2027

La formazione che lascia il segno

CATALOGO CORSI



FORM INDUSTRIA EMILIA ROMAGNA

ASSOFORM ROMAGNA

CIS

SVILUPPO RISORSE PER L'AZIENDA CISITA PARMA

FORPIN IL VALORE DELLA FORMAZIONE

IL SESTANTE ROMAGNA

Formindustria Emilia-Romagna

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

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

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

Formindustria Emilia-Romagna,

che fa della cultura e della formazione aziendale il proprio scopo, unendo tutte le eccellenze formative del territorio, ha realizzato una proposta formativa innovativa per il 2027, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2027,

progettata sui temi più richiesti dalle imprese, ha l'obiettivo di creare valore e scambio di competenze per potenziare la crescita professionale individuale e collettiva e la competitività sul mercato.
Tra nuovi corsi e proposte formative più consolidate, in presenza o a "distanza" (modalità online sincrona) l'offerta formativa del 2027 traccia scenari di sviluppo delle professionalità che consentano di anticipare contesti futuri e rafforzare la crescita.

Il Presidente
Stefano Gismondi

SVILUPPO RISORSE PER L'AZIENDA
CISITA
PARMA

www.cisita.parma.it

CISITA PARMA - DAL 1987 FORMIAMO IL FUTURO

Cisita Parma è la Società per la formazione e lo sviluppo aziendale di Unione Parmense degli Industriali (UPI) e Gruppo Imprese Artigiane (GIA). La nostra esperienza è testimoniata dagli oltre trentacinque anni passati al fianco delle imprese del nostro territorio, contribuendo all'innovazione e allo sviluppo aziendale, supportando inoltre i diversi aspetti della gestione e della valorizzazione delle risorse umane. Questa profonda integrazione con il tessuto industriale è alla base del nostro lavoro, sviluppato in stretta e costante collaborazione con Enti Pubblici, Università, centri di ricerca e altri partner nazionali e internazionali. Un impegno quotidiano che ci consente di offrire iniziative formative e servizi concreti, al passo con i tempi e in linea con le reali esigenze delle aziende da un lato e del mercato del lavoro dall'altro.

Il nostro sistema qualità è certificato UNI EN ISO 9001:2015, siamo qualificati per la presentazione di progetti formativi su Bandi e Avvisi di Fondimpresa e siamo accreditati presso la Regione Emilia-Romagna per i seguenti ambiti: Formazione superiore e di livello Equivalente, Formazione per l'accesso all'occupazione, continua, Apprendistato.

I servizi che offriamo vanno dall'assistenza e consulenza personalizzata per l'analisi dei fabbisogni formativi e la progettazione di interventi ad hoc per la singola realtà aziendale, alla realizzazione di corsi di aggiornamento, specializzazione e riqualificazione per tutti i profili e funzioni aziendali. Sviluppiamo percorsi formativi finanziati dedicati a giovani e a chi cerca lavoro (ITS, IFTS, formazione superiore post-diploma e post-laurea), offrendo inoltre consulenza relativa al contratto di apprendistato e servizi di attivazione in azienda di percorsi di stage e tirocini formativi.

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

1987 – 2027: 40 ANNI DI FORMAZIONE A PARMA

Sono ormai quarant'anni anni che Cisita Parma lavora al fianco delle aziende del territorio di Parma e provincia. Nata, infatti, nel 1987 come organizzazione dell'Unione Parmense degli Industriali e del Gruppo Imprese Artigiane – entrambe associazioni afferenti al sistema Confindustria – impegnata nei servizi di formazione e sviluppo aziendale, la nostra realtà si caratterizza da sempre per la sua capacità di promuovere la cultura industriale del territorio attraverso lo sviluppo di metodologie aggiornate ed efficaci per la formazione tecnica, organizzativa e manageriale.

In occasione dell'importante traguardo rappresentato dal 40° anno di attività, vogliamo sottolineare quanto la formazione possa rappresentare un fondamentale contributo all'evoluzione aziendale sia in condizioni di sviluppo, sia in contingenze di crisi e di profondo mutamento dello scenario economico come quelle che stiamo attraversando in questi anni. Ma la formazione stessa, per andare in una direzione di concreta efficacia, deve prima di tutto essere letta come un elemento che lega a doppio filo l'organizzazione aziendale nel suo complesso con l'accrescimento professionale del singolo collaboratore coinvolto. Un secondo elemento fondamentale per coniugare l'efficacia formativa con lo sviluppo delle organizzazioni aziendali è rappresentato dell'innovazione, un tema oggi particolarmente rilevante per il progresso delle imprese e in modo particolare per le PMI.

Tutti questi caratteri devono infine condividere un valore di fondo, indispensabile se si pensa ad una formazione in grado di dialogare efficacemente con le esigenze sempre più complesse e dinamiche che ci prospetta lo scenario presente e futuro: la flessibilità, letta come la capacità di un'azienda – e delle persone che la abitano, dal collaboratore più giovane al manager con più responsabilità – di far fronte ai cambiamenti in maniera repentina, adeguando interventi e soluzioni alle differenti situazioni che di volta in volta si presentano.

Queste, in sintesi, sono le coordinate che hanno permesso a Cisita Parma di tracciare il percorso di successo rappresentato da questi "primi" quarant'anni.

SVILUPPO RISORSE PER L'AZIENDA
CISITA
PARMA

www.cisita.parma.it

Per maggiori informazioni vi invitiamo a collegarvi alla pagina dedicata al **Catalogo 2027** nel nostro sito internet, oppure a contattarci direttamente (0521 226510 ravasini@cisita.parma.it)

IL NOSTRO CATALOGO

Il nostro catalogo è un'occasione per incrementare le competenze, in quanto affronta temi specifici con un taglio decisamente operativo, offre la possibilità di confrontarsi con altri professionisti e abbraccia la quasi totalità delle aree aziendali. Frequentare un corso del nostro catalogo vuol dire vivere un'esperienza formativa concreta.

COME PARTECIPARE AI CORSI DEL NOSTRO CATALOGO

LA PARTECIPAZIONE AI CORSI PUÒ AVVENIRE IN DUE MODI:

- **CLASSICA**: tramite la compilazione e l'invio della scheda d'iscrizione; ricordiamo che le aziende che iscrivono due o più persone allo stesso corso beneficiano di uno sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione.
- **CISITA PASS**: semplicemente tramite e-mail alla referente del corso (maggiori info pagina successiva)

ALCUNE INFO OPERATIVE:

Annullamento iscrizione
La rinuncia o l'impossibilità a partecipare è gratuita comunicandola via e-mail alla referente del corso almeno 5 giorni lavorativi prima dell'inizio; oltre tale termine verrà fatturato l'intero importo. Si ricorda che è sempre possibile sostituire il/la partecipante con almeno un giorno di preavviso.

Modalità di pagamento e fatturazione
Il pagamento dovrà essere anticipato e avvenire tramite bonifico bancario a seguito della conferma (tramite email) dell'avvio corso; la frequenza al sarà possibile solo dando evidenza dell'avvenuto pagamento. La fattura sarà emessa dopo l'avvio del corso (tranne nei casi di Cisita Pass).
Note: solo per le aziende associate UPI/GIA, è prevista la sosta gratuita al parcheggio "Goito".

CISITA PASS 2027

Cisita Pass è lo strumento che permette di fruire dell'intera proposta del Catalogo Regionale; in questi 7 anni le aziende del territorio hanno acquistato 3.000 giornate di corso grazie al Cisita Pass, strumento che garantisce flessibilità, economicità e semplicità gestionale.

FLESSIBILITÀ
L'azienda è libera di scegliere i titoli di suo interesse tra le attività proposte all'interno del catalogo 2027; lo può fare in qualsiasi momento dell'anno, in tutte le sedi e le metodologie previste.

ECONOMICITÀ
Il Cisita Pass consente all'azienda di ottimizzare il costo delle giornate di corso acquistate che verrà calcolato a consuntivo considerandone solo il reale utilizzo; le aziende che sottoscrivono il Cisita Pass risparmiano fino al 60% sul costo della formazione.

SEMPLICITÀ
Le iscrizioni sono semplificate e la gestione amministrativa si riduce a due sole fatture: acconto all'adesione e saldo a fine anno.

Per maggiori informazioni vi invitiamo a collegarvi alla pagina dedicata al **Cisita Pass** nel nostro sito internet,
oppure a contattarci direttamente
(0521 226510
ravasini@cisita.parma.it)

COME FINANZIARE LA FORMAZIONE

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

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

Fondimpresa è il Fondo Interprofessionale costituito da Confindustria e CGIL, CISL e UIL, che risulta ad oggi il fondo più importante per la formazione continua nel panorama nazionale.
Fondimpresa finanzia la formazione secondo le esigenze di ogni singola azienda:
- con il *Conto Formazione* ogni impresa può avviare il proprio piano formativo entro un mese, in modo da rispettare pienamente le esigenze del contesto produttivo, della fase economica e dell'aggiornamento delle competenze professionali.
- con il *Conto Sistema* la piccola impresa trova risorse, partner, assistenza. È un conto collettivo ideato per sostenere, in particolare, la formazione nelle aziende di piccole dimensioni, favorendo l'aggregazione di imprese su piani formativi comuni, in ambito aziendale, settoriale o territoriale.

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

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

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

N. 1 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN AZIENDA: IMPARA AD USARLA DAVVERO pag. 12
N. 2 - L'AI NON PENSA: SEI TU CHE DEVI CAPIRE COME FUNZIONA pag. 13
N. 3 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA: TOOL, WORKFLOW E AUTOMAZIONE pag. 14
N. 4 - COPILOT PER LE IMPRESE: UTILIZZARE LE IA INTEGRATE NEI SOFTWARE MICROSOFT 365 pag. 15
N. 5 - AGENTI IA MICROSOFT: SFRUTTARE GLI AGENTI INTEGRATI IN MICROSOFT 365 E CREARE AGENTI PERSONALIZZATI CON COPILOT STUDIO pag. 16
N. 6 - INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E STRATEGIE DATA DRIVEN: MICROSOFT 365, COPILOT E POWER PLATFORM PER MIGLIORARE PRODUTTIVITÀ, PROCESSI AZIENDALI E TRASFORMARE I DATI GREZZI IN CONOSCENZA pag. 17
N. 7 - CAPIRE LA POTENZIALITÀ DELL'AI APPLICATA AI SISTEMI ROBOTIZZATI pag. 18
N. 8 - AI OPERATIONS: TRASFORMARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE pag. 19

SOSTENIBILITÀ

N. 9 - PARITÀ DI GENERE: IL VALORE AGGIUNTO PER L'AZIENDA pag. 21
N. 10 - STANDARD VSME: CALCOLO INDICATORI E REPORTING DI SOSTENIBILITÀ pag. 22
N. 11 - ECODESIGN PER LO SVILUPPO DI PRODOTTI INDUSTRIALI SOSTENIBILI pag. 23
N. 12 - GESTIONE DEI RIFIUTI E TRACCIABILITÀ CON RENTRI: NORMATIVA, ADEMPIMENTI E GESTIONE DIGITALE pag. 24

SOFT SKILLS

N. 13 - TEMPO E PRIORITÀ: IL TIME MANAGEMENT ORIENTATO AI RISULTATI pag. 26
N. 14 - RIDURRE LO STRESS PROVOCATO DA CLIENTI, COLLEGHI E CARENZA DI TEMPO pag. 27
N. 15 - PROBLEM SOLVING - AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE pag. 28
N. 16 - ALLENAMENTO COMPORTAMENTALE pag. 29
N. 17 - COMUNICAZIONE COLLABORATIVA ED INCLUSIVA pag. 30
N. 18 - ASSERTIVITÀ E NEUROSCIENZE PER DISINNESCARE L'ESPLOSIONE (AGGRESSIVITÀ) E L'EVITAMENTO (PASSIVITÀ) pag. 31
N. 19 - LA TRIADE MAGICA: CHIEDERE SCUSA, DIRE DI NO, LODARE IN MODO CREDIBILE E AUTOREVOLE pag. 32
N. 20 - PRENDERE LE PERSONE PER IL VERSO GIUSTO: ANTICIPARE E GESTIRE LE REAZIONI EMOTIVE NEI RAPPORTI PROFESSIONALI pag. 33
N. 21 - DA LAMENTELE A SOLUZIONI: COME GESTIRE I COLLABORATORI E DISINNESCARE LA NEGATIVITÀ (ANCHE LA PROPRIA) pag. 34
N. 22 - NEGOZIAZIONE EFFICACE: COME OTTENERE ACCORDI SODDISFACENTI EVITANDO I CONFLITTI pag. 35
N. 23 - PARLARE IN PUBBLICO pag. 36
N. 24 - BUSINESS ETIQUETTE E COMUNICAZIONE INTERCULTURALE pag. 37
N. 25 - L'ANTIFRAGILITÀ IN AZIENDA: PER IMPARARE A EVOLVERE NELL'INCERTEZZA E TRASFORMARE GLI IMPREVISTI IN VANTAGGI COMPETITIVI. pag. 38

MANAGEMENT TOOLS

N. 26 - AGILITÀ EMOTIVA PER I TEAM LEADER pag. 40
N. 27 - MOTIVAZIONE: STRATEGIE PRATICHE PER ACCENDERE E MANTENERE L'IMPEGNO DELLE PERSONE pag. 41
N. 28 - IL FEEDBACK: IMMERSIONE NELLO SPECCHIO DELLE NOSTRE AZIONI pag. 42

MANAGEMENT TOOLS

N. 29 - LEADERSHIP VALORIZZANTE pag. 43
N. 30 - GESTIRE I COLLABORATORI – PERCORSO PER RESPONSABILI DI FUNZIONE pag. 44
N. 31 - FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO pag. 45
N. 32 - BUSINESS DESIGN E BUSINESS MODEL CANVAS: SAPER ANALIZZARE E PROGETTARE MODELLI DI BUSINESS INNOVATIVI pag. 46
N. 33 - DALLA STRATEGIA AI RISULTATI: BUDGETING, FORECASTING E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA pag. 47
N. 34 - SAPER LEGGERE E INTERPRETARE IL BILANCIO - UNO STRUMENTO PER LE DECISIONI OPERATIVE E STRATEGICHE pag. 48

CORSI FUNZIONALI LEGALE E FISCALE

N. 35 - INCOTERMS® (2020 ICC) E OPERAZIONI CON L'ESTERO: ERRORI DA EVITARE E SOLUZIONI pag. 51
N. 36 - LA GESTIONE OTTIMALE DELLE PRATICHE DOGANALI NELLE OPERAZIONI DI IMPORT EXPORT pag. 52
N. 37 - ORIGINE DELLE MERCI pag. 53
N. 38 - DALLA NON IMPONIBILITÀ IVA ALLE RESE INCOTERMS: PROVE DI AVVENUTA CONSEGNA MERCE pag. 54
N. 39 - NUOVI MODELLI INTRASTAT ED IL LORO FUTURO DAL 2028 pag. 55
N. 40 - DOGANA FULL DIGITAL: QUALI I DOCUMENTI CARTACEI IN VIA DI ESTINZIONE? pag. 56
N. 41 - CYBERSECURITY IN AZIENDA: CORSO PRATICO DI SICUREZZA DIGITALE PER OGNI DIPENDENTE pag. 57
N. 42 - CONFORMITÀ NIS2 2027: GESTIONE A REGIME, AGGIORNAMENTO ANNUALE, FORNITORI E INCIDENT RESPONSE pag. 58
N. 43 - UNI EN ISO 9001 EDIZIONE 2026: CAMBIA LA NORMA, GUIDA IL CAMBIAMENTO pag. 59
N. 44 - AUDIT INTERNI (IN PRESENZA E DIGITALE) SECONDO I NUOVI REQUISITI DELLA NORMA UNI EN ISO 19011 EDIZIONE 2026 pag. 60

CORSI FUNZIONALI AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

N. 45 - CONTABILITÀ - LIVELLO BASE pag. 62
N. 46 - LA COSTRUZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO (CONTABILITA' AVANZATA) pag. 63
N. 47 - MAGAZZINO FISCALE: GESTIRE CORRETTAMENTE RIMANENZE INVENTARIO E BILANCIO pag. 64
N. 48 - CONTABILITÀ ANALITICA: COME MISURARE E MIGLIORARE LA REDDITIVITA' pag. 65
N. 49 - CONTROLLO DI GESTIONE: PER CHI DEVE IMPOSTARE E GESTIRE IL SISTEMA DI CONTROLLO pag. 66
N. 50 - NUMERI, INDICATORI E DECISIONI: I FONDAMENTALI DEL CONTROLLO DI GESTIONE PER NON SPECIALISTI pag. 67
N. 51 - REPORTING CHE GUIDA LE DECISIONI: KPI E DASHBOARD PER IL MANAGEMENT pag. 68
N. 52 - AI E CONTROLLO DI GESTIONE: GOVERNARE L'AREA AMMINISTRATIVA NELLA PMI CON L'AI GENERATIVA pag. 69
N. 53 - RECUPERO CREDITI: STRATEGIE E STRUMENTI PER RIDURRE IL RISCHIO DI INSOLVENZA pag. 70
N. 54 - ACCESSO AL CREDITO: IL RUOLO DELLA SOSTENIBILITA' pag. 71

CORSI FUNZIONALI OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

N. 55 - LEAN 5S: ORGANIZZARE L'AZIENDA ELIMINANDO SPRECHI E CAOS pag. 73
N. 56 - LEAN OFFICE: SEMPLIFICARE PER COMPETERE pag. 74
N. 57 - GESTIONE DEI REPARTI PRODUTTIVI pag. 75

CORSI FUNZIONALI
OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

N. 58 - GESTIRE IL REPARTO – PERCORSO PER CAPI REPARTO O CAPI TURNO DI PRODUZIONE pag. 76
N. 59 - COME GESTIRE IL MAGAZZINO: PROCEDURE E OPERATIVITA' pag. 77
N. 60 - GESTIONE DELLE SCORTE: STRUMENTI E METODOLOGIE pag. 78
N. 61 - CHECK-UP LOGISTICO E ANALISI DEI DATI DI MAGAZZINO pag. 79
N. 62 - LOGISTICA E MAGAZZINO 4.0: TECNOLOGIE DIGITALI E AUTOMAZIONE PER LA SUPPLY CHAIN INTELLIGENTE pag. 80
N. 63 - GESTIONE DEGLI ACQUISTI E DELLA SUPPLY CHAIN pag. 81
N. 64 - AFFRONTARE LE SFIDE DEGLI ACQUISTI: MATERIALI LIMITATI E PREZZI VARIABILI pag. 82
N. 65 - LA TRATTATIVA D'ACQUISTO pag. 83
N. 66 - LA MISURAZIONE DELLE PRESTAZIONI ATTRAVERSO I KPI: NON SERVE SOLO A CONTROLLARE MA A NEGOZIARE, PIANIFICARE E CRESCERE pag. 84

