremo perché molte delle pratiche di performance management nate dalla seconda rivoluzione industriale in poi siano ormai obsolete e potenzialmente deleterie se applicate in un mondo più moderno, complesso e guidato da una maggiore incertezza.

Capiremo che le metriche da adottare in azienda variano per ogni industria e non sono più guidate dalla quantità di cose fatte, ma dal perché queste cose debbano essere fatte e identificheremo negli OKR uno degli strumenti per creare e far evolvere queste metriche.

Vedremo come gli OKR permettano alle aziende di definire e mettere in pratica migliori strumenti di delega e farle crescere in maniera più strutturata. Infine capiremo che grazie agli OKR è possibile costruire una visione a medio-lungo termine che aiuti processi di innovazione continua.

- Capire cos'è una metrica
- Identificare KPI utili alla propria azienda
- Definire OKR strategici (aziendali)
- Definire OKR tattici (di team/area)
- Definire OKR personali

Destinatari

Il corso si rivolge a team leader, referenti di progetto o di area, C-level e imprenditori, ma anche a freelance e professionisti che vogliono migliorarsi. Persone che hanno abilità e potere decisionale e possibilità di abilitare il proprio gruppo di lavoro ad abbracciarne le modalità operative. Consulenti che vogliono organizzare il proprio lavoro dandosi obiettivi concreti ma allo stesso tempo sfidanti e di crescita.

Contenuti

- Distinzione tra metriche e KPI (Key Performance Indicators)
- Distinzione tra le principali metodologie di management per generare e monitorare obiettivi (KPI, MBO, Balanced Score Card, ...)
- Storia degli OKR e principali implementazioni
- Come si crea un OKR personale, di team o aziendale
- Aspetti tattici e strategici degli OKR
- Come impattano gli OKR con le organizzazioni: i CFR Conversazioni, feedback e riconoscimenti (cf. People Empowerment)

Docente

Francesco Fullone – È un business designer, mentor e investitore in aziende tecnologiche focalizzate sulla sostenibilità o sull'impatto sociale. Aiuta le aziende (in qualsiasi fase) a definire meglio i modelli di business creando strumenti per validarli e le abilita a definire e perseguire i propri obiettivi.

13

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

6 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIGITAL SALES TRAINING

Obiettivi

Nei momenti di crisi le aziende devono incrementare le vendite per recuperare il fatturato perso. Nei momenti favorevoli devono guadagnare mercato e quindi vendere di più. In un mondo digitale che vede regole di mercato sempre nuove, occorre attrezzarsi con le tecniche moderne e adatte a garantire risultati e successo ai venditori.

Destinatari

Direttori vendita, venditori, aspiranti venditori, liberi professionisti.

Contenuti

- Quali sono gli stili di vendita e le nuove sfide del mercato?
- Quali sono le tecniche di vendita nell'era digitale (base e avanzate)?
- Che cos'è e come sfruttare il Social Selling per trovare nuovi clienti?
- Che cos'è e come sfruttare il Sales Digital Funnel per aumentare le vendite?
- Quali sono gli errori da non fare e le 10 azioni da mettere in pratica in un processo di vendita di successo?

Docente

Marco Ambrosini - Opera da oltre 22 anni nel mondo delle tecnologie aiutando le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale. Oggi si occupa di consulenza e formazione per le aziende negli ambiti della sales automation, comunicazione efficace, miglioramento della produttività delle persone tramite il digitale e dello smart working.

14

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

11 e 18 marzo

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SOCIAL SELLING

Obiettivi

Come definire una strategia digitale da affiancare al processo di vendita tradizionale per supportare la struttura vendite e trovare nuovi clienti, aumentando le vendite?

In questo corso si presentano le metodologie pratiche da applicare per creare relazioni con nuovi partner o clienti, utilizzando il mondo del digitale. Gli ambiti di lavoro sono quelli dell'outbound dove si lavora per trovare, conoscere ed ingaggiare nuovi clienti e quello dell'inbound, dove si applicano strategie per farsi trovare, farsi conoscere e farsi scegliere.

Destinatari

Direttori vendite, venditori, aspiranti venditori, liberi professionisti.

Contenuti

- Che cos'è e come sfruttare il Social Selling per vendere di più?
- Quali sono gli strumenti da utilizzare per fare Social Selling?
- Come creare un piano di azioni pratiche per aumentare il numero di prospect e convertire nuovi contatti in nuovi incontri e quindi in vendite?
- Come monitorare le attività dei venditori e migliorare il tasso di conversione?

Docente

Marco Ambrosini - Opera da oltre 22 anni nel mondo delle tecnologie aiutando le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale. Oggi si occupa di consulenza e formazione per le aziende negli ambiti della sales automation, comunicazione efficace, miglioramento della produttività delle persone tramite il digitale e dello smart working.

15

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Webinar

7 e 14 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL TALENTO DELLE DONNE

Obiettivi

Il mondo del lavoro è stato inizialmente costruito dagli uomini, con regole, pregiudizi e stereotipi maschili; solo successivamente le donne hanno trovato il loro spazio, spesso con fatica. Il seminario inizia con una veloce rivisitazione degli stereotipi ancora oggi esistenti per poi trasferire e sviluppare concreti strumenti di leadership al femminile, per non accontentarsi, per valorizzare se stesse e il proprio contributo. Il tutto per evidenziare la diversità tra uomini e donne e ricongiungerla in un contesto lavorativo armonico e con reali benefici per tutti. È un seminario che porta unione, gioia e condivisione, nel rispetto di ogni essere umano.

Destinatari

Il seminario è rivolto principalmente a tutte le donne che desiderano ottenere di più in termini di leadership e di autorevolezza percepita, ma anche a quegli uomini (capi team, capi settore, responsabili di gruppi) che vogliono comprendere le reali dinamiche di motivazione ed engagement di collaboratrici e colleghe di lavoro.

Contenuti

- Il talento delle donne: i principali pregiudizi da abbattere
- Qual è l'atteggiamento migliore?
- Ironia, intelligenza e non accettazione degli stereotipi
- Un nuovo concetto di assertività in azione: la strategia dei 4 passi
- Superare i confini emotivi e mantenere un buon livello di autostima
- 10 differenti modi per sviluppare l'assertività
 - Come essere diretti in modo assertivo
 - Come entrare in empatia
 - Come disarmare la collera altrui
 - Quando e come saper dire di no
- La comunicazione non verbale di una persona assertiva
- Come esprimere le proprie emozioni
- Come saper esprimere la propria opinione
- Come riconoscere i propri errori in modo assertivo
- Come dare feedback in modo preciso, efficace e costruttivo
- Come ricevere un feedback

- L'assertività come stile di vita - esercitazioni pratiche
- Come sviluppare una rete di relazioni efficace e utile
- L'arte di promuovere sé stesse e di valorizzarsi
- Il carisma di una donna: come svilupparlo ed esprimerlo

Docente

Emanuele Maria Sacchi - Performance Trainer e autore di 3 bestseller – Executive Manager Evolution Forum. È il maggior esperto europeo di carisma e uno dei più apprezzati esperti internazionali di leadership, negoziazione e comunicazione competitiva.

16

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Webinar

3 e 10 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA SFIDA DELLA FIDUCIA

Obiettivi

La FIDUCIA è presente in tutto, influenza tutto: il reale engagement dei collaboratori, la leadership percepita, la fidelizzazione del Cliente, dei Fornitori e dei Talenti, lo sviluppo del Business, la Comunicazione Interna e molto altro ancora. Ecco dunque un incontro formativo, dal forte impatto emotivo e di immediata applicazione pratica, per sviluppare, in tempi brevi, relazioni di fiducia e credibilità, sia a livello individuale col cliente interno e/o esterno, sia a favore della propria organizzazione (in termini di compattezza interna e miglioramento dell'immagine esterna).

Destinatari

Il seminario è rivolto a:

- Tutti coloro che guidano un team, piccolo o grande che sia, e che desiderano sviluppare sinergie e senso di appartenenza all'interno del team
- Chi desidera sviluppare maggiormente relazioni di fiducia col cliente interno/esterno in ottica di sviluppo della relazione e/o sviluppo del business

Contenuti

PREPARARSI AD AGIRE

- Quanto costa la non fiducia?
- Quali sono invece i reali benefici?
- Cosa ci aiuta a ottenere fiducia: i 4 cardini per sviluppare credibilità e fiducia
- Test di autovalutazione sui 4 cardini

ENTRARE IN AZIONE

- Responsabilità individuale e sviluppo dei livelli di fiducia
- Le principali azioni per ottenere risultati in tempi brevi (esempi, simulazioni, role play)
- Da professionista degli sforzi a professionista dei risultati
- Come ottenere fiducia

ELIMINARE GLI ALIBI E SUPERARE GLI OSTACOLI

- Qual è il tuo personale contributo?
- La fiducia è come l'aria che respiri
- La metafora di Derek Redmond
- La propensione alla "fiducia intelligente"
- Come recuperare la fiducia

IL PIANO D'AZIONE

- Le principali azioni tradotte in pratica: cosa cambia da domani

Docente

Emanuele Maria Sacchi - Performance Trainer e autore di 3 bestseller – Executive Manager Evolution Forum. È il maggior esperto europeo di carisma e uno dei più apprezzati esperti internazionali di leadership, negoziazione e comunicazione competitiva.

17

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Webinar

1 e 7 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NEUROSCIENZE LE ULTIME SCOPERTE: COME APPLICARLE AL MONDO DELLE VENDITE, DELLA NEGOZIAZIONE E DEL MARKETING

Obiettivi

Al giorno d'oggi vince chi sa comunicare meglio e questo seminario rappresenta un concentrato di tecniche davvero innovative per "far passare il messaggio" nel modo più efficace e veloce possibile. Il seminario sulle ultime scoperte delle Neuroscienze dimostra come comunicare al meglio on-line e off-line, quali errori evitare, qual è la sequenza giusta e quali parole sono le più persuasive per ottenere di più. Il seminario darà molto spazio alla pratica, evidenziando alcune "bad practice" da evitare e alcune "best practice" da adottare, finalizzando il tutto alla specificità di ogni singolo partecipante. Ogni persona comporrà di conseguenza un piano d'azione personalizzato, applicando da subito le tecniche apprese e adattandole al proprio business.

Destinatari

Tutti coloro che si occupano di marketing, vendita, negoziazione e comunicazione d'impresa, ma anche tutti coloro che devono fare trattative via mail.

Contenuti

- Il consumatore 2.0
- Internet: il caos totale
- Il vero conflitto di interessi: tu sei sui social per vendere, mentre il tuo cliente è sui social per divertirsi
- Il lead nurturing e la familiarità
- Come fare offerte originali e irresistibili (invitation)
- Come il nostro cervello filtra le informazioni e qual è la sequenza migliore per ottenere un risultato
- Cervello rettile: 5 tecniche per convincerlo
- Cervello limbico: 5 tecniche per convincerlo
- Cervello evoluto (neocorteccia): 5 tecniche per convincerlo
- Come costruire il tuo messaggio personalizzato
- I Meta programmi applicati alla Scienza della negoziazione e al marketing: come applicarli

Docente

Emanuele Maria Sacchi - Performance Trainer e autore di 3 bestseller – Executive Manager Evolution Forum. È il maggior esperto europeo di carisma e uno dei più apprezzati esperti internazionali di leadership, negoziazione e comunicazione competitiva.

18

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

5 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN OPERATIONS

Obiettivi

L'Intelligenza Artificiale è uno strumento che ci aiuta a comprendere la realtà, partendo dai dati e dalla loro elaborazione matematica. Le sfide di crescita sostenibile che stiamo affrontando e la possibilità di interpretare la realtà con una maggior profondità ci impongono di prendere decisioni con consapevolezza e responsabilità. Il corso accompagnerà i partecipanti alla scoperta dell'Intelligenza Artificiale e delle soluzioni che possono aiutare le aziende a evolvere e adottare tali tecnologie. Dopo un excursus sui diversi ambiti di applicazione del Machine Learning, ci si focalizzerà su casi reali e sui principi necessari a implementare con successo le soluzioni di Intelligenza Artificiale.

Destinatari

Manager, dirigenti, quadri e figure interessate alla trasformazione digitale e tecnologica dei processi aziendali.

Contenuti

- Fondamenti di Intelligenza Artificiale
- Soluzioni di Intelligenza Artificiale per le imprese
- Tecnologie, processi e impatto aziendale
- Presentazione di casi studio

Docente

Cosimo Fiorini – Head of Data Science di Ammagamma SRL.

AREA DIREZIONE E SVILUPPO DI IMPRESA

FORMAZIONE 2022

19

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

6 giugno

18 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA COSTRUZIONE DI UN SISTEMA DI INCENTIVAZIONE

Obiettivi

Il webinar si propone di affrontare in modo pragmatico opportunità e principali criticità nella costruzione di un sistema di incentivazione per i dipendenti. Tale sistema è volto ad allineare il comportamento delle risorse umane alle aspettative dell'organizzazione, incentivando i comportamenti desiderati e disincentivando quelli non desiderati: ciò è considerato parte del più ampio sistema di gestione e sviluppo delle risorse umane.

Destinatari

Imprenditori e dirigenti.

Contenuti

- Come strutturare un sistema di incentivazione:
 - Incentivi monetari: parte variabile della retribuzione, correlata alla prestazione del lavoratore (ossia ai comportamenti organizzativi agiti e ai risultati raggiunti), che si somma alla parte fissa, correlata invece essenzialmente alla posizione ricoperta
 - Fringe benefits: strumento di incentivazione e fidelizzazione del personale
- La gestione per obiettivi (in inglese management by Objectives MBO o management by results MBR): metodo di valutazione del personale che si basa sui risultati raggiunti a fronte di obiettivi prefissati, di gruppo ed individuali
- La misurabilità delle performance:
 - Indicatore chiave di prestazione (ICP), detto anche indicatore essenziale di prestazione (IEP) (in inglese key performance indicator o KPI) è un indice dell'andamento di un processo aziendale. I principali indicatori sono di quattro tipi: indicatori generali, indicatori di qualità, indicatori di costo, indicatori di servizio o di tempo

Docente

Marco Limido - Laureato in economia aziendale presso l'Università Bocconi, ha maturato solide basi metodologiche attraverso esperienze presso Unilever South-East Europe e Unilever Italia, sviluppando competenze nell'analisi organizzativa e nei sistemi di pianificazione & controllo economico-finanziario. Nel 1994 fonda Overview, con l'obiettivo di offrire alle piccole e medie imprese servizi qualificati di consulenza direzionale. Oggi si occupa in particolare di studi di fattibilità, riorganizzazione aziendale e temporary management. Vanta inoltre una significativa esperienza nella formazione aziendale e interaziendale.

20

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

RAVENNA, 1 e 8 febbraio

CESENA, 19 e 27 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COACHING SKILLS FOR MANAGERS

Obiettivi

Attraverso il corso sarà possibile:

- Sviluppare consapevolezza del proprio stile manageriale e analizzare le proprie aree di efficacia
- Conoscere le competenze di coaching per potenziare il proprio ruolo manageriale
- Allenare le skills per navigare la complessità e sostenere le persone nel cambiamento
- Disegnare il proprio percorso da manager a manager coach
- Sperimentarsi e confrontarsi per definire un proprio piano di miglioramento

Destinatari

HR, Manager, responsabili, project leader, coordinatori.

Contenuti

- Le variabili individuali, di team e dell'organizzazione: l'impatto sul sistema di riferimento
- Analisi del proprio ruolo punti di forza e di miglioramento
- Esplorazione della mappa delle relazioni
- Il mindset del manager coach
- Definizione delle coaching skills per il proprio ruolo manageriale
- Gli strumenti essenziali: definizione, condivisione e monitoraggio degli obiettivi; gestione del feedback; ascolto attivo e domande
- La presenza per creare relazioni efficaci e autentiche con i propri interlocutori
- Individuazione dei comportamenti osservabili e allenamento su casi concreti
- Definizione del proprio piano di azione individuale

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.

21

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

9 e 16 maggio

10 e 17 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GOVERNANCE AZIENDALE. RIFLESSIONI PER MIGLIORARE LA PERFORMANCE, LA COMPLIANCE E LA GESTIONE DEL RISCHIO

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di condividere con chi ricopre ruoli apicali in azienda (imprenditori, soci e amministratori), le migliori tecniche di Governance volte a perseguire questi obiettivi:

- Una gestione efficace dell'azienda
- Una visione degli strumenti e delle tecniche utilizzabili nella gestione dei Consigli di Amministrazione
- Il rispetto degli obblighi di Compliance
- I requisiti in vista di un eventuale percorso di crescita e quotazione

Destinatari

Imprenditori, soci, consiglieri di amministrazione.

Contenuti

- Gli assetti societari
- Strutturare gli Organi di Governance
- La gestione degli Organi di Governance:
 - per la performance
 - per la compliance
 - per la gestione del rischio
- I sistemi di remunerazione
- La Legge 231/2001 – come renderla efficace
- I Codici di Condotta

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.

22

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

9 marzo

12 luglio

12 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CREARE IL PIANO INDUSTRIALE PER LA GESTIONE AZIENDALE E PER L'ACQUISIZIONE DELLE RISORSE FINANZIARIE

Obiettivi

Il Piano Industriale:

- costituisce lo strumento di valorizzazione dell'idea imprenditoriale
- rappresenta la bussola per una gestione solida, efficiente ed efficace dell'impresa che intenda agire con una visione di lungo periodo
- costituisce uno strumento essenziale per la raccolta di fondi nella crescita aziendale

Il corso si inquadra in questo contesto, mirando a definire non solo le funzionalità, ma anche i punti strategici per una sua corretta costruzione, rappresentazione e controllo.

Destinatari

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

Contenuti

- Il piano industriale, strumento essenziale nell'attuale contesto
- Autoscatto sul passato: formula superata
- Valorizzare l'idea imprenditoriale
- I fattori distintivi
- Requisiti indispensabili e creatività espositiva
- Arco temporale di riferimento
- Definizione del livello di analisi
- Rappresentazione economico-finanziaria delle azioni previste
- Criticità da gestire e superare
- Organizzazione del controllo periodico

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.

23

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 15 febbraio

REGGIO EMILIA, 28 febbraio

MODENA, 29 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CODICE ETICO: GUIDA ALLA COMPILAZIONE DI UN COMMITMENT STATEMENT

Obiettivi

Un Commitment Statement è una “Dichiarazione d’Impegno” attraverso la quale le risorse di un’organizzazione intendono mettere in pratica, nella quotidianità con azioni e comportamenti virtuosi, i propri valori e i principi. Mentre i valori sono quegli elementi sui quali l’organizzazione crede e fonda la propria ideologia di business, i principi sono i criteri attraverso cui i valori vengono applicati.

Ogni prestazione è influenzata dai principi che sono alla base di ogni comportamento, sia che vengano regolati da norme e prescrizioni, sia che siano semplicemente sottintesi. Uno Statement è un manifesto attraverso il quale ogni risorsa, a più livelli, si impegna ad adottare comportamenti in linea con quanto dichiarato nella Mission e nel Codice Etico, per la realizzazione della propria Vision. Purtroppo, accade spesso che questa fase venga saltata a piè pari, lasciando all’emanazione della Mission e del Codice Etico esclusivamente una caratterizzazione retorica. Il Commitment Statement rappresenta l’assunzione di un impegno globale che può estendersi a stakeholder, fornitori e clienti, coinvolgendo tutte le risorse in un allineamento con i valori dell’impresa. Basti pensare a storie di aziende di successo e a come siano riuscite a superare momenti critici mantenendo fisso lo sguardo verso la propria stella polare, la propria vision, trasformando ogni risorsa in un protagonista e non in un semplice esecutore.

Con questo corso ispirante e appassionante sarà possibile impiantare la struttura di un Commitment Statement personalizzato e creare i presupposti per coinvolgere tutte le risorse dell’organizzazione.

Destinatari

Imprenditori, manager, responsabili risorse umane.

Contenuti

- Impostazione di un Codice Etico
- Chiarificazione dei valori fondanti sui quali si basa l’impresa
- Interpretazione dei valori attraverso criteri di applicazione pratica
- Estrapolazione dei principi di base adottabili quotidianamente nel lavoro
- Definizione delle linee guida del manifesto declaratorio
- Coinvolgimento e motivazione del Commitment a tutti i livelli
- Creazione di un organismo di sostegno per l’applicazione dei principi nella quotidianità

Docente

Alessio Etzi - Business & Executive Coach, Trainer con oltre 12.000 ore di esperienza, più di 9.000 persone formate negli ultimi dieci anni. Consulente aziendale specializzato in start-up, fusioni, riallocazioni, ristrutturazione dei processi organizzativi e relazioni interne del personale.

24

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

9 marzo

22 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEAD GENERATION: ACQUISISCI IN MANIERA SISTEMATICA, RIPETIBILE E SOSTENIBILE NUOVE RICHIESTE DI ACQUISTO PER I TUOI PRODOTTI E/O SERVIZI

Obiettivi

L'obiettivo del percorso di formazione sulla Lead Generation è quello di permettere all'attività di capire come poter acquisire in maniera sistematica, ripetibile e sostenibile nuove richieste di acquisto dei propri prodotti e/o servizi. Gli interventi effettuati per sviluppare la Lead Generation sono doppiamente vantaggiosi, da un lato permettono di attirare il giusto cliente tipo, dall'altro lato, l'acquisizione sistematica, ripetibile e sostenibile di nuove richieste da parte di nuovi potenziali clienti, permette di costruire un database di contatti altamente profilati che potrà essere utilizzato dal reparto commerciale per operazioni appunto commerciali o per indagini di mercato. La Lead Generation inoltre, oltre ad aumentare il numero di clienti potenziali, e a creare un database di contatti altamente profilati consente ad un'impresa di apportare miglioramenti alla brand awareness, all'affidabilità percepita e al ROI (Return On Investment).

Destinatari

Il corso è rivolto a figure professionali come CEO, capi funzione e i responsabili di divisione (HR Manager / Marketing & Communication Manager / General Manager).

Contenuti

- Le basi della Lead Generation
- Lead Generation e Vendita Online
- L'imbuto della conversione
- I 6 casi in cui la Lead Generation è il tuo obiettivo
- La customer journey
- La ricetta della Lead Generation
- Le 9 C del web marketing
- Il workflow di Lead Generation Formula (protocollo di lavoro sviluppato da Digital Marketing Consulting Srl)

Docente

Luca Bucci - Consulente di Marketing Digitale e Digital Coach | Digital Marketing Consulting SRL. Il Consulente di Marketing Digitale e Digital Coach aiuta e guida business, imprenditori e professionisti a svilupparsi e crescere in modo intelligente e funzionale grazie all'online ed al digitale. Digital Marketing Consulting SRL ha sviluppato Lead Generation Formula, un protocollo di acquisizione clienti che per il suo alto valore innovativo e tecnologico è stato certificato e brevettato da San Marino Innovation, un hub internazionale per le tecnologie digitali.

25

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 4 e 14 aprile

REGGIO EMILIA, 21 e 28 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO

Obiettivi

La disciplina del Project Management è riconosciuta a livello globale come lo strumento critico per il successo dei progetti tramite il raggiungimento dei risultati nei tempi, nei costi e con la qualità richiesta. 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. 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, cenni storici
- Gli aspetti tecnico-metodologici e strategico-organizzativi
- 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/risponsabilità)
- La gestione dei rischi di progetto
- La figura del Project Leader
- La gestione delle risorse umane: preparazione del Team di progetto, la gestione della delega, creatività e motivazione

La programmazione del progetto

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

Il controllo e la chiusura del progetto

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

Cenni alle tecniche di Program Management

Docente

VALUE S.A.S. – 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.

26

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 31 gennaio

FERRARA, 24 febbraio

CESENA, 15 giugno

REGGIO EMILIA, 31 ottobre

PARMA, 16 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME LEGGERE UN BILANCIO SE NON SEI UNO SPECIALISTA

Obiettivi

Comprendere come è composto un bilancio per poterlo leggere e capire in generale ed individuare i principali indicatori per il governo della gestione economico-finanziaria, oltretutto le principali ed opportune azioni correttive. 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

Imprenditori, responsabili funzionali.

Contenuti

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

Esperti in materia.

27

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 17 maggio

REGGIO EMILIA, 7 giugno

FERRARA, 21 settembre

Webinar

19 e 26 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL CONTROLLO DI GESTIONE PER NON ADDETTI

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

AREA COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

FORMAZIONE 2022

28

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

MODENA, 8 febbraio

RAVENNA, 23 giugno

RIMINI, 15 novembre

Webinar

19 e 26 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

UN NUOVO APPROCCIO ALLA GESTIONE DELLA COMPLESSITÀ: LA *U THEORY*

Obiettivi

La *U Theory* è una nuova metodologia concepita per orientarsi nella complessità del lavoro, organizzarla e gestirla al meglio, ricavandone potenzialmente dei progetti migliorativi. Ovvero un metodo per implementare la capacità di elaborare piani d'azione efficaci: bypassando i “*Bias*” cognitivi (errori di valutazione), innovando e trovando soluzioni inedite, superando i vecchi schemi di pensiero, centrando l'attenzione sugli aspetti realmente importanti delle proprie attività, ribaltando le prospettive abituali e agevolando la massima apertura mentale. Dunque, l'obiettivo del corso non è solo quello di apprendere una tecnica in grado di semplificare le realtà complesse: ma di riuscire a lavorare sulla consapevolezza profonda delle proprie intenzioni e delle proprie potenzialità d'espressione sul lavoro. Dando così modo al proprio futuro emergente di nascere.

Destinatari

Ogni ruolo o funzione aziendale che abbia responsabilità progettuale e si trovi a gestire i tipici sistemi complessi rappresentati da: “obiettivi da realizzare / tempo e risorse a disposizione / rapporti interpersonali con figure che condividono aspetti del lavoro”.

Contenuti

La *U Theory* di *Otto Scharmer* e tutte le sue possibili applicazioni in ambito aziendale. Se normalmente una delle fonti principali del nostro sapere deriva dalle esperienze passate, questa metodologia ci suggerisce di capovolgere le prospettive per realizzare una nuova forma di apprendimento, organizzata nelle seguenti fasi (che compiono una U):

- Superare il “download” dei vecchi schemi ed attivare l'osservazione e l'ascolto per verificare le possibilità reali, evitare Bias ed illusioni, assicurare le motivazioni
- Illuminare la zona cieca (la sorgente da cui si originano le nostre azioni) e raggiungere il punto di “*Presencing*” (massima presenza mentale e ricettività creativa)
- Fare emergere il nuovo attraverso prototipi e micro obiettivi, raccogliere feedback dal contesto
- Diffondere il nuovo: trasformando la complessità relazionale da ego-sistema ad eco-sistema

I concetti di “*Chronos*” (tempo lineare) e di “*Kairos*” (tempo giusto ed opportuno) applicati alla realtà del lavoro completeranno la parte teorica del corso, mentre esempi di progetti che hanno conosciuto il successo per aver semplificato la complessità completeranno l'ampia parte esperienziale ed interattiva.

Docente

Francesco Bianchini - Formatore, docente e consulente di Comunicazione per le realtà aziendali da quasi vent'anni. Specializzato nelle dinamiche relazionali e nel campo della percezione: gestione delle complessità sul lavoro, negoziazione, Problem Solving, Leadership, gestione delle riunioni e del lavoro in Team, tecniche di creatività.

29

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

PARMA, 29 aprile

REGGIO EMILIA, 19 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STORYTELLING ORGANIZZATIVO

Obiettivi

Il concetto di Storytelling nasce a partire dalla prima metà degli anni '90 negli Stati Uniti ed è l'arte di "raccontare storie". Queste tecniche di narrazione possono essere applicate anche ad un nuovo e dinamico contesto: quello dell'identità e della comunicazione d'impresa.

In un mercato sempre più competitivo e in continua evoluzione è importante non solo informare i consumatori rispetto al prodotto finale, ma anche raccontare i processi di costruzione e di condivisione del valore aziendale in tutte le sue componenti in modo da affascinarli con il racconto di una storia credibile e coinvolgente.

Il corso ha quindi i seguenti obiettivi:

- Acquisire tecniche di storytelling organizzativo
- Scrivere una storia per la propria organizzazione

Destinatari

Comunicatori organizzativi che vogliono sviluppare un progetto di storytelling per la propria organizzazione.

Contenuti

- Raccontare una storia organizzativa: cosa è lo storytelling per l'azienda
- La cornice: target, messaggio e quadro valoriale
- Costruire la storia: la giornata dell'eroe
- Scegliere il genere e lo stile
- Lettura di storie organizzative, visione di corti e video letture
- Disegnare i personaggi: protagonista, antagonista, destinatario dell'oggetto del desiderio, oppositori, alleati
- Writing! Prove pratiche di storytelling
- Reading! Lettura degli elaborati

Docente

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

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

30

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

MODENA, 15 e 23 marzo

PARMA, 18 e 26 maggio

REGGIO EMILIA, 19 e 23 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL FORMATORE AZIENDALE

Obiettivi

- Acquisire tecniche di gestione della attenzione e della motivazione in aule di adulti
- Acquisire sicurezza nella progettazione e gestione di eventi formativi
- Costruire e simulare una lezione

Destinatari

Formatori che operano all'interno delle proprie organizzazioni come formatori tecnici o per i moduli trasversali.

Contenuti

La comunicazione formativa (4 ore)

- La formazione degli adulti: inquadramento generale
- Motivazione e apprendimento: costretto ad ascoltare ma non ad imparare
- 6 elementi per il linguaggio del corpo
- Simulazioni
- Le tre fasi della spiegazione efficace: fai questo, fino a, perchè se no
- Simulazioni

Progettare la formazione (4 ore)

- Le competenze sono tridimensionali, la formazione anche
- I passaggi per una progettazione efficace: Individua il tuo contenuto, anticipa le resistenze, scegli il posizionamento relazionale, fai la mappa degli argomenti, costruisci scaletta e timing: esercitazioni

Produrre slides e infografiche (4 ore)

- Dalla mappa o scaletta allo storyboard
- L'uso dello spazio, dei colori, dei font
- Presentare per convincere: tecniche di costruzione delle slide
- Come usare CANVA per realizzare materiali grafici e infografiche

Voce e video pillole formative (4 ore)

- Video netiquette
- Comportamento di fronte alla webcam
- Uso della voce per gestire attenzione ed emozioni
- Voce aria, acqua, terra, fuoco

Docente

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

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

31

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 11 febbraio

RAVENNA, 12 luglio

REGGIO EMILIA, 23 settembre

RIMINI, 29 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COMUNICARE IN MODO CHIARO, RAPIDO E INCISIVO. BACK TO BASICS – RIPARTIAMO DAI FONDAMENTALI

Obiettivi

Per comunicare efficacemente sul lavoro dobbiamo essere chiari, sintetici, incisivi. Quando parliamo o scriviamo ci sembra di esserlo, per poi scoprire a volte che il messaggio non è andato a buon fine. Il corso presenta come migliorare il contenuto della nostra comunicazione professionale. Metteremo a fuoco in modo concreto come rendere il nostro messaggio più nitido, rapido e incisivo. Apprenderemo le tecniche per evitare fraintendimenti e non trovarsi a dubitare: sono io che non mi spiego o è l'altro che non capisce? Individueremo la struttura e gli accorgimenti per velocizzare la comunicazione sul lavoro, senza perdere di efficacia. Il corso riguarda gli scambi sia in forma verbale che scritta.

Destinatari

Il percorso è trasversale, aperto a tutti coloro che nel proprio ruolo di lavoro fanno della comunicazione interna ed esterna all'azienda uno strumento fondamentale.

Contenuti

- Essere chiari, incisivi e rapidi, come si fa?
- Gli accorgimenti per rendere chiaro e nitido il contenuto della nostra comunicazione, a noi stessi e soprattutto ai diversi interlocutori
- Gli strumenti per essere rapidi, andare dritti al punto e rendere snello il messaggio, senza che perda di efficacia. Come individuare ed evitare le barriere mentali che ci portano a tergiversare, deviare o ripetere, fino a perdere l'obiettivo comunicativo
- Il messaggio incisivo: indicazioni pratiche per dare "peso" a ciò che diciamo e scriviamo

Docente

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

32

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 23 febbraio

PIACENZA, 10 marzo

REGGIO EMILIA, 30 marzo

CESENA, 15 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE IL DISACCORDO PER EVITARE IL CONFLITTO

Obiettivi

Nel luogo di lavoro i conflitti spesso si avviano da minime differenze, maturano nel tempo e si ingigantiscono fino a degenerare. Il corso fornisce gli strumenti per far emergere in modo costruttivo il disaccordo, evitando così che differenze non gestite si accumulino fino a diventare veri e propri ostacoli. Presenta inoltre come un disaccordo ben gestito, con clienti e fornitori, collaboratori o colleghi, può incrementare la reputazione e la credibilità professionale di chi lo affronta positivamente.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti coloro che nel proprio ruolo professionale si trovano ad affrontare disaccordi e conflitti, all'interno o all'esterno dell'azienda.

Contenuti

- Disaccordo e conflitto, in cosa consistono le differenze e perché è così importante distinguerli
- Come far emergere il disaccordo in modo costruttivo, la comunicazione per trovare un esito utile
- Cosa succede se il disaccordo viene evitato
- Gli strumenti della negoziazione e del dialogo per affrontare le differenze, con clienti, fornitori, collaboratori e colleghi
- La gestione di un buon equilibrio emozionale durante discussioni e divergenze
- Prevenire il conflitto o affrontarlo se necessario
- La gestione di una conversazione conflittuale

Docente

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

33

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associa

Durata

14 ore

In presenza

FERRARA, 22 e 24 febbraio

PIACENZA, 20 e 27 aprile

REGGIO EMILIA, 12 e 18 maggio

PARMA, 21 e 28 giugno

MODENA, 19 e 26 ottobre

RAVENNA, 5 e 12 dicembre

CESENA, 1 e 6 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TALENT MANAGEMENT: SCOVARE, SVILUPPARE E TRATTENERE I TALENTI IN AZIENDA

Obiettivi

Quando si parla di talent management, ci si concentra molto sul cercare e trattenere nuovi talenti in azienda ma fare una assunzione adeguata per coprire in modo rapido ed efficace una posizione vacante, rappresenta soltanto una piccola parte di questo tema. Gran parte del focus del talent management si concentra sulle performance dei dipendenti presenti in azienda. Supportare i dipendenti nel miglioramento delle proprie performance significa:

- Successo, competitività e innovazione dell'azienda
- Attrattiva per l'ingresso di nuovi talenti
- Motivare le persone di valore a restare in azienda

Le aziende non hanno piena consapevolezza dei talenti già presenti, i pregiudizi già formati sulle persone non permettono di identificare i potenziali. Spesso le persone sono demotivate e come si sa, la motivazione è la competenza che permette l'utilizzo di tutte le altre competenze. Impariamo allora ad utilizzare metodi e strumenti per favorire la realizzazione della miglior performance di cui i nostri collaboratori sono capaci.

Destinatari

Imprenditori, manager, responsabili di funzione, responsabili risorse umane.

Contenuti

USCIRE DAL PREGIUDIZIO:

- La struttura del pregiudizio
- Visione emotiva e visione oggettiva
- Chiarire gli indicatori di valutazione

DEFINIRE OBIETTIVI INDIVIDUALI:

- Non solo obiettivi aziendali
- Goal Setting per il collaboratore
- Condivisione degli obiettivi, auto ed etero valutazione

SUPPORTARE IL MIGLIORAMENTO:

- Piani d'azione, supporti e formazione
- Feedback costruttivo e generativo

MOTIVARE:

- Agire sulle fonti di motivazione universale: stima, considerazione, inclusione, fiducia, auto-realizzazione e auto-determinazione
- Se e come usare gli incentivi

DARE UN'OCCASIONE:

- Delegare

Docente

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

34

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RAVENNA, 14 aprile

Webinar

6 e 13 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA FORZA È DENTRO DI NOI: GESTIONE DELLO STRESS E DELLE EMOZIONI

Obiettivi

Stress e ansia sono stati d'animo diffusi nel mondo moderno, legati al modo in cui interpretiamo gli eventi e all'insicurezza rispetto al riuscire ad affrontarli. La capacità di fronteggiare gli accadimenti negativi può essere diversa da persona a persona o da momento a momento. È però possibile utilizzare al meglio il nostro potenziale di resilienza, per saper cogliere quanto la realtà, anche nelle circostanze peggiori, ci può offrire.

Dal desiderio di controllo esterno, possiamo trarre occasioni dagli eventi se impariamo a gestire i nostri meccanismi interni. Chi sa farlo, può essere anche in grado di dare un contributo importante per abbattere lo stress e l'ansia all'interno dei propri contesti di vita, che si tratti di lavoro o del nostro privato. Perché in tali contesti possa prevalere il benessere, la motivazione, il buon clima. Questo corso ci aiuta a fare uso della resilienza che è dentro ognuno di noi e a trasmettere benessere intorno a noi.

Destinatari

Tutti coloro che sentono il bisogno di acquisire nuove competenze nella gestione dello stress e delle emozioni.

Contenuti

- Lo stress come reazione adattiva
- Dare un nome alle emozioni: alfabetizzazione emotiva e corretta espressione delle emozioni stesse
- Saper analizzare i pro e i contro per ricercare opportunità
- Mettere a fuoco le risorse personali
- Mettere a fuoco le esperienze precedenti: come ne sono uscito
- L'essere umano come sistema cibernetico di mente, corpo, emozioni
- Corpo: come agire su mente ed emozioni attraverso il corpo
- Mente: utilizzare la forza del pensiero positivo quantico e degli obiettivi
- Emozioni: uscire dal vittimismo, dal cinismo e dal gioco perverso della lamentela
- Modificare le abitudini che possono essere terreno fertile per l'ansia
- Imparare a valorizzare i successi e gli accadimenti positivi per agire sul benessere personale e del contesto
- Sviluppare una flessibilità creativa

Docente

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

35

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

24 maggio

17 novembre

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. Il problema si è acuito con il lavoro in remoto e smart. Questo breve corso favorisce un utilizzo efficiente ed efficace della posta elettronica.

Destinatari

Tutti coloro che utilizzano e subiscono la posta elettronica nel lavorare.

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 sono le alternative
- 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, sviluppo delle performance, armonizzazione culturale. Modelli di riferimento: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi. Può utilizzare tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

36

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

In presenza

PARMA, 19 gennaio

Webinar

29 marzo

29 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MAIL DI LAVORO: GLI ERRORI DA NON FARE

Obiettivi

Le e-mail sono ancora il principale strumento di comunicazione al lavoro. Nonostante questo, proprio perché ne riceviamo e ne scriviamo tante, tendiamo spesso a trascurarne sia la forma che il contenuto. In questo corso si potrà imparare:

- Il valore del tempo come strumento per scrivere bene
- A scrivere mail corrette e complete
- A non fare gli errori più comuni

Destinatari

La scrittura delle e-mail è una competenza trasversale, utile a chiunque lavori in azienda, poiché tutti abbiamo necessità, per motivi diversi, di comunicare scrivendo: personale amministrativo, responsabili commerciali, tecnici commerciali, social medi manager, responsabili della comunicazione, responsabili marketing, ecc.

Contenuti

PRIMA DI SCRIVERE

- Il tempo e il suo valore per scrivere bene
- A chi sto scrivendo e perché?
- Alternative alle e-mail

LA STESURA

- Gestire i destinatari: A: Cc: Ccn; invio, risposte e inoltri
- Tool alternativi all'invio di massa in CCN
- Come scrivere l'oggetto
- I saluti iniziali e finali
- Elementi di stile per la scrittura della mail

ALTRE PARTI FONDAMENTALI

- Gli allegati
- La firma e i tool per renderla graficamente curata
- Il valore del Post Scriptum
- Il Disclaimer

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 online.

37

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PARMA, 12 e 19 luglio

Webinar

4, 6, 11 e 13 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA CUSTOMER EXPERIENCE: SIETE MEMORABILI PER I VOSTRI CLIENTI?

Obiettivi

- Sviluppare la consapevolezza della strategicità della Customer eXperience per la costruzione di valore
- Identificare le politiche di relazione col cliente capaci di offrire l'esperienza di acquisto attesa
- Definire gli indicatori per valutare l'efficacia delle politiche di Customer Care della propria azienda

Destinatari

Titolari/direttori, responsabili commerciale, marketing, servizio clienti/front office, assistenza tecnica, operations, logistica/magazzino.

Contenuti

- Creare ed innovare valore in scenari complessi e mutevoli: cosa significa creare valore per i clienti in contesti noti e ignoti
- Le aziende e la cura del cliente: c'è ancora tanto da fare. Perché parlare di Customer eXperience (CX)
- Non solo commerciale: quali funzioni aziendali sono coinvolte e rendono memorabile il «Customer Journey» del cliente?
- I pilastri di un'esperienza indimenticabile: velocità, disponibilità, organizzazione, tecnologia, service recovery. La tua azienda ha buone fondamenta?
- Il ruolo delle persone: bisogna innamorarsi del cliente per fidelizzarlo ma lo trattiamo ancora troppo spesso come un nemico

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.

38

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 21 gennaio

PARMA, 15 novembre

MODENA, 24 novembre

Webinar

18 e 25 marzo

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OBIETTIVI, MONITORAGGIO E FEEDBACK IN SMART WORKING

Obiettivi

- Come mantenere prestazioni e risultati nel lavoro da remoto?
- Come gestire il coordinamento e il controllo dei propri collaboratori?
- Come strutturare il processo di informazioni in termini di obiettivi e risultati?