CORSI FUNZIONALI
RISORSE UMANE

N. 67 - BUSTE PAGA - LIVELLO BASE pag. 86
N. 68 - BUSTE PAGA - LIVELLO AVANZATO pag. 87
N. 69 - WORKSHOP: TRASFERTE, RIMBORSI E FRINGE BENEFIT pag. 88
N. 70 - COME COSTRUIRE E CONTROLLARE IL BUDGET DEL PERSONALE E I PRINCIPALI KPI pag. 89
N. 71 - POLITICHE RETRIBUTIVE E NUOVE ASPETTATIVE DEI TALENTI: COME ATTRARRE E MOTIVARE MILLENNIALS E GEN Z pag. 90
N. 72 - ASSENTEISMO, TURNOVER, RETRIBUZIONI E D.LGS. 96/2026: DALLA LETTURA DEI NUMERI ALLA COSTRUZIONE DI SCELTE CONSAPEVOLI pag. 91
N. 73 - LINKEDIN PER IL PERSONAL BRANDING NEL RECRUITING pag. 92
N. 74 - PEOPLE MARKETING: STRATEGIA PER RENDERE L'AZIENDA ATTRATTIVA. pag. 93
N. 75 - IA UTILE ALLE RISORSE UMANE: TOOL, PROMPT E AGENTI PER IL LAVORO QUOTIDIANO DELL'HR pag. 94

CORSI FUNZIONALI
COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

N. 76 - DALL'IDENTITÀ DI MARCA ALLA STRATEGIA DI MARKETING: PER PROGETTARE BRAND COERENTI E STRATEGIE ORIENTATE A GENERARE VALORE E RICONOSCIBILITÀ pag. 96
N. 77 - DIGITAL MARKETING: DALLA STRATEGIA AI CONTENUTI pag. 97
N. 78 - AI PER IL MARKETING B2B: COME CAMBIA IL TEAM MARKETING pag. 98
N. 79 - CREAZIONE CONTENUTI CON CANVA E STRUMENTI AI: DALL'IDEA AL RISULTATO pag. 99
N. 80 - COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA PER LE IMPRESE: LINKEDIN E INSTAGRAM PER RAFFORZARE LA PRESENZA AZIENDALE pag. 100
N. 81 - COSTRUIRE UN PROCESSO COMMERCIALE EFFICACE pag. 101
N. 82 - IA PER LA RETE COMMERCIALE: VENDERE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE pag. 102
N. 83 - L'E-MAIL COMMERCIALE POTENZIATA CON L'A.I.: AUTOMATIZZA, PERSONALIZZA, VENDI pag. 103
N. 84 - TECNICHE DI VENDITA: COMUNICAZIONE, NEGOZIAZIONE E FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE pag. 104
N. 85 - SUPERARE LE OBIEZIONI PER CONDURRE IL CLIENTE ALL'ACQUISTO pag. 105

CORSI FUNZIONALI

INFORMATICA E TECNICA

N. 86 - EXCEL BASE: GESTIRE I DATI AZIENDALI pag. 107

N. 87 - GESTIRE MODELLI DI CALCOLO CON LE FUNZIONI DI MICROSOFT EXCEL (LIVELLO INTERMEDIO) pag. 108

N. 88 - GESTIONE EFFICIENTE DEI DATI AZIENDALI CON MICROSOFT EXCEL (LIVELLO AVANZATO) pag. 109

N. 89 - ELABORAZIONI PIVOT E DATA VISUALIZATION: ANALISI DATI E REPORTING CON EXCEL E LE POWER PIVOT pag. 110

N. 90 - OTTIMIZZARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'AUTOMAZIONE DI EXCEL E DI MICROSOFT 365 pag. 111

N. 91 - FAR PARLARE I NUMERI: DAL FOGLIO ELETTRONICO DI EXCEL ALLA BUSINESS INTELLIGENCE CON POWER BI pag. 112

N. 92 - OTTIMIZZARE I TEMPI E METODI DI LAVORO TRAMITE LEAN E MIGLIORAMENTO CONTINUO pag. 113

N. 93 - FAILURE MODES AND EFFECTS ANALYSIS - FMEA pag. 114

N. 94 - LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO pag. 115

N. 95 - REGOLE DECISIONALI PER LA CONFORMITÀ METROLOGICA E LA GESTIONE DELLA STRUMENTAZIONE DI MISURA pag. 116

N. 96 - ELETTROTECNICA PRATICA pag. 117

N. 97 - OLEODINAMICA: STRUTTURA BASE DEGLI IMPIANTI pag. 118

N. 98 - GESTIONE DELLA MANUTENZIONE TPM E FACILITY pag. 119

N. 99 - SICUREZZA INFORMATICA DELLE MACCHINE E DEI SISTEMI OT pag. 120

N. 100 - LA SICUREZZA DELLE MACCHINE ED IL REGOLAMENTO 2023/1230/UE pag. 121

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

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

FORMAZIONE 2027

1

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
8 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 12 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 28 settembre

Formazione a distanza
15 e 22 febbraio - mattino

21 e 28 aprile - mattino

25 novembre e 2 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN AZIENDA: IMPARA AD USARLA DAVVERO

L'Intelligenza Artificiale Generativa sta rivoluzionando il modo in cui lavoriamo, creiamo contenuti e prendiamo decisioni. Anche senza competenze informatiche, è possibile iniziare a utilizzare questi strumenti per aumentare l'efficienza e la creatività nel lavoro quotidiano.
In questo corso introduttivo scopriremo cos'è l'AI generativa, come funziona, da dove nasce e quali sono i principali strumenti per la creazione di testi, immagini, video, audio e presentazioni.
Il dettaglio del programma e degli strumenti introdotti sarà proposto in base agli ultimi aggiornamenti che la tecnologia propone.

Obiettivi
- Comprendere cos'è l'AI generativa e i concetti base di funzionamento
- Conoscere l'evoluzione, i rischi e le opportunità dell'AI
- Scoprire i principali strumenti per la creazione di contenuti (testi, immagini, video, audio, presentazioni)
- Sperimentare l'uso pratico degli strumenti
- Sviluppare consapevolezza critica sull'utilizzo dell'AI nel lavoro quotidiano

Destinatari
Professionisti, dipendenti, manager, consulenti, formatori e chiunque voglia orientarsi nel mondo dell'AI generativa per comprendere il fenomeno e iniziare a utilizzare gli strumenti in modo efficace e consapevole.

Contenuti
- Introduzione all'Intelligenza Artificiale e sua evoluzione
- Cos'è l'AI generativa: come funziona e da dove nasce
- Opportunità, rischi ed etica dell'uso dell'AI
- Strumenti AI per generazione di testi
- Strumenti AI per creazione ed elaborazione immagini
- Strumenti AI per creazione ed elaborazione video
- Strumenti AI per generazione e trascrizione di audio
- Strumenti AI per produzione di slide
- Strumenti AI per l'ottimizzazione del lavoro
- Panoramica sui software che integrano l'AI tra i loro strumenti
- Come scegliere e integrare gli strumenti nel proprio flusso di lavoro
- Laboratorio pratico con esercitazioni guidate

Docenti
Per Reggio Emilia, Gruppo Len, società di formazione e consulenza che dal 2005 eroga corsi per le aziende, pubbliche amministrazioni, centri di formazione e privati.

Per la Romagna e Webinar Luca Lo Iacono, formatore e consulente di web marketing e strategie digitali. Porta l'esperienza di 7 anni alla guida di una startup innovativa. Si occupa di formazione dal 2013 e dal 2020 affianca aziende di diversi settori come consulente nello sviluppo di strategie nel digital marketing.

2

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
8 ore

Formazione a distanza
17 febbraio e 3 marzo - mattino

7 e 14 giugno - mattino

1 e 7 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'AI NON PENSA: SEI TU CHE DEVI CAPIRE COME FUNZIONA

Usi l'AI ogni giorno, ma sai davvero come funziona? Questo corso smonta il mito dell'intelligenza artificiale e ti restituisce il controllo. Capirai cosa c'è davvero dietro un LLM, perché "sembra intelligente" ma non lo è, e come evitare di delegare alla cieca decisioni che restano tue.

Obiettivi
- Comprendere il funzionamento reale di un'AI generativa
- Distinguere output plausibile da conoscenza reale
- Riconoscere i rischi della delega cognitiva inconsapevole
- Costruire le prime mappe personali di collaborazione con L'AI

Destinatari
Manager · Team leader · HR · Knowledge worker

Contenuti
AI
- Cos'è (davvero) un'AI generativa
- Come funziona un LLM: meccanismi base in modo comprensibile
- Perché 'sembra intelligente' ma non lo è
- Differenza tra output plausibile e conoscenza reale

Human-AI Teaming (Metodo: Tribe coaching™)
- Uso vs collaborazione: il primo vero confine
- Agency umana: cosa rischiamo di perdere quando deleghiamo
- Delega operativa vs delega cognitiva: riconoscere la differenza
- Prime mappe personali di collaborazione con l'AI

Docenti
Ambra Piscopo, Coach · Human-AI Teaming Expert

3

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
8 ore

Formazione a distanza
4 e 11 febbraio - mattino

10 e 17 marzo - mattino

9 e 16 giugno – mattino

15 e 22 novembre – mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA: TOOL, WORKFLOW E AUTOMAZIONE

Per chi già utilizza strumenti AI di base e vuole fare il salto successivo. Approfondisce prompt engineering avanzato, uso dell'AI sui documenti aziendali, automazione di processi ripetitivi e i primi agenti autonomi.
Il dettaglio del programma e degli strumenti introdotti sarà proposto in base agli ultimi aggiornamenti che la tecnologia propone.

Obiettivi
- Applicare tecniche avanzate di prompt engineering per task complessi e workflow multi-step
- Utilizzare l'AI per interrogare, sintetizzare e valorizzare documenti aziendali interni
- Condurre ricerche approfondite con Deep Research e valutare criticamente i risultati
- Progettare workflow aziendali che integrano strumenti AI e logiche di automazione
- Comprendere il funzionamento degli agenti AI e le implicazioni pratiche per il lavoro in azienda

Destinatari
Dipendenti e titolari di aziende che già utilizzano strumenti AI e vogliono ottimizzare i processi, automatizzare attività ripetitive e costruire una strategia di adozione.

Contenuti
- Prompt engineering avanzato: framework e tecniche per scrivere prompt efficaci
- Librerie di prompt riutilizzabili: costruire e organizzare template aziendali
- Modelli reasoning: quando usarli e quando evitarli
- Deep Research professionale: strutturare una ricerca, leggere e validare i risultati
- AI su documenti aziendali: contratti, procedure, e-mail e report interni
- GPT'S e Skill: costruire un assistente con le regole aziendali
- Panoramica avanzata degli strumenti AI per categoria
- Automazione di workflow: logica trigger-azione-output e piattaforme di automazione
- Agenti AI: funzionamento, casi d'uso e demo di strumenti agentici
- Sicurezza nell'automazione: permessi, rischi e buone pratiche
- Framework per costruire la propria AI strategy aziendale
- Integrazione di ChatGPT con altri strumenti

Docente
Luca Lo Iacono, formatore e consulente di marketing digitale. Attivo nella formazione aziendale dal 2013, affianca dal 2020 aziende di diversi settori come consulente in digital marketing. Ha guidato per 7 anni una startup innovativa nel settore digitale.

4

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 19 aprile
REGGIO EMILIA, 20 ottobre

Formazione a distanza
10 e 16 febbraio - mattino

4 e 11 maggio - mattino

6 e 13 luglio - mattino

15 e 22 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COPILOT PER LE IMPRESE: UTILIZZARE LE IA INTEGRATE NEI SOFTWARE MICROSOFT 365

Il corso presenta le opportunità dell'AI generativa per le imprese, con focus sulle PMI. Mostra come usare Microsoft 365 Copilot per creare documenti, presentazioni e testi in modo rapido ed efficace, integrando dati e fonti esterne. Introduce inoltre Copilot Studio per sviluppare agenti IA integrati con dati aziendali e processi operativi.

Obiettivi
- Comprendere i principi e le potenzialità dell'AI generativa
- Utilizzare Copilot Chat per interagire con documenti pdf e siti web
- Utilizzare Microsoft 365 Copilot per generare documenti e analizzare i dati in linguaggio naturale

Destinatari
Il corso è rivolto a titolari di PMI, responsabili di funzione, impiegati e collaboratori che utilizzano Microsoft 365 nelle attività quotidiane e desiderano sfruttare le funzionalità di Copilot per aumentare l'efficienza nella gestione di documenti, dati, comunicazioni e processi di lavoro.

Contenuti
- Cos'è un'intelligenza artificiale generativa
- Usare Copilot integrato in Microsoft Edge per interagire con pagine web e documenti pdf
- Usare Copilot per creare, modificare e condividere documenti, fogli di calcolo, presentazioni e altri contenuti con Microsoft 365
- Come usare Copilot Cross per estrarre informazioni di valore dai dati aziendali

Docenti
Per la Romagna: Claudio Rossi è consulente e docente di innovazione digitale e Intelligenza Artificiale, nonché Innovation Manager per Confindustria Romagna. Insegna all'Università di Perugia e nei corsi ITS di Rimini e Cesena. Supporta aziende italiane ed estere nei processi di innovazione, con focus su comunicazione digitale e applicazione dell'AI ai processi aziendali.

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

5

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 16 marzo
REGGIO, ed. 1 - 10 giugno
REGGIO, ed. 2 - 9 novembre

Formazione a distanza
18 e 25 febbraio - mattino

15 e 22 giugno - mattino

20 e 27 settembre - mattino

3 e 10 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AGENTI IA MICROSOFT: SFRUTTARE GLI AGENTI INTEGRATI IN MICROSOFT 365 E CREARE AGENTI PERSONALIZZATI CON COPILOT STUDIO

Il corso presenta le opportunità dell'AI generativa per le imprese, con focus sulle PMI. Mostra come usare gli agenti Microsoft 365 Copilot per cercare dati e informazioni, elaborare dati, automatizzare processi. Introduce inoltre Copilot Studio per sviluppare agenti IA integrati con dati aziendali e processi operativi.

Obiettivi
- Comprendere i principi e le potenzialità degli agenti IA
- Utilizzare gli agenti forniti da Microsoft 365 a supporto del lavoro aziendale
- Creare Notebook, agenti OneDrive e agenti Microsoft 365
- Utilizzare Copilot Studio per creare agenti IA autonomi e flussi con agenti IA
- Distribuire agenti al di fuori dell'azienda

Destinatari
Il corso è rivolto a titolari di PMI, responsabili IT, responsabili dell'innovazione e della trasformazione digitale, project manager e figure aziendali coinvolte nell'organizzazione dei processi e nell'adozione di Microsoft 365. È indicato anche per utenti di Microsoft 365 che desiderano utilizzare gli agenti IA per automatizzare attività, supportare i flussi di lavoro e sviluppare soluzioni personalizzate con Copilot Studio, integrando dati e processi aziendali.

Contenuti
- Comprendere il concetto di agente e la differenza fra chatbot e agenti di flusso
- Introdurre agenti nei flussi di lavoro aziendale
- Creare agenti per l'analisi documentale con Notebook e Agenti OneDrive
- Creare agenti addestrati e distribuirli in azienda con Agent Builder
- Usare Copilot Studio per creare e distribuire agenti IA in azienda e all'esterno
- Sicurezza nell'automazione: permessi, rischi e buone pratiche
- Framework per costruire la propria AI strategy aziendale
- Integrazione di ChatGPT con altri strumenti

Docenti
Per la Romagna: Claudio Rossi è consulente e docente di innovazione digitale e Intelligenza Artificiale, nonché Innovation Manager per Confindustria Romagna. Insegna all'Università di Perugia e nei corsi ITS di Rimini e Cesena. Supporta aziende italiane ed estere nei processi di innovazione, con focus su comunicazione digitale e applicazione dell'AI ai processi aziendali.

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

6

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
8 ore

Formazione in presenza
REGGIO, 10 maggio
PARMA, 23 novembre

Formazione a distanza
22 e 29 gennaio - mattino

6 e 12 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E STRATEGIE DATA DRIVEN: MICROSOFT 365, COPILOT E POWER PLATFORM PER MIGLIORARE PRODUTTIVITÀ, PROCESSI AZIENDALI E TRASFORMARE I DATI GREZZI IN CONOSCENZA

Riorganizzare e rinnovare i processi di business attraverso un ecosistema integrato, studiato sulle esigenze degli utenti, per creare l'innovazione organizzativa che serve. Semplificare i processi e ottimizzare i flussi di lavoro per creare una cultura orientata ai dati e guidare tutta l'organizzazione verso obiettivi strategici data driven.

Obiettivi
- Individuare soluzioni di team working e data analysis adattabili all'azienda di provenienza
- Comprendere le potenzialità delle tecnologie Microsoft365 per la gestione ed organizzazione condivisa dei flussi di lavoro e del sistema di Data Analysis
- Integrare l'intelligenza artificiale nei processi organizzativi con Copilot e Power Automate
- Individuare le tecnologie più idonee a sviluppare e condividere report per la misurazione delle performance

Contenuti
- Panoramica su innovazione organizzativa e digital strategy attraverso i servizi connessi a Microsoft 365
- Strumenti di collaborazione e di data ingestion in M365: Teams, Sharepoint, Power Platform
- Condividere files e informazioni e collaborare tramite Sharepoint e gli elenchi
- Power Platform per la realizzazione di strategie Data Driven e l'automazione dei processi aziendali
- Creare un flusso di automazione e programmarne le attività con Power Automate
- Integrare Agenti personalizzati CoPilot in un flusso di automazione per analizzare e catalogare i dati
- Organizzare i dati e rappresentarli con la Business Intelligence di Power BI
- Realizzare strategie data driven con Power query e Power BI

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

7

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 17 giugno

Formazione a distanza
14 e 21 aprile - mattino

8 e 15 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CAPIRE LA POTENZIALITÀ DELL'AI APPLICATA AI SISTEMI ROBOTIZZATI

Il corso fornisce ai partecipanti le chiavi di lettura per capire dove l'intelligenza artificiale porta valore reale all'interno di un sistema robotizzato e dove invece l'automazione tradizionale resta la scelta più efficace ed economica.

Obiettivi
Partendo dall'architettura di una cella robotizzata, vengono individuati i quattro punti in cui l'AI si innesta: percezione e visione, presa e manipolazione, generazione e adattamento delle traiettorie, supervisione e diagnostica. Per ciascuno si analizzano applicazioni industriali già mature, illustrate attraverso casi reali.
La seconda parte della giornata è dedicata al "come": il percorso tipico di un progetto di AI applicata alla robotica, dallo studio di fattibilità alla raccolta dei dati, dall'addestramento del modello all'integrazione in linea e alla sua manutenzione nel tempo. Sono affrontati i criteri di scelta tecnologica (visione tradizionale o deep learning, 2D o 3D, elaborazione a bordo macchina o su server, make or buy), le competenze necessarie in azienda, le voci di costo e i criteri di valutazione del ritorno dell'investimento, oltre agli errori più frequenti. Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di: riconoscere le applicazioni di AI robotica pertinenti al proprio processo; distinguere una soluzione realmente industrializzabile da una dimostrazione; impostare correttamente la richiesta a un fornitore o a un integratore; stimare l'ordine di grandezza di tempi, costi e benefici di un progetto.