La gestione dei collaboratori, il monitoraggio e i feedback, sono processi che ad oggi hanno cambiato completamente volto e richiedono necessariamente un nuovo approccio, il che vuol dire non solo strumenti, ma anche nuove competenze e una nuova cultura capaci di garantire la produttività e il coordinamento dei collaboratori al di là dello spazio fisico.

Destinatari

Manager, team leader, responsabili di risorse umane e di funzione. Più in generale tutti coloro che gestiscono gruppi di lavoro e collaboratori o che prendono parte a team virtuali e/o internazionali.

Contenuti

- Team Charter: designare gruppo, obiettivi e strumenti
- Condivisione linee guida, obiettivi, linguaggio
- Orientamento al risultato
- Obiettivi Individuali e di gruppo
- Condivisione delle informazioni & collaborazione a distanza
- Dalla cultura del cartellino alla responsabilizzazione
- Gestione e valutazione delle performance
- Obiettivi SMART, Kpi, piramide obiettivi
- Metodi di monitoraggio e controllo
- Feedback come strumento di consapevolezza

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 e servizi di consulenza in ambito privacy, cybersecurity e big data. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

39

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 24 marzo

REGGIO EMILIA, 13 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECRUITING: TECNICHE E STRUMENTI DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE

Obiettivi

Il processo di ricerca e selezione del personale richiede di essere condotto in modo metodico e strutturato per essere efficace. Il corso fornisce gli strumenti necessari per condurre l'attività di recruiting dalla fase di ricerca a quella di colloquio e scelta del candidato. L'esperienza formativa offre la possibilità di avere un quadro preciso e completo dell'attività di ricerca e selezione del personale, di impostare correttamente l'attività di ricerca e selezione del personale, di evitare le possibili trappole della fase di intervista e di sviluppare un sistema per comparare i diversi candidati e di attrarre i talenti utilizzando fonti di ricerca digital.

Destinatari

Talent acquisition recruiter, recruiter, junior recruiter, talent acquisition specialist, consultant - executive search & selection.

Contenuti

IMPOSTAZIONE DELLA RICERCA

- Dall'analisi del ruolo da ricoprire alla definizione del profilo di competenze del candidato ideale insieme agli stakeholder aziendali
- Fonti della ricerca: dalla tradizione all'innovazione
- Job board
- Contatti con enti scolastici e università
- Segnalazioni
- Annunci
- Società di consulenza e recruiting
- LinkedIn, sito aziendale e società di e-recruitment
- Gamification e approccio social

COLLOQUIO DI INTERVISTA

- Metodi di selezione del personale
- Panoramica delle diverse tipologie di test presenti sul mercato
- Selezioni di gruppo, Assessment Center: panoramica sugli strumenti utilizzati
- Intervista di selezione del personale
- Obiettivi dell'intervista

- Pianificazione e preparazione dell'intervista
- Fasi e temi da trattare
- Formulazione delle domande
- Relazione intervistatore/intervistato

SIMULAZIONI DI INTERVISTA

- Sperimentare e affinare il proprio stile di intervista
- Svolgimento dell'intervista
- Guide linea per la conduzione dell'intervista

SCELTA DEL CANDIDATO

- Valutazione del candidato
- Analisi del contenuto delle risposte
- Interpretazione del comportamento attuale e dei punti salienti del passato
- Principali errori nella valutazione del candidato

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 executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management.

40

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 17 e 20 ottobre

Webinar

3, 8, 10, 15 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PUBLIC SPEAKING EFFICACE: COME DIVENTARE COMUNICATORI INCISIVI IN PRESENZA E ONLINE (CON LA METAFORA DELLA RADIO)

Obiettivi

Trasmettere ai partecipanti conoscenze e strumenti pratici per migliorare le proprie competenze relative alla capacità di parlare in pubblico in presenza e online, al fine di renderli più efficaci dal punto di vista comunicativo e relazionale e maggiormente in grado di gestire il proprio stato emotivo. Il corso prevede l'applicazione della metodologia del «learning by doing» (apprendere facendo), per cui alle spiegazioni frontali e all'utilizzo di filmati esemplificativi (es. discorsi di personaggi famosi), verranno affiancate esercitazioni pratiche ed attività volte a incoraggiare e facilitare il processo di apprendimento (attività teatrali, riprese video o audio, simulazioni personali e di gruppo, presentazioni e giochi).

Destinatari

Chi desidera essere padrone della scena, dando risalto ai propri contenuti in modo chiaro ed efficace.

Contenuti

- Strutturazione efficace del discorso (copione-scaletta)
- Potenziamento della capacità di sintesi
- Comunicazione verbale, non verbale e para verbale (l'uso corretto della voce)
- Linguaggio in positivo
- Contatto visivo online e in presenza
- Gestione dell'apertura e delle conclusioni attraverso icebreaker e altre metodologie d'impatto
- Coinvolgimento del pubblico
- Improvvisazione
- Gestione del tempo
- Presentazioni singole
- Presentazioni collettive
- Rischi e vantaggi della comunicazione online
- Il mantenimento dell'attenzione
- Gestione del "set domestico"
- Gli strumenti del public speaking online
- Utilizzo efficace di slide e sussidi

Docente

Barbara Cifalinò - Psicologa del lavoro e formatrice sui temi della comunicazione e del public speaking. Grazie all'esperienza come speaker radiofonica ha ideato "Team Building Radio", una metodologia di formazione esperienziale volta a far lavorare i gruppi aziendali sulle proprie competenze attraverso la creazione di programmi radiofonici, e collabora con le aziende per la creazione di podcast formativi. Nei corsi di public speaking utilizza le dinamiche radiofoniche e le indicazioni che guidano i professionisti di questo media come riferimento per elaborare interventi efficaci.

41

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RAVENNA, 24 febbraio

RIMINI, 14 luglio

CESENA, 13 settembre

PARMA, 18 ottobre

PIACENZA, 6 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEL TEMPO E DELLO STRESS. QUANDO NON GOVERNI PIÙ IL LAVORO, MA È LUI CHE CONSUMA TE

Obiettivi

“*Non ho abbastanza tempo*”. La conseguenza di questo pensiero è che ansia ed affanno si impossessano di noi, iniziamo a lavorare senza metodo, cadiamo vittime di di-stress (stress negativo) ed arriviamo alla sera distrutti. Questo è un processo che può essere facilmente interrotto, razionalizzando il tempo, identificando vere e false priorità e trovando la risposta adatta ad ogni specifica situazione critica che dobbiamo gestire.

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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.

Per la sede di Piacenza: Michela Tiramani - Consulente aziendale, formatrice, job e career coach. Si occupa di organizzazione d’impresa e di risorse umane da oltre trent’anni.

42

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

MODENA, 22 febbraio

PIACENZA, 6 aprile

RAVENNA, 19 maggio

Webinar

12 e 19 luglio

15 e 22 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CREARE UN TEAM DI COLLABORATORI EFFICACE. FARE DEL PROPRIO GRUPPO DI LAVORO UN TEAM AFFIATATO E PERFORMANTE

Obiettivi

Quali sono gli elementi costitutivi e fondanti di un team? Quali sono le caratteristiche di un team ad elevate performance? Perché un team lavori bene è necessario che tutti i suoi componenti desiderino essere parte della stessa squadra, condividendo obiettivi, decisioni, risultati. È necessario gestire al meglio le persone, facendo in modo che differenti caratteristiche individuali si integrino per creare valore.

Il corso esplora i processi che stanno dietro alla creazione, al funzionamento ed al mantenimento di un team e fornisce tecniche per trasformare il proprio gruppo di lavoro in un team affiatato e performante, anche in situazioni di crisi.

Destinatari

Manager, responsabili d'area o di funzione, team leader, project manager.

Contenuti

Team, gruppo, squadra

- Team, gruppo, squadra: un po' di definizioni a partire dall'etimologia
- Team e Teaming: il Team nel sistema azienda e la sua trasformazione
- Elementi fondamentali per costruire e garantire il funzionamento di un gruppo di lavoro
- Importanza dell'obiettivo in un team: come strutturarlo per facilitarne la condivisione
- Oltre all'obiettivo: ruoli, processi e relazioni (modello di Beckhard)
- Team e ruolo
- Ruoli all'interno del team: differenza tra ruoli formali e ruoli funzionali all'efficacia del team
- Ruoli funzionali per un team ad alta performance: ruoli necessari, ripartizione dei ruoli, predisposizione all'assunzione dei ruoli

Come sviluppare un team ad elevate performance

- Il ruolo del manager
- Caratteristiche personali e stili comunicativi del manager per condurre un gruppo di lavoro
- Caratteristiche personali dei collaboratori e stili di coordinamento
- La delega per incentivare le condizioni di sviluppo del gruppo di lavoro
- Curare la comunicazione e la gestione del feedback all'interno del team
- Dinamiche interpersonali e reti di comunicazione
- Tool per la condivisione lavori di gruppo
- Responsabilità del manager nel percorso di sviluppo
- Azioni di coaching da sviluppare per consolidare la performance del proprio team

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 executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching. 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.

43

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 22 marzo

CESENA, 31 marzo

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DA COLLEGA A “CLIENTE INTERNO”. COME AUMENTARE LA COLLABORAZIONE IN UFFICIO

Obiettivi

Si fa presto a dire “*dobbiamo fare squadra*”. Poi quando si invitano le persone a cooperare, i risultati - quando arrivano - sono di breve durata. In questa giornata metteremo in luce i motivi per cui nascono gli individualismi e verranno dati strumenti pratici per attivare la piena collaborazione nel gruppo.

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Portare le persone dal “dovere” al “volere” cambiare il proprio atteggiamento
- Interrompere la logica dei compartimenti stagni
- Aumentare armonia e cooperazione tra le risorse

Destinatari

Tutti coloro che vogliono migliorare lo spirito di gruppo tra colleghi.

Contenuti

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

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.



Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA,

ed. 1 – 14 e 21 giugno

ed. 2 – 15 e 22 novembre

PARMA, 12 e 19 ottobre

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

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.

45

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 11 e 15 aprile

PARMA, 6 e 13 luglio

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, inter funzionali, 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.

46

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PARMA, 11 e 18 novembre

REGGIO EMILIA, 23 e 30 novembre

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

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



Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA,

ed. 1 - 11 e 17 maggio

ed. 2 - 10 e 14 ottobre

PARMA, 20 e 27 settembre

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

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

48

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

CESENA, 25 e 26 gennaio

MODENA 12 e 13 aprile

Webinar

20, 23, 27 e 30 giugno

16, 20, 23 e 27 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

HR FUNDAMENTAL: LE COMPETENZE PER ESSERE UN HR MANAGER DI SUCCESSO

Obiettivi

Operare oggi nelle risorse umane richiede una piena consapevolezza dello scopo ultimo della funzione, delle diverse possibili impostazioni generali ed una conoscenza operativa delle diverse attività gestionali. Il professionista HR deve dunque conoscere i fondamenti condivisi a livello internazionale ma essere al contempo in grado di cogliere le specificità normative ed amministrative tipiche del contesto nazionale.

Il corso, fornisce conoscenze teoriche e pratiche di base, utili per un approccio pragmatico e produttivo alla funzione HR.

Destinatari

HR Manager, neo-manager interessati ad acquisire competenze HR di base per la gestione del proprio gruppo di lavoro.

Contenuti

INTRODUZIONE ALLE CONOSCENZE FONDAMENTALI

La gestione delle risorse umane in relazione al comportamento organizzativo

- Scopo della funzione
- La relazione tra ruolo, strutture, processi, clima e cultura organizzativa

Conoscere l'evoluzione della funzione HR e le principali problematiche attuali connesse alla gestione quotidiana e strategica

- Dall'amministrazione del personale alla gestione risorse umane
- Dalla gestione risorse umane allo sviluppo organizzativo

Il processo di assunzione: dallo scegliere al farsi scegliere

- L'evoluzione storica: dallo scegliere al farsi scegliere
- Dall'asimmetria alla complementarietà

La valutazione

- La centralità del sistema valutativo
- Posizione, prestazione, potenziale

La formazione

- La formazione come pratica sociale, tra triangolazione e negoziazione
- I metodi, dall'addestramento alla learning experience

Il clima sociale

- Clima, benessere organizzativo, stress lavoro correlato
- Dalla definizione alle modalità gestionali
- Ascolto ed Empatia

Docente

Mauro Dotta – Da più di 20 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management.

OVERVIEW DEI PRINCIPALI ADEMPIMENTI AMMINISTRATIVI

- Il contratto di lavoro
- La formalizzazione della relazione lavoratore/azienda
- Le componenti di base

Le forme principali

- Tempo indeterminato, tempo determinato, l'apprendistato, il part-time
- La loro evoluzione attraverso le recenti riforme

L'assunzione

- La comunicazione obbligatoria preventiva,
- La lettera di assunzione,
- La documentazione accessoria

La retribuzione

- Fonti normative generali, requisiti e definizione
- Elementi fissi e variabili

La gestione amministrativa di base

- Dalla registrazione delle presenze al cedolino paga

In base alle caratteristiche del gruppo dei partecipanti potranno essere proposte diverse attività, tra cui: gruppi di discussione e condivisione di esperienza, Check list di automonitoraggio, Riflessioni su auto casi

AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

FORMAZIONE 2022

49

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 11 marzo

REGGIO EMILIA, 5 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“PROVE DI AVVENUTA CESSIONE INTRA-UE” VS. “PROVE DI AVVENUTA ESPORTAZIONE EXTRA-UE”

Obiettivi

Il Decreto-legge del 30/08/1993 n. 331 definisce le cessioni Intracomunitarie come non imponibili iva.

Il Decreto del Presidente della Repubblica del 26/10/1972 n.633 definisce le cessioni all'esportazione come non imponibili iva. Sulle predette operazioni non viene applicata IVA italiana in quanto l'imposta è applicata nel paese di destinazione finale del bene: questo principio è la diretta espressione della regola che prevede la detassazione delle operazioni transfrontaliere all'origine e la relativa tassazione a destinazione, anche al fine di consentire l'esercizio del diritto di detrazione al destinatario della operazione. La presenza di “operatori «fantasma»” (“missing trader”) e “società di comodo” hanno determinato in passato forniture intra ed extracomunitarie fittizie, creando deliberatamente un sistema fraudolento. Per porre rimedio a tali situazioni l'Agenzia delle Entrate e L'Agenzia delle Dogane hanno a disposizione mezzi di contrasto che fanno ricadere l'onere della prova sugli operatori italiani, autori di cessioni Intra-UE e esportazioni Extra-UE. Si rende pertanto necessario da parte degli operatori adottare tutte le misure necessarie per poter dimostrare l'avvenuta uscita della merce dai confini nazionali (per le cessioni Intra-UE) e dal territorio UE (nei casi di export). Il corso si pone come obiettivo la creazione di una procedura interna relativa alla corretta gestione delle prove di avvenuta cessione/export.

Destinatari

Ufficio amministrazione – acquisti – spedizioni – commerciale.

Contenuti

- Cessioni Intra-UE
 - Nuovo articolo 45-bis, Regolamento UE 282/2011, introdotto dal Regolamento UE 2018/1912, in vigore dal 1° gennaio 2020
 - Interpelli ad Agenzia delle Entrate: risposte e indicazioni operative
 - Dichiarazione di avvenuta ricezione da parte del cliente: contenuto minimo e tempi di consegna
 - Valore probatorio dei documenti di trasporto internazionale
- Esportazioni Extra-UE
 - Bolla doganale e resa Incoterms
 - Codice MRN
 - Verifica e conservazione del “visto uscire”
 - Codici MRN non italiani
 - Prove alternative di avvenuta esportazione

Docente

Andrea Clerici - Dottore in Economia Politica, Docente presso Enti di formazione, autore di articoli per riviste di settore, relatore in seminari in ambito doganale. Rappresentative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

50

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 24 febbraio

CESENA, 28 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA DICHIARAZIONE DEL FORNITORE – LONG TERM DECLARATION: QUANDO È POSSIBILE IL SUO RILASCIO

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo la creazione di una procedura interna relativa all'origine delle merci. Particolare spazio consiste nella verifica del possesso di tutti i requisiti necessari: fatture di acquisto di materie prime e componenti, dichiarazioni dei propri fornitori e distinta base dei propri prodotti finiti, da cui si evinca il rispetto delle condizioni previste. Comprende anche l'analisi e l'approfondimento di tutta la documentazione necessaria relativa alla ricezione, compilazione e trasmissione della modulistica specifica nel rapporto con l'ufficio Doganale competente per territorio.

Destinatari

Ufficio amministrazione – acquisti – spedizioni – commerciale.

Contenuti

- Differenza tra origine preferenziale e origine non preferenziale
- Analisi FTA – Free Trade Agreement - siglati dalla UE con paesi terzi
- Implicazioni sull'applicazione di sgravi daziari
- Format ufficiali del Nuovo Codice Doganale
- Lettera di accompagnamento per i propri fornitori
- Durata, scadenza ed effetto retroattivo
- Analisi e applicazione del concetto di cumulo
- Verifica dell'elenco dei paesi firmatari da inserire in dichiarazione
- Differenze di compilazione tra commercializzazione e produzione
- Caso Giappone: specifica dei criteri utilizzati

Docente

Andrea Clerici - Dottore in Economia Politica, Docente presso Enti di formazione, autore di articoli per riviste di settore, relatore in seminari in ambito doganale. Rappresentative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

51

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

11 e 18 febbraio

23 e 30 giugno

20 e 26 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORGANIZZARE IL TRASPORTO PER L'E-COMMERCE. VALUTAZIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ

Obiettivi

L'e-commerce senza trasporto non potrebbe esistere. Gli obiettivi principali della formazione sono triplici:

- Le implicazioni logistiche con gli scenari e gli obiettivi del commercio elettronico
- Aspetti organizzativi del trasporto di fronte a consegna più elevate, aumento della domanda del trasporto terrestre, e, gestione veloce e corrette delle modalità di trasporto via camion e aereo
- Come il commercio elettronico contribuisce o meno a un sistema di distribuzione più efficiente dipende molto da particolari circostanze organizzative frutto di attente valutazioni e organizzazione di processo

Destinatari

Imprenditori e/o chi si occupa di import-export, trasporti, spedizioni, ufficio commerciale e acquisti.

Contenuti

- Caratteristiche tecniche e strategiche dell'e-commerce
- L'e-commerce per il B2B, per il B2C, i nuovi scenari il B2H
- L'organizzazione e la gestione dei trasporti nelle strategie di e-commerce
- L'impatto del commercio elettronico sui servizi di trasporto
- La formazione come driver di controllo e creazione del valore dell'e-commerce
- Servizi di trasporto e logistica come facilitatori del commercio elettronico
- Problematiche di trasporti nei paesi in via di sviluppo e altre aree
- Rating e Analisi dei fornitori di servizi di trasporto e di logistica connessi
- Il rapporto operativo e giuridico tra mittente-vettore e altri attori
- I principali aspetti contrattuali e documentari
- I documenti di trasporto nel commercio internazionale e legati ai trasporti di e-commerce
- L'importanza delle convenzioni sui trasporti
- Le polizze di carico cartacee e la loro alternativa elettronica
- Le procedure aziendale per organizzare i trasporti
- Le variabili doganali: le operazioni intracomunitarie e le operazioni doganali
- Come creare un approccio strutturato per il proprio e-commerce

Docente

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

52

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

FERRARA 8 febbraio

PARMA 25 maggio

Webinar

25 gennaio e 2 febbraio

18 e 22 luglio

7 e 13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ANALISI DOGANALE: CHECK UP AZIENDALE 2022

Obiettivi

Il corso ha la finalità di fornire uno strumento pratico per la valutazione strutturale della propria azienda da un punto di vista doganale e fiscale. L'approccio proposto sarà di tipo pratico, per poter effettuare un check up aziendale in modo da preparare l'azienda prima in caso di eventuali ispezioni doganali. Oltre all'approccio pratico verranno forniti spunti teorici in grado di arginare le complessità emerse nella fase di analisi.

Destinatari

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:

- Incoterms 2020 analizzati sotto un profilo pratico.
- Corretto inserimento degli Incoterms nelle fatture e consigli pratici per un utilizzo responsabile
- Analisi del termine di resa EXW (Criticità, incoterms alternativi e altrettanto accettati dai clienti)

Prove di avvenuta cessione intracomunitaria (CMR, DDT ecc.)

Prove di avvenuta cessione all'esportazione (DAU, DAE, MRN)

Classificazione doganale:

- Come capire se la propria nomenclatura doganale è corretta

- Analisi degli argomenti impattanti la nomenclatura doganale
- Analisi della bolletta doganale di import e di export
- Dichiarazione di origine preferenziale e non preferenziale (Made In)
- Importanza strategica dell'origine preferenziale
- Importanza sostanziale della conoscenza dell'origine dei propri prodotti
- Corretta emissione e conservazione della documentazione
- Analisi della dichiarazione del fornitore
- Status di Esportatore Autorizzato e Registrato

Dual use:

- Controllo dei prodotti esportati per evitare le sanzioni della normativa a duplice uso
- Dichiarazione di libera esportazione

Docente

STUDIO TOSCANO CARBOGNANI - Esperienza trentennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Lo Studio è formato da consulenti altamente qualificati che prestano assistenza, tra gli altri, a: Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma e ad associazioni di categoria come ACIMAC, UCIMA, ANCMA e AMAPLAST.

53

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

MODENA, 22 giugno

REGGIO EMILIA, 10 novembre

PARMA, 23 novembre

Webinar

6 e 13 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ESTERO: DOMANDE PRATICHE PER AFFRONTARE LA QUOTIDIANITÀ IN AZIENDA

Obiettivi

L'incontro si propone di abbandonare l'impostazione classica del seminario teorico per un approccio molto più diretto e pratico. Il focus dell'incontro verterà sulla risposta a domande inerenti a diversi aspetti del commercio internazionale, per operazioni di natura intracomunitaria ed extracomunitaria.

Destinatari

Qualunque figura professionale che, all'interno dell'azienda, si occupi dei rapporti con l'estero.

Contenuti

Di seguito si riportano le domande che saranno trattate durante il corso:

- Cosa si intende per operazioni in campo IVA e fuori campo IVA?
- Quali sono le condizioni necessarie per poter emettere fattura come non imponibile art. 41 DL 331/93?
- Qual è il corretto trattamento IVA per cessioni di omaggi e campioni all'interno del territorio comunitario?
- Cosa accade per esportazione di omaggi e campioni al di fuori dell'UE?
- Analisi del requisito territoriale e dell'evoluzione normativa delle prove di avvenuta consegna intracomunitaria: quali sono le prove attualmente accettate in ambito comunitario e nazionale?
- Quale documentazione deve reperire l'azienda italiana per prevenire eventuali sanzioni?
- Come utilizzare correttamente l'Entry certificate?
- Quale documentazione occorre reperire in caso di merce movimentata tramite corriere espresso?
- Consignment Stock: come si utilizza e qual è l'attuale normativa di riferimento?
- Quali sono le condizioni necessarie per poter emettere fattura come non imponibile art. 8 DPR 633/72? Che differenza c'è fra art. 8 comma 1 Lett. A e Lett. B?
- Qual è la differenza fra le diverse bollette doganali (DAU, DAE) ai fini IVA? Come appurare il codice MRN?
- Come avviene, a livello doganale, uno sdoganamento all'esportazione? Nella medesima operazione quali sono i vantaggi di sdoganamento tramite utilizzo del Luogo approvato?
- Quali sono le prove alternative all'esportazione della merce?
- Analisi bolletta di export e di import: sono i campi fondamentali?
- Come si calcolano gli oneri doganali all'importazione e quali sanzioni trovano applicazione?
- Quali sono le indicazioni obbligatorie in fattura? Quali elementi è consigliabile indicare nelle fatture intracomunitarie ed extracomunitarie?
- Incoterms 2020: come si definiscono, qual è il loro utilizzo e come devono essere indicati?

Docente

STUDIO TOSCANO CARBOGNANI - Esperienza trentennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Lo Studio è formato da consulenti altamente qualificati che prestano assistenza, tra gli altri, a: Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma e ad associazioni di categoria come ACIMAC, UCIMA, ANCMA e AMAPLAST.

- Quali sono le novità dei termini di resa nell'edizione del 2020 e quali sono i termini di resa più convenienti per le aziende?
- Resa EXW: quali sono le problematiche e le criticità? Come è possibile tutelarsi? Quali termini di resa è possibile utilizzare in sua sostituzione?
- Cosa si intende con "Classificazione doganale"? Cosa influenza una corretta attribuzione del codice doganale e cosa comporta un codice errato?
- Quali sono i criteri per la corretta classificazione doganale? Qual è la normativa sulla classificazione delle parti di ricambio di macchinari? Cosa sono le ITV?
- Quali sono le differenze fra origine preferenziale e origine non preferenziale?
- Quali sono gli strumenti per conoscere preventivamente la convenienza nel dichiarare l'origine preferenziale? Come può l'azienda utilizzare facilmente tali strumenti?
- Quali sono i requisiti per dichiarare l'origine preferenziale e non preferenziale? Quali sono le tipologie di accordi attualmente in vigore?
- Quali sono le regole di origine da rispettare per dichiarare l'origine preferenziale e non preferenziale?
- Quali sono i documenti che l'azienda deve produrre e conservare per dichiarare responsabilmente l'origine della merce? Come è possibile trattare correttamente la dichiarazione del fornitore in acquisto e in cessione? Quali sono i campi fondamentali e le maggiori criticità?
- Come è possibile gestire le casistiche di commercializzazione di merce (acquisto e rivendita tale e quale)?
- Quali sono i rischi e le sanzioni nel dichiarare l'origine della merce?
- Dual Use: quando è possibile firmare la dichiarazione di libera esportazione e quali sono i rischi in caso di errore?
- Quali sono i controlli che l'azienda può effettuare per verificare che la merce esportata non rientri all'interno della normativa a duplice uso?
- Come procedere in caso di correlazione Dual Use confermata?

54

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 22 settembre

REGGIO EMILIA, 11 ottobre

Webinar

14 e 24 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORIGINE DELLE MERCI

Obiettivi

- Analizzare le regole per la corretta attribuzione dell'origine delle merci, sia per quanto concerne il "made in" sia per quanto concerne il trattamento preferenziale nelle esportazioni verso i Paesi che hanno sottoscritto un accordo di libero scambio con l'UE
- Analizzare i documenti attinenti alla tematica dell'origine preferenziale e non preferenziale e la conservazione degli stessi per la tutela dell'azienda
- Presentare le possibili sanzioni, sia amministrative che penali, a cui si può incorrere in caso di irregolare attribuzione dell'origine
- Individuare la gestione corretta delle diverse casistiche di merce fabbricata e commercializzata
- Analisi accordo di libero scambio fra UE e Mercosur:
 - Regole di origine
 - Particolarità
 - Condizioni

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. Formazione finalizzata alla certificazione AEO.

Contenuti

- Panoramica sul Codice Doganale
- Origine non preferenziale (documenti di prova, il "made in", le false o fallaci indicazioni di origine)
- Origine preferenziale (accordi, requisiti, lavorazioni, prove, cumulo, IVO)
- Casi pratici
- Come diventare esportatori autorizzati e registrati

Docente

Per le sedi di Parma e Reggio Emilia - STUDIO TOSCANO CARBOGNANI - Esperienza trentennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Lo Studio è formato da consulenti altamente qualificati che prestano assistenza, tra gli altri, a Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma e ad associazioni di categoria come ACIMAC, UCIMA, ANCMA e AMAPLAST

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.

55

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 17 febbraio

FERRARA, 18 maggio

Webinar

2 e 7 marzo

1 e 8 aprile

4 e 11 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FISCALITÀ INTERNAZIONALE

Obiettivi

Questo incontro ha lo scopo di far capire il funzionamento dell'IVA estera in modo facile e concreto. L'obiettivo è quello di non strutturarne l'utilizzo in modo mnemonico ma ragionato. Una volta capito il meccanismo di funzionamento sarà facile capirne il corretto utilizzo nella quotidianità lavorativa/aziendale.

Destinatari

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

Contenuti

- IVA estera dal punto di vista attivo e passivo (operazioni in campo IVA e fuori campo IVA)
- novità applicabili
- nuove prove di avvenuta cessione intracomunitaria
- casi pratici
- implementazioni documentali
- indicazioni obbligatorie in fattura
- trasporto nelle operazioni triangolari

Docente

STUDIO TOSCANO CARBOGNANI - Esperienza trentennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Lo Studio è formato da consulenti altamente qualificati che prestano assistenza, tra gli altri, a: Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma e ad associazioni di categoria come ACIMAC, UCIMA, ANCMA e AMAPLAST.

56

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

14 e 21 febbraio

19 e 26 luglio

21 e 28 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE: ATTIVITÀ PRELIMINARI ALLA STIPULA, GLI ACCORDI DI RISERVATEZZA, LE CLAUSOLE FONDAMENTALI, LE MODALITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

La formazione si divide in tre parti

INTRODUZIONE AL CONTRATTO INTERNAZIONALE

- Attività preliminari alla stipula del contratto
 - ✓ Verificare l'identità dell'altro contraente
 - ✓ Assicurarsi dell'identità di chi firma
 - ✓ Assicurarsi che ci sia la valida firma dell'altro contraente
 - ✓ Assicurarsi che il compratore sia solvibile
- Best practices dei contratti internazionali
 - ✓ Evitare clausole confessorie
 - ✓ Gli effetti del Covid-19 e la sua regolamentazione contrattuale
 - ✓ Lingua del contratto: prevalenza, interpretazione, definizioni giuridiche, etc.
 - ✓ Valutare le peculiarità della giurisdizione dell'altro contraente

INTRODUZIONE ALLE MODALITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Forme di penetrazione del mercato estero: accesso diretto e accesso indiretto
- Joint venture contrattuali e societarie: caratteristiche, peculiarità e differenze
- Le associazioni temporanee tra imprese e le reti d'impresa
- La scelta della forma societaria e il contratto di joint venture

NON DISCLOSURE AGREEMENT, LETTERE DI INTENTI

- Non Disclosure Agreement (NDA)
- Lettere di Intenti (LOI)
- La fase delle trattative nei contratti commerciali
- I documenti pre-contrattuali
- Il contratto preliminare

Docente

STUDIO LEGALE INTERNAZIONALE CECCARELLI & SILVESTRI - Lo Studio Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri si occupa prevalentemente di contrattualistica internazionale, acquisizioni, costituzioni e start-up di società estere, joint venture, arbitrati internazionali e gestione della mobilità internazionale dei lavoratori. I professionisti dello studio svolgono attività di formazione per conto di aziende, Associazioni Confindustriali, Istituto Commercio Estero (ICE), Camera di Commercio Internazionale (ICC) ed altre istituzioni.

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 – ExecutiveCourse ICC Italia presso Camera di Commercio in Roma. Corso Ufficiale sugli Incoterms® 2020 in Italia.

57

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

13 e 20 giugno

1 e 7 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

I CONTRATTI DI INTERMEDIAZIONE E 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: distinguere tra le varie figure di intermediari; 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; 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; coordinare la rete vendita 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 Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri si occupa prevalentemente di contrattualistica internazionale, acquisizioni, costituzioni e start-up di società estere, joint venture, arbitrati internazionali e gestione della mobilità internazionale dei lavoratori. I professionisti dello studio svolgono attività di formazione per conto di aziende, Associazioni Confindustriali, Istituto Commercio Estero (ICE), Camera di Commercio Internazionale (ICC) ed altre istituzioni.

58

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

17 e 22 febbraio

7 e 12 aprile

19 e 26 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INCOTERMS® 2020 ICC.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

La consegna della merce nella compravendita internazionale

- Ruolo dei termini di consegna della merce nella compravendita internazionale
- Disciplina della consegna della merce nell'ordinamento giuridico nazionale e nella Convenzione di Vienna sulla vendita di beni mobili
- Incoterms® della Camera di Commercio internazionale quali termini integrativi del contratto di compravendita internazionale
- Nascita, evoluzione e riconoscimento giuridico degli Incoterms®
- Che cosa sono, caratteristiche e scopo degli Incoterms®
- Obbligazioni regolate dagli Incoterms®, ripartizione costi, rischi e responsabilità tra venditore e compratore

Gli Incoterms® 2020 della Camera di Commercio Internazionale

- Nuova versione degli Incoterms® 2020: che cosa cambia?
- Struttura degli Incoterms® e regole per individuare il punto di criticità: clausole alla partenza e all'arrivo
- Classificazione degli Incoterms® in base alla modalità di trasporto, al gruppo di appartenenza, ai costi e ai rischi, al luogo di consegna e di destinazione
- Esame delle singole regole riguardanti qualsiasi modalità di trasporto e il solo trasporto marittimo
- Regola EXW e problemi per il venditore negli aspetti di natura diversa connessi al trasporto e alla consegna della merce
- Luogo di consegna delle merci nelle regole FOB, CFR, CIF e in quelle FCA, CPT, CIP
- Regola FCA, Polizza di carico e Credito documentario
- Copertura assicurativa delle merci nelle regole CIF e CIP

Docente

Antonio Di Meo – È stato componente della commissione di revisione delle norme relative agli Incoterms®, oltre ad essere Consulente Specializzato in Pagamenti internazionali, Garanzie, Crediti documentari. Già Professore a contratto in Tecniche del Commercio Internazionale presso l'Università di Verona, Macerata e Bergamo, svolge attività di formazione in Master promossi da ICE, Il Sole 24 Ore, Promos Italia e Venicepromex, ed in Seminari di formazione svolti presso Aziende e/o per conto di Associazioni Confindustriali, Banche, CCIAA. È docente a contratto in Master dell'Università Bocconi e Cattolica di Milano e Partner di Intesa Sanpaolo in progetti sull'internazionalizzazione.

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

Le criticità degli Incoterms® e le implicazioni con le altre clausole contrattuali

- Incoterms® e trasferimento del diritto di proprietà delle merci
- Incoterms®, contratto di compravendita e contratti di spedizione
- Incoterms® e sicurezza del pagamento delle forniture e/o della conformità della merce ordinata
- Incoterms® e pagamento a mezzo Lettera di credito
- Incoterms® e garanzie bancarie a prima richiesta
- Incoterms®, contratto di trasporto, e di assicurazione della merce
- Incoterms®, modi di trasporto e documenti relativi: polizza di carico (Bill of lading), Lettera di vettura aerea (Air Way Bill), Lettera di vettura camionistica (CMR)
- Incoterms® e prova dell'uscita delle merci dal territorio doganale e in ambito intracomunitario rispetto alla consegna delle merci e rischi fiscali
- Incoterms® e ripercussioni sui costi e sulle responsabilità del trasporto via mare, aereo e terra
- Suggerimenti e Linee guida nella scelta dell'Incoterms® e nella gestione degli aspetti relativi alla consegna
- Quali criteri adottare per individuare gli aspetti di criticità dell'Incoterms® adottato
- Come scegliere l'Incoterms® più idoneo in relazione al tipo di merce, al pagamento e alla modalità di trasporto
- È possibile adottare delle varianti degli Incoterms® adottato? Conosco i termini commerciali USA: Commercial Trade Terms
- Quale Incoterms® adottare e quali le conseguenze concrete nel caso non sia possibile adottare l'Incoterms® individuato

59

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

3 e 10 maggio

23 e 30 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DEI DOCUMENTI PER UN'EFFICACE ESPORTAZIONE E IMPORTAZIONE

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, consorzi export e più specificamente personale commerciale ed amministrativo che si occupa di cessioni ed acquisti intracomunitari ed all'esportazione. Destinato, inoltre, a coloro che, all'interno dell'azienda, si occupino 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

STUDIO TOSCANO CARBOGNANI – Esperienza trentennale nel campo dell'internazionalizzazione e della formazione. Lo Studio è formato da consulenti altamente qualificati che prestano assistenza, tra gli altri, a: Unioncamere Lombardia, Unione degli Industriali di Parma e ad associazioni di categoria come ACIMAC, UCIMA, ANCMA e AMAPLAST.

AREA COMMERCIALE E MARKETING

FORMAZIONE 2022

60

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

19 e 26 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BRAND IDENTITY: COME COSTRUIRE E RAFFORZARE LA PROPRIA IMMAGINE DI BRAND

Obiettivi

Brand Identity 1: Da dove partire per costruire un'IDENTITÀ di BRAND o rafforzare il brand attuale, con il metodo Visual Thinking del Business Model Canvas.

Brand Identity 2: Conoscere le basi del modello degli archetipi e applicarlo alla comunicazione aziendale per definire il linguaggio adeguato al vostro target.

Destinatari

Imprenditori, marketing manager, social media manager, responsabili commerciali.

Contenuti

Brand Identity 1:

- Concetti di Brand Identity e Brand Awareness
- Mappare la propria azienda, i clienti e il valore utilizzando il business model canvas ed impostare la propria strategia marketing e commerciale
- Creazione di un Modello di Business: esercitazione pratica

Brand Identity 2:

- Cosa sono gli Archetipi e come individuare quelli giusti per la vostra azienda
- Cos'è il tono di voce e come si definisce
- Come si applica alla comunicazione aziendale

Docente

Marco Gentilini - 25 anni di esperienza come Sales Manager, dal 2015 Consulente Sales e Marketing, formatore e relatore. Aiuto le aziende a trovare nuovi clienti e a fidelizzarli con strategie digitali e off-line.

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

61

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 18 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'ETICA PERSUASIVA APPLICATA ALLA VENDITA

Obiettivi

Lo SCAMBIO di VALORE è la base per conquistare la FIDUCIA sia nei potenziali clienti che nei clienti acquisiti. In questo corso scopriamo come attraverso l'ETICA PERSUASIVA si possono incrementare le vendite ed aumentare la FIDELIZZAZIONE.

Il corso ha anche lo scopo di fornire ai partecipanti un METODO ETICO per disegnare un proprio "Sales & Life STYLE" sostenibile, che potranno applicare sia nel rapporto con *Clienti e Potenziali* ma, anche nella quotidianità di tutti i giorni, per essere credibili ed avere successo anche con colleghi, amici e i famigliari.

Destinatari

Figure che in azienda svolgono ruoli di presales e sales, assistenti commerciali e risorse Help-Desk, commerciali junior e senior.

Contenuti

- Il concetto di Scambio di Valore: differenza fra Prezzo e Valore
- Le esternalità e le asimmetrie informative nell'era del Web
- I Principi di Reciprocità e cooperazione di Robert Cialdini
- I principi base della Comunicazione Persuasiva: comunicazione verbale, paraverbale e visiva
- La Piramide della Fiducia: vendere guadagnando una fiducia "ampia e durevole" nel tempo superando le 6 fasi critiche:
 - Esplorazione e indifferenza
 - Diffidenza
 - Attenzione
 - Ascolto e Interesse
 - Fiducia condizionata
 - Fiducia "piena"
- La negoziazione incrementale: ottenere di più con meno sforzo
- Creare e mantenere la relazione
- Analizzare il proprio sistema di offerta e proporlo con efficacia
- Vincere resistenze e obiezioni: come superare le obiezioni più comuni anche attraverso esempi pratici
- Chiudere la trattativa: le tecniche più efficaci per "vendere senza sven-dere"
- Gestire il post-vendita: come fidelizzare il cliente per ottenere un "Pas-saparola virtuoso e spontaneo"

Il corso consentirà anche di affrontare esempi pratici attraverso delle mini-esercitazioni che coinvolgeranno i partecipanti.

Docente

Marco Gentilini – 25 anni di esperienza come Sales Manager, dal 2015 Consulente Sales e Marketing, formatore e relatore. Aiuto le aziende a trovare nuovi clienti e a fidelizzarli con strategie digitali e off-line.

62

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RIMINI, 3 febbraio

CESENA, 14 marzo

Webinar

4 e 11 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SCRIVERE PER I SOCIAL: IL COPYWRITING CHE COINVOLGE

Obiettivi

I mercati sono conversazioni. E se vogliamo coinvolgere le persone a cui proporre il nostro prodotto o servizio, non possiamo fare a meno di coinvolgerle: sui social, sul sito, in una newsletter, sul nostro e-commerce. Noi dobbiamo raggiungere più persone possibili, attraverso un messaggio chiaro e “condivisibile” inserito all’interno di un contesto che ha dei limiti. Come farlo?

In questo percorso formativo si impara a pensare e a scrivere come un copywriter, a capire come creare dei contenuti coinvolgenti, a individuare gli insight giusti (i temi, le tendenze e tutto ciò che ci mette in contatto con le persone). Il corso avrà anche una parte pratica in cui i partecipanti potranno sperimentare le nozioni apprese nella prima parte.

Destinatari

Titolari d’impresa, addetti al marketing e alla comunicazione aziendale.

Contenuti

- Basi di comunicazione aziendale
- Il brand: definire i valori e gli obiettivi. Cosa vogliamo comunicare e a chi
- Gli archetipi: se il nostro brand fosse una persona (caratteristiche del brand), il tono di voce (come creare il manuale), lo stile comunicativo (come creare il dizionario di brand). Definiamo la nostra voce sui social e rendiamola riconoscibile
- Definire la proposta di valore, il vantaggio competitivo e gli obiettivi strategici: perché dovrebbero sceglierci, chi sono e come comunicano i nostri competitors, quali sono gli obiettivi della nostra presenza sui social
- Strategia e canali
- Perché essere sui social (scegliere i canali giusti): dove sono le persone a cui vogliamo parlare?
- Cosa significa essere sui social (la strategia, i contenuti e le figure di riferimento): come vogliamo stare sui social, con quali messaggi e chi ci aiuta a starci
- Creare i contenuti
- Gli insights: cosa sono e come si trovano (come trovare i dati che ci servono): strumenti tecnici e analisi. Da Google trends al listening
- Come usare il metodo degli insight per trovare il posizionamento aziendale (tecnica ed esempi pratici): scrivere per le persone e coinvolgerle
- Laboratorio pratico: mettiamoci alla prova

Docente

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

63

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

27 aprile

7 giugno

24 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

7 MODI + 1 NON CONVENZIONALI PER ROMPERE IL GHIACCIO: L'APPROCCIO AL CLIENTE

Obiettivi

In fiera, in appuntamento o in videochiamata il momento dell'approccio fa la differenza. Il modo con cui ci presentiamo, le frasi che diciamo, come ci presentiamo, comunicano, che ci piaccia o meno, chi siamo e determinano lo svolgimento della trattativa. Obiettivo di questo corso è fornire le tecniche per acquisire questa consapevolezza e partire con il piede giusto con il cliente.