Destinatari
Imprenditori e direttori di stabilimento, responsabili di produzione, responsabili tecnici e ufficio tecnico, responsabili manutenzione e automazione, responsabili qualità, progettisti e programmatori di celle robotizzate, innovation e digital manager, responsabili acquisti di beni strumentali. Non sono richiesti prerequisiti di programmazione o di statistica: i contenuti tecnici sono trattati con un linguaggio accessibile anche a chi non si occupa direttamente di sviluppo software. È utile una conoscenza di base dei processi produttivi e dei sistemi automatizzati.

Contenuti
Prima parte: dove l'AI incontra la robotica

- Che cosa è (e che cosa non è) intelligenza artificiale applicata alla robotica: automazione a regole, visione tradizionale, machine learning e modelli generativi
- Anatomia di una cella robotizzata intelligente: robot e controllore, PLC, sensoristica, sistemi di visione, elaborazione a bordo linea e in cloud
- I quattro punti di innesto dell'AI: percezione, presa e manipolazione, movimento e adattamento della traiettoria, supervisione del processo
- Le applicazioni industriali oggi mature, con casi reali: controllo qualità e rilevazione difetti tramite visione artificiale; bin picking e riconoscimento della posa del pezzo; guida robot e correzione della traiettoria; manipolazione di oggetti deformabili o delicati; monitoraggio delle prestazioni
- Il confine attuale della tecnologia: che cosa è già in produzione, che cosa è ancora prototipo — robot umanoidi, modelli "vision-language-action" e physical AI tra prospettive concrete e aspettative eccessive

Seconda Parte: come si porta a casa un progetto

- Il ciclo di vita di un progetto di AI robotica: definizione del caso d'uso e dei KPI, studio di fattibilità, raccolta e qualità dei dati, addestramento e validazione del modello, integrazione in linea, collaudo, monitoraggio e ri-addestramento nel tempo
- Il dato come materia prima: quanti e quali campioni servono davvero, come si raccolgono in produzione, dati sintetici e simulazione, proprietà e riservatezza dei dati aziendali
- Criteri di scelta tecnologica: visione tradizionale o deep learning, 2D o 3D, elaborazione a bordo macchina o su server, soluzioni chiuse dei costruttori o sviluppo su misura, make or buy
- Competenze e organizzazione: quali figure servono internamente, che cosa affidare all'esterno, come impostare il rapporto con integratori e fornitori e che cosa chiedere in capitolato
- Economia del progetto: struttura dei costi, valutazione del ritorno dell'investimento, errori ricorrenti che fanno fallire i progetti
- Cenni normativi e opportunità: sicurezza delle macchine e robotica collaborativa, Regolamento europeo sull'intelligenza artificiale, strumenti di finanziamento per gli investimenti in tecnologie digitali
- Confronto conclusivo con i partecipanti

Docente
Giacomo Piccinini, Automation & Robotics Project Manager presso il Digital Automation Lab di Fondazione REI, dove segue progetti di automazione avanzata, visione artificiale e applicazioni di intelligenza artificiale alla robotica industriale per aziende manifatturiere.

8

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 21 aprile

Formazione a distanza
18 e 25 maggio - mattino

11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AI OPERATIONS: TRASFORMARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'Intelligenza Artificiale non è più una visione futuribile, ma una leva strategica per incrementare la produttività aziendale, a patto di integrarla correttamente nei processi, andando oltre all'hype e seguendo una roadmap realistica e verificabile. Questo corso è progettato per gli imprenditori che desiderano governare l'"Agentic Revolution", attraverso un approccio pragmatico. Vedremo come l'AI possa contribuire ad abbattere i costi operativi e trasformare il CRM in un centro di comando intelligente, garantendo al contempo la massima sicurezza e conformità normativa secondo i principi dell'EU AI Act.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere l'impatto strategico dell'AI sui margini e sulla competitività aziendale
- Identificare le aree aziendali (Marketing, Sales, Service, Ops) a più alto potenziale di automazione
- Valutare la conformità dei sistemi AI rispetto all'EU AI Act e ai principi di Security by Design
- Utilizzare assistenti AI per scalare le operazioni quotidiane senza aumentare l'headcount
- Definire una roadmap per l'integrazione dell'AI nei processi aziendali

Destinatari

Il corso è dedicato a imprenditori, CEO e figure di vertice (C-Level) di aziende che abbiano necessità di ottimizzare i propri processi, trasformando l'hype in realtà quotidiana. È il percorso ideale per chi detiene la visione strategica e deve decidere come allocare investimenti tecnologici per garantire la crescita e la sostenibilità a lungo termine dell'impresa attraverso l'innovazione digitale.

Contenuti

- Scenario e ROI: L'impatto economico dell'Agentic Revolution
- EU AI Act e Sicurezza: Navigare il quadro normativo e proteggere il patrimonio informativo aziendale
- AI nel CRM: Potenziare Marketing, Sales e Customer Service con i servizi di Intelligenza Artificiale
- AI Agents: Automazione dei flussi operativi e gestione intelligente dei dati
- Strategic Intelligence: Utilizzare l'AI per l'analisi predittiva e il posizionamento di mercato
- Change Management: Accompagnare l'organizzazione nell'adozione dell'AI

Docenti

DMA è una customer experience company che accompagna le aziende B2B nei percorsi di trasformazione digitale, combinando consulenza, tecnologia e formazione pratica. I suoi consulenti, attivi sul campo, trasferiscono competenze e strumenti concreti per migliorare processi, relazioni con i clienti e performance aziendali.

SOSTENIBILITÀ

In un contesto globale in cui la sostenibilità è una priorità imprescindibile, le imprese sono chiamate a ripensare i propri modelli di business in chiave ecologica e sociale. La transizione verso pratiche aziendali sostenibili non è più un'opzione, ma un percorso necessario e irreversibile, che richiede competenze tecniche, strategiche e gestionali. I nostri corsi forniscono strumenti concreti e conoscenze aggiornate per integrare la sostenibilità nelle strategie aziendali, contribuendo a creare valore duraturo per l'impresa, la società e l'ambiente.

9

SOSTENIBILITÀ

Durata
7 ore

Formazione a distanza
15 marzo - giornata intera

23 e 30 settembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PARITÀ DI GENERE: IL VALORE AGGIUNTO PER L'AZIENDA

Il corso propone un percorso strutturato e multidisciplinare volto a promuovere una maggiore consapevolezza sul tema della parità di genere nei contesti lavorativi, sociali e culturali. Coinvolge attivamente manager e collaboratori nella riflessione sul linguaggio, sui bias e sulle policy aziendali, per diventare catalizzatori di cambiamento positivo.

Obiettivi

- Comprendere i gender bias e il loro impatto nei processi organizzativi
- Sviluppare un linguaggio inclusivo per migliorare il clima aziendale
- Conoscere policy e strumenti per la promozione concreta della parità
- Acquisire strumenti per valutare l'equità nelle pratiche aziendali
- Valorizzare buone pratiche e modelli ispirati a standard riconosciuti

Destinatari

Il corso si rivolge a chi, nelle imprese di ogni dimensione, partecipa attivamente alla vita organizzativa e desidera contribuire alla promozione di ambienti di lavoro inclusivi ed equi. È pensato per chi si occupa della gestione di persone, processi o comunicazione, ma anche per chi, a ogni livello, voglia riconoscere i meccanismi che generano disuguaglianze e acquisire strumenti per affrontarli.

Contenuti

- Parità di genere: contesto globale e nazionale
- Introduzione al tema attraverso dati, indicatori e trend internazionali e italiani. Analisi delle disuguaglianze strutturali e delle radici storiche, culturali ed economiche che le alimentano
- Bias cognitivi e bias di genere
- Definizione di bias e approfondimento dei meccanismi inconsci che influenzano percezioni, scelte e comportamenti. Riflessione su esempi concreti che mostrano come i gender bias agiscano nei contesti organizzativi
- Strategie aziendali per contrastare le disuguaglianze
- Analisi delle diverse fasi della gestione delle risorse umane, dall'assunzione alla carriera. Condivisione di strumenti e approcci per promuovere l'equità in ogni momento della vita lavorativa
- Comunicazione empatica e linguaggio inclusivo
- Introduzione ai principi della comunicazione rispettosa e attenta alle differenze. Sperimentazione di esercitazioni pratiche per riconoscere e correggere modalità espressive escludenti
- Valutazione e autovalutazione dell'inclusività
- Strumenti per misurare il grado di equità e inclusione nella comunicazione e nelle pratiche aziendali. Proposte per attivare un cambiamento consapevole
- Policy e documenti aziendali a supporto della parità
- Presentazione di esempi concreti di policy e regolamenti interni volti a rafforzare l'impegno aziendale verso la parità di genere e la valorizzazione della genitorialità
- Buone pratiche ed esperienze ispiratrici
- Esame di casi reali, pratiche virtuose e riferimenti a standard nazionali e internazionali per ispirare l'adozione di percorsi strutturati e sostenibili all'interno delle organizzazioni

Docenti

VALUE S.A.S. è una società di consulenza e formazione specializzata nello sviluppo organizzativo orientato ai progetti. Si occupa di Business Analysis, Project e Program Management, Change Management, HR, Process Management e sostenibilità, con crescente focus sull'integrazione dell'intelligenza artificiale nei processi. È certificata ISO 9001:2015.

10

SOSTENIBILITÀ

Durata
7 ore

Formazione a distanza
12 e 19 aprile - mattino

4 e 11 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

STANDARD VSME: CALCOLO INDICATORI E REPORTING DI SOSTENIBILITÀ

Lo standard VSME rappresenta uno strumento pratico per supportare le aziende nella rendicontazione volontaria di sostenibilità e nella risposta alle richieste ESG provenienti da clienti, banche, grandi imprese e filiere produttive.

Obiettivi

- Comprendere la struttura dello standard VSME
- Raccogliere e organizzare i principali dati ESG richiesti
- Impostare un primo percorso di reporting coerente con le informative dello standard

Destinatari

Responsabili amministrazione, controllo di gestione, qualità, ambiente, HSE, operations, acquisti, risorse umane e referenti coinvolti nella raccolta e gestione dei dati di sostenibilità.

Contenuti

- Introduzione allo standard VSME
- Modulo Base e Modulo Completo
- Informative ambientali, sociali e di governance
- Dati quantitativi e informazioni qualitative
- Raccolta, organizzazione ed elaborazione dei dati ESG
- Indicatori, evidenze documentali e gap informativi
- Esempi operativi di compilazione

Docente

Turtle S.r.l. Turtle S.r.l. è uno spin-off dell'Università di Bologna che supporta imprese e organizzazioni nei processi di innovazione, digitalizzazione, ottimizzazione dei processi e sostenibilità. Opera nell'analisi dei processi produttivi e logistici, nello sviluppo di soluzioni data-driven e nella realizzazione di progetti di valutazione ambientale, economia circolare ed efficienza energetica.

11

SOSTENIBILITÀ

Durata
7 ore

Formazione a distanza
13 e 20 aprile - mattino

11 e 18 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ECODESIGN PER LO SVILUPPO DI PRODOTTI INDUSTRIALI SOSTENIBILI

L'ecodesign consente di integrare criteri ambientali nelle fasi di progettazione e sviluppo prodotto, riducendo gli impatti lungo il ciclo di vita e migliorando efficienza, conformità normativa e competitività.

Obiettivi

- Comprendere i principi fondamentali dell'ecodesign
- Integrare criteri ambientali nelle scelte progettuali
- Conoscere strumenti e riferimenti normativi per progettare prodotti industriali più sostenibili

Destinatari

Responsabili tecnici, progettisti, referenti R&D, produzione, qualità, ambiente, operations e figure coinvolte nello sviluppo, industrializzazione o miglioramento di prodotti e processi industriali.

Contenuti

- Introduzione all'ecodesign e approcci strategici
- Progettazione orientata al ciclo di vita
- Strumenti per lo sviluppo di prodotti a minore impatto
- Valutazione dei flussi di materia ed energia
- Quantificazione degli impatti di macchine automatiche e processi
- ISO 14006, ISO 14955 e principali riferimenti normativi
- Case studies accademici e industriali

Docenti

Turtle S.r.l. è uno spin-off dell'Università di Bologna che supporta imprese e organizzazioni nei processi di innovazione, digitalizzazione, ottimizzazione dei processi e sostenibilità. Opera nell'analisi dei processi produttivi e logistici, nello sviluppo di soluzioni data-driven e nella realizzazione di progetti di valutazione ambientale, economia circolare ed efficienza energetica.

12

SOSTENIBILITÀ

Durata
7 ore

Formazione a distanza
21 e 28 gennaio - mattino

18 e 25 febbraio - mattino

13 e 20 maggio - mattino

21 e 28 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEI RIFIUTI E TRACCIABILITÀ CON RENTRI: NORMATIVA, ADEMPIMENTI E GESTIONE DIGITALE

La corretta gestione dei rifiuti in azienda è fondamentale per rispettare le normative ambientali e ottimizzare i processi produttivi. Con l'introduzione del sistema digitale RENTRI, che rende obbligatoria la tracciabilità elettronica dei rifiuti, è essenziale che le imprese si siano adeguate a garantire conformità, evitare sanzioni e sfruttare al meglio gli strumenti digitali disponibili.

Obiettivi
Offrire una panoramica aggiornata sulla normativa ambientale in materia di rifiuti, con particolare attenzione agli adempimenti, alla gestione documentale e all'utilizzo del sistema digitale RENTRI per la tracciabilità.

Destinatari
Responsabili e addetti ambiente, sicurezza e qualità, responsabili di produzione, personale coinvolto nella gestione operativa e documentale dei rifiuti.

Contenuti
- Quadro normativo, responsabilità e adempimenti
- Classificazione dei rifiuti
- Deposito temporaneo
- Autorizzazioni alla gestione e al trasporto dei rifiuti
- Utilizzo del sistema RENTRI e tracciabilità dei rifiuti (registri di carico e scarico, formulari, MUD)
- I rifiuti nei sistemi di gestione ambientale

Docenti
Emanuele Benincasa, consulente e formatore ambientale specializzato nella gestione di impianti di smaltimento e recupero.

Vittorio Ronco, consulente e formatore ambientale esperto in normativa ambientale, autorizzazioni e sistemi di gestione ambientale.

SOFT SKILLS

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

FORMAZIONE 2027

13

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 10 febbraio
REGGIO, ed 1 -11 marzo
PARMA, 27 aprile
REGGIO, ed. 2 -16 settembre

Formazione a distanza
05 e 12 maggio - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TEMPO E PRIORITÀ: IL TIME MANAGEMENT ORIENTATO AI RISULTATI

Nel contesto delle organizzazioni moderne, saper gestire il tempo e trasformarlo in risultati di qualità rappresenta una competenza indispensabile per l'efficacia organizzativa. Il tempo può essere percepito come una fonte di pressione, sovraccarico e stress oppure come una risorsa da valorizzare per organizzare al meglio le proprie attività, allineare le priorità individuali e organizzative, migliorare l'efficienza aziendale e aumentare la soddisfazione personale.

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

Destinatari
Il corso è rivolto a tutti coloro che intendono acquisire e rafforzare competenze di time management, imparando a pianificare le attività in modo efficace e sostenibile, a definire e condividere le priorità e a utilizzare la negoziazione come strumento per generare valore. L'obiettivo è trasformare il tempo lavorativo da elemento di pressione a risorsa strategica per il raggiungimento dei risultati e il benessere professionale.

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

Docente
Margherita Martani Farinotti, formatrice, neuropsicologa, coach e consulente in sviluppo organizzativo e gestione delle persone. Accompagna aziende e professionisti nel potenziare le competenze organizzative, relazionali e comunicative. Lavora con approcci pratici e motivazionali, orientati all'efficacia e al benessere nei contesti lavorativi.

Per la sede di Parma: Procopio Francesca, professional organizer qualificata iscritta ad Apoi (associazione italiana professional organizer), consulente e formatrice nel campo dell'organizzazione personale e delle soft skills.

14

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 11 marzo
REGGIO EMILIA, 15 aprile
PARMA, 26 maggio
REGGIO EMILIA, 27 settembre
PARMA, 26 ottobre
CESENA, 22 novembre

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RIDURRE LO STRESS PROVOCATO DA CLIENTI, COLLEGHI E CARENZA DI TEMPO

Il corso è rivolto a imprenditori, manager, responsabili di funzione e collaboratori che operano in contesti caratterizzati da ritmi intensi, continue richieste e frequenti interazioni con clienti, colleghi e fornitori. È particolarmente indicato per chi desidera migliorare la gestione del tempo, affrontare con maggiore equilibrio situazioni di pressione e sviluppare strumenti pratici per ridurre lo stress e gestire in modo efficace i rapporti interpersonali.

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

Destinatari
Il corso è rivolto a imprenditori, manager, responsabili di funzione e collaboratori che operano in contesti caratterizzati da ritmi intensi, continue richieste e frequenti interazioni con clienti, colleghi e fornitori.
È particolarmente indicato per chi desidera migliorare la gestione del tempo, affrontare con maggiore equilibrio situazioni di pressione e sviluppare strumenti pratici per ridurre lo stress e gestire in modo efficace i rapporti con persone difficili.

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 gli stati di ansia e affanno
- La gestione delle persone difficili
- I ladri del tempo
- La Negoziazione come strumento strategico di gestione delle priorità nel tempo

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

15

SOFT SKILLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 12 e 19 maggio
REGGIO EMILIA, 3 e 10 giugno
REGGIO EMILIA, 4 e 11 ottobre
PARMA, 9 e 16 novembre

Formazione a distanza
9, 15, 17, 22 giugno - mattino

6, 13, 20, 26 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PROBLEM SOLVING - AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE

Tutti i giorni affrontiamo problemi, ma non sempre adottiamo un metodo strutturato per risolverli. Quando una problematica è complessa e richiede il coinvolgimento di professionalità e funzioni diverse, seguire un percorso definito e utilizzare strumenti adeguati può fare la differenza. Il corso fornisce le competenze e gli strumenti di base per affrontare efficacemente la soluzione dei problemi in azienda, con particolare attenzione alla comunicazione interna e al coinvolgimento dei diversi attori organizzativi. Spesso, infatti, sono proprio le difficoltà organizzative e comunicative a rallentare o compromettere il processo di individuazione e attuazione delle soluzioni.

Obiettivi
I partecipanti apprenderanno a:
- Impostare correttamente i problemi complessi e gli strumenti per valutarne la gravità
- Passare dall'approccio soggettivo al problema condiviso
- Analizzare e scomporre i problemi più articolati o multipli
- Apprendere per elaborare e valutare diverse opzioni di soluzione, utilizzando ingegno e creatività applicata

Destinatari
Tutti coloro che sul lavoro affrontano problemi complessi, in particolare chi coordina il team.

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

Docenti
Per le sedi di Parma e Reggio Emilia, Simonetta Pugnaghi: Consulente di direzione, formatore, counselor e coach. Da oltre trent'anni si occupa di organizzazione e risorse umane. La sua esperienza è maturata con aziende piccole e medie, associazioni e grandi imprese. I suoi focus sono lo sviluppo organizzativo, il miglioramento personale e dei gruppi di lavoro.

Per le sedi di Rimini e Cesena, Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale PCC di ICF, Emotional Intelligence Assessor & Facilitator.
Da oltre 20 anni affianca persone e organizzazioni nel definire e implementare piani di Change Management e sviluppo organizzativo, facilitando lo sviluppo dei talenti individuali e di team. Come Team & Business Coach supporta imprenditori, manager e team nel raggiungere i propri obiettivi strategici.

16

SOFT SKILLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
REGGIO, ed.1 – 25 febbraio e 04 marzo
PARMA, ed. 1 - 14 e 21 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 07 e 14 giugno
PARMA, ed. 2 - 23 e 30 settembre
REGGIO EMILIA, ed. 3 - 8 e 15 ottobre
REGGIO EMILIA, ed. 4 - 16 e 23 novembre

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ALLENAMENTO COMPORTAMENTALE

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

Obiettivi
Il corso vuole fornire le tecniche di base per migliorare lo stile di relazione allenandosi e acquisendo tecniche di semplice utilizzo ma estremamente efficaci.

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

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

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

17

SOFT SKILLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 07 e 14 aprile

Formazione a distanza
30 marzo e 5, 12, 19 aprile mattino

05, 12, 19 e 26 ottobre mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COMUNICAZIONE COLLABORATIVA ED INCLUSIVA

Come possiamo comunicare in modo chiaro e rispettoso senza rinunciare ad essere autentici? In un contesto lavorativo sempre più eterogeneo, le parole che utilizziamo influenzano la qualità delle relazioni, la collaborazione tra colleghi e il clima aziendale.
Anche quando le nostre intenzioni sono positive, il linguaggio può veicolare inconsapevolmente giudizi, stereotipi o preconcetti che generano distanza, incomprensioni e conflitti. Attraverso i principi della Comunicazione non violenta di Marshall B. Rosenberg.
Il corso offre strumenti pratici per riconoscere questi meccanismi e sviluppare una comunicazione più consapevole, collaborativa e inclusiva

Obiettivi

Alla fine del corso le persone partecipanti impareranno a:

- Comprendere i principi fondamentali della Comunicazione Nonviolenta alla base della comunicazione empatica
- Distinguere osservazioni, interpretazioni e giudizi nella comunicazione quotidiana
- Riconoscere come stereotipi, pregiudizi e generalizzazioni possano influenzare le relazioni professionali e il lavoro di squadra
- Individuare i bisogni che si celano dietro critiche e conflitti negli ambienti di lavoro
- Sviluppare maggiore consapevolezza nell'utilizzo del linguaggio scritto e orale, anche nei social media
- Utilizzare modalità comunicative più inclusive e rispettose delle differenze, mantenendo autenticità e naturalezza espressiva
- Favorire un clima di collaborazione, ascolto e fiducia attraverso scelte linguistiche più consapevoli

Destinatari

Il corso è rivolto a responsabili e referenti HR, manager, team leader e a tutte le persone che desiderano migliorare la comunicazione sul lavoro. È indicato per chi si relaziona quotidianamente con colleghi, clienti o fornitori e vuole comunicare in modo più chiaro, efficace e inclusivo, favorendo collaborazione, fiducia e relazioni professionali di qualità.

Contenuti

- Ostacoli alla comunicazione empatica sul lavoro
- Le differenze chiave della comunicazione empatica rispetto al nostro linguaggio abituale
- Come stereotipi, etichette e generalizzazioni influenzano le relazioni professionali
- I bisogni come motore dei comportamenti umani
- Cosa si nasconde dietro critiche, accuse e conflitti
- Strategie per favorire dialogo e collaborazione
- Linguaggio inclusivo: significato e obiettivi
- Riconoscere espressioni e formule che possono generare esclusione o stereotipi
- Comunicare con rispetto senza perdere autenticità e naturalezza
- Buone pratiche per la comunicazione scritta in e-mail, documenti e social media

Docente

Bianca Donati è esperta di marketing, design e comunicazione digitale, con esperienza come Brand Manager in una grande multinazionale italiana. Dal 2021 si dedica alla formazione, integrando strategia, creatività e comunicazione empatica con competenze avanzate nell'utilizzo di Canva e dell'Intelligenza Artificiale. Ha conseguito un Master in Ethics, Diversity and Inclusion presso la Rome Business School e continua a perfezionarsi con docenti italiani e internazionali.

18

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 10 marzo
PARMA, 1 luglio
RAVENNA, 20 ottobre

Formazione a distanza
2 e 9 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ASSERTIVITÀ E NEUROSCIENZE PER DISINNESCARE L'ESPLOSIONE (AGGRESSIVITÀ) E L'EVITAMENTO (PASSIVITÀ)

Nei contesti lavorativi ad alta pressione, lo stress innesca spesso risposte automatiche poco efficaci, come reazioni aggressive o atteggiamenti passivi di evitamento. Il corso adotta un approccio neurobiologico e comportamentale per comprendere i meccanismi che si attivano nel cervello sotto stress e trasformare le reazioni impulsive in comportamenti consapevoli e modalità di comunicazione più efficaci.

Obiettivi
I partecipanti impareranno a riconoscere e prevenire il sequestro emotivo attraverso l'applicazione di tecniche pratiche di autoregolazione. Il percorso consentirà di disinnescare comportamenti aggressivi sviluppando capacità di ascolto strategico e, al contempo, di superare atteggiamenti passivi imparando a esprimere con chiarezza e fermezza i propri confini professionali. Ciò favorirà relazioni più efficaci, un clima di lavoro positivo e un miglioramento della produttività del team.

Destinatari
Il percorso si rivolge a tutte le risorse aziendali operanti in contesti ad alto ritmo o a elevata interazione relazionale: team leader, responsabili di reparto e middle management, project manager, impiegati, tecnici.

Contenuti
- La neurobiologia dello stress in ufficio
- Self-Assessment comportamentale
- Il profilo reattivo-aggressivo
- Il profilo reattivo-passivo
- Pronto soccorso neuro-cognitivo
- Palestra di assertività relazionale

Docente
Margherita Martani Farinotti, formatrice, neuropsicologa, coach e consulente in sviluppo organizzativo e gestione delle persone. Accompagna aziende e professionisti nel potenziare le competenze organizzative, relazionali e comunicative. Lavora con approcci pratici e motivazionali, orientati all'efficacia e al benessere nei contesti lavorativi.

19

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 26 febbraio
RAVENNA, 9 giugno
REGGIO EMILIA, 8 luglio
PARMA, 6 ottobre
CESENA, 15 novembre

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA TRIADE MAGICA: CHIEDERE SCUSA, DIRE DI NO, LODARE IN MODO CREDIBILE E AUTOREVOLE

La qualità delle relazioni professionali si costruisce anche attraverso tre competenze spesso sottovalutate: saper chiedere scusa, dire di no e riconoscere i meriti altrui. Il corso fornisce strumenti pratici per gestire queste situazioni in modo credibile, autorevole e rispettoso, rafforzando collaborazione, fiducia e motivazione all'interno dei team e nelle relazioni di lavoro quotidiane.

Obiettivi
Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:
- Saper come chiedere scusa in modo credibile e autorevole
- Utilizzare efficacemente il no positivo e digeribile
- Fare critiche e lodi ad un collaboratore in modo adeguato

Destinatari
Il corso è rivolto a due tipologie di partecipanti:
- Chi coordina persone e supporta la crescita dei collaboratori, per i quali la capacità di chiedere scusa senza perdere autorevolezza, formulare lodi credibili e gestire osservazioni correttive in modo rispettoso rappresenta una competenza fondamentale per mantenere motivazione, senso di appartenenza e commitment all'interno del team
- Chi opera in team ad elevata collaborazione, dove il confronto e il feedback reciproco sono parte integrante del lavoro quotidiano. In questi contesti, la capacità di formulare scuse sincere, riconoscere i meriti degli altri e comunicare rifiuti chiari, motivati e costruttivi costituisce un elemento essenziale per favorire relazioni efficaci e una collaborazione duratura

Contenuti
Chiedere scusa senza perdere autorevolezza: posizione, ruolo e dinamiche relazionali
- Le scuse credibili:
  - dare un oggetto specifico alle proprie scuse
  - essere sintetici senza risultare frettolosi
  - non girarci intorno: utilizzare un linguaggio diretto, senza essere bruschi
- I nemici delle scuse:
  - fogging e scaricabarile
  - "scusa, ma..." e "scusa, però..."
  - deformazioni e cancellazioni della responsabilità
- Quando non conviene chiedere scusa
- Role play e analisi di casi

Il no digeribile: il no positivo
- Allarmismo, colpevolizzazione e squalificazione: sono davvero utili?
- Individuare con chiarezza il proprio obiettivo:
  - a cosa si sta dicendo no
  - cosa non si può accettare
  - cosa si potrebbe accettare
- Le tre parti del no: kiss-kick-kiss
- L'importanza del secondo kiss: proporre un'alternativa risolutiva, accettabile e proattiva
- Role play e analisi di casi
- I richiami costruiti secondo la logica del no positivo

Fare lodi in modo credibile
- Le lodi da un minuto: specifiche e realistiche
- Dedicare il giusto tempo a un complimento
- Essere sintetici e diretti
- La lode condivisa, significativa e tempestiva
- I nemici della lode:
  - fogging e genericità
  - "bene, ma..." e "bene, però..."
  - esagerazioni che compromettono la credibilità
- Role play ed esercitazioni pratiche

Docenti
Stefania Panini, formatrice, consulente organizzativa, coach, ha insegnato all'Università di Pisa (Ingegneria Gestionale) per 15 anni e all'Università di Bologna (Scienze della Formazione) per 13 anni.

Roberta Barra, formatrice, coach, regista e autrice teatrale si occupa di sviluppo di competenze comunicative e lavora sui temi delle pari opportunità per associazioni ed enti pubblici e privati.

20

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 16 marzo
PARMA, ed. 1 - 17 maggio
PARMA, ed. 2 - 27 ottobre
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 16 novembre

Formazione a distanza
8 e 12 aprile - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRENDERE LE PERSONE PER IL VERSO GIUSTO: ANTICIPARE E GESTIRE LE REAZIONI EMOTIVE NEI RAPPORTI PROFESSIONALI

Il corso è finalizzato a sviluppare competenze relazionali e comunicative efficaci nei contesti lavorativi. I partecipanti apprenderanno come riconoscere gli stili comunicativi di colleghi, collaboratori e clienti, adattando il proprio comportamento per gestire in modo costruttivo conflitti e situazioni complesse. Attraverso un approccio pratico ed esperienziale, il percorso favorisce lo sviluppo di empatia, ascolto attivo e flessibilità relazionale, migliorando la collaborazione e l'efficacia delle relazioni professionali.

Obiettivi
- Comprendere gli stili comunicativi:
  Riconoscere i diversi profili caratteriali e comportamentali dei colleghi, clienti o collaboratori
- Flessibilità relazionale:
  Imparare a adattare la propria comunicazione all'interlocutore per evitare incomprensioni e attriti
- Gestione delle criticità:
  Trasformare situazioni potenzialmente conflittuali in occasioni di confronto costruttivo
- Efficacia lavorativa:
  Migliorare la collaborazione e il clima aziendale:

Contenuti
- La mappatura dei comportamenti e della personalità
- Ascolto, sintonia, empatia
- L'arte dell'adattamento comunicativo
- Gestione delle obiezioni e prevenzione dei conflitti
- Role Play e analisi casi reali

Destinatari
Responsabili di team, manager e e coordinatori commerciali, customer care e ruoli front-office. Chiunque desideri migliorare la qualità delle proprie relazioni lavorative.

Docente
Margherita Martani Farinotti, formatrice, neuropsicologa, coach e consulente in sviluppo organizzativo e gestione delle persone. Accompagna aziende e professionisti nel potenziare le competenze organizzative, relazionali e comunicative. Lavora con approcci pratici e motivazionali, orientati all'efficacia e al benessere nei contesti lavorativi.

21

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 18 giugno
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 18 novembre

Formazione a distanza
23 febbraio e 3 marzo - mattino

2 e 9 luglio - mattino

25 e 30 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DA LAMENTELE A SOLUZIONI: COME GESTIRE I COLLABORATORI E DISINNESCARE LA NEGATIVITÀ (ANCHE LA PROPRIA)

Rivolto sia a chi guida un team sia a chi desidera superare schemi comportamentali non sempre costruttivi, il corso adotta un approccio neuroscientifico per comprendere e disinnescare i meccanismi alla base della negatività. Attraverso tecniche di reframing comunicativo, i partecipanti impareranno a gestire le lamentele in modo costruttivo, a superare alibi e resistenze al cambiamento e a trasformare la protesta in soluzioni concrete e orientate all'azione. Il percorso favorisce lo sviluppo di una maggiore responsabilità individuale e di una cultura della proattività condivisa.

Obiettivi
- Comprendere l'impatto: Analizzare le basi neuroscientifiche della negatività e l'effetto "contagio" all'interno del team
- Gestire i collaboratori: Imparare a classificare e disarmare le lamentele altrui (costruttive, distruttive, manipolative)
- Evolvere la propria mentalità: Riconoscere i propri alibi per passare dal ruolo di "vittima" a quello di "protagonista"
- Comunicare in modo proattivo: Padroneggiare il linguaggio positivo e la ristrutturazione dei problemi (*reframing*)
- Raggiungere i risultati: Applicare il metodo in *7 passi* per definire obiettivi chiari, superando resistenze e presupposizioni

Destinatari
Imprenditori, manager e team leader che desiderano gestire collaboratori critici e migliorare il clima aziendale. Professionisti e lavoratori che vogliono superare l'abitudine al malcontento e sviluppare un'attitudine proattiva.

Contenuti
Modulo 1: La Chimica della Lamentela (Neuroscienze & Psicologia)
- Perché le lamentele fanno male al cervello: evidenze neuroscientifiche
- Cosa si nasconde dietro la protesta: bisogni inespressi, insicurezze e paure
- L'effetto contagio: come la negatività si propaga nel team e riduce la produttività

Modulo 2: Mappatura & Gestione delle Criticità
- I 3 tipi di lamentele: costruttive, distruttive e manipolative
- Strategie per disarmare i collaboratori polemici ed estrarre soluzioni
- Riconoscere il proprio ruolo: il passaggio individuale da *vittima* a *protagonista*

Modulo 3: Comunicazione Efficace & Ristrutturazione
- L'uso del linguaggio positivo e assertivo nelle relazioni di lavoro
- *Problem Reframing*: trasformare le criticità quotidiane in opportunità d'azione
- Eliminare presupposizioni, pregiudizi e resistenze al cambiamento

Modulo 4: Dai Problemi agli Obiettivi (Laboratorio Pratico)
- I 7 passi per definire un obiettivo ben formato e raggiungibile
- Criteri di priorità, fattibilità e scelta degli obiettivi giusti
- Esercitazioni pratiche e Role Playing: Casi reali portati dai partecipanti su gestione del team e self-leadership

Docente
Margherita Martani Farinotti, formatrice, neuropsicologa, coach e consulente in sviluppo organizzativo e gestione delle persone. Accompagna aziende e professionisti nel potenziare le competenze organizzative, relazionali e comunicative. Lavora con approcci pratici e motivazionali, orientati all'efficacia e al benessere nei contesti lavorativi.

22

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 15 marzo
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 13 aprile
PARMA, 24 maggio
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 22 ottobre

Formazione a distanza
12 e 19 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NEGOZIAZIONE EFFICACE: COME OTTENERE ACCORDI SODDISFACENTI EVITANDO I CONFLITTI

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

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

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

Contenuti
Quando ci troviamo in una situazione scomoda e spiacevole sul piano relazionale (attacchi, accuse, rimbalzo di colpa, forti contrasti) la nostra razionalità cede spesso il passo all'istintività: è facile perdere il controllo, per lo meno sentire di doversi difendere con veemenza. Quante volte però il problema di lavoro non viene risolto e la situazione degenera, a volte fino ad un punto di non ritorno.

Questa formazione è appositamente concepita per la gestione di tali momenti che mettono chiunque alla prova, infatti insegna:
- A mantenere la calma e a fissare il focus più utile e produttivo
- A spostare la comunicazione verso una dimensione costruttiva ed esplorativa
- Ad agire con la sicurezza, la forza e l'autorevolezza di chi sa che sarà in grado di uscirne vincente, dando altresì valore anche al proprio interlocutore

Tutto questo è possibile grazie a una tecnica, ovvero i "5 passi della collaborazione":
1. Andare al balcone
2. Fare un passo dalla loro parte
3. Ristrutturare la comunicazione
4. Costruire un ponte d'oro
5. Illustrare lo stop

Il corso prevede una parte frontale per fissare l'impalcatura teorica del tema e una generosa parte esperienziale per fare pratica con le tecniche condivise.

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

23

SOFT SKILLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, ed. 1 - 6 e 13 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 10 e 17 giugno
PARMA, ed. 2 - 21 e 28 settembre
PIACENZA, 11 e 18 ottobre
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 11 e 18 novembre

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PARLARE IN PUBBLICO

Molti professionisti, dentro e fuori l'azienda, si trovano spesso a dover parlare in pubblico e non sempre la conoscenza tecnica coincide con la capacità di spiegare con incisività e sicurezza. Che comportamento tenere? Come farsi capire dai tecnici e dai meno esperti? Dove mettere le mani? Dove guardare? Che voce usare? Questo percorso propone un allenamento pratico per comunicare in modo efficace, coinvolgente e professionale.

Obiettivi
- Acquisire tecniche per essere più efficaci, sicuri e incisivi nelle comunicazioni in pubblico
- Sperimentare concretamente le tecniche acquisite

Destinatari
Chi desidera essere un relatore chiaro, sicuro di sé e convincente, chi vuole essere efficace e incisivo nelle riunioni e fornire spiegazioni comprensibili e organizzate.

Contenuti
- Dedicare l'intervento al proprio pubblico: una tecnica per risultare originali e competenti
  Pensarci prima: la progettazione strategica dell'intervento, anche quando si va a braccio
- Il linguaggio del corpo in presenza e a distanza: guidarlo con 6 dimensioni possibili
- L'uso delle parole: sequenze argomentali, registro, ancore e repertorio aneddotico
- La gestione delle obiezioni
- L'uso della voce per gestire emozioni e dimostrare sicurezza
- Voce acqua, aria, terra, fuoco
- Ripresa video filmata e analisi dello stile comportamentale: punti di forza e aree di miglioramento
- Nell'uso del corpo, della voce e nella variazione interpretativa del contenuto

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 e fondatrice di NetLearningLab.

Roberta Barra, comunicatrice, attrice e regista, docente di tecniche della voce e di improvvisazione teatrale applicate allo sviluppo delle competenze trasversali e del comportamento organizzativo.