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili commerciali, export manager, responsabili vendite, venditori, agenti, key account.

Contenuti

- La vendita negoziale[®]: cos'è e i suoi obiettivi
- Il metodo VCS[®]
- La magia delle parole: come si comunica al cliente
- L'approccio col cliente
- L'educazione: questa sottovalutata
- In cosa consiste l'approccio: fasi e tecniche
- Saper presentare sé stessi e l'azienda
- Lo stato d'animo del cliente
- Come prepararsi all'approccio
- Come ci si presenta al cliente
- Trucchi per rompere il ghiaccio
- Come far parlare subito il cliente
- La tecnica delle domande
- Come trasformare l'approccio in occasione di vendita
- Simulazioni e analisi di casi concreti

Docente

Alessandro Fumo - Sales strategist specializzato da oltre vent'anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, area manager e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative fatte e 6.000 ore tra formazione e affiancamento con i venditori, ha maturato competenze tanto nella vendita di servizi (assicurazioni, logistica, informatica) quanto di beni durevoli (edilizia, arredamento) e di largo consumo (abbigliamento, alimentari) sia al buyer sia al consumatore finale. Affianca titolari d'azienda e responsabili commerciali nella definizione delle strategie di vendita più efficaci a seconda del canale e della tipologia di vendita.

64

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

MODENA, 10 giugno

PARMA, 24 novembre

REGGIO EMILIA, 2 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TRASFORMARE I NUOVI CONTATTI IN APPUNTAMENTI E VENDITE

Obiettivi

Il primo contatto con il cliente avviene in tanti modi: pubblicità, fiere, digital marketing, web, social, telemarketing. Purtroppo, molti di questi contatti si risolvono con l'invio di brochure, cataloghi, preventivi, ma senza l'esito desiderato: l'appuntamento e, successivamente, la vendita. Gran mole di lavoro non solo per i commerciali: sono coinvolti anche uffici interni, preventivazioni, tecnici progettisti ed ingegneri di vendita. Alti costi, sia in termini economici, sia di tempo. Ma spesso questo lavoro finisce solo con fornire i potenziali clienti di informazioni utili per i loro attuali fornitori, cioè i vostri concorrenti. I "filtri" bloccano le azioni di vendita, dal centralino alla segreteria commerciale, e danno forza ai buyer. In questo corso si lavora su come migliorare l'incisività (o tasso di conversione) dei contatti in appuntamenti con clienti-target veramente interessati, evitando i perditempo ed i cacciatori di preventivi.

Destinatari

Venditori, tecnici commerciali, addetti ufficio commerciale.

Contenuti

- Scegliere la miglior strategia per i contatti, sia in entrata, sia in uscita
- Tasso di conversione - Indice di incisività
- Perché è raramente conveniente spedire materiali e brochure
- Come scegliere di volta in volta lo strumento più incisivo: mail, telefono, videochiamata, incontro diretto
- Mail: cosa evitare, cosa scrivere, come proporre la "call to action"
- Telefono: come superare i vari filtri e parlare con chi "decide"
- Videochiamata: come comunicare e cosa osservare
- Incontro diretto: fiera, "porta a porta" aziendale
- Valutazioni delle azioni messe in atto

Docente

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

65

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PARMA, 16 e 23 marzo

MODENA, 8 e 15 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VENDERE SENZA VENDERE. FAR ACQUISTARE I CLIENTI SENZA VENDERE

Obiettivi

Alcune categorie di servizi o prodotti non prevedono una azione di vendita evidente, diretta, decisa: consulenti, progettisti, titolari di studi professionali, coordinatori di associazioni di categoria, tecnici commerciali di prodotti ad alto costo, imprenditori. La loro gestione del rapporto con il cliente prevede alcune azioni in cui la vendita cosiddetta “push” sarebbe poco gradita e controproducente. Tuttavia, la semplice presentazione dei servizi e prodotti, con conseguente attesa dell’ordine, perde di efficacia. Occorre comunicare in maniera diversa, con il cliente che viene “accompagnato” ad acquistare il prodotto o la consulenza come fosse solo una sua scelta. Il sentiero tra i due versanti, essere invadenti e non vendere, è molto sottile, ma va percorso con metodo e attenzione: consigli, domande informative e domande influenzanti, proposta di soluzioni devono indurre il cliente a cercarci e scegliere noi, non altri. Tutto ciò, mantenendo una alta immagine personale e aziendale.

Destinatari

Imprenditori, titolari d’impresa, professionisti, consulenti, dirigenti, tecnici commerciali con prodotti ad alto costo.

Contenuti

- La filosofia commerciale nella vendita “senza vendere”
- Farsi cercare, farsi scegliere
- L’atteggiamento e la mentalità vincente
- Avere un metodo, non improvvisare
- La preparazione “strategica”
- L’accoglienza ed il primo contatto: relazione e psicologia
- Proporsi come “opportunità per il cliente”
- Capire le motivazioni reali del cliente
- La tecnica delle domande negoziali
- Come presentazione efficacemente di servizi e soluzioni e far scegliere il cliente
- Evitare la richiesta di sconti
- Trattativa efficace e “chiusura” del contratto senza azioni invadenti

Docente

Eros Tugnoli - Titolare di ETS, formatore e coach specializzato nell’area comunicazione persuasiva, vendite e alta negoziazione commerciale. Alterna la formazione alla consulenza specifica, con continui affiancamenti sul “campo”.

66

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 7 e 14 marzo

CESENA, 10 e 17 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DA TECNICO A COMMERCIALE: L'EVOLUZIONE DELLA SPECIE

Obiettivi

Un cambiamento di mercato degli ultimi anni vede aumentare il numero di aziende che utilizzano figure tecniche preparate sul prodotto per la presentazione delle proprie eccellenze ai clienti. La figura del Tecnico-Commerciale richiede quindi anche competenze sia sotto il profilo relazionale, sia sotto il profilo commerciale. Queste competenze spesso non fanno parte del bagaglio culturale e di conoscenza dei tecnici e il semplice buon senso non basta per ottenere i risultati di vendita desiderati. Obiettivo del corso è quindi fornire strumenti e metodologie indispensabili allo sviluppo del ruolo, sia dal punto di vista delle abilità comunicative, sia da quello delle abilità di negoziazione e trattativa.

Destinatari

Venditori, tecnici, tecnici commerciali, ingegneri di vendita.

Contenuti

- Da tecnico a commerciale: cosa tenere, cosa modificare, cosa aggiungere
- I comportamenti “di buon senso” da evitare: gli errori inconsapevoli
- Il primo contatto con il cliente nuovo e l'immagine aziendale
- L'analisi dei bisogni e delle reali esigenze del cliente: fondamentale, ma non basta più
- L'“Intervista Negoziale”: le domande come leva motivazionale per vendere
- La presentazione di un prodotto tecnico o di un progetto: le corrette comunicazioni
- La gestione delle obiezioni del cliente: esempi su casi proposti dai partecipanti
- Da “offerta” a “proposta commerciale”: tutte le ultime strategie
- La trattativa economica, con particolare attenzione alla scontistica e ai confronti con i concorrenti
- La chiusura “temporale” della vendita
- Analisi conclusiva

Docente

Eros Tugnoli - Titolare di ETS, formatore e coach specializzato nell'area comunicazione persuasiva, vendite e alta negoziazione commerciale. Alterna la formazione alla consulenza specifica, con continui affiancamenti sul “campo”.

67

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 10 febbraio

RAVENNA, 17 marzo

MODENA, 19 maggio

PIACENZA, 23 settembre

PARMA, 26 ottobre

REGGIO EMILIA, 7 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CUSTOMER CARE: CLIENTI FEDELI E SODDISFATTI

Obiettivi

Alcune aziende sono convinte che il lavoro sia finito una volta acquisito il cliente. Niente di più pericoloso. Il cliente va seguito costantemente e non contattato solo quando si vuole fare una vendita ulteriore per non rischiare che l'ultimo ordine fatto sia veramente... l'ultimo.

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

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

Destinatari

Addetti al back office, commerciali interni, responsabili commerciali.

Contenuti

- Come impostare un rapporto di lungo termine
- Le mansioni del customer care
- Migliorare la relazione aumentando l'empatia
- L'ascolto attivo e la comunicazione ipnotica
- La gestione dei reclami
- Tecniche di win-back: come recuperare i clienti persi
- L'arte del cross selling

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.

Per la sede di Piacenza: Marco Besi - Dal 2012, dopo essere stato direttore commerciale in vari settori, aiuta 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.

68

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 24 maggio

PIACENZA, 7 giugno

MODENA, 12 ottobre

Webinar

18 e 21 luglio

16 e 23 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

“MI DISPIACE, MA SU INTERNET COSTA MENO”. COME DEMOLIRE LA CONCORRENZA ONLINE

Obiettivi

“Ho visto su Internet un prodotto come il vostro...” ecco come i clienti subdoli mettono in difficoltà i venditori, anche quando propongono prodotti e servizi di valore. Smontare questa obiezione non è una missione impossibile solo se si preparano le giuste argomentazioni a tavolino.

Con questo corso si conseguiranno questi risultati:

- Aumentare consapevolezza e sicurezza in se stessi
- Preparare un'offerta non paragonabile a quelle presenti in rete
- Inibire la richiesta di sconto

Destinatari

Tutti i commerciali per i quali internet rappresenta una minaccia temibile.

Contenuti

- Come dominare attacchi sfrontati ed arroganti
- Usciamo dalla trappola “apple to apple”
- Gli strumenti per una perfetta differenziazione
- Le armi non convenzionali a nostra disposizione
- Superare le minacce ambigue dei clienti
- La gestione della richiesta di sconto

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.

Per la sede di Piacenza: Marco Besi - dal 2012, dopo essere stato direttore commerciale in vari settori, aiuta 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.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

12 e 17 maggio

8 e 14 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GOOGLE ANALYTICS - VALUTARE EFFICIENZA ED EFFICACIA DEL NOSTRO SITO AZIENDALE

Obiettivi

Google Analytics è un servizio di web Analytics gratuito fornito da Google che consente di analizzare delle dettagliate statistiche sui visitatori di un sito web. Il servizio è usato per il marketing su internet e dai webmaster. Google Analytics è il servizio di statistiche più usato nel web.

La finalità del corso è di imparare a conoscere lo strumento per valutare efficienza ed efficacia del proprio sito aziendale ed essere in grado di individuare gli utenti, a fini del rendimento a livello di marketing, di contenuti, di prodotti e molto altro. L'obiettivo principale del corso è proprio quello di mettere i partecipanti nelle condizioni di poter leggere le metriche di base, e di personalizzare una pagina riassuntiva di loro interesse. Un'opportunità di focalizzarsi sull'approccio al dato attraverso il Tool.

Destinatari

- Management, responsabili comunicazione, marketing, vendite
- Strategic Planner, PR, Event e account manager
- Servizio clienti, customer care
- Responsabili di progetti Web/Online e social media

Contenuti

- Introduzione a Google Analytics: lo strumento di raccolta del traffico dati del tuo sito web
 - Come creare un account
 - Come implementare il monitoraggio
- Le metriche fondamentali
 - Cosa misurare, come e perché
- Le fonti del traffico
 - L'analisi della provenienza delle visualizzazioni del tuo sito
- Universal Analytics e GA4
 - Differenze principali tra le due versioni di Google Analytics
- Gestione degli accessi ai dati di Google Analytics
 - Approfondimenti su account, proprietà e viste
- Google Tag Manager
 - Consigli per tracciare in maniera più semplice gli eventi del sito
- Come creare una dashboard
 - Visualizzare e focalizzarsi sul resoconto di dati, grafici e liste, che forniscono informazioni chiare su andamenti o prestazioni

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 e servizi di consulenza in ambito privacy, cybersecurity e big data. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

70

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 28 gennaio e 4 febbraio

RAVENNA, 5 e 12 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MOTIVARE E GESTIRE LA FORZA VENDITA. TECNICHE E COMPETENZE MANAGERIALI PER LA GESTIONE DEL TEAM COMMERCIALE

Obiettivi

In un contesto che ogni giorno propone sfide sempre più ambiziose, la gestione di un team commerciale è efficace se si combinano alcuni ingredienti-chiave: strategia, leadership e gestione. Il metodo e l'attenzione continua ai risultati, uniti alla costruzione di relazioni solide e stimolanti con i venditori, sono il primo motore della loro motivazione e del loro successo. Il corso fornisce leve e strumenti operativi per accompagnare il manager commerciale nella gestione quotidiana dei propri collaboratori, per acquisire una reale leadership "sul campo".

- Essere un leader riconosciuto dalla forza vendita
- Identificare e sviluppare il proprio talento nella relazione con i venditori
- Acquisire efficacia nel "management del quotidiano" attraverso strumenti operativi
- Creare e rafforzare lo spirito di team
- Gestire e motivare a distanza i venditori
- Instaurare relazioni positive con la forza vendita
- Affrontare e risolvere i casi difficili

Destinatari

Direttori e responsabili vendite, area manager, responsabili servizio post vendita, chiunque debba gestire un gruppo di collaboratori in ambito commerciale.

Contenuti

Essere manager di un team commerciale e la gestione dei venditori nell'attività quotidiana

- Competenze chiave del manager commerciale: saper identificare i propri punti di forza e di miglioramento
- Identificare il proprio stile di management: "come vengo percepito dai miei venditori?"
- Costruire la Vision: comunicare con efficacia il progetto commerciale rinforzando la motivazione della forza vendita
- Sviluppare la fiducia in sé stessi e nei propri venditori: accettare le idee degli altri, lasciare spazio all'innovazione
- Identificare il profilo dei miei venditori
- Adattare il proprio stile di management: "quando essere direttivo? Quando persuasivo o delegante?"
- La gestione operativa delle differenti tipologie di colloquio

- La motivazione: come costruire e comunicare obiettivi sfidanti
- L'affiancamento come strumento formativo e motivazionale
- Il bisogno di stimoli individuali e collettivi: come rompere la routine

Gestire e motivare anche nelle situazioni difficili

- Utilizzare le tecniche di assertività per "recuperare" un venditore senza arrivare alla rottura
- Agire per far fronte alla demotivazione
- Gestire le situazioni di conflitto facendo leva sull'espressione delle emozioni
- Identificare gli stili di comunicazione più efficaci
- Comunicare risultati non soddisfacenti
- Tecniche da utilizzare per implementare procedure e decisioni impopolari

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 executive coach diplomato presso la Scuola Europea di Coaching. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RIMINI, 12 aprile

REGGIO EMILIA, 30 giugno

PARMA, 18 luglio

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. Se occorrono modifiche preghiamo di segnalarcelo sul format in word che invierete.

72

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 28 settembre

REGGIO EMILIA, 29 settembre

PIACENZA, 11 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LINKEDIN PER LE AZIENDE: VISIBILITÀ, NETWORK E NUOVI CLIENTI

Obiettivi

Questo corso 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

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 online.

73

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Webinar

4, 6, 11 e 13 maggio

8, 10, 15, 18 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VINCENTE E CONVINCENTE CON LA VENDITA NEGOZIALE

Obiettivi

- Dotare il venditore di un set di tecniche utili ad affrontare con sicurezza e consapevolezza trattative sfidanti
- Aiutare il venditore ad acquisire e rafforzare la fiducia in sé stesso a prescindere dal contesto
- Fornire un metodo utile a ridurre la complessità della trattativa e a migliorare i risultati

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili commerciali, export manager, responsabili vendite, venditori, agenti, key account.

Contenuti

- Vendita e complessità
- Nozione di complessità
- I 3 fattori della complessità: cliente, obiettivi e processo
- Come ridurre la complessità: conoscenza e preparazione
- Il cliente: ruoli d'acquisto e organizzazione
- Le aspettative del cliente
- Le fonti delle informazioni
- L'obiettivo: il porto sicuro della trattativa
- I 5 obiettivi della trattativa
- Strategia e tattica: i due livelli della trattativa
- La trattativa per fasi: A.I.A.C.S.
- Il metodo VCS[®]: cos'è e i suoi vantaggi
- L'intervista: conoscere per vendere
- L'argomentazione dell'offerta
- Quando parlare di prezzo
- La conclusione della trattativa
- Le situazioni negoziali
- Simulazioni e casi concreti

Docente

Alessandro Fumo - Sales strategist specializzato da oltre vent'anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, area manager e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative fatte e 6.000 ore tra formazione e affiancamento con i venditori, ha maturato competenze tanto nella vendita di servizi (assicurazioni, logistica, informatica) quanto di beni durevoli (edilizia, arredamento) e di largo consumo (abbigliamento, alimentari) sia al buyer sia al consumatore finale. Affianca titolari d'azienda e responsabili commerciali nella definizione delle strategie di vendita più efficaci a seconda del canale e della tipologia di vendita.

AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

FORMAZIONE 2022

74

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 1 febbraio

PARMA, 16 febbraio

REGGIO EMILIA, 10 marzo

CESENA, 23 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

Obiettivi

Le aziende hanno bisogno di professionisti capaci di monitorare, ragionare e pianificare, in termini di capacità di creazione di valore e di controllo del rischio. Questo corso di pianificazione finanziaria aiuta i professionisti ad affrontare il processo di redazione di un piano finanziario.

Il programma intende trasferire gli strumenti e le competenze necessarie per:

- Tenere sotto controllo le entrate e le uscite di cassa per verificare nel tempo l'equilibrio finanziario aziendale
- Impostare un budget e il fabbisogno relativo

Destinatari

Responsabili amministrativi, CFO, CEO.

Contenuti

- Analisi degli investimenti
- Analisi dei finanziamenti
- Analisi dei flussi di cassa attuali e prospettici e relativi indicatori
- La pianificazione finanziaria strategica, di budget e di flussi di cassa

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.

75

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 18 marzo

PARMA, 24 marzo

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LETTURA DEL BILANCIO IN OTTICA BANCARIA

Obiettivi

In passato l'accesso al credito era facilitato da un mercato che favoriva performance positive e quindi la comunicazione con la banca poteva limitarsi alla consegna del bilancio. Ora nel rapporto banca-impresa le aziende debbono porsi in un'ottica proattiva.

Il corso offre una diversa chiave di lettura dei bilanci, analizzando gli indici e gli indicatori che vengono evidenziati dalle banche per valutare il merito creditizio. In questo modo si potrà facilitare la comunicazione con gli istituti di credito.

Destinatari

Responsabili amministrativi, CFO, CEO.

Contenuti

- La centrale rischi
- la riclassificazione del bilancio in ottica bancaria
- Gli indici di bilancio
- La comunicazione banca e azienda
- Il fabbisogno finanziario

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.

76

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

MODENA, 28 gennaio

CESENA, 14 febbraio

REGGIO EMILIA, 14 novembre

PARMA, 22 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COS'È E COME SI COSTRUISCE UN SISTEMA DI CONTABILITÀ INDUSTRIALE

Obiettivi

La contabilità industriale è una tecnica amministrativa che consente di rilevare, analizzare ed imputare i costi diretti ai singoli prodotti/servizi dell'azienda ed il suo scopo è di fornire elementi a supporto del processo decisionale (definizione prezzi minimi di vendita, redditività dei singoli prodotti, scelte make or buy, ecc...). Il modulo si propone, dopo un'introduzione teorica, di impostare con i partecipanti un semplice modello operativo per selezionare, ottenere ed utilizzare al meglio alcune informazioni chiave. Stimolare i partecipanti sul tema della contabilità industriale al fine di definirne:

- I principali contenuti
- Le modalità di utilizzo
- Le difficoltà che si possono incontrare

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

Marco Limido - Laureato in economia aziendale presso l'Università Bocconi, ha maturato solide basi metodologiche attraverso esperienze presso Unilever South-East Europe e Unilever Italia, sviluppando competenze nell'analisi organizzativa e nei sistemi di pianificazione & controllo economico-finanziario. Nel 1994 fonda Overview, con l'obiettivo di offrire alle piccole e medie imprese servizi qualificati di consulenza direzionale. Oggi si occupa in particolare di studi di fattibilità, riorganizzazione aziendale e temporary management. Vanta inoltre una significativa esperienza nella formazione aziendale e interaziendale.