24

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 13 luglio
PARMA, 15 novembre

Formazione a distanza
27 gennaio e 3 febbraio - mattino

18 e 25 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSINESS ETIQUETTE E COMUNICAZIONE INTERCULTURALE

Nel mondo del lavoro di oggi non basta possedere competenze tecniche. Collaborare efficacemente con clienti, colleghi e partner richiede capacità comunicative, sensibilità relazionale e consapevolezza delle dinamiche che influenzano le interazioni professionali. La Business Etiquette viene affrontata non come insieme di regole formali, ma come strumento per costruire relazioni efficaci, rappresentare l'azienda e comunicare con professionalità.

Obiettivi
- Migliorare la comunicazione e la collaborazione professionale
- Comprendere l'impatto delle differenze culturali e relazionali nei contesti lavorativi
- Rafforzare la capacità di costruire relazioni basate sulla fiducia
- Gestire meeting, negoziazioni e interazioni professionali con maggiore efficacia
- Sviluppare soft skills utili in contesti nazionali e internazionali

Destinatari
Professionisti, imprenditori, collaboratori e figure commerciali che desiderano migliorare la propria efficacia relazionale e comunicativa nei rapporti professionali, sia all'interno dell'azienda sia nei contesti nazionali e internazionali.

Contenuti
- Business Etiquette e soft skills professionali
- Prima impressione e credibilità professionale
- Comunicazione verbale e non verbale
- Linguaggio del corpo e ascolto attivo
- Business Etiquette come strumento di relazione professionale
- Buone maniere e comportamenti che favoriscono fiducia e collaborazione
- Il modello dell'iceberg culturale
- Edward T. Hall: culture ad alto e basso contesto
- Geert Hofstede e le principali dimensioni culturali
- Small talk e costruzione della fiducia
- Comunicazione diretta e indiretta
- Business meeting, business lunch ed etichetta digitale
- Focus: Germania, Stati Uniti, Cina, Giappone, India, Paesi Arabi ed Europa
- Simulazioni, role play interculturali ed esercitazioni pratiche

Docente
Susanne Strauss, Business & Social Etiquette Trainer. Austriaca di origine e certificata in Italia e Germania come International Business Etiquette Trainer, si occupa di formazione nell'ambito delle soft skills, della Business Etiquette e della comunicazione interculturale. Collabora con aziende e professionisti nello sviluppo delle competenze relazionali necessarie per operare con efficacia in contesti nazionali e internazionali.

25

SOFT SKILLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 20 maggio
PIACENZA, 26 maggio
PARMA, 16 giugno
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 21 ottobre

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'ANTIFRAGILITA' IN AZIENDA: PER IMPARARE A EVOLVERE NELL'INCERTEZZA E TRASFORMARE GLI IMPREVISTI IN VANTAGGI COMPETITIVI

In un'era caratterizzata da incertezza e caos, questo corso esplora l'antifragilità, la capacità di individui, team e organizzazioni di non solo resistere agli shock ma di uscirne rafforzati e trasformati. Imparerai a considerare l'imprevisto come motore di cambiamento e crescita, evolvendo e prosperando nel disordine. Un'opportunità per allenare un mindset che trasforma ogni sfida in un vantaggio evolutivo, superando la semplice resilienza.

Obiettivi
- Distinguere l'antifragilità da fragilità, robustezza e resilienza, comprendendo come prosperare attivamente nel disordine e dall'incertezza
- Trasformare l'incertezza e gli eventi inattesi in opportunità di crescita e innovazione, ricercando il cambiamento come spinta propulsiva
- Applicare i quattro pilastri dell'antifragilità (Adattamento Proattivo, Evoluzione Agonistica, Agilità Emotiva, Distruttività Consapevole) per lo sviluppo personale e professionale
- Utilizzare gli errori e i fallimenti come informazioni cruciali per il miglioramento continuo e il raggiungimento di obiettivi di livello superiore

Destinatari
Individui, team e professionisti che operano in contesti dinamici e imprevedibili, desiderosi di sviluppare la capacità di non solo affrontare le sfide, ma di trarne un vantaggio competitivo e personale. È ideale per chi cerca strumenti per migliorare la propria proattività, innovazione e crescita continua in un mondo in costante evoluzione. Particolarmente utile per coloro che gestiscono progetti, team, o si trovano in ruoli decisionali che richiedono visione strategica e resilienza evolutiva.

Contenuti
Introduzione all'Antifragilità:
- Il concetto di antifragilità, come introdotto da Nassim Nicholas Taleb
- Differenza tra fragilità, robustezza, resilienza e antifragilità: il resiliente resiste e torna al punto di partenza, l'Anti-Fragile evolve e migliora grazie agli shock e alla volatilità
- L'imprevisto, il caos e l'incertezza come motori intrinseci di cambiamento e crescita

Misurabilità e Alienabilità dell'Antifragilità:
- L'Antifragilità è una caratteristica che può essere allenata e sviluppata
- Cenni allo strumento AFQ (Anti-Fragile Questionnaire), il primo e ad oggi unico strumento scientifico capace di misurare l'antifragilità
- Vantaggi della misurazione per identificare nuove leadership e "catalizzatori" dell'antifragilità all'interno delle organizzazioni

I Quattro Pilastri dell'Antifragilità:
- Adattamento Proattivo: La capacità di fronteggiare situazioni negative e mettere in atto azioni propulsive verso un obiettivo ("Mi ci trovo")
- Evoluzione Agonistica: La spinta interiore a ricercare la novità e il cambiamento, anche desiderando il "guai" per trarne insegnamento dal fallimento ("Mi ci metto")
- Agilità Emotiva: La capacità di gestire le proprie emozioni, scegliendo tra la posizione "in" (vivere l'emozione pienamente) e "meta" (distaccarsi per analizzare)
- Distruttività Consapevole: La volontà di distruggere ciò che non serve più per raggiungere obiettivi di livello superiore, anche modificando i propri valori ("Mi libero dai condizionamenti")

Sviluppare un Mindset Anti-fragile:
- L'importanza di accettare il rischio e l'incertezza per evitare patologie come la fobia e la depressione
- Il ruolo fondamentale della curiosità e della sorpresa nello sviluppo indiretto dell'antifragilità
- Come trasformare errori e fallimenti in fonti di informazione e opportunità di miglioramento, evitando il giudizio
- Strategie pratiche per affrontare le sfide e le avversità in modo evolutivo, anche nel contesto della riabilitazione

Esempi e Applicazioni Pratiche:
- Storie concrete di antifragilità nello sport (es. Alex Zanardi, Sofia Goggia) e nella vita quotidiana
- Applicazioni del mindset Anti-Fragile in contesti aziendali e manageriali, come la gestione della volatilità bancaria.
- Metafore esplicative dell'antifragilità (Spada di Damocle, Araba Fenice, Idra)

Docente
Mauro Dotta, da più di 25 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e coach. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'Università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'Università di Firenze. Executive coach (ACC) diplomato presso la Scuola Europea di Coaching.

MANAGEMENT TOOLS

L’insieme delle competenze per responsabili di tutti i livelli, dai vertici dell’organizzazione a team leader, capi reparto e responsabili di ufficio. I corsi forniscono gli strumenti necessari per migliorare le capacità relazionali, organizzative e decisionali.i.

FORMAZIONE 2027

26

MANAGEMENT TOOLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 12 maggio
PIACENZA, 21 giugno
CESENA, 16 novembre
REGGIO EMILIA, 2 dicembre

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AGILITÀ EMOTIVA PER I TEAM LEADER

Secondo il report "State of the Global Workspace" (Gallup, 2026), quasi il 90% dei lavoratori in Italia non è coinvolto nel lavoro che svolge, con un evidente impatto sulla capacità delle organizzazioni di raggiungere i propri obiettivi. Tra le motivazioni più ricorrenti si trovano la scarsa condivisione di obiettivi e priorità, un basso livello di fiducia nei proprio responsabili e nell'organizzazione, la scarsa valorizzazione dei talenti, la mancanza di coinvolgimento nei processi di cambiamento. Altri studi mostrano, invece, come i leader "emotivamente intelligenti" abbiano una probabilità 7 volte superiore di esercitare una leadership efficace, mantenendo produttività e coinvolgimento nei loro team.Il corso si rivolge quindi ai leader che vogliono allenare la propria intelligenza emotiva, per creare squadre motivate, focalizzate, coinvolte.

Obiettivi
- Acquisire strumenti per gestire le proprie emozioni ed esercitare la self leadership
- Facilitare la creazione di ambienti di fiducia per il team
- Saper valorizzare i talenti
- Utilizzare l'intelligenza emotiva nei processi quotidiani del team

Destinatari
Il percorso si rivolge a imprenditori, manager, responsabili, HR, team leader e a tutti coloro che vogliono potenziare le proprie capacità di leadership attraverso l'intelligenza emotiva.

Contenuti
- L'impatto delle emozioni in azienda
- I passi dell'agilità emotiva: dal sequestro emotivo all'azione consapevole
- Padronanza di sé e Self leadership
- Le emozioni nel team: come passare dal contagio emotivo alla valorizzazione dei talenti
- Il ruolo della fiducia e della sicurezza psicologica nella gestione delle dinamiche del team
- La sinergia tra emozioni e motivazione
- Dialoghi ad alto impatto: come utilizzare parole ed emozioni per giungere a soluzioni win win
- L'intelligenza emotiva alla base dei processi di problem solving, creatività e innovazione, decision making
- Il ruolo delle emozioni nei processi di cambiamento

Il corso è ad alta interazione e i partecipanti saranno chiamati a mettersi in gioco con esercitazioni e lavori individuali e di gruppo.

Docente
Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale PCC di ICF e Team Coach certificata ICF (ACTC), Emotional Intelligence Assessor & Facilitator. Da oltre 20 anni affianca persone e organizzazioni nel definire e implementare piani di Change Management e sviluppo organizzativo, facilitando la crescita dei talenti individuali e di team. Come Business Coach supporta imprenditori, manager e team nel raggiungere i propri obiettivi strategici.

27

MANAGEMENT TOOLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 11 febbraio
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 18 maggio
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 17 novembre

Formazione a distanza
20 e 27 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MOTIVAZIONE STRATEGIE PRATICHE PER ACCENDERE E MANTENERE L'IMPEGNO DELLE PERSONE

La capacità di un leader di comprendere e sostenere la motivazione del team è il motore di performance e innovazione. Il percorso abbandona i vecchi paradigmi per un approccio moderno: non si tratta solo di "gestire", ma di "ispirare". I partecipanti scopriranno come sbloccare il potenziale dei collaboratori, trasformando il gruppo in un team coeso, proattivo e orientato al successo condiviso.

Obiettivi
- Comprendere cos'è la motivazione e come le sue diverse sfaccettature (intrinseca ed estrinseca) influenzino le performance individuali, le dinamiche di gruppo e i risultati dell'intera organizzazione
- Apprendere e applicare modelli teorici chiave sulla motivazione (dalla Self-Determination Theory al modello di Dan Pink) per diagnosticare lo stato attuale del proprio team e identificare le leve giuste su cui agire
- Creare un piano d'azione personalizzato e immediatamente applicabile per potenziare la motivazione e l'engagement nel proprio contesto lavorativo quotidiano

Destinatari
Tutti coloro che abbiano necessità di acquisire o affinare l'utilizzo di strumenti e tecniche efficaci per dare valore alle persone e al loro potenziale nelle organizzazioni.

Contenuti
Capire il "Perché"
- Decodificare la Motivazione 3.0: Superare il concetto di "bastone e carota". Introduzione alla motivazione intrinseca vs. estrinseca
- L'Impatto a Cascata: Come la motivazione (o la sua assenza) influenza il clima, la collaborazione, la proattività e il benessere organizzativo
- Workshop Interattivo: Motivation Audit - I partecipanti mappano i livelli e le tipologie di motivazione percepiti nel loro team
  - Gli Acceleratori di Engagement - Modelli e Strumenti
- Dalla Teoria alla Pratica: Analisi dei modelli motivazionali più efficaci per il mondo del lavoro odierno:
  - Autonomia: L'importanza di dare spazio decisionale e fiducia
  - Padronanza (Mastery): Il desiderio di crescere, migliorare le proprie competenze e affrontare sfide stimolanti
  - Scopo (Purpose): La necessità di connettere il lavoro quotidiano a un obiettivo più grande e significativo
- Il Ruolo del Manager come "Coach Motivazionale":
  - Tecniche di ascolto attivo e feedback generativo
  - Come delegare per sviluppare e non solo per scaricare
  - Riconoscere e valorizzare i contributi in modo personalizzato
- Case Study & Role Playing: Simulazione di conversazioni difficili (es. un collaboratore demotivato) applicando le tecniche apprese
- Il Piano d'Azione - Da Ispirazione a Implementazione
- Costruire la propria "Motivation Toolkit": I partecipanti selezionano gli strumenti e le strategie più adatte al proprio stile di leadership e alla realtà del proprio team
- Definire Obiettivi SMART per la Motivazione: Come tradurre le intuizioni in azioni concrete, misurabili e realistiche
- Peer Coaching & Condivisione: I partecipanti si confrontano in piccoli gruppi sui loro piani d'azione, ricevendo feedback e spunti dai colleghi

Il corso è progettato per massimizzare l'interazione e l'apprendimento esperienziale. La metodologia si basa su:
- Sessioni Interattive: Brevi presentazioni teoriche seguite immediatamente da attività pratiche
- Lavoro di Gruppo e Peer-to-Peer Learning: Per favorire lo scambio di esperienze e punti di vista
- Autovalutazioni e Canvas Guidati: Per stimolare la riflessione personale e facilitare la creazione del piano d'azione
- Utilizzo di Casi Reali: Proposti dal formatore e portati dai partecipanti per garantire la massima aderenza alla realtà lavorativa

Docente
Mauro Dotta, da più di 25 anni si occupa di gestione e sviluppo delle Persone in qualità di Human Resources Manager, formatore e coach. Laureato in gestione delle Risorse Umane presso l'università di Torino con successiva formazione executive in Human Resources management presso SDA Bocconi di Milano e Master in "dialoghi per la pace" presso l'università di Firenze. Executive coach (ACC) diplomato presso la Scuola Europea di Coaching.

28

MANAGEMENT TOOLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 28 aprile
RAVENNA, 16 giugno

Formazione a distanza
7 e 14 settembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL FEEDBACK: IMMERSIONE NELLO SPECCHIO DELLE NOSTRE AZIONI

Dall'inglese feed (alimentare) e back (indietro) = riportare qualcosa indietro, il feedback si afferma sempre più come l'opportunità di favorire la crescita professionale e personale in ambiente organizzativo. Ma in che cosa, esattamente, un feedback deve differenziarsi da un giudizio, da un rimprovero, da un'imposizione? Il corso affronta il terreno minato di uno strumento dove le parole possono essere interpretate in maniere inaspettate, e guida attraverso modalità e strategie utili a formulare e ricevere un feedback efficace e costruttivo.

Obiettivi
- Comprendere il mix di apprensione, speranze, aspettative che sottendono ogni comunicazione organizzativa– sia in uscita che in ricezione (calibrazione)
- Apprendere le modalità attraverso le quali il feedback si configura come spazio sicuro di dialogo e confronto e non come un attacco personale
- Allenarsi a dare e ricevere feedback nella consapevolezza della bidirezionalità dello strumento

Destinatari
Il corso si rivolge a imprenditori, referenti delle risorse umane, manager, coordinatori di reparto, e tutti coloro che sono impegnati nel processo di miglioramento continuo, di crescita personale e professionale e di rafforzamento delle relazioni all'interno di un team.

Contenuti
Identikit di un feedback
- Il feedback: origini, definizione e dinamica
- Informazioni, opinioni + restituzione delle nostre percezioni: attenzione a tatto, consapevolezza e intenzione di aiuto/supporto
- Descrittivo, non valutativo o giudicante: la struttura del feedback
- Specifico, proattivo e attento ai bisogni: caratteristiche di un feedback che funziona
- Feedback positivo e feedback critico: tempi, modalità, linguaggio
- Ricevere il feedback come traccia del proprio comportamento, non interpretarlo come verità assoluta
- Esercitazioni a supporto dell'allenamento

Docente
Frida Ravasi, da oltre 25 anni attiva nella consulenza aziendale, ha maturato esperienza come formatrice ed esperta di sviluppo organizzativo - trasversalmente presso imprese di grandi e medie dimensioni sul territorio nazionale. Laureata in filosofia del linguaggio, collabora stabilmente nel ruolo di consulente alle risorse umane con primaria associazione datoriale del territorio romagnolo. Per l'affiancamento allo sviluppo individuale della persona nel lavoro, è inoltre partner di studio psicometrico di respiro internazionale.

29

MANAGEMENT TOOLS

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 2 febbraio
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 22 aprile
CESENA, 20 settembre
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 4 ottobre
RAVENNA, 10 novembre
RIMINI, 15 dicembre

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEADERSHIP VALORIZZANTE

Essere leader significa anche saper riconoscere e far emergere il potenziale dei propri collaboratori, creando un ambiente di lavoro motivante e costruttivo. Il corso offre strumenti pratici per guidare con empatia, favorire la crescita professionale e prevenire i conflitti. Attraverso modelli, test e casi reali, i partecipanti potranno esplorare e potenziare il proprio stile di leadership.

Obiettivi
- Acquisire tecniche per valorizzare il collaboratore e farlo crescere all'interno di un gruppo di lavoro
- Prevenire, evitare, risolvere il conflitto nel gruppo di lavoro

Destinatari
Manager, team leader e responsabili di gruppo che desiderano sviluppare una leadership capace di valorizzare le persone e gestire efficacemente le dinamiche all'interno del team di lavoro.

Contenuti
Il leader emotivo:
- Quanti stili di leadership ci sono?
- 5 stili di leadership possibili
- La leadership valorizzante: cosa fa
- La leadership motivante: 5 fattori che incidono
- Emozioni al lavoro: cosa conoscere e cosa usare
- Che tipo di leader sono? Test

Il capo che fa crescere:
- Come fare crescere le persone: motivazione, senso di responsabilità, abilità e capacità
- I 4 livelli di maturità professionale: come usare un modello che guidi davvero il leader
- Analisi di casi ed Esercitazioni applicative

Docente
Stefania Panini, consulente ed esperta di HRD, formatrice e coach professionista, è senior partner di "Solarislab laboratorio della conoscenza" e co-founder d. Ha insegnato per 13 anni "Gestione delle Risorse Umane" presso la Facoltà di Ing. Gestionale - Università di Pisa e ha collaborato con l'Università di Bologna in vari percorsi laboratoriali e corsi di studio. Si occupa di: comunicazione e gestione delle relazioni positive, public speaking strategico, comportamento organizzativo e soft skills, scrittura per il lavoro.

30

MANAGEMENT TOOLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 24 e 31 marzo
PARMA, ed. 1 - 4 e 11 maggio
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 24 giugno e 1 luglio
PARMA, ed. 2 - 5 e 12 ottobre
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 4 e 11 novembre

Formazione a distanza
8, 15, 22, 29 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE I COLLABORATORI – PERCORSO PER RESPONSABILI DI FUNZIONE

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

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

Destinatari
Il corso si rivolge a Titolari, Responsabili di funzione o Capi intermedi.

Contenuti
- Il ruolo del responsabile di funzione all'interno dell'Azienda
- L'organizzazione aziendale, il mercato ed i ruoli di responsabilità
- I quattro mestieri fondamentali del capo: pianificare, organizzare, gestire, controllare
- Il modello di Mintzberg ovvero come sfuggire alla tentazione di fare tutto senza perdere contatto con l'operatività
- Alcune osservazioni sul rapporto capo-collaboratore
- La motivazione delle persone dalla teoria alla pratica: come funzionano e come si sviluppa

I quattro strumenti del responsabile:
- Attenzione alle leve organizzative
- Attenzione alle relazioni
- Attenzione alla crescita professionale (delega)
- Attenzione al feedback e alla valutazione delle prestazioni

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

31

MANAGEMENT TOOLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 10 e 17 marzo
PARMA, 15 e 22 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 13 e 20 maggio
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 24 settembre e 1 ottobre
PARMA, 13 e 17 dicembre

Formazione a distanza
4, 11, 18, 25 novembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT PER GESTIRE PROGETTI DI SUCCESSO

Il Project Management aiuta le aziende a migliorare l'organizzazione e l'efficacia nella gestione dei progetti, sia interni sia per il cliente. Il corso fornisce le basi della disciplina e presenta strumenti e metodologie per pianificare, monitorare e concludere con successo un progetto, rispettando tempi, costi e qualità attesi.

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

Destinatari
Persone coinvolte nella gestione di progetti aziendali, sia in ambito tecnico che organizzativo, come Project Manager, responsabili di commessa, responsabili di area o persone chiamate a coordinare attività progettuali.

Contenuti
Introduzione al P.M.
- Lo scenario del Project Management
- Gli aspetti tecnico-metodologici e strategico-organizzativi
- Cenni storici
- Il ciclo di vita del progetto e le fasi del Project Management

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

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

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

Cenni alle tecniche di Program Management

Docente
Value s.a.s. è una società di consulenza e formazione specializzata nello sviluppo organizzativo orientato ai progetti. Si occupa di Business Analysis, Project e Program Management, Change Management e Risorse Umane, Process Management e Sostenibilità. È certificata ISO 9001:2015 per i servizi erogati.

32

MANAGEMENT TOOLS

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA - 10 giugno
REGGIO EMILIA - 13 ottobre

Formazione a distanza
10 e 17 maggio - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSINESS DESIGN E BUSINESS MODEL CANVAS: SAPER ANALIZZARE E PROGETTARE MODELLI DI BUSINESS INNOVATIVI

Durante il corso si realizzerà il Business Model Canvas completo della propria azienda, verranno comprese le aree di forza e debolezza del modello attuale e verrà effettuato il piano d'azione per l'ottimizzazione del business model.

Obiettivi
- Comprendere i principi del Business Design Assimilare un approccio strategico, collaborativo e rigenerativo per progettare, innovare e migliorare i modelli di business mettendo al centro le esigenze del cliente e la creazione di valore sostenibile
- Padroneggiare lo strumento del Business Model Canvas Imparare a mappare, analizzare e strutturare in modo chiaro e visivo tutte le componenti chiave di un'organizzazione
- Acquisire metodologie e strumenti complementari Utilizzare il Value Proposition Canvas, la Customer Journey Map e la variante B2B BMC per affinare l'analisi dell'esperienza cliente e della proposta di valore
- Comprendere le dinamiche di innovazione Analizzare l'evoluzione dai modelli tradizionali a quelli digitali attraverso lo studio di casi reali di successo (Amazon, Netflix, Ryanair, Starbucks, Illy/Nespresso)
- Applicare i concetti alla propria realtà aziendale Sviluppare e completare il Business Model Canvas della propria azienda o progetto all'interno di un laboratorio guidato da Business Designer esperti
- Accedere al network professionale del settore Offrire ai partecipanti l'opportunità di richiedere l'iscrizione all'Associazione Business Design Italia (BDI) come socio aggregato per entrare in contatto con la community nazionale

Destinatari
- Imprenditori, Founder e Management di PMI e Startup che desiderano ripensare, innovare o rendere più resiliente e sostenibile il modello di business della propria azienda
- Business Designer, Innovation Manager e Manager del Cambiamento che intendono acquisire o perfezionare strumenti pratici di co-design e facilitazione per guidare i processi di trasformazione aziendale
- Responsabili Marketing, Prodotto e Strategia interessati a sviluppare un approccio customer-centric e una visione sistemica del percorso d'acquisto e della proposta di valore
- Consultanti e Professionisti d'Impresa che vogliono integrare il Business Design e il Business Model Canvas nella propria offerta consulenziale e connettersi alla rete nazionale della professione

Contenuti
Introduzione al business design
- Cos'è il Business Design: definizione e ambiti di applicazione
- Design thinking applicato al business: metodologie e mindset
- L'evoluzione dei modelli di business: da tradizionali a digitali

Il business model canvas
- Customer Segments (Segmenti di clientela: Tipologie di clienti e personas - Metodi di segmentazione
- Value Propositions (Proposte di valore): Come creare valore per il cliente - Canvas della proposta di valore
- Channels (Canali): Canali di distribuzione e comunicazione - Customer journey mapping
- Customer Relationships (Relazioni con i clienti): Tipologie di relazioni - Strategie di engagement
- Revenue Streams (Flussi di ricavi) Modelli di pricing - Diversificazione dei ricavi
- Key Resources (Risorse chiave): Risorse fisiche, intellettuali, umane, finanziarie
- Key Activities (Attività chiave): Attività di produzione, problem solving, piattaforma
- Key Partnerships (Partnership chiave): Tipologie di alleanze strategiche - Ecosistema di valore
- Cost Structure (Struttura dei costi): Cost-driven vs Value-driven - Economie di scala e scopo

Metodologia, strumenti e casi studio
- Strumenti complementari: Value Proposition Canvas, Customer Journey Map e B2B BMC
- Strumenti digitali e supporto dell'IA generativa (ChatGPT, Claude, Gemini, ecc.)
- Analisi guidata dei modelli di business di aziende famose (Amazon, Netflix, Ryanair, Starbucks, Illy/Nespresso)

Workshop
- Organizzazione del lavoro in team con supporto metodologico
- Definizione e validazione dei blocchi: Customer Segments, Value Propositions, Canali, Relazioni e Flussi di ricavo per la propria azienda
- Mappatura dei blocchi operativi: Risorse chiave, Attività core, Partnership strategiche e Struttura dei costi
- Consolidamento, verifica della coerenza complessiva del Canvas e sessione di Q&A
- Wrap-up
- Sintesi dei concetti chiave, definizione del piano d'azione aziendale e opportunità di approfondimento.2
- Modalità di accesso all'Associazione Business Design Italia come socio aggregato

Docente
Cristian Galletti, Consigliere del Direttivo dell'Associazione BUSINESS DESIGN ITALIA.

33

MANAGEMENT TOOLS

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, 7 ottobre
RAVENNA, 3 novembre

Formazione a distanza
19 e 25 marzo novembre - mattino

1 e 10 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DALLA STRATEGIA AI RISULTATI BUDGETING, FORECASTING E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

La pianificazione rappresenta il collegamento tra obiettivi strategici e risultati aziendali. Un processo strutturato consente di anticipare criticità e cogliere opportunità.

Obiettivi
- Costruire budget efficaci
- Migliorare l'affidabilità delle previsioni
- Integrare strategia e pianificazione
- Gestire scenari alternativi
- Monitorare il raggiungimento degli obiettivi

Destinatari
CFO, Finance Manager, Controller, Imprenditori, General Manager.

Contenuti
- Processo di budgeting
- Budget economico, patrimoniale e finanziario
- Forecast e rolling forecast
- Analisi degli scostamenti
- Scenario planning
- KPI di monitoraggio

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

34

MANAGEMENT TOOLS

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 18 e 25 febbraio

Formazione a distanza
25, 27 gennaio e
1, 8 febbraio - mattino

7, 14, 21, 28 aprile - mattino

15, 22, 29 settembre e
6 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SAPER LEGGERE E INTERPRETARE IL BILANCIO - UNO STRUMENTO PER LE DECISIONI OPERATIVE E STRATEGICHE

Quali informazioni estrapolare dal bilancio d'esercizio? Che cosa racconta veramente dello stato di salute di un'azienda, delle sue prospettive e dei suoi rischi e dei suoi vantaggi competitivi? Il corso risponde a queste domande affrontando lettura e analisi del bilancio in maniera semplice, chiara ed esaustiva, coprendo tutti gli aspetti più importanti dell'argomento. Alla fine del corso l'utente sarà in grado di comprendere a fondo i risultati economico-finanziari d'esercizio, nonché valutare tramite semplici indicatori l'efficienza, la redditività e la solidità finanziaria dell'azienda.

Obiettivi
- Comprendere le logiche di costruzione del bilancio d'esercizio
- Apprendere le modalità di analisi della redditività, solidità e liquidità aziendale
- Ottenere una visione più chiara e dettagliata della situazione aziendale, attraverso pochi e semplici indicatori
- Analizzare l'andamento aziendale nel tempo per poter, formulare previsioni sull'evoluzione futura dell'azienda

Destinatari
Imprenditori, responsabili commerciali e altri responsabili di area (anche non amministrativi), figure aziendali impegnate nell'attività di pianificazione e controllo di gestione.

Contenuti
Il corso offre quindi un Tool – Kit che parte dalla lettura del Bilancio per giungere alla lettura approfondita delle Performance aziendali:
- Riclassificazioni di bilancio
- Costruzione e comprensione dei principali indici di bilancio
- Prime indicazioni sulla Analisi competitiva e previsionale

Docente
Fabio Petroncini, Dottore commercialista e revisore dei conti. Consulente e formatore senior in area fiscale, contabile e in materia di pianificazione e controllo di gestione e gestione finanziaria d'impresa.

CORSI FUNZIONALI

Il nostro catalogo di corsi funzionali è studiato per soddisfare le esigenze formative delle seguenti principali funzioni aziendali:

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

Per ogni ruolo è essenziale approfondire strumenti e metodologie specifiche, con l'obiettivo di migliorare le prestazioni e rimanere competitivi. Questo è possibile solo mantenendo le competenze costantemente aggiornate.

CORSI FUNZIONALI

LEGALE E FISCALE

FORMAZIONE 2027

35

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
19 e 26 gennaio - mattino
15 e 22 marzo - mattino
24 e 31 maggio - mattino
15 e 22 giugno - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INCOTERMS® (2020 ICC) E OPERAZIONI CON L'ESTERO: ERRORI DA EVITARE E SOLUZIONI

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

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

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

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

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

36

LEGALE E FISCALE

Durata
8 ore

Formazione a distanza
18 e 25 gennaio - mattino

17 e 21 maggio - mattino

1 e 8 luglio - mattino

6 e 13 ottobre - mattino

15 e 22 novembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE OTTIMALE DELLE PRATICHE DOGANALI NELLE OPERAZIONI DI IMPORT EXPORT

Il corso fornisce le competenze tecnico-operative per ottimizzare la gestione delle pratiche doganali di importazione ed esportazione, oltre che per le operazioni Intra-UE. Il percorso formativo diviene così uno strumento strategico per razionalizzare i processi aziendali, garantire la Customs Compliance e sostenere l'internazionalizzazione d'impresa.

Obiettivi

I partecipanti apprenderanno come intervenire nella gestione di pratiche doganali per l'export e l'import attraverso i siti ufficiali fruibili da ogni operatore, al fine di:

- Identificare e classificare correttamente le merci utilizzando la nomenclatura combinata e la tariffa TARIC, individuando dazi, restrizioni (es. Dual Use) e/o misure collegate
- Gestire e convalidare la documentazione doganale d'importazione ed esportazione, analizzando in dettaglio le dichiarazioni doganali e i dati in esse contenuti
- Determinare e applicare l'origine preferenziale e non preferenziale delle merci (Esportatore Autorizzato, EUR.1, Esportatore Registrato REX)
- Riconoscere e implementare i regimi doganali più idonei (definitivi, temporanei, di perfezionamento o deposito) per efficientare e razionalizzare i processi
- Selezionare la corretta clausola degli Incoterms 2020, per ottimizzare la logistica e garantire la tracciabilità delle movimentazioni

Destinatari

Imprenditori, referenti e responsabili di reparto commerciale, ufficio acquisti, ufficio qualità, reparti contabilità e amministrazione, reparto logistica, customs compliance.

Contenuti

Classificazione delle merci:

- Analisi delle voci doganali e della nomenclatura combinata
- Criteri per una selezione accurata al fine di identificare dazi e misure collegate (es. TARIC e merci Dual Use)
- Utilizzo ITV e utilità del relativo database

Regole di origine preferenziale e non preferenziale delle merci:

- Definizione e distinzione tra il concetto di origine preferenziale e non preferenziale
- Adempimenti e passaggi procedurali per l'ottenimento delle autorizzazioni doganali, registrazioni, certificazioni e dichiarazioni relative
- Utilizzo IVO

Utilità di piattaforme, portali e tool disponibili:

- Modalità di consultazione efficace degli strumenti digitali ufficiali per agevolare e razionalizzare la gestione delle pratiche da/verso l'estero

Gestione dei principali documenti doganali e reingegnerizzazione delle dogane:

- Documentazione necessaria per una corretta operazione di esportazione
- Gestione e applicazione delle prove alternative di uscita
- Redazione della dichiarazione di libera esportazione
- Documentazione obbligatoria per le operazioni di importazione
- Metodologie di calcolo del valore in dogana e pagamento dei relativi diritti
- Procedure e vantaggi del luogo approvato

I regimi doganali:

- Requisiti e formalità per importazione ed esportazione definitiva
- Regolamentazione di importazione ed esportazione temporanea
- Funzionamento dei regimi di perfezionamento attivo e passivo
- Modalità di introduzione delle merci in deposito doganale e/o fiscale

Incoterms 2020:

- Ambito di utilizzo delle diverse clausole e modalità di indicazione corretta nei documenti di Import/export

Cenni di fatturazione e operazioni triangolari:

- Elementi introduttivi sulla fatturazione per spedizioni verso operatori UE ed Extra-UE
- Brevi accenni alle dinamiche e alle casistiche delle operazioni triangolari

Docente

Tassinari Mariagrazia, consulente e formatrice con esperienza pluriennale nel campo dell'internazionalizzazione. Dal 1992 affianca piccole e grandi imprese per facilitare il loro accesso ai mercati esteri e/o supportarle nello sviluppo internazionale. Svolge attività di consulenza personalizzata e collabora attivamente con le aziende per la risoluzione di problematiche specifiche legate al commercio globale e alla gestione degli scambi con l'estero.

37

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 22 aprile

Formazione a distanza
17 e 24 marzo - pomeriggio

6 e 13 maggio - pomeriggio

13 e 15 luglio - pomeriggio

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ORIGINE DELLE MERCI

Il corso fornisce alle imprese esportatrici gli strumenti per determinare correttamente l'origine doganale delle merci (preferenziale e non preferenziale), gestire la documentazione necessaria (certificati di origine, EUR1, autocertificazioni REX) ed evitare sanzioni e contestazioni doganali legate a un'errata attribuzione dell'origine..

Obiettivi
- Distinguere tra origine doganale preferenziale e non preferenziale delle merci
- Applicare correttamente le regole di origine previste dagli accordi di libero scambio dell'UE
- Compilare correttamente la documentazione doganale relativa all'origine (certificati EUR1, dichiarazioni in fattura, autocertificazioni REX)
- Riconoscere i rischi di sanzioni e contestazioni doganali legati a un'errata attribuzione dell'origine
- Gestire i rapporti con fornitori e clienti esteri in materia di attestazione dell'origine delle merci

Destinatari
Addetti e responsabili degli uffici commerciale estero, logistica, acquisti e doganale di aziende manifatturiere che esportano o importano merci, in particolare PMI che intrattengono rapporti commerciali con Paesi extra-UE o con partner di accordi di libero scambio dell'UE.

Contenuti
- Nozioni di origine doganale: origine non preferenziale e origine preferenziale
- Il Codice Doganale dell'Unione e la normativa di riferimento
- Le regole di origine negli accordi di libero scambio dell'UE
- Criteri di attribuzione dell'origine: prodotti interamente ottenuti e trasformazione sostanziale/lavorazione sufficiente
- Il certificato di circolazione EUR1 e la dichiarazione in fattura
- Il sistema REX (Registered Exporter), lo status di Esportatore Autorizzato e l'autocertificazione dell'origine
- La dichiarazione del fornitore (long-term e singola fornitura)
- Il cumulo dell'origine: cumulo bilaterale, diagonale e regionale
- Origine e dazi antidumping/compensativi
- Controlli doganali e verifiche a posteriori dell'origine
- Sanzioni e responsabilità dell'esportatore in caso di errata attribuzione dell'origine
- Caso Giappone: specifica dei criteri utilizzati
- Nuovo regolamento UE 2026/1183: sistema europeo e-PoC (electronic Proof of Origin Certificates)
  Casi pratici ed esercitazioni

Docente
Dott. Andrea Clerici, Albo Nazionale Spedizionieri Doganali,Dottore in Economia Politica, Docente ICE Faculty e presso vari Enti di formazione, Autore di articoli per riviste di settore, Relatore in seminari in ambito doganale. Representative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

38

LEGALE E FISCALE

Durata
8 ore

Formazione a distanza
16 e 23 febbraio - pomeriggio

21 e 28 settembre - pomeriggio

4 e 11 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DALLA NON IMPONIBILITÀ IVA ALLE RESE INCOTERMS: PROVE DI AVVENUTA CONSEGNA MERCE

Le prove di avvenuta cessione intra-UE e di avvenuta esportazione extra-UE giustificano la non imponibilità IVA (DPR 633/72 e DL 331/93) ma richiedono documentazione diversa. La resa Incoterms prescelta incide su obblighi doganali e prova di consegna. Il corso guida gli operatori nella corretta gestione documentale, per dimostrare l'avvenuta uscita della merce ed evitare contestazioni.

Obiettivi
- Comprendere il regime di non imponibilità IVA delle cessioni intraUE (DL 331/93) e delle esportazioni extraUE (DPR 633/72)
- Conoscere le principali novità e criticità delle regole Incoterms 2020 nella compravendita internazionale
- Individuare i documenti idonei a provare l'avvenuta cessione intraUE (art. 45-bis Reg. UE 282/2011) e l'avvenuta esportazione (MRN, visto uscire)
- Creare una procedura interna per la corretta gestione e conservazione delle prove di consegna/export
- Riconoscere le prove alternative di avvenuta esportazione in caso di anomalie del sistema

Destinatari
Ufficio Amministrazione, Acquisti, Spedizioni, Commerciale: chiunque abbia rapporti con clienti/fornitori esteri.