77

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

CESENA, 7 e 10 marzo

RIMINI, 17 e 22 marzo

PARMA, 21 e 26 settembre

REGGIO EMILIA, 27 e 30 settembre

PIACENZA, 4 e 7 ottobre

MODENA, 7 e 10 novembre

RAVENNA, 29 novembre e 6 dicembre

Webinar

8-10-15-17 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECUPERO CREDITI: COME TUTELARSI DAI MANCATI PAGAMENTI

Obiettivi

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

Destinatari

Responsabili e addetti amministrativi.

Contenuti

- COME RECUPERARE UN CREDITO
 - Principi generali in tema di recupero crediti: giudizio di convenienza, recupero dei costi della pratica legale ex art. 1196 Cod. civ., scarico fiscale, interessi moratori ex D.lgs. 231/2002
 - I beni aggredibili: quali sono e come cercarli
 - La procedura di recupero stragiudiziale
 - La procedura giudiziale di recupero crediti
 - L'esecuzione forzata
 - Le procedure concorsuali
- COME PRESIDARE UN CREDITO
 - L'importanza di presidiare il credito: la rapidità e l'azione progressiva
 - Le situazioni indicatrici di necessità di presidiare il credito
- COME GESTIRE LE DIVERSE TIPOLOGIE DI CREDITI
 - Come gestire i micro crediti e macro crediti
 - Come gestire i crediti dei privati e delle imprese
 - Come gestire i crediti chirografi e i crediti garantiti
 - Come gestire i crediti nella successione per causa di morte
 - Come gestire i crediti garantiti dai consorzi
- COME EFFETTUARE LE TRATTATIVE STRAGIUDIZIALI
 - La fase di preparazione alle trattative
 - Diagnosi e raccolta delle informazioni
 - Messa a punto degli obiettivi
 - Scelta della strategia
 - Le trattative
 - La proposta del debitore
 - Criteri per valutare la congruità dell'accordo

Docente

Tagliaferri Maria Paola – Avvocato.

Bongiorni Emanuela - Dottore Commercialista e revisore legale.

78

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Webinar

2, 4, 8 e 10 marzo

11, 13, 18 e 20 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL RATING D'IMPRESA PER LA VALUTAZIONE DEL MERITO CREDITIZIO

Obiettivi

L'intervento si pone i seguenti obiettivi:

- Sensibilizzare sull'importanza di conoscere il proprio "rating" e, quindi, capire come il mercato in generale ed i finanziatori in particolare, valutano l'azienda
- Saper cogliere gli aspetti di eccellenza e di criticità della propria situazione aziendale
- Apprendere le principali leve per poter impostare un corretto, efficace ed efficiente rapporto "banca-impresa"

Destinatari

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

Contenuti

- L'analisi "lato banca" del debito bancario esistente e dei dati andamentale
- I dati utilizzati dalla banca per un'analisi andamentale dell'impresa
- L'analisi delle garanzie prestate alle banche
- La relazione tra rendimento degli impieghi e rischio per le banche
- La lettura della Centrale Rischi di Banca d'Italia alla luce dei recenti cambiamenti
- Il rating bancario
- Le componenti qualitative e quantitative nel calcolo del rating
- Il processo di assegnazione del rating per le diverse tipologie di imprese
- Lo scoring del MCC: un caso reale
- Gli indici della crisi di impresa: un caso reale

Docente

Emanuela Bongiorno – Dottore Commercialista e Revisore Legale.

79

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

FERRARA, 2 e 9 maggio

PARMA, 12 e 20 maggio

REGGIO EMILIA, 8 e 15 giugno

PIACENZA, 10 e 17 giugno

MODENA, 27 e 29 settembre

Webinar

7, 14, 21, 28 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTROLLING LAB: COME IMPOSTARE IL CONTROLLO DI GESTIONE

Obiettivi

Una metodologia “step by step” per impostare e implementare o anche solo per valutare il sistema di pianificazione e controllo.

Il corso propone un approccio metodologico e una serie di strumenti operativi per l'impostazione, la revisione e/o il miglioramento del modello di controllo della gestione aziendale. I partecipanti saranno guidati passo dopo passo nella progettazione di un sistema di controllo anche attraverso rappresentazione di casi pratici e/o di esperienza dei partecipanti stessi. Il controllo di gestione visto e analizzato come processo di trattamento di informazioni con riferimento agli input alle fasi e agli output (reportistica direzionale) e un occhio particolare agli strumenti a supporto. Il corso si rivolge al Controller e a tutti i suoi clienti/fornitori interni ossia i responsabili di funzione/processi nella duplice veste di fornitori dei dati elementari che il Controller utilizza come input e di cliente delle informazioni strutturate che il Controller fornisce come output.

Destinatari

Controller interessati a migliorare i propri processi e che magari stanno sognando un nuovo sistema di BI, IT Manager, Process-Owner e K-user coinvolti in progetti di cambiamento o implementazione di ERP.

Contenuti

- Il Modello di Controllo
- Il ruolo dei sistemi informativi nei processi di cambiamento organizzativo

Le fasi:

- Disegno del Modello
- Sviluppo del Modello
- Implementazione
- Gli alleati del Controllo Direzionale e del Controllo Operativo: Business Intelligence e soluzione ERP
- Laboratorio: metodologia e casi pratici

Docente

Emilio Botrugno - Temporary/Fractional Manager, consulente di Direzione e Formatore – Direttore Pianificazione e Controllo.

Per la sede di Ferrara 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.

80

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

27 gennaio

15 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME CAMBIA IL RAPPORTO BANCA-IMPRESA IN SEGUITO ALL'ENTRATA IN VIGORE DEGLI ORIENTAMENTI EBA IN MATERIA DI CONCESSIONE E MONITORAGGIO DEI PRESTITI

Obiettivi

All'interno di un quadro normativo europeo informato sempre di più ai criteri della concessione responsabile del credito (responsible lending) e all'abbandono della prassi garantista in materia di valutazione dei soggetti affidati, gli orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea impongono, secondo la consueta logica del *complain or explain*, un insieme di prescrizioni (metriche) che mettono al centro del processo valutativo da parte della banca anzitutto la capacità di reddito quale fondamento della capacità di rimborso (flussi di cassa).

Il corso proposto illustra i principali contenuti regolamentari in vigore dopo il 30.06.2021. L'obiettivo è comprendere la natura e l'ampiezza degli Orientamenti EBA in materia di concessione e monitoraggio dei prestiti approfondendo compiutamente gli strumenti ora obbligatoriamente in uso presso le banche (c.d. "metriche"). Sarà poi illustrata l'importanza dei piani economico-finanziari di previsione per saperli condividere con le banche affidanti.

Destinatari

Imprenditori, legali rappresentanti e responsabili amministrativi.

Contenuti

- L'orientamento EBA del 29.5.2020: definizione di orientamento, finalità, contenuti, ambito di applicazione
- Le principali definizioni: responsabile delle decisioni sul credito, immobili non residenziali, sostenibilità ambientale, visione d'insieme del cliente, fonte della capacità di rimborso, prestiti a leva
- Cultura e governance del rischio di credito: le responsabilità del Consiglio di Amministrazione e i doveri formativi nei confronti del personale addetto
- L'importanza dei piani economico-finanziari e l'analisi del business plan e del business model delle imprese affidate
- Le "metriche" per la concessione e il monitoraggio del credito (all. 3 dell'Orientamento)
- Cosa cambia veramente per le imprese

Docente

Alessandro Berti - Professore Associato di Finanza Aziendale e di Tecnica Bancaria presso la Scuola di Economia dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo". È iscritto all'albo dei consulenti tecnici e dei periti del Tribunale di Rimini ed è abilitato all'esercizio della professione di dottore commercialista e di revisore ufficiale dei conti.

81

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 16 giugno

REGGIO EMILIA, 27 giugno

PIACENZA, 1 luglio

CESENA, 3 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MAGAZZINO FISCALE E LA VALUTAZIONE DELLE RIMANENZE

Obiettivi

Tra i molti oneri che un'azienda deve sostenere c'è anche la gestione del cosiddetto "magazzino fiscale", ovvero la contabilità delle rimanenze comunemente detta anche, contabilità di magazzino.

Nello svolgimento della loro attività infatti le imprese industriali e commerciali necessitano, tra gli altri, di materie prime, semilavorati, materiali di consumo, merci e prodotti finiti che impiegano nella realizzazione di prodotti destinati alla vendita o che saranno rivenduti nella condizione in cui si trovano. Esse sono soggette a specifiche regole di contabilizzazione e di valutazione.

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

Destinatari

Responsabili amministrativi, addetti al controllo di gestione.

Contenuti

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

Docente

Angelica Ferri Personali – Dottore Commercialista, Revisore Contabile. Specializzata in diritto bancario e commerciale e nella gestione finanziaria delle aziende. Consulente aziendale in area fiscale e tributaria.

82

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 20 e 25 ottobre
e 8 novembre

PIACENZA 25 novembre, 1 e 7 dicembre

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.

83

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

MODENA, 16 e 23 febbraio

FERRARA, 15 e 22 giugno

CESENA, 7 e 13 luglio

REGGIO EMILIA, 12 e 18 ottobre

PARMA, 13 e 19 ottobre

PIACENZA, 7 e 10 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME TRASFORMARE IL RESPONSABILE AMMINISTRATIVO IN CONTROLLER

Obiettivi

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

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

Destinatari

Responsabili amministrativi.

Contenuti

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

Docente

Marco Limido - Laureato in economia aziendale presso l'Università Bocconi, ha maturato solide basi metodologiche attraverso esperienze presso Unilever South-East Europe e Unilever Italia, sviluppando competenze nell'analisi organizzativa e nei sistemi di pianificazione & controllo economico-finanziario. Nel 1994 fonda Overview, con l'obiettivo di offrire alle piccole e medie imprese servizi qualificati di consulenza direzionale. Oggi si occupa in particolare di studi di fattibilità, riorganizzazione aziendale e temporary management. Vanta inoltre una significativa esperienza nella formazione aziendale e interaziendale.

AREA AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

FORMAZIONE 2022

84

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

1 e 8 aprile

21 e 28 aprile

5 e 12 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STRUMENTI E CONSIGLI PRATICI PER LA GESTIONE DEL PERSONALE ESPATRIATO IN RELAZIONE AGLI ADEMPIMENTI AMMINISTRATIVI, FISCALI, PREVIDENZIALI E CONTRATTUALI

Obiettivi

Acquisire la formazione fondamentale per implementare gli obblighi amministrativi, le corrette procedure di immigrazione, la gestione della busta paga, la determinazione delle corrette basi imponibili fiscali e previdenziali del proprio personale inviato all'estero o di personale estero in Italia. Rispettare gli obblighi di legge in materia di comunicazione obbligatoria in caso di trasferta e distacco di proprio personale presso sedi e/o clienti localizzati in altri Paesi UE. Creare il proprio "processo di invio" avente ad oggetto gli adempimenti necessari da applicare al verificarsi dell'invio del personale. Valutare le opportunità offerte dalla normativa di immigrazione e fiscale per l'assunzione in Italia di lavoratori provenienti dall'estero.

Destinatari

Chiunque abbia la necessità e la responsabilità di gestire il personale in mobilità internazionale o l'inserimento di personale estero in Italia.

Contenuti

La formazione si divide in due parti.

Prima parte.

I partecipanti verranno dotati di un esempio di "processo di invio all'estero del personale in mobilità internazionale", la cui implementazione verrà spiegata *step by step* dai docenti e che permetterà agli operatori aziendali, una volta tornati al lavoro quotidiano, di conoscere ed individuare in autonomia i rischi e le opportunità, i passaggi, compresi quelli di maggiore criticità, da considerare nella gestione del personale in mobilità internazionale (definizione di una policy di mobilità internazionale, determinazione della legislazione applicabile, implementazione degli obblighi amministrativi, determinazione delle corrette basi imponibili fiscali e previdenziali, ecc..) e di trovare soluzioni pratiche attraverso l'utilizzo del documento.

Seconda parte.

Nella seconda parte i partecipanti si confronteranno con alcune tipiche situazioni aziendali (*case study*).

I docenti sottoporranno ai partecipanti alcune situazioni tipo, simulando una trasferta da e verso l'Italia, un distacco infragruppo da e verso l'Italia, l'invio di personale per formazione o apprendimento dei beni acquistati o venduti. Insieme al docente i partecipanti cercheranno di:

- Individuare la legislazione applicabile al contratto di lavoro
- Implementare la corretta procedura di immigrazione
- Predisporre la corretta documentazione di supporto
- Individuare gli adempimenti fiscali e previdenziali nel Paese di origine e di destinazione

Docente

STUDIO LEGALE INTERNAZIONALE CECCARELLI & SILVESTRI - Lo Studio Legale internazionale Ceccarelli & Silvestri si occupa prevalentemente di contrattualistica internazionale, acquisizioni, costituzioni e start-up di società estere, joint venture, arbitrati internazionali e gestione della mobilità internazionale dei lavoratori. I professionisti dello studio svolgono attività di formazione per conto di aziende, Associazioni Confindustriali, Istituto Commercio Estero (ICE), Camera di Commercio Internazionale (ICC) ed altre istituzioni.

85

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 21 gennaio

REGGIO, 21 novembre

PARMA, 14 dicembre

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 percettore
- 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

Bongiorni Emanuela - Dottore Commercialista e Revisore Legale.

86

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

In presenza

PIACENZA, 20, 25 e 27 gennaio

REGGIO EMILIA, 17, 22 e 24 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA - LIVELLO BASE

Obiettivi

Durante il corso comprenderai a fondo gli aspetti fiscali, gestionali e amministrativi dei contratti di lavoro e sarai in grado di leggere e comprendere le singole voci di una busta paga, nonché di redigerne in prima persona. Obiettivo del corso, infatti, 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.

Il corso ha un taglio professionale e professionalizzante: è infatti volto a fornire le abilità più utili nel mondo del lavoro e nelle realtà aziendali, o a candidarsi in ambito amministrazione e risorse umane con maggiori competenze e consapevolezza.

Il programma non viene trattato solo in forma teorica, poiché ogni lezione ha un taglio assolutamente pratico; le lezioni saranno completate da esempi ed esercitazioni per comprendere tutto al meglio.

Destinatari

Addetti alla 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.

87

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Webinar

21, 26 e 29 settembre – 5, 11 e 14 ottobre

20, 24 e 27 ottobre - 3, 8 e 10 novembre

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 alla 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 e 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 re cedibilità; 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; trasferte, 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.

AREA PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

FORMAZIONE 2022



Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

In presenza

FERRARA, 22 marzo

Webinar

22 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE FASI E GLI STRUMENTI RELATIVI AL PROCESSO DI ACQUISTO E GLI IMPATTI SUI COSTI E SUI RICAVI AZIENDALI

Obiettivi

Fornire le nozioni sulla classificazione, le trattative con i fornitori, le tecniche per la gestione di fornitori strategici, l'ottimizzazione tra costi e livello di servizio della struttura industriale.

Destinatari

Il corso è rivolto a chi deve presidiare direttamente o indirettamente i processi interni di acquisto ed approvvigionamento industriale.

Contenuti

La gestione dei fornitori

- Classificazione e differenziazione della gestione dei fornitori (Kraljic)
- Ottimizzazione del ciclo di gestione ordini tra azienda e fornitore (LEAD TIME)
- Ottimizzazione del lotto d'ordine, del sistema di ordinazione e del magazzino (SIC)
- Ordini aperti e standardizzazione dei processi di fornitura (MRP)
- Razionalizzazione del portafoglio (MAKE OR BUY)

La gestione dei canali di approvvigionamento

- Metodi di misurazione delle performances dei fornitori (SUPPLIER RATING)
- Metodi di selezione ed avviamento di nuovi fornitori (PROCUREMENT)
- Integrazione del sistema informativo aziendale con quello dei fornitori (ERP)

Gestione dei fornitori strategici

- Tecniche per la riduzione dei costi tramite la creazione di valore (VSM)
- Tecniche moderne di relazioni con i fornitori (COMAKERSHIP, COENGINEERING e CODESIGN)
- Partnerships con i fornitori strategici (OUTSOURCING, TTM)

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).

89

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

FERRARA, 12 e 19 maggio

PARMA, 5 e 14 luglio

REGGIO EMILIA, 15 e 20 luglio

CESENA, 20 e 27 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE ATTIVITÀ OPERATIVE E GLI STRUMENTI PER GESTIRE I MAGAZZINI: STRUTTURE E PROCEDURE

Obiettivi

Se si costruisce il magazzino nel modo adeguato, dimensionandolo secondo i previsti volumi di operazioni, disponendo le merci in relazione alla loro rotazione, assegnando proporzionalmente lo spazio di stoccaggio, organizzando le operazioni e adoperando tecniche e mezzi adeguati, si potrà disporre di uno strumento agile e di enorme valore nel conseguimento del profitto aziendale. La progettazione, l'organizzazione e la gestione sono pertanto aspetti rilevanti per il corretto funzionamento delle attività aziendali. Il corso fornisce innovative soluzioni per organizzare e gestire un magazzino moderno al fine di migliorarne le prestazioni.

Destinatari

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

Contenuti

Gli obiettivi di un magazzino: definizione e progettazione

- I ruoli, le funzioni e le prestazioni di servizio e di costo progettate e realizzate
- Le procedure del magazzino; le modalità e le tecniche di gestione del magazzino
- La realizzazione del manuale delle procedure di magazzino

L'organizzazione fisica del magazzino e sua progettazione: analisi del layout

- La definizione delle aree e l'allestimento degli spazi; come organizzarli e come valutarli a seconda delle attività del magazzino
- Il dimensionamento la definizione delle strutture di stoccaggio: sistemi misti, sistemi manuali e sistemi automatici: come scegliere le metodologie e le tecnologie di stoccaggio e delle merci

La valutazione l'organizzazione e gestione delle aree gestionali del magazzino

- L'organizzazione, le modalità e le tecniche di gestione degli arrivi in magazzino
- Il ricevimento delle merci, l'accettazione e il controllo qualità, la gestione dello stoccaggio delle merci in funzione delle caratteristiche logistiche e gestionali dei codici

Docente

Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti il supply chain management, e approvvigionamenti, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

- La scelta dei sistemi di picking e preparazione degli ordini, picking per cliente, per somma di ordini, prelievi massivi, in parallelo, per fasi, ecc.)

- La preparazione delle spedizioni, le aree di carico e di spedizione
- I mezzi di movimentazione merci: come sceglierli e come valutarli a seconda delle caratteristiche delle merci e degli spazi disponibili

L'analisi e il controllo dei costi di gestione dei magazzini

- L'analisi dei costi di gestione, come ridurre i costi di gestione,
- Il controllo della produttività del magazzino ed elementi di valutazione della produttività
- L'organizzazione del lavoro del magazzino
- Gli indicatori di performance, la pianificazione, il reporting

I sistemi informativi per la gestione del magazzino

- I sistemi informatici di gestione del magazzino
- I sistemi wireless e paperless per la gestione delle fasi di magazzino
- Sistemi, caratteristiche e funzionalità dei software di magazzino: WMS
- La progettazione e la gestione di un sistema di codifica e identificazione delle merci

90

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

In presenza

RIMINI, 28 gennaio

RAVENNA, 8 marzo

Webinar

11 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DELLE SCORTE E LA PREVISIONE DEI CONSUMI: RIDURRE I COSTI MANTENENDO LA DISPONIBILITÀ DEI PRODOTTI

Obiettivi

Fornire le nozioni sulla gestione deterministica delle scorte in funzione dell'ottimizzazione del livello di servizio ai vari reparti operativi industriali.

Destinatari

Il corso è rivolto a chi deve presidiare direttamente o indirettamente i processi di rifornimento e controllo delle scorte in ambito delle industrie manifatturiere.

Contenuti

Le scorte nell'attuale sistema industriale

- Contesto: globalizzazione, informatizzazione e logistica industriale
- I problemi da affrontare per organizzare un sistema efficiente ed efficace
- Identificare il valore aggiunto di un sistema di stoccaggio e distribuzione
- Scorte: classificazione e relative problematiche

Modello di un sistema di stoccaggio efficiente

- Schema di base di una unità distributiva
- Il processo di gestione del magazzino e delle operazioni di frazionamento
- Criteri di ottimizzazione del layout di stoccaggio e movimentazione
- Monitoraggio oggettivo del livello di servizio

Informatizzazione come strumento di razionalizzazione del magazzino

- Gestione statistica delle scorte e metodi di riordino
- Distinta base ed analisi dei fabbisogni
- Analisi e controllo dei costi delle operazioni di stoccaggio
- Sistemi automatizzati per lo stoccaggio e movimentazione
- Sistemi di identificazione: codifica, bar code e RFID

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).

91

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

27 aprile

30 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME INCREMENTARE LA PROPRIA FORZA CONTRATTUALE VERSO IL FORNITORE ATTRAVERSO ACCORDI CON ALTRE AZIENDE: I GRUPPI DI ACQUISTO

Obiettivi

Valutare e riflettere sulle opportunità offerte dagli accordi tra fornitori per l'acquisto di specifiche merci o servizi e sulle modalità di creazione di gruppi di acquisto. Analizzare attraverso esempi le modalità e le strategie per progettare e gestire le associazioni di acquisto. Essere in grado di definire gli aspetti e gli accordi contrattuali per regolamentare la gestione e le regole di gestione.