Contenuti
- Non imponibilità IVA: cessioni IntraUE (DL 331/93) ed esportazioni ExtraUE (DPR 633/72)
- Le rese Incoterms 2020: novità, responsabilità e criticità operative (EXW, DDP, CIF, DPU)
- Rilevanza doganale della resa Incoterms scelta
- Nuovo articolo 45-bis, Regolamento UE 2018/1912: prove di avvenuta cessione IntraUE
- Dichiarazione di avvenuta ricezione da parte del cliente e valore probatorio dei documenti di trasporto
- La prova dell'avvenuta esportazione e l'Export Control System
- Il DAE, il codice MRN e i codici MRN non italiani
- Verifica e conservazione del "visto uscire" e I-Visto in Cassetto Doganale
- Prove alternative di avvenuta cessione/esportazione
- Focus: triangolazioni e corrieri espressi

Docente
Andrea Clerici, Albo Nazionale Spedizionieri Doganali, dottore in Economia Politica, docente ICE Faculty e presso vari enti di formazione, autore di articoli per riviste di settore, relatore in seminari doganali.
Representative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

39

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
10 e 18 maggio - mattino

18 e 25 ottobre - mattino

11 e 18 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NUOVI MODELLI INTRASTAT ED IL LORO FUTURO DAL 2028

Il corso guida alla corretta compilazione dei modelli Intrastat per beni e servizi, offrendo un aggiornamento pratico e completo sull'utilizzo del software Intraweb, sulle ultime novità normative ed i cambiamenti a partire dal 2028.

Obiettivi
Rivedere le tradizionali modalità di compilazione dell'Intrastat vendite e cessioni sia per le merci che per i servizi alla luce del software intraweb che viene rilasciato dall'ADM.

Destinatari
Uffici amministrativi

Contenuti
- La nuova versione del software intraweb
- La presentazione delle dichiarazioni Intrastat, modalità e scadenze
- I casi di rettifica delle dichiarazioni già presentate
- Le operazioni più complesse: lavorazioni, triangolazioni, triangolazioni con lavorazione, stampi ecc...
- Focus particolare sulla periodicità di compilazione della dichiarazione e sulle eventuali esenzioni lato acquisti per i soggetti "sotto soglia"
- Le prove di avvenuta cessione comunitaria
- La futura comunicazione digitale dei dati relativi alle transazioni intracomunitarie tramite obbligo di fatturazione elettronica strutturata
- Dal 2028 elenchi riepilogativi sostituiti da un nuovo sistema di comunicazione elettronica dei dati relativi alle fatture intracomunitarie
- La futura rilevanza esclusivamente statistica del modello Intrastat

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

40

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
20 e 26 gennaio - pomeriggio

18 e 25 maggio - pomeriggio

10 e 17 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DOGANA FULL DIGITAL: QUALI I DOCUMENTI CARTACEI IN VIA DI ESTINZIONE?

La World Customs Organization promuove strumenti per la dogana full digital, confluiti nel WCO Customs Data Hub. Anche l'UE ha varato la riforma del Codice Doganale (accordo Consiglio-Parlamento 26 marzo 2026) con la futura Autorità doganale europea (EUCA) e l'EU Customs Data Hub. Le imprese devono prepararsi alla smaterializzazione delle dichiarazioni di esportazione e transito.

Obiettivi
- Comprendere il nuovo quadro normativo verso la "full digital customs" e le principali novità della riforma del Codice Doganale UE 2027
- Conoscere l'evoluzione della dichiarazione doganale dal DAU ai nuovi flussi H1 (import) e B1 (export)
- Individuare le alternative digitali all'EUR1 e al certificato di origine cartaceo della CCIAA
- Gestire correttamente i nuovi documenti di trasporto digitali, dal CMR all'e-CMR
- Utilizzare gli strumenti on line per la prova dell'avvenuto export e il tracciamento delle spedizioni

Destinatari
Ufficio Amministrazione, Acquisti, Spedizioni, Commerciale: chiunque intrattenga rapporti con clienti e fornitori esteri.

Contenuti
- Verso un nuovo Codice Doganale UE: full digital customs e la riforma 2027 (EU Customs Data Hub, nuova Autorità doganale europea EUCA)
- Dal DAU a H1 (import) e B1 (export)
- Nuovi tracciati per regimi doganali speciali e "e-commerce"
- EUR1: cancellato dall'arrivo del REX. Alternative a EUR1
- Il certificato di origine della CCIAA e ATR: versione digitale
- Documenti di trasporto: dal CMR all'e-CMR
- Prova dell'avvenuto export: dai timbri alle consultazioni on line
- Tracciamento spedizioni: proof of delivery on line
- Le operazioni più complesse: lavorazioni, triangolazioni, triangolazioni con lavorazione, stampi ecc...
- Focus particolare sulla periodicità di compilazione della dichiarazione e sulle eventuali esenzioni lato acquisti per i soggetti "sotto soglia"
- Le prove di avvenuta cessione comunitaria
- La futura comunicazione digitale dei dati relativi alle transazioni intracomunitarie tramite obbligo di fatturazione elettronica strutturata
- Dal 2028 elenchi riepilogativi sostituiti da un nuovo sistema di comunicazione elettronica dei dati relativi alle fatture intracomunitarie
- La futura rilevanza esclusivamente statistica del modello Intrastat

Docente
Andrea Clerici, Albo Nazionale Spedizionieri Doganali, dottore in Economia Politica, docente ICE Faculty e presso vari enti di formazione, autore di articoli per riviste di settore, relatore in seminari doganali. Representative 2017 per la Camera di Commercio italiana negli Emirati Arabi Uniti.

41

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
13 e 20 aprile - mattino

10 e 17 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CYBERSECURITY IN AZIENDA: CORSO PRATICO DI SICUREZZA DIGITALE PER OGNI DIPENDENTE

Workshop pratico pratico di 7 ore rivolto a dipendenti, collaboratori e consulenti che utilizzano posta elettronica, strumenti cloud, dispositivi aziendali o personali e applicazioni gestionali nello svolgimento delle attività quotidiane. Il corso aiuta i partecipanti a riconoscere le principali situazioni di rischio digitale e ad applicare comportamenti semplici, ripetibili e coerenti con le procedure aziendali: verificare una richiesta sospetta, proteggere credenziali e dispositivi, condividere correttamente file e dati, segnalare tempestivamente anomalie o incidenti. L'approccio è pratico: esempi reali, micro-esercitazioni, casi aziendali, simulazioni di phishing e checklist operative.

Obiettivi
- Riconoscere i segnali di un'e-mail o messaggio di phishing e reagire in modo corretto
- Gestire password robuste e autenticazione a più fattori, evitando errori comuni
- Proteggere i dati locali e in cloud con buone pratiche di backup e cifratura
- Adottare comportamenti sicuri su dispositivi mobili e in smart working

Destinatari
Dipendenti, collaboratori e consulenti che utilizzano posta elettronica, piattaforme cloud, dispositivi aziendali o personali per svolgere le proprie attività quotidiane. Il corso non richiede competenze tecniche: è adatto a uffici amministrativi, vendite, marketing, produzione, servizi e a chiunque interagisca con dati e sistemi aziendali.

Contenuti
- **Riconoscere e gestire messaggi sospetti**
  Individuare segnali di phishing, smishing, vishing, QR phishing e frodi via e-mail, evitando clic, download o risposte impulsive
- **Applicare una procedura corretta di segnalazione**
  Sapere quando e come segnalare un'e-mail sospetta, una richiesta anomala, un dispositivo compromesso, una perdita di dati o un possibile incidente
- **Proteggere identità digitali e credenziali**
  Usare password robuste, gestori di password e autenticazione a più fattori, riconoscendo anche tentativi di furto OTP, notifiche MFA fraudolente e richieste di reset non autorizzate
- **Usare in modo sicuro dispositivi, reti e strumenti di lavoro**
  Applicare buone pratiche su PC, smartphone, Wi-Fi, VPN, aggiornamenti, blocco schermo, periferiche USB e postazioni in ufficio o da remoto
- **Gestire correttamente dati, file e servizi cloud**
  Condividere documenti con permessi adeguati, evitare esposizioni involontarie, distinguere dati pubblici, interni, riservati e personali
- **Contribuire alla continuità operativa aziendale**
  Comprendere il ruolo dell'utente nei backup, nel salvataggio corretto dei dati, nel versioning e nella pronta comunicazione di anomalie
- **Adottare comportamenti sicuri davanti a richieste urgenti o insolite**
  Verificare richieste di pagamento, modifica IBAN, invio documenti, accessi a piattaforme, codici OTP o approvazioni fuori procedura
- **Usare con consapevolezza strumenti digitali e AI generativa**
  Evitare l'inserimento di dati sensibili in strumenti non autorizzati e riconoscere contenuti manipolati, impersonificazioni e comunicazioni artificialmente credibili

Docente
Daniele Gombi ha una pluriennale esperienza nella consulenza in data protection e data continuity. Dal 2018, opera come Data Protection Officer per numerose aziende, supportandole negli adeguamenti normativi e nella cybersecurity. Tiene corsi e seminari su privacy, sicurezza informatica e compliance alle principali norme di riferimento.

42

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
17 e 24 marzo - mattino

11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONFORMITÀ NIS2 2027: GESTIONE A REGIME, AGGIORNAMENTO ANNUALE, FORNITORI E INCIDENT RESPONSE

Workshop pratico dedicato alla gestione a regime degli obblighi previsti dal D.Lgs. 138/2024, di recepimento della Direttiva NIS2. Il corso accompagna soggetti essenziali, soggetti importanti e aziende della catena di fornitura nella verifica dello stato di conformità, nella gestione degli adempimenti verso ACN, nell'attuazione delle misure tecnico-organizzative, nella sicurezza dei fornitori e nella gestione degli incidenti.

Obiettivi
- Verificare il corretto inquadramento dell'organizzazione e il perimetro NIS, anche in presenza di cambiamenti nelle attività, nei servizi o nell' organizzazione
- Valutare lo stato di attuazione delle misure tecnico-organizzative previste dal D.Lgs. 138/2024 e dalle disposizioni ACN applicabili
- Gestire gli adempimenti periodici e l'aggiornamento delle informazioni verso ACN
- Organizzare documentazione, evidenze, procedure e responsabilità interne per dimostrare la conformità
- Gestire la sicurezza della catena di fornitura, dalla valutazione dei fornitori agli aspetti contrattuali
- Predisporre processi di gestione e notifica degli incidenti, nel rispetto delle responsabilità e delle tempistiche previste

Destinatari
- Imprese già registrate o qualificate come soggetti NIS essenziali o importanti, ai sensi del D.Lgs. 138/2024
- Organizzazioni che devono verificare periodicamente il proprio perimetro NIS, i servizi erogati e le informazioni comunicate ad ACN
- Aziende della catena di fornitura che erogano servizi, software, infrastrutture, componenti o attività rilevanti per soggetti NIS
- Organi amministrativi e direttivi, responsabili IT/OT, compliance, qualità, procurement, legale, data protection, business continuity e risk management

Contenuti
Il corso propone un aggiornamento operativo sulla gestione a regime della disciplina NIS2 e sugli adempimenti previsti dal D.Lgs. 138/2024, con particolare attenzione alle indicazioni di ACN. Saranno affrontati:
- Obblighi e adempimenti NIS2 per soggetti essenziali, importanti e catena di fornitura
- Governance, responsabilità e principali misure di sicurezza
- Sicurezza della catena di fornitura e gestione degli incidenti
- Documentazione, verifiche e mantenimento della conformità nel tempo

Docente
Daniele Gombi ha una pluriennale esperienza nella consulenza in data protection e data continuity. Dal 2018 opera come Data Protection Officer per numerose aziende, supportandole negli adeguamenti normativi e nella cybersecurity. Tiene corsi e seminari su privacy, sicurezza informatica e compliance alle principali norme di riferimento.

43

LEGALE E FISCALE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 19 maggio

Formazione a distanza
12 e 19 febbraio - mattino

11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

UNI EN ISO 9001 EDIZIONE 2026: CAMBIA LA NORMA, GUIDA IL CAMBIAMENTO

Il corso fornisce competenze e strumenti pratici per comprendere i nuovi requisiti della norma, gestire la transizione della certificazione e aggiornare il sistema di gestione. Approfondisce le analisi del contesto, sostenibilità, stakeholder, digitalizzazione, intelligenza artificiale, etica, gestione del rischio, business continuity e supply.

Obiettivi

Padroneggiare le novità: comprendere a fondo i nuovi requisiti della norma e il loro impatto sul sistema di gestione aziendale. Guidare la transizione: acquisire le competenze strategiche per pianificare e implementare l'adeguamento della certificazione senza bloccare l'operatività. Applicare strumenti pratici: utilizzare modelli documentali per verificare la conformità e aggiornare i processi interni in autonomia.

Destinatari

Manager, Imprenditori e consulenti che desiderino arricchire, aggiornare e sistematizzare in modo organico le proprie conoscenze e competenze in materia di qualità ed organizzazione aziendale.

Contenuti

- Analisi del Contesto Interno ed Esterno suddividendolo per diverse aree e/o tematiche
- Sostenibilità e Cambiamento Climatico come elemento chiave nei sistemi di gestione della qualità, allineandosi agli obiettivi globali di sviluppo sostenibile e considerando i cambiamenti climatici come parte dell'analisi del contesto
- Maggior coinvolgimento delle parti interessate (Stakeholders)
- Digitalizzazione e tecnologie emergenti (automazione e intelligenza artificiale)
- Importanza dell'Etica e dell'Integrità nella leadership e nella cultura organizzativa
- Rafforzamento della gestione del Rischio e principi della Business Continuity garantendo la fornitura di beni e servizi minimizzando l'impatto di interruzioni
- Individuazioni delle singole opportunità di Business
- Supply Chain

Docente

Giovanni Tancredi, professionista con un'esperienza di oltre 25 anni, garantisce un servizio di Consulenza, Coaching e Temporary Manager alle Aziende con un team di collaboratori, seguendo l'approccio della Risk Analysis. Svolge altresì audit per conto di organismi di certificazione accreditati. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente.

44

LEGALE E FISCALE

Durata
16 ore

Formazione in presenza
PARMA, 13 e 20 ottobre

Formazione a distanza
4, 11, 18 e 25 maggio - mattino

1, 8, 15 e 22 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AUDIT INTERNI (IN PRESENZA E DIGITALE) SECONDO I NUOVI REQUISITI DELLA NORMA UNI EN ISO 19011 EDIZIONE 2026

Partecipare a un corso sulla nuova norma UNI EN ISO 19011:2026 non è solo un obbligo di aggiornamento, ma una scelta strategica per non farsi trovare impreparati di fronte alle nuove modalità di verifica digitale. Il corso fornisce strumenti operativi per gestire la transizione normativa, approfondendo audit in presenza, da remoto e ibridi, competenze ICT, cybersecurity, privacy, gestione del cambiamento, supply chain, campionamento basato sul rischio e utilizzo dell'intelligenza artificiale nelle attività di audit.

Obiettivi

Guida pratica al cammino di transizione e conformità in seguito ai cambiamenti normativi nel 2026 e scenari geopolitici:

- Evitare la scadenza delle qualifiche in quanto le vecchie qualifiche perderanno progressivamente di valore
- Padronanza degli Audit da Remoto e Ibridi
- Gestione dei rischi digitali e Intelligenza Artificiale
- Approccio Risk-Based potenziato

Destinatari

Responsabili delle varie funzioni aziendali, in particolare, Responsabili del Sistema Gestione Qualità Ambiente e Sicurezza e personale addetto all'esecuzione degli audit.

Contenuti

- UNI EN ISO 19011:2026 i principi base della Norma
- Audit in presenza e da remoto: i diversi tipi di audit
- Procedure alternative in caso di guasti tecnici o problemi di connessione
- Competenze ICT nell'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per condurre verifiche a distanza in modo efficace
- Gestione del cambiamento: verificare la capacità dell'organizzazione di adattarsi rapidamente ai cambiamenti di contesto
- Supply Chain linee guida più specifiche per gli audit di seconda parte
- Gestione del cambiamento la capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti di contesto
- Campionamento dinamico legati a processi e rischi aziendali
- Cybersecurity e privacy garantire la riservatezza, l'integrità e la sicurezza delle ICT

Docente

Giovanni Tancredi, professionista con un'esperienza di oltre 25 anni, garantisce un servizio di Consulenza, Coaching e Temporary Manager alle Aziende con un team di collaboratori, seguendo l'approccio della Risk Analysis. Svolge altresì audit per conto di organismi di certificazione accreditati. Costantemente attento ai diversi cambiamenti per allinearsi alle nuove esigenze, ha un approccio resiliente.

CORSI FUNZIONALI

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

FORMAZIONE 2027

45

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
21 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 16, 23 febbraio e 2 marzo
PARMA, 9, 16 e 23 marzo

Formazione a distanza
5, 12, 19, 26 aprile, 3 e 10 maggio - mattino

1, 8, 15, 22 giugno, 2 e 6 luglio - mattino

15, 22, 29 ottobre, 5, 12 e 19 novembre - mattino

Quota di partecipazione
600,00 € + IVA az. associate
720,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTABILITÀ: LIVELLO BASE

La contabilità è l'attività preposta a raccogliere, registrare e organizzare i dati reddituali, finanziari e patrimoniali di società ed enti. Il bilancio d'esercizio – documento nel quale confluiscono le rilevazioni di uno specifico arco temporale – presenta la situazione patrimoniale, reddituale e finanziaria, informando gli stakeholder interni ed esterni sull'andamento aziendale. Attraverso casi reali ed esercitazioni pratiche, il corso di Contabilità illustra le basi della contabilità generale e i principi contabili utili a comprendere registrazioni, valori di sintesi e andamento complessivo.

Obiettivi
Il corso di contabilità base fornisce competenze e tecniche di base indispensabili per tutti coloro che appena assunti o di nuova nomina nei servizi amministrativi abbiano la necessità di essere operativi da subito.
Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di applicare i metodi della contabilità ciclo attivo e passivo, utilizzare la logica delle scritture contabili in funzione delle esigenze di bilancio e assolvere gli adempimenti fiscali. Per rendere operativo ed efficace l'intero corso tutte le scritture contabili e gli aspetti trattati verranno analizzati con casi pratici ed esercitazioni.

Destinatari
Il corso è rivolto a tutti coloro che intendono avvicinarsi alle registrazioni contabili in modo pratico e professionale o a chi vuole comprendere i passaggi di base nella generazione dei numeri aziendali di supporto alle decisioni operative e strategiche.