Destinatari

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

Contenuti

- Definire il concetto di gruppo di acquisto
- Valutare esempi di gruppi di acquisto già funzionanti in vari settori e per varie merceologie
- I gruppi di acquisto per la gestione dei servizi e delle forniture
- Vantaggi e opportunità, svantaggi e minacce nella costituzione di gruppi di acquisto
- Valutare le opportunità per sviluppare dei rapporti di collaborazione con altre aziende (concorrenti o meno) che presentino problematiche di fornitura simili sul tema degli acquisti (per le merceologie, le aree territoriali, le tipologie di servizio)
- Verificare la possibilità di creare accordi, gruppi, consorzi o altre modalità di collaborazione sugli acquisti, che consentano di affrontare meglio i mercati di approvvigionamento ed ottenere un migliore servizio e condizioni economiche più vantaggiose

Docente

Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti il supply chain management, e approvvigionamenti, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 24 marzo

CESENA, 22 aprile

RIMINI, 26 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME PROGETTARE UN SISTEMA DI VENDOR RATING: LE FASI DEL PROCESSO

Obiettivi

Diventa importante acquisire capacità di selezione, mediante corretti sistemi di audit e di controllo dei costi e delle prestazioni dei nostri fornitori per poter vincere la sfida competitiva. Le caratteristiche delle forniture, la ricerca di nuovi prodotti (materie prime, componenti e servizi), di nuovi fornitori e di nuovi mercati di fornitura rappresentano abilità e competenze fondamentali per sviluppare le relazioni di rete che si instaurano fra le imprese e fornitori e che determinano in larga parte le prestazioni della nostra impresa verso i suoi clienti finali. A fine percorso verrà condiviso con i partecipanti il sistema costruito.

Destinatari

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

Contenuti

- Criteri di valutazione e scelta del fornitore per incrementare l'efficacia delle proprie fonti di approvvigionamento
- La qualificazione e la certificazione dei fornitori: strumenti e metodologie
- La progettazione delle schede di valutazione dei fornitori
- La gestione dei fornitori attraverso i sistemi di valutazione delle performance ottenute
- Le fasi del processo di implementazione di un sistema di vendor rating
 - individuare le categorie merceologiche in base alla loro importanza
 - definire le metriche e costruire gli indicatori con le funzioni aziendali interessate
 - definire le metodologie ed i sistemi di raccolta delle informazioni
 - costruire il sistema di calcolo e valutazione attraverso un set di indicatori e pesi
 - verificare e testare il sistema
 - condividere il sistema con i fornitori definendo la condivisione dei risultati
- Casi ed esempi pratici di progettazione e gestione dei sistemi di valutazione dei fornitori

Docente

Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti il supply chain management, e approvvigionamenti, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte

93

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RAVENNA, 20 settembre

PARMA, 13 ottobre

REGGIO EMILIA, 19 ottobre

PIACENZA, 21 ottobre

MODENA, 6 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EFFICIENZA, ORDINE E PULIZIA NEL MAGAZZINO: LA METODOLOGIA DELLE 5S

Obiettivi

- Incrementare l'efficienza del magazzino utilizzando le metodologie legate al modello delle 5S
- Ottenere un magazzino pulito e ordinato
- Incrementare la cultura della qualità e sensibilità negli addetti di magazzino (ordine e pulizia), nella gestione delle attività di magazzino
- Definire i passi e le strumentazioni per applicare la metodologia 5S nel proprio magazzino
- Definizione delle attività e dello sviluppo del progetto 5S attraverso metodologie online

Destinatari

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

Contenuti

- Criteri Organizzazione dello stoccaggio delle merci
- Sistemi di picking e di paking e la razionalizzazione delle attività di allestimento ordini
- Le modalità di organizzazione delle attività e del lavoro di magazzino
- La gestione del magazzino attraverso il sistema delle 5 S
 - Passo 1 - Seiri - Ordine (eliminazione di ciò che è inutile)
 - Passo 2 - Seiton - Sistemazione
 - Passo 3 - Seiso - Pulizia
 - Passo 4 - Seiketsu - Standardizzazione
 - Passo 5 - Shitsuke - Formazione e disciplina
- La Logica Push La Logica Pull
- Il Flusso e i Supermarket
- Le generalità e i requisiti del sistema Pull-Kanban
- I tipi di Kanban, Kanban di Prelievo, Kanban di Produzione
- Analisi e razionalizzazione dei suggerimenti di miglioramento scaturiti dal corso

Docente

Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti il supply chain management, e approvvigionamenti, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

94

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

RAVENNA, 10 e 17 febbraio

Webinar

30 maggio e 7, 9 e 13 giugno

8, 10, 15 e 17 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIGITAL SUPPLY CHAIN

Obiettivi

Il percorso formativo propone una nuova visione del rapporto Cliente – Fornitore fino a ieri non supportata da adeguati livelli di strategia. Ciò comporta la classificazione dei fornitori facenti parte di una supply chain complessa in diversi Cluster, in relazione ai quali strutturare diversi livelli di relazione ed integrazione, fino a strutturare una vera e propria partnership. Il corso guida i partecipanti nella strutturazione dei diversi cluster secondo l'impostazione della matrice di kraljic, partendo dai fornitori di leva fino ai fornitori preferenziali, con i quali, in logica di Co-design è possibile sviluppare progetti innovativi che aumentino la competitività in modo significativo, trattando anche le tecniche di negoziazione più efficaci.

Vengono anche trattati i meccanismi di pianificazione e di sincronizzazione; l'utilizzo della piattaforma Synkro che unisce i benefici della semplicità della gestione kanban, rappresentando un potente motore di workflow che mantiene collegata la supply chain che una capillare configurazione delle aree gestite.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

95

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

6 giugno

12 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'IMPOSTAZIONE DI UNA LEAN TRANSFORMATION: COME COSTRUIRE LA ROAD MAP DELLA TRASFORMAZIONE

Obiettivi

- Conoscere quali sono le domande da porsi per disegnare la propria strada per la trasformazione Lean
- Conoscere una proposta di percorso con gli step fondamentali
- Ottenere alcuni strumenti che possono accelerare e strutturare la trasformazione

Destinatari

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

Contenuti

Con un approccio che nasce da diverse esperienze vissute in azienda, il percorso formativo raccoglie 3 macro-contenuti che vogliono orientare l'interlocutore verso l'introduzione di una lean transformation quanto possibile vicina alla propria realtà aziendale:

- Gli errori non commettere
- Gli aspetti aziendali considerare per pianificare una lean transformation
- I passi del percorso da seguire per la trasformazione

All'interno di questa sessione vengono anche brevemente introdotti alcuni degli strumenti che possono supportare con metodo:

- La risoluzione di un problema – metodo problem solving
- Rendere veloce la formazione – Training Within Industry (TWI)
- Analizzare un flusso informativo – Makigami

Docente

LEANBET – È un team di professionisti con competenze specifiche e altamente integrate in Lean Management. Sono esperti di Cultura Kaizen, in grado di accompagnare le aziende attraverso il cambiamento sulla via del miglioramento costante, per crescere in valore economico, benessere sociale e capacità di innovare. Affiancano imprenditori, amministratori e direttori di stabilimenti nella realizzazione di quella trasformazione profonda che è in grado di ridare slancio all'azienda e di proiettarla verso il futuro.

96

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PARMA, 14 e 28 febbraio

CESENA, 4 e 11 luglio

REGGIO EMILIA, 19 e 26 settembre

PIACENZA, 4 e 18 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NEGOZIAZIONE ACQUISTI PER BUYER

Obiettivi

Questo momento formativo vuole rendere efficace la trattativa di acquisto attraverso un approccio teorico alle leve di marketing e alla scelta delle fonti, esplorando la fase di preparazione della trattativa nella definizione dei parametri quali budget; prezzo di mercato; condizioni di pagamento e delivery; Performance & Warranty Bond; termini contrattuali minimi; ecc applicando strumenti comportamentali di comunicazione e sperimentando delle modalità di gestione della stessa. Verranno anche approfondite le variabili chiave di costo, qualità, servizio e reputazione, i principi di stratificazione del portafoglio di spesa, la gestione del potere contrattuale e delle politiche di acquisto rispetto alle dinamiche di mercato. Sarà toccato il tema della SWOT analysis e dei rischi ed opportunità ad esso collegati, si entrerà successivamente nel vivo della parte negoziale sperimentando approcci di relazione con il fornitore e di pianificazione della trattativa, di comprensione e gestione delle criticità affinando uno stile negoziale da protagonista.

Destinatari

Il corso è rivolto Buyer senior e CPO di nuova nomina che lavorino da anni all'interno di un team acquisti e che conoscano già le regole che ne governano i processi, ovvero di condurre, già da qualche anno, trattative in autonomia avendo già affinato una propria modalità.

Contenuti

Processo negoziale e pianificazione della trattativa di acquisto

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

Stili di comunicazione e gestione trattativa

- Quale è il proprio stile di acquisto?

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

Role playing: stile negoziale e sperimentazione

- Sperimentazione della trattativa nei ruoli di buyer e venditore
- Al termine del corso quindi, i partecipanti, avranno ricevuto le nozioni necessarie per pianificare e gestire al meglio una trattativa di acquisto avendo avuto la possibilità di sperimentare in aula le proprie attitudini e hard skill

Docente

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

97

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 16 e 23 marzo

PIACENZA, 19 e 26 maggio

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 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. 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.

98

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 2 e 8 febbraio

REGGIO EMILIA, 21 e 25 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

Per la sede di Piacenza - Silvio Marzo - Lunga esperienza professionale come Dirigente D'Azienda, Amministratore Delegato ed infine Imprenditore, ha sviluppato competenze ed esperienze nella ri-organizzazione dei Processi, Strategie di sviluppo, attività Commerciali e di Vendita

Per 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”.



Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 29 marzo

MODENA, 13 giugno

REGGIO EMILIA, 21 giugno

RAVENNA, 6 ottobre

Webinar

1 e 8 marzo

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE INFORMATIZZATA DEL MAGAZZINO I SOFTWARE WMS

Obiettivi

Obiettivo del corso è quello di illustrare i concetti base per la gestione del magazzino mediante supporto informatico, evidenziando i presupposti necessari, gli obiettivi ottenibili e i concetti significativi legati ai processi aziendali di movimentazione delle merci. Acquisire le competenze necessarie per la gestione delle fasi del magazzinaggio attraverso i sistemi informatici. Offrire una serie di strumenti in grado di guidare le decisioni legate alle attività di magazzino. Valutare i sistemi WMS e la loro integrazione con i sistemi informatici aziendali. Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di creare in autonomia una strumentazione di base per la gestione ed il controllo delle attività di magazzino.

Destinatari

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

Contenuti

- Sistemi per la preparazione dei dati necessari per il controllo del magazzino
- Progettazione dei metodi di analisi dei movimenti storici e individuazione delle procedure per l'individuazione e l'estrazione dei dati dai database dei sistemi informatici dell'azienda
- Come progettare e gestire attraverso Excel gli spazi di magazzino, le aree, i sistemi di stoccaggio ed il loro relativo dimensionamento
- La classificazione dei codici gestiti in magazzino e caratteristiche gestionali (frequenza di arrivo, frequenza di prelievo)
- Costruzione di cruscotti che consentano il controllo del magazzino (quantità, tempi, costi, risorse)
- I sistemi informatici di gestione del magazzino: caratteristiche, strumenti, e logiche dei principali WMS disponibili
- I sistemi wireless e paperless per la gestione delle fasi di magazzino
- Sistemi, caratteristiche e funzionalità dei software di magazzino
- La gestione delle procedure amministrative attraverso i sistemi gestionali
- Durante il corso verranno creati, a cura dei partecipanti e sotto la supervisione del docente, gli strumenti di analisi in Excel che potranno essere conservati e utilizzati in azienda

Docente

Flavio Franciosi – Formatore e consulente aziendale per le tematiche inerenti il supply chain management, e approvvigionamenti, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte.

AREA INFORMATICA

FORMAZIONE 2022

100

Quota di partecipazione

600,00 € + IVA az. associate

720,00 € + IVA az. non associate

Durata

21 ore

Webinar

7, 10, 14, 17, 21 e 24 marzo

22, 24, 29 giugno e 1, 6, 8 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COMUNICARE SENZA PAROLE (O QUASI): INFOGRAPHIC DESIGN CON ILLUSTRATOR

Obiettivi

Il mondo va sempre più di fretta e le persone hanno sempre meno tempo per ascoltare. riuscire a comunicare in modo efficace è sempre più difficile e complicato soprattutto davanti all'infinita quantità di dati e informazioni che ogni giorno ci travolgono. in questo corso imparerai che attraverso le info grafiche, è possibile comunicare in modo veloce ed efficiente, attirando attenzione e "parlando" in modo veloce e accattivante.

Destinatari

Il corso è destinato a tutti coloro che vogliono apprendere le basi della grafica vettoriale e imparare a disegnare con Illustrator. Attraverso questo strumento è possibile creare info grafiche d'impatto che comunicano messaggi e concetti in modo rapido e chiaro.

Contenuti

- Cos'è la grafica vettoriale
- Cos'è e a cosa serve Illustrator
- Gli strumenti di base
- Il disegno vettoriale
- Cos'è un'info grafica e quanti tipi ne esistono
- Come progettare un'info grafica
- Modalità di salvataggio e esportazione

Docente

Leonardo Battaglini - Designer specializzato in graphic design e fotografia con 20 anni di esperienza professionale. Collabora con aziende, professionisti e agenzie di comunicazione che necessitano di una figura di riferimento e supporto per le attività di branding e corporate image. È inoltre docente negli ambiti del graphic design e della fotografia.

101

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

Webinar

9 e 16 maggio

7 e 13 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MICROSOFT TEAMS

Obiettivi

Il corso ha come obiettivo l'esplorazione delle funzionalità di Microsoft Teams.

Destinatari

Tutti gli utenti che in azienda devono utilizzare Microsoft Teams o gli utenti che vogliono conoscerne le funzionalità.

Contenuti

Introduzione

- Che cos'è Microsoft Teams
- L'interfaccia utente di Microsoft Teams
- La navigazione dei contenuti in Microsoft Teams
- L'area di notifica
- L'app mobile di Microsoft Teams

Chat privata

- Come iniziare una conversazione privata in Microsoft Teams
- Come effettuare una chiamata audio/video in Microsoft Teams
- Come condividere il desktop con Microsoft Teams
- Come recuperare file scambiati durante una conversazione
- Come accedere alla posizione dell'utente nell'organigramma aziendale
- Le attività su Teams in comune con i tuoi colleghi
- Come aggiungere un utente ad una chat privata

Partecipare ad un team

- Come accedere ad un team in Microsoft Teams
- La chat di gruppo
- Come utilizzare le menzioni in Microsoft Teams
- Come fare una riunione audio/video istantanea in Microsoft Teams
- Come condividere un file con i membri del team
- Come lavorare con i file in Microsoft Teams
- Come legare una conversazione ad un file
- Come inviare una mail ad un gruppo Microsoft Teams

- Aggiungere contenuti al team tramite le schede
- Come gestire le note di riunione tramite Microsoft Teams
- Interruzione pagina

Gestire un team

- Come creare un nuovo team
- Esempi pratici per l'organizzazione dei propri team di lavoro
- I proprietari e i membri del team
- Come aggiungere nuovi membri ad un team
- Come creare un nuovo canale
- Canali privati
- Come gestire i canali di un team
- Come gestire i file di un team
- Gestione file tramite SharePoint
- I permessi utente in Microsoft Teams
- Come limitare l'accesso ad alcuni file in Microsoft Teams

Meeting in Microsoft Teams

- Come accedere al proprio calendario tramite Microsoft Teams
- Come creare una nuova riunione da Microsoft Teams
- Come creare un evento live in Microsoft Teams

App dallo store

- Accesso allo store di applicazioni di Microsoft Teams
- L'app "Planner" in Microsoft Teams
- L'app "OneNote" in Microsoft Teams

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 GDPR, cybersecurity e big data. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

102

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

Webinar

26 e 28 ottobre

15 e 22 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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 richiede la capacità di rilevare, leggere e analizzare fatti esterni e processi interni all'azienda ed utilizzare i moderni strumenti di reporting e analisi dei dati offerti dalle piattaforme di Business Analysis. 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.

103

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

PIACENZA, 9 e 15 febbraio

REGGIO EMILIA,

ed. 1 - 21 e 28 aprile

PARMA, 16 e 23 maggio

CESENA, 21 e 28 luglio

REGGIO EMILIA,

ed. 2 - 15 e 22 settembre

Webinar

28 gennaio e 4 febbraio

9 e 11 marzo

17 e 24 marzo

16 e 23 settembre

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.

104

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

REGGIO EMILIA,

ed. 1 - 13 e 20 maggio

PIACENZA, 19 e 25 maggio

CESENA, 20 e 26 settembre

PARMA, 29 settembre e 5 ottobre

REGGIO EMILIA,

ed. 2 - 17 e 21 ottobre

Webinar

23 e 30 marzo

10 e 17 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

Obiettivi

Non è difficile percepire per un'azienda l'importanza di gestire ed organizzare i dati economici in modo efficiente, né tanto meno quanto ciò risulti strategico per moltissime attività, quali le vendite, il marketing, il servizio clienti, la contabilità. Obiettivo di questi incontri è fornire ai partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo dei dati dell'Impresa: partendo dal foglio bianco per arrivare al modello software Excel. Si privilegia un orientamento volto alla risoluzione delle problematiche più comuni del foglio elettronico per le analisi e le attività tipiche di chi opera nei diversi compartimenti aziendali.

Destinatari

Il corso è rivolto 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.

105

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

PIACENZA, 9 e 14 giugno

REGGIO EMILIA,

ed. 1 - 10 e 16 giugno

FERRARA, 7 e 12 ottobre

REGGIO EMILIA,

ed. 2 - 9 e 11 novembre

Webinar

4 e 11 aprile

18 e 25 novembre

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 diventa sempre più decisiva.

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
- 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.

106

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Durata

8 ore

In presenza

PARMA, 25 novembre e 2 dicembre

REGGIO EMILIA, 7 e 12 dicembre

Webinar

24 e 27 ottobre

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

Esperti in materia.

AREA QUALITÀ E AMBIENTE

FORMAZIONE 2022

107

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 25 marzo

PARMA, 14 aprile

Webinar

23 e 28 febbraio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RISK ANALYSIS: UN APPROCCIO VINCENTE PER LE AZIENDE CHE GUARDANO AL FUTURO

Obiettivi

Il corso mira a:

- Approcciare una metodologia efficace ed efficiente per concentrare le risorse al fine di individuare potenziali rischi e puntare ad una loro mitigazione
- Mostrare come diffondere i propri punti di forza per trasformarli in opportunità

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 ed opportunità.

Contenuti

- Analisi del contesto interno ed esterno suddividendolo per diverse aree e/o tematiche
- Individuare le parti interessate (Stakeholders) al fine di comprendere le loro aspettative per puntare ad una loro soddisfazione
- Approccio mediante Analisi SWOT
- Modelli e strumenti per la Risk Analysis
- Strumenti e modelli operativi per il governo ed il monitoraggio dei rischi dell'organizzazione

Docente

Giovanni Tancredi – Professionista con esperienza ultra ventennale, supporta le aziende con un team di collaboratori, nel campo della Qualità ed Organizzazione aziendale. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente. “Da un danno nasce un’opportunità: ogni trasformazione la vivo come una sfida ed è grazie a questo approccio che ho potuto riscontrare numerose soddisfazioni professionali.”

108

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

RIMINI, 11 maggio

REGGIO EMILIA, 6 ottobre

PARMA, 27 ottobre

RAVENNA, 10 novembre

Webinar

28 e 30 giugno

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE DEGLI AUDIT: PRINCIPI E METODI PER UN'EFFICACE CONDUZIONE DEGLI AUDIT INTERNI ED ESTERNI

Obiettivi

Valutare l'efficacia dei propri modelli di gestione risulta essere non solo un requisito degli standard ISO più diffusi ma soprattutto un'esigenza organizzativa. Il percorso ha l'obiettivo di condividere i principali metodi per poter rendere gli Audit più efficaci partendo dai principi nelle norme di riferimento ed utilizzando casi concreti tratti dall'esperienza: in tal senso il percorso coinvolgerà i discenti su diversi casi pratici, anche legati alle specificità dei settori delle aziende partecipanti, focalizzandosi sia sulle tecniche di Audit interne sia su specificità e criticità relative alla conduzione di Audit presso propri fornitori.

Al termine del corso i partecipanti:

- Conosceranno i principi cardine da applicare nella programmazione e nella conduzione di audit interni ed esterni all'organizzazione, con particolare riferimento ai sistemi di gestione (qualità, ambiente, sicurezza, responsabilità sociale, ...)
- Saranno in grado di eseguire audit interni e presso organizzazioni esterne (quali aziende fornitrici), ottimizzando il tempo disponibile e creando un clima favorevole all'attività di audit
- Saranno in grado di cogliere e riportare tutte le informazioni salienti relative alle attività sottoposte ad audit e riconoscere le situazioni di non conformità rispetto ai requisiti di riferimento
- Sapranno gestire i risultati degli audit in un'ottica di miglioramento

Destinatari

Direzioni aziendali, 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 altri schemi riconosciuti, consulenti, Lead Auditor ed auditor di sistemi di gestione, responsabili area acquisti, responsabili d'area.

Contenuti

- I concetti fondamentali e le diverse tipologie di audit
- Richiami normativi
- Gli obiettivi dell'audit
- Il comportamento dell'auditor
- La pianificazione (programma di audit e piano dell'audit)
- L'esecuzione dell'audit e le modalità di gestione
- comunicazione (iniziale e durante l'audit)
- raccolta delle evidenze (metodi di raccolta, interviste, check list)
- verbalizzazione dei risultati dell'audit (rapporti, gestione rilievi)
- comunicazione finale
- La gestione dei risultati degli audit
- gestione delle azioni di miglioramento
- Esercitazioni su casi pratici

Docente

Per le sedi di Parma, Reggio Emilia e Cesena: Giovanni Tancredi – professionista con esperienza ultra ventennale, supporta le aziende con un team di collaboratori, nel campo della Qualità ed Organizzazione aziendale. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente. “Da un danno nasce un'opportunità: ogni trasformazione la vivo come una sfida ed è grazie a questo approccio che ho potuto riscontrare numerose soddisfazioni professionali.”

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

109

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

In presenza

PARMA, 14 giugno

Webinar

24 maggio

29 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SEI SICURO CHE IL FORNITORE RISPETTI LE SPECIFICHE DEL TUO PRODOTTO E/O SERVIZIO? LA CORRETTA GESTIONE PER UN VANTAGGIO COMPETITIVO

Obiettivi

Obiettivo del corso è l'individuazione della corretta modalità di rilevazione delle esigenze aziendali, mediante un approccio della Risk Analysis, al fine di redigere un documento (capitolato di fornitura) efficace da condividere con il fornitore.

Destinatari

Manager, ufficio acquisti, ufficio tecnico, responsabile sistema gestione qualità, imprenditori.

Contenuti

- Come tradurre i fabbisogni aziendali e in quali rischi potremmo incorrere
- La definizione di un flow chart di fornitura
- Individuare le parti interessate (Stakeholders)
- Le opportunità di condivisione di opportune specifiche chiare e ben definite
- I criteri di natura qualitativa e i criteri motivazionali (parametri di valutazione)
- La riparametrazione
- Responsabilità e competenza: attori in gioco
- Struttura e contenuto: emissione capitolati tecnici, negoziazione e verifica presa in carico da parte del fornitore

Docente

Giovanni Tancredi – Professionista con esperienza ultra ventennale, supporta le aziende con un team di collaboratori, nel campo della Qualità ed Organizzazione aziendale. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente. “Da un danno nasce un’opportunità: ogni trasformazione la vivo come una sfida ed è grazie a questo approccio che ho potuto riscontrare numerose soddisfazioni professionali.”

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 6 giugno

RIMINI, 21 luglio

Webinar

12 e 19 aprile

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MIGLIORAMENTO DEI SISTEMI DI GESTIONE SULLA SICUREZZA SUL LAVORO

Obiettivi

Per le aziende già certificate secondo la norma ISO 45001, la necessità di rivalutare il livello di efficacia dei propri modelli di gestione risulta non solo un requisito della norma ma, partendo dalle certificazioni 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, 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 su salute e sicurezza sui luoghi di lavoro o altri schemi riconosciuti, consulenti, lead auditor ed auditor di sistemi di gestione, RSPP, ASPP, responsabili 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 dei livelli di sicurezza ed i risultati in termini di miglioramento continuo
- I quasi-incidenti: come favorirne l'emersione?
- La valutazione di efficacia delle comunicazioni nell'ambito della sicurezza sul lavoro
- Esercitazioni su casi pratici

Docente

SERINT GROUP - Da oltre 20 anni offre servizi integrati alle imprese in ambito di consulenza organizzativa e certificativa, sicurezza e medicina del lavoro, privacy e gestione dei dati, conformità agli obblighi di legge, formazione, energia sia per PMI che per importanti organizzazioni pubbliche e private, partecipazione a progetti Nazionali ed Europei. 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.

AREA LEGALE E PRIVACY

FORMAZIONE 2022



Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

Webinar

30 marzo

16 giugno

16 novembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRIVACY: NON SOLO IL GDPR, MA ANCHE LE DISPOSIZIONI ED I PROVVEDIMENTI DEL GARANTE COSTITUENTI LA DISCIPLINA SPECIALE PRIVACY QUALI OBBLIGHI DI OTTEMPERANZA LEGISLATIVA

Obiettivi

Fornire alle figure aziendali destinate alla gestione della Privacy le informazioni necessarie a comprendere, implementare e verificare i corretti adempimenti in materia di protezione dei dati personali previsti dalla Disciplina Speciale Privacy, quali i Provvedimenti del Garante circa l'utilizzo della Videosorveglianza, il controllo degli Amministratori di Sistema, l'utilizzo di Internet e la Posta Elettronica, le attività di Marketing ecc.

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

- Integrazione delle Disposizioni e dei Provvedimenti del Garante (Disciplina Speciale Privacy) con il Regolamento Europeo GDPR – UE n. 679/16 e il D. lgs 196/03 (Disciplina Generale Privacy)
- La Disposizione del Garante Privacy in materia di VIDEOSORVEGLIANZA e le relative linee guida
- La Disposizione del Garante Privacy in materia di CONTROLLO DELL'OPERATO DEGLI AMMINISTRATORI DI SISTEMA e le relative linee guida
- La Disposizione del Garante Privacy in materia di UTILIZZO DI INTERNET ED E-MAIL e le relative linee guida
- La Disposizione del Garante Privacy in materia di MARKETING e NEWSLETTER e le relative linee guida

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.

112

Quota di partecipazione

150,00 € + IVA az. associate

180,00 € + IVA az. non associate

Durata

4 ore

In presenza

PARMA, 15 giugno

CESENA, 1 luglio

Webinar

14 settembre

25 novembre

13 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL REGOLAMENTO INFORMATICO: LA CORRETTA REDAZIONE DEL PRINCIPALE STRUMENTO DI TUTELA DELLE INFORMAZIONI AZIENDALI

Obiettivi

L'Art. 4 dello Statuto dei Lavoratori impone ad ogni organizzazione di fornire ai propri collaboratori le istruzioni e le regole riguardanti l'utilizzo delle risorse informatiche. La corretta redazione di un regolamento informatico consente all'azienda di poter verificare il rispetto delle regole ed intervenire in caso di utilizzo scorretto. Il corso si propone di fornire un elenco esaustivo dei punti che occorre regolamentare (anche per mantenere la compliance normativa) e utili consigli per creare un documento veramente efficace.

Destinatari

Responsabili aziendali, responsabili HR e amministrazione, responsabili IT/EDP/CED, ufficio legale, ufficio qualità e le figure comunque coinvolte nella protezione dei dati.

Contenuti

- Art. 4 Statuto dei Lavoratori (revisione 2015) - Legge 20.5.1970, n. 300 "Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento"
- Regolamento Europeo 679/16 "General Data Protection Regulation"
- "Linee guida del Garante per posta elettronica e internet" in Gazzetta Ufficiale n. 58 del 10 marzo 2007
- articolo 23 del D.lgs. n. 151/2015 (c.d. Jobs Act)
- Come comporre il Regolamento Informatico: argomenti obbligatori, "convenienti" e facoltativi
 - Regole per l'utilizzo degli strumenti elettronici (in particolare l'uso dei PC e della posta elettronica)
 - Tutti gli strumenti informatici affidati ai dipendenti, compreso il PC, sono strumenti di lavoro
 - I log relativi all'utilizzo di strumenti nonché i file con essi trattati sono registrati e possono essere oggetto di controllo da parte del titolare del trattamento
- Casistica giurisprudenziale in materia

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.

AREA TECNICA

FORMAZIONE 2022

113

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 24 febbraio e 3 marzo

REGGIO EMILIA, 8 e 13 aprile

CESENA, 15 e 21 luglio

RIMINI, 15 e 22 settembre

RAVENNA, 15 e 22 novembre

Webinar

11, 14, 19, 24 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROBLEM SOLVING 8D: OGNI PROBLEMA HA UNA CAUSA CHE PUÒ ESSERE ELIMINATA

Obiettivi

Il problem solving è un metodo di approccio e risoluzione dei problemi, sia tecnici che gestionali, che dovrebbe essere la base di lavoro di ogni azienda per ottenere rapidi miglioramenti. La metodologia proposta in questo corso parte dalla comprensione e definizione del problema, anche in termini di criticità, passa attraverso il suo dimensionamento qualitativo e quantitativo, definisce le necessarie azioni di verifica e correzione ed arriva alla identificazione ed eliminazione della Causa Principale (Root Cause) del problema. Attraverso l'impiego di tecniche e strumenti operativi semplici ed immediati che verranno presentati durante il percorso, si potranno raggiungere risultati ad elevato valore aggiunto, soprattutto se usati in ambito "Team Building" ed all'interno di Work Teams.

Destinatari

Aziende manifatturiere, commerciali, di servizio e di logistica a livello top & middle management.

Contenuti

- Analisi delle criticità e delle priorità
- Le 8 Discipline del Problem Solving: metodo sistemico di lavoro
- A3 Report: analizzare, registrare, documentare
- I 7 strumenti base del PS
 - Matrice «E' – Non E'»
 - Mappatura dei processi
 - Analisi di Pareto
 - Brainstorming
 - Diagramma 6M (Ishikawa)
 - 5W + 2H
 - 5 Why's (5 Perché)
- I 7 strumenti avanzati del PS
 - Raccolta dati e stratificazione
 - Istogramma di frequenza
 - Analisi descrittiva
 - Carte di controllo
 - SPC
 - FMEA ed FTA
 - Analisi inferenziale

Docente

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

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 13 e 23 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OLEODINAMICA: STRUTTURA 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.

115

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

PIACENZA, 5 e 12 luglio

REGGIO EMILIA, 16 e 20 settembre

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

Destinatari

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

Contenuti

- Principi della fisica dei fluidi e relativo comportamento in condizioni statiche-dinamiche, caratteristiche dei fluidi, perdite di carico
- Dimensionamento delle utenze nel circuito (Kw)
- Lettura di uno schema d'impianto oleodinamico con individuazione dei diversi componenti e loro funzione nella logica dell'impianto
- Pompe oleodinamiche: tipologie costruttive, caratteristiche funzionali e simbologie
- Motori oleodinamici: tipologie costruttive, caratteristiche funzionali e simbologie
- Le valvole di controllo e massima pressione di bilanciamento e riduzione
- Distributori di tipo diretto e pilotato, i differenti tipi di azionamento e le diverse caratteristiche costruttive
- Valvole unidirezionali semplici e pilotate
- Valvole regolatrici di portata nelle diverse caratteristiche costruttive e funzionali
- Tecniche di controllo in flow sharing e relativi distributori
- Dimensionamento di accumulatori di grande volume utilizzati come booster per accelerazioni e velocità elevate
- Alte pressioni fino 800 bar: tecnologie costruttive dei componenti necessari e loro applicazioni

Docente

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

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Webinar

4, 9, 12 e 16 maggio

5, 7, 10, 12 ottobre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROGETTAZIONE E MODELLAZIONE TRIDIMENSIONALE CON SISTEMI CAD

Obiettivi

Attraverso questo corso si vogliono trasmettere le competenze per progettare e modellare tridimensionalmente attraverso un sistema CAD. Si apprenderà come gestire il progetto in ambito 3D (parti ed assiemi) e come trasporlo in 2D (tavole, e distinte di vario genere).

Destinatari

Preferibilmente periti meccanici, architetti e geometri.

Contenuti

- Modellazione
 - Formato file, progetto, salvataggi e versioni
 - Creare una nuova parte
 - Sketch, vincoli, quote
 - Creazione piani
 - L'estrusione
 - Rivoluzione
 - Fori (filettati e non)
 - La serie di feature
- Assembly
 - Cocreare un assembly
 - Inserire nuove parti
 - Vincoli
- Messa in tavola
 - Scala e formati
 - Inserimento viste e proprietà
 - Assi e filettature
 - Sezioni e particolari
 - Quotatura
 - Simboli, lavorazioni e tolleranze

Docente

CAD DISEGNI - Da oltre 20 anni trasformano promettenti intuizioni tecniche in realtà di valore. Si occupano di sviluppo di documentazione tecnica (disegni e progettazione) e di Ricerca e Sviluppo di nuove Proprietà Intellettuali, calcoli strutturali e fluidodinamica. Hanno la convinzione che lo studio e la progressiva acquisizione delle competenze professionali, comunicative e gestionali siano il fulcro della serietà e dell'efficienza necessarie per garantire un servizio di qualità.

117

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Webinar

8, 11, 15, 21 marzo

4, 6, 8, 13 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IDENTIFICAZIONE DEI REQUISITI FUNZIONALI DEL PRODOTTO E PROGETTAZIONE

Obiettivi

Attraverso questo corso si vogliono trasmettere le competenze per una preliminare progettazione dei sistemi e componenti meccanici principali. I corsisti saranno introdotti nel tema della progettazione e produzione di sistemi meccanici e di produzione in piccola o grande scala di prodotti complessi e ad elevato contenuto tecnologico.

Si apprenderà quali sono i principali sistemi di trasmissione del moto in funzione del movimento da realizzare, quali sono le sezioni delle travi da utilizzare in base alle sollecitazioni delle strutture, quali sono i metodi di assemblaggio reversibili e irreversibili dei vari componenti di un assieme. Saranno poi introdotti i principali componenti meccanici quali motori, riduttori, cuscinetti.

Destinatari

Preferibilmente periti meccanici, architetti e geometri.

Contenuti

- Concetti di progettazione di base
- Principali componenti meccanici
- Principali sistemi di trasmissione del moto
- Connessioni delle differenti componenti del prodotto meccanico
- Progettazione orientata ai costi
- Rilevare le richieste del cliente e tradurle in sviluppo progettuale

Docente

CAD DISEGNI - Da oltre 20 anni trasformano promettenti intuizioni tecniche in realtà di valore. Si occupano di sviluppo di documentazione tecnica (disegni e progettazione) e di Ricerca e Sviluppo di nuove Proprietà Intellettuali, calcoli strutturali e fluidodinamica. Hanno la convinzione che lo studio e la progressiva acquisizione delle competenze professionali, comunicative e gestionali siano il fulcro della serietà e dell'efficienza necessarie per garantire un servizio di qualità.

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

Webinar

14, 19, 22 e 27 aprile

13, 15, 20, 22 settembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MATERIALI TRADIZIONALI E INNOVATIVI

Obiettivi

Attraverso questo corso si vogliono far acquisire le principali caratteristiche dei materiali tradizionali e innovativi nell'ambito meccanico, quali le principali proprietà fisiche, meccaniche e tecnologiche. L'obiettivo principale che questo percorso di propone di raggiungere è la preparazione dei partecipanti ad operare con maggiore consapevolezza nelle aziende che si occupano della progettazione, produzione e lavorazione di materiali metallici, polimerici, ceramici o loro composti, nonché delle applicazioni di materiali nella fabbricazione di manufatti, componenti o derivati.

Destinatari

Preferibilmente periti meccanici, architetti e geometri.

Contenuti

- Tipologie materiali
- Proprietà meccaniche dei materiali
- Proprietà tecnologiche dei materiali
- Proprietà fisiche dei materiali
- I materiali metallici
- Cenni sui materiali polimerici
- Cenni sui materiali innovativi

Docente

CAD DISEGNI - Da oltre 20 anni trasformano promettenti intuizioni tecniche in realtà di valore. Si occupano di sviluppo di documentazione tecnica (disegni e progettazione) e di Ricerca e Sviluppo di nuove Proprietà Intellettuali, calcoli strutturali e fluidodinamica. Hanno la convinzione che lo studio e la progressiva acquisizione delle competenze professionali, comunicative e gestionali siano il fulcro della serietà e dell'efficienza necessarie per garantire un servizio di qualità.

119

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 31 gennaio

PIACENZA, 29 aprile

REGGIO EMILIA, 5 luglio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL TPM DAL PUNTO DI VISTA DELLA 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. Il corso fornisce la panoramica dei principali sistemi di gestione della manutenzione, anche facendo ampio riferimento 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

Manutenzione vuol dire attaccare i fermi impianto.

Un approccio world class richiede l'applicazione dei metodi e degli strumenti giusti per la tipologia corretta di guasti o forme di deteriorazione.

Le tematiche trattate saranno le seguenti:

- Tecniche e strategie di manutenzione
- La manutenzione autonoma
- La manutenzione professionale

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
- Visual board per manutenzione
- Monitoraggio indicatori (KPI: OEE, n. guasti, MTBF, MTTR, B/C)

Docente

LEANBET – È un team di professionisti con competenze specifiche e altamente integrate in Lean Management. Sono esperti di Cultura Kaizen, in grado di accompagnare le aziende attraverso il cambiamento sulla via del miglioramento costante, per crescere in: valore economico, benessere sociale e capacità di innovare. Affiancano imprenditori, amministratori e direttori di stabilimenti nella realizzazione di quella trasformazione profonda che è in grado di ridare slancio all'azienda e di proiettarla verso il futuro.

120

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

CESENA, 23 maggio

PIACENZA, 29 giugno

REGGIO EMILIA, 7 ottobre

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

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

Per Reggio Emilia: 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.

121

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Durata

14 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 15 e 22 febbraio

PIACENZA, 8 e 15 novembre

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 e addetti al montaggio.

Contenuti

- Le norme del disegno tecnico
- Tecnica di rappresentazione grafica delle Proiezioni Ortogonali (sistema E e A)
- Viste e ribaltamenti
- Sezioni tecniche
- Graficismi: linee, riempimenti, simbologie
- Sistema di quotatura unificato
- Organizzazione delle tavole tecniche: assemblati, complessivi, gruppi, esplosi, particolari, cartigli
- Errori dimensionali e errori geometrici
- Tolleranze e specifica delle tolleranze dimensionali
- Tolleranze geometriche
- Rugosità
- Cenni al GD&T
- Esempi pratici di lettura dei disegni, confronto tra disegni e pezzi reali, esercizi

Docente

CAD DISEGNI - Da oltre 20 anni trasformano promettenti intuizioni tecniche in realtà di valore. Si occupano di sviluppo di documentazione tecnica (disegni e progettazione) e di Ricerca e Sviluppo di nuove Proprietà Intellettuale, calcoli strutturali e fluidodinamica. Hanno la convinzione che lo studio e la progressiva acquisizione delle competenze professionali, comunicative e gestionali siano il fulcro della serietà e dell'efficienza necessarie per garantire un servizio di qualità.

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PIACENZA, 21 ottobre

REGGIO EMILIA, 2 dicembre

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

Docente

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

123

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

PARMA, 27 aprile

REGGIO, 23 maggio

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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 quali strumenti per eliminare/ridurre la variabilità all'interno del processo produttivo.

Destinatari

Responsabili e addetti qualità, responsabili e addetti produzione.

Contenuti

- La variabilità di processo ed il suo collegamento con le cause comuni, la rimozione delle cause speciali per ottenere una condizione operativa stabile
- L'utilizzo delle carte di controllo per variabili, della capacità di processo e degli indici Cp/Cpk nel monitoraggio del processo produttivo aziendale e dei processi realizzati dai fornitori in c/lavoro
- Il significato di Cp/Cpk nei Capitolati di fornitura

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.

124

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Durata

7 ore

In presenza

REGGIO EMILIA, 18 novembre

PIACENZA, 2 dicembre

PARMA, 14 dicembre

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL METODO FMEA

Obiettivi

Illustrare in dettaglio la metodologia della FMEA. Fornire le conoscenze per individuare le cause del modo di guasto, sia sul progetto che sul processo di realizzazione del servizio/prodotto, stabilendo le priorità d'intervento e verificando l'efficacia delle azioni correttive e preventive adottate. Simulare concretamente l'utilizzo del metodo La tecnica FMEA (Failure Mode Effects Analysis) di derivazione aeronautica, automotive e medica consente di approcciare l'analisi dei rischi di un prodotto o di un processo (nuovo o modificato) correlandola a indici relativi e specificando contromisure che riducono progressivamente l'indice globale di rischio dell'intero progetto di un prodotto o di un processo produttivo. La tecnica si applica a qualsiasi settore merceologico, incluso quello dei servizi.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

SEDE DI PIACENZA

FOR.PIN. 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 Sri
Via Barbiani n. 8 ho - 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:
Piazza 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