Contenuti
- L'economia aziendale: l'azienda e l'impresa
- Le forme giuridiche di impresa collettiva: società di persone e società di capitali
- Gli obiettivi della contabilità d'impresa
- Il conto come strumento di rilevazione
- Il metodo della partita doppia: gli aspetti di gestione (finanziario, patrimoniale, economico)
- Il piano dei conti ed il suo funzionamento
- Il momento della rilevazione delle operazioni aziendali
- L'imposta sul valore aggiunto: operazioni imponibili, non imponibili, esenti ed escluse
- Ciclo passivo: l'acquisizione dei beni materiali e dei servizi sul mercato nazionale (compresi i servizi di lavoro dipendente)
- Ciclo passivo: l'acquisizione e l'utilizzo delle immobilizzazioni materiali ed immateriali (ammortamenti)
- Ciclo attivo: la vendita di prodotti e di servizi – vendita delle immobilizzazioni materiali
- Adempimenti fiscali periodici (liquidazione e versamento Iva, versamenti ritenute fiscali e previdenziali)
- La regolazione dei debiti e dei crediti commerciali
- L'acquisizione di fonti di finanziamento da terzi (mutui, prestiti, anticipazioni)

Sono previste esercitazioni pratiche sugli argomenti proposti

Docente
Bongiorni Emanuela, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda. Svolge attività di consulenza nell'area amministrativo-finanziaria e strategico gestionale e di docenza in numerosi corsi in materia di bilancio, check-up economico-finanziario, controllo di gestione, pianificazione strategica e budget. Esperta di sistemi di pianificazione, controllo di gestione e report di sostenibilità.

46

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
21 ore

Formazione in presenza
PARMA, 6, 13 e 20 maggio
PIACENZA, 11, 18 e 26 ottobre

Formazione a distanza
1, 8, 15, 22, 26 febbraio e 5 marzo, mattino

3, 10, 16, 22, 25 novembre e 2 dicembre, mattino

Quota di partecipazione
600,00 € + IVA az. associate
720,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA COSTRUZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO (CONTABILITÀ AVANZATA)

La capacità di costruire un bilancio e di trarne indicazioni sintetiche sull'andamento della gestione non è solo una competenza specialistica, ma anche un'abilità manageriale fondamentale. Durante il corso avremo modo di apprendere in modo razionale come si perviene contabilmente al bilancio d'esercizio e potremo acquisire una logica conoscenza dei contenuti del bilancio e delle informazioni che da esso si possono trarre.

Obiettivi
- Comprendere sul piano teorico ed operativo la contabilità ordinaria, l'assestamento dei conti e la redazione del bilancio d'esercizio
- Analizzare il bilancio d'esercizio per leggerne i contenuti e valutare i risultati aziendali

Destinatari
Il corso è rivolto a responsabili amministrativi e consulenti oppure a personale già operante negli uffici contabile di aziende. Consigliato anche a imprenditori.

Contenuti
Le scritture di fine esercizio
- Le scritture di assestamento e di chiusura
- L'ammortamento
- Le rimanenze di magazzino
- La capitalizzazione dei costi
- I ratei e i risconti
- I crediti e i debiti da liquidare
- Gli accantonamenti ai fondi rischi e oneri e il TFR
- Le imposte sul reddito
- Le operazioni di chiusura e riapertura dei conti

La redazione del bilancio d'esercizio
- Gli schemi di stato patrimoniale e conto economico
- Lo schema di rendiconto finanziario
- La nota integrativa
- La relazione sulla gestione
- La valutazione delle immobilizzazioni materiali e immateriali
- La valutazione degli strumenti finanziari
- La valutazione dei crediti e dei debiti
- La valutazione delle rimanenze
- La valutazione dei contratti derivati
- L'iscrizione dei fondi rischi ed oneri
- La lettura del bilancio d'esercizio

Docente
Bongiorni Emanuela, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda. Svolge attività di consulenza nell'area amministrativo-finanziaria e strategico gestionale e di docenza in numerosi corsi in materia di bilancio, check-up economico-finanziario, controllo di gestione, pianificazione strategica e budget. Esperta di sistemi di pianificazione, controllo di gestione e report di sostenibilità.

47

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 8 novembre

Formazione a distanza
14 e 21 aprile, mattino

2 e 16 dicembre, mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MAGAZZINO FISCALE: GESTIRE CORRETTAMENTE RIMANENZE INVENTARIO E BILANCIO

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, anche mediante lo studio di casi, approfondirà le logiche e gli strumenti operativi utili ad una corretta gestione del magazzino.

Obiettivi
Approfondire tutti gli aspetti legati alla gestione del cosiddetto magazzino fiscale, anche mediante l'approfondimento degli strumenti utilizzati nel processo revisionale e nel controllo di gestione.

Destinatari
Responsabili amministrativi, controller.

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
- Le rimanenze nel controllo di gestione
- Strumenti di auditing del ciclo magazzino
- KPIs per la corretta gestione delle rimanenze di magazzino

Docente
Ernestina Bosoni, Consulente Aziendale, Dottore Commercialista iscritta all'Ordine del Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Piacenza, Revisore legale dei conti, Docente. Aree di attività prevalenti: controllo di gestione, revisione aziendale e internal auditing, analisi dei processi aziendali, Modelli Organizzativi D.Lgs 231/01, sostenibilità. Docente a contratto di Revisione aziendale e Programmazione a Controllo, rispettivamente presso la sede di Piacenza e di Cremona dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

48

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
7 ore

Formazione a distanza
8 febbraio - giornata intera

28 settembre - giornata intera

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTABILITÀ ANALITICA: COME MISURARE E MIGLIORARE LA REDDITIVITÀ

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

Obiettivi
- Apprendere il funzionamento di sistemi di contabilità analitica e costing
- Comprendere le modalità di implementazione di detti sistemi in azienda
- Sviluppare analisi di efficienza e profittabilità per Business Unit
- Impostare o migliorare il proprio sistema di contabilità analitica
- Definire le logiche di imputazione dei costi: flusso dei valori e criteri (cost driver)

Destinatari
Il corso è destinato a figure deputate al controllo di gestione aziendale o alla programmazione e controllo di produzione che intendano implementare o revisionare un sistema di contabilità analitica e di reporting economico aziendale. K-user impegnati in progetti di revisione o impostazione di modelli di Contabilità Analitica e/o di implementazione di sistemi informativi gestionali ERP

Contenuti
- Processi aziendali e creazione di valore: ruolo e importanza della contabilità analitica
- Contabilità Generale e Contabilità Analitica: Differenze di approccio e finalità
- Le segmentazioni del Business
- Contabilità per Centri di Costo
- Contabilità per Attività (ABC)
- Le basi tecniche della Contabilità analitica: Oggetti di controllo, flusso dei valori e driver per l'imputazione dei costi diretti e indiretti
- Costi effettivi e Costi Standard: l'analisi delle varianze

Laboratori:
- Presentazione di Casi Reali tratti da progetti di impostazione Contabilità Analitica in aziende di diversi settori
- Sessione Interattiva: Costruzione Flusso Valori e Cost Driver

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

49

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 11 e 18 marzo
PIACENZA, 11 e 18 maggio

Formazione a distanza
9 e 16 giugno - giornata intera
6, 12, 19, 26 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTROLLO DI GESTIONE: PER CHI DEVE IMPOSTARE E GESTIRE IL SISTEMA DI CONTROLLO

Un sistema di controllo di gestione ben progettato consente di trasformare i dati aziendali in informazioni utili per orientare le decisioni, monitorare le performance e supportare il raggiungimento degli obiettivi strategici. Il corso propone un approccio pratico e metodologico per progettare, implementare o migliorare il sistema di controllo, con il supporto di strumenti operativi ed esempi tratti da casi reali.

Obiettivi
Fornire una metodologia strutturata per impostare, sviluppare e gestire un sistema di controllo di gestione efficace. I partecipanti acquisiranno strumenti e criteri per progettare il modello di controllo, definire KPI e reportistica, integrare i sistemi informativi e individuare possibili aree di miglioramento. L'approccio è operativo e arricchito da casi pratici e confronto su esperienze aziendali.

Destinatari
Controller, Junior Controller, Responsabili Controllo di Gestione, Responsabili Amministrazione, Finanza e Controllo, CFO e professionisti dell'area AFC coinvolti nelle attività di pianificazione, budgeting, reporting e analisi delle performance. Il corso è inoltre rivolto a Process-Owner e K-user di tutte le aree aziendali coinvolti in progetti di cambiamento o implementazione di ERP.

Contenuti
- Il modello di controllo di gestione e il suo ruolo nel governo dell'impresa
- Disegno del sistema di controllo: obiettivi, KPI, flussi informativi e reportistica
- Le fasi di sviluppo e implementazione del modello
- Il contributo di ERP e-Business Intelligence al controllo di gestione
- Monitoraggio, revisione e miglioramento continuo del sistema
- Analisi di casi aziendali ed esempi di implementazione

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

Per la sede di Parma e il webinar di ottobre, Roberto Menziani, partner e senior consultant presso Mevin Consulenza di Direzione.

50

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
8 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 3 marzo
PARMA, 21 aprile

Formazione a distanza
12 luglio - giornata intera

Quota di partecipazione
300,00€ + IVA az. associate
360,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

NUMERI, INDICATORI E DECISIONI: I FONDAMENTALI DEL CONTROLLO DI GESTIONE PER NON SPECIALISTI

Il controllo di gestione rappresenta uno strumento fondamentale per trasformare i dati aziendali in informazioni utili a supportare decisioni più consapevoli.

Obiettivi

Il corso permette ai partecipanti di acquisire le conoscenze di base per comprendere le logiche del controllo di gestione, interpretare i principali indicatori economici e finanziari e comprendere l'impatto delle proprie scelte sulle performance aziendali.

Destinatari

Il corso è rivolto a manager e responsabili di funzione, figure aziendali coinvolte nei processi decisionali, collaboratori che interagiscono con la funzione Controlling come fornitori di dati o utilizzatori di informazioni gestionali.

Contenuti

Il Controllo Di Gestione A Supporto Delle Decisioni:

- Finalità e ruolo del controllo di gestione in azienda
- Dati, informazioni e decisioni
- Il contributo delle diverse funzioni aziendali alla costruzione delle informazioni gestionali

Leggere E Interpretare I Numeri Dell'azienda:

- Fondamenti di bilancio e principali informazioni economiche-finanziarie
- Conto economico gestionale: struttura e interpretazione dei margini
- Comprendere la dinamica economica finanziaria e patrimoniale d'impresa

Costi, Redditività E Performance:

- Principi e criteri di contabilità gestionale
- Classificazione e comportamento dei costi
- Comprendere l'impatto delle scelte operative sulla redditività

Budget, Kpi E Monitoraggio Dei Risultati:

- Il budget come strumento di pianificazione e controllo
- Principali indicatori economici, finanziari e KPI aziendali
- Analisi delle Varianze: interpretazione degli scostamenti tra obiettivi e risultati

Dal Dato All'azione Manageriale:

- Utilizzare le informazioni economiche per orientare le decisioni
- Interpretare gli indicatori per individuare opportunità e criticità
- Sviluppare una maggiore consapevolezza economica nel proprio ruolo

Docenti

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

Per la sede di Parma: Roberto Menziani, partner e senior consultant presso Mevin Consulenza di Direzione.

51

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
8 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 21 luglio
PARMA, 25 novembre

Formazione a distanza
23 e 30 giugno - mattino
11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
300,00€ + IVA az. associate
360,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

REPORTING CHE GUIDA LE DECISIONI: KPI E DASHBOARD PER IL MANAGEMENT

Il corso approfondisce come trasformare i dati in informazioni chiare e significative, attraverso sistemi di reporting capaci di offrire al management una visione d'insieme dei risultati e supportare decisioni più efficaci e coerenti con gli obiettivi aziendali.
In un contesto in cui le aziende devono prendere decisioni rapide e consapevoli, saper leggere e interpretare i dati è fondamentale. KPI e dashboard permettono di monitorare le performance, valutare il raggiungimento degli obiettivi e individuare tempestivamente scostamenti e opportunità di miglioramento.

Obiettivi
- Definire KPI strategici
- Progettare dashboard intuitive
- Monitorare le performance aziendali
- Migliorare la qualità delle decisioni
- Favorire l'allineamento organizzativo

Destinatari
CEO, General Manager, CFO, Controller, Responsabili di funzione.

Contenuti
- Architettura delle dashboard
- KPI strategici e operativi
- Data visualization
- Dashboard direzionali
- Casi pratici di progettazione

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

52

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 18 e 25 febbraio
PARMA, 8 e 15 giugno

Formazione a distanza
8, 15, 22 e 24 marzo - mattino

20, 27 settembre, 4 e 11 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AI E CONTROLLO DI GESTIONE: GOVERNARE L'AREA AMMINISTRATIVA NELLA PMI CON L'AI GENERATIVA

Nelle PMI di oggi, l'area amministrazione, finanza e controllo (AFC) è chiamata a evolversi rapidamente, integrando strumenti digitali e nuove competenze per affrontare una complessità crescente. Con l'arrivo dell'AI generativa, dei copiloti e degli assistenti intelligenti, l'Intelligenza Artificiale non è più una prospettiva futura, ma una leva concreta e alla portata di ogni impresa per migliorare l'efficienza, la qualità dei dati e la capacità decisionale. Il corso propone un percorso pratico e aggiornato su come valorizzare la funzione AFC attraverso l'adozione di tecnologie innovative, con particolare focus su AI generativa e predittiva, Business Intelligence, automazione e digitalizzazione dei processi.

Obiettivi
- Comprendere come l'Intelligenza Artificiale, generativa e predittiva, può supportare concretamente l'area AFC nelle PMI
- Sviluppare competenze per applicare AI e-Business Intelligence nel controllo di gestione e nel reporting
- Ripensare i modelli organizzativi e decisionali alla luce dell'innovazione digitale e dell'AI
- Potenziare la capacità di analisi, previsione (forecasting) e controllo grazie agli strumenti tecnologici
- Adottare l'AI in modo consapevole e sicuro, presidiando qualità del dato, privacy e i principali obblighi dell'AI Act

Destinatari
- Responsabili amministrativi e CFO
- Figure delle aree finanza, controllo di gestione e direzione generale
- Controller e analisti che vogliono integrare l'AI nei processi di analisi e reporting
- Imprenditori interessati a rinnovare i processi interni con l'ausilio dell'AI

Contenuti
- Il ruolo dell'area AFC nelle PMI e l'evoluzione delle competenze nell'era dell'AI
- Automazione e digitalizzazione dei processi contabili e finanziari (RPA e lettura intelligente dei documenti)
- L'AI generativa applicata all'area AFC: dai sistemi LLM ai sistemi integrati per reporting, analisi e attività quotidiane
- L'applicazione dell'Intelligenza Artificiale al controllo di gestione e al reporting direzionale
- Strumenti di Business Intelligence e dashboard: come usarli per analisi e decisioni più rapide
- Analisi predittiva e forecasting: previsioni, budgeting e simulazione di scenari con il machine learning
- Integrazione tra ERP e tecnologie avanzate (AI, BI, Machine Learning) per un ecosistema dati affidabile
- AL responsabile: governance del dato, privacy, sicurezza e cenni all'AI Act
- Case histories e demo: esempi pratici di uso dell'AI in aziende di piccole e medie dimensioni

Docente
AxìaNet nasce con l'obiettivo di supportare investitori e PMI nella gestione di operazioni straordinarie. La società, composta da imprenditori, manager e professionisti, mette a disposizione competenze manageriali per accompagnare le imprese in percorsi di crescita strutturata.

53

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
14 ore

Formazione a distanza
3, 9, 16, 23 giugno - mattino

4, 11, 18 e 23 novembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RECUPERO CREDITI: STRATEGIE E STRUMENTI PER RIDURRE IL RISCHIO DI INSOLVENZA

Una gestione efficace del credito commerciale è oggi più che mai essenziale per garantire liquidità e solidità finanziaria all'impresa. Questo corso fornisce un approccio operativo e integrato alla gestione del rischio credito, combinando competenze economico-finanziarie, legali e organizzative. L'obiettivo è dotare le aziende di strumenti concreti per prevenire ritardi nei pagamenti, valutare l'affidabilità dei clienti e gestire eventuali azioni di recupero in modo tempestivo ed efficace.

Obiettivi
- Migliorare la gestione del credito aziendale attraverso un approccio preventivo e strutturato
- Offrire strumenti operativi per l'analisi del rischio cliente e il monitoraggio degli incassi
- Fornire riferimenti normativi aggiornati per tutelarsi da ritardi e insolvenze
- Definire strategie di recupero efficaci, sia in ambito stragiudiziale che giudiziale

Destinatari
- Addetti e responsabili amministrativi
- Responsabili commerciali
- Imprenditori e liberi professionisti

Contenuti
1. Il credito commerciale nella gestione aziendale
- Incidenza del credito sulla liquidità
- Strumenti di pagamento e valutazione del rischio
- Impatto dei ritardi sugli equilibri economici

2. Disciplina fiscale dei crediti in sofferenza
- Disciplina ai fini reddituali
- Disciplina ai fini Iva
- Fondo svalutazione crediti e scarico a perdita

3. Prevenzione e monitoraggio del rischio cliente
- Analisi di bilancio e indici di affidabilità
- Rating e scoring: introduzione e applicazioni pratiche
- Capitale Circolante Netto e altri indicatori utili

4. Normativa e tutele contrattuali
- Clausole di salvaguardia nei contratti di vendita
- Ritardi nei pagamenti e riferimenti legislativi (D.lgs. 231/2002)

5. Gestione operativa del recupero crediti
- Solleciti e gestione delle situazioni a rischio
- Procedure stragiudiziali e giudiziali
- Esecuzioni forzate e procedure concorsuali

6. Le trattative con il debitore
- Preparazione, strategia e definizione di un accordo efficace
- Criteri per valutare le proposte di rientro
- Elementi di negoziazione efficace

Docente
Bongiorni Emanuela, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda. Svolge attività di consulenza nell'area amministrativo-finanziaria e strategico gestionale e di docenza in numerosi corsi in materia di bilancio, check-up economico-finanziario, controllo di gestione, pianificazione strategica e budget. Esperta di sistemi di pianificazione, controllo di gestione e report di sostenibilità.

54

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 11 maggio
RAVENNA, 22 settembre

Formazione a distanza
8 e 15 aprile - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ACCESSO AL CREDITO: IL RUOLO DELLA SOSTENIBILITÀ

Da sostenibilità finanziaria a finanza sostenibile: il ruolo della sostenibilità nell'accesso al credito. Un percorso per le PMI che intendono conoscere i nuovi orientamenti bancari che regolano l'erogazione di fidi e finanziamenti alle aziende, considerando il ruolo emergente che la sostenibilità ha anche su questi ambiti.

Obiettivi
Conoscere i recenti orientamenti bancari in materia di concessione del credito, acquisire le competenze necessarie per dialogare con le banche e redigere gli strumenti comunicativi più utili per ottenere credito.

Destinatari
Responsabili amministrativi e responsabili alla funzione finanziaria aziendale. Consigliato anche a imprenditori.

Contenuti
Il merito creditizio: l'analisi e il rating bancario:
- i processi di affidamento delle banche
- il bilancio letto dalla banca
- il sistema di rating

I nuovi regolamenti EBA: dall'analisi storica all'analisi prospettica:
- Budget
- Business plan
- Pianificazione finanziaria

La componente ESG nella bancabilità delle imprese:
- Il ruolo delle componenti ESG nella definizione del merito creditizio
- Sostenibilità e adeguati assetti del codice della crisi d'impresa

Strategie sostenibilità e loro comunicazione verso gli istituti di credito:
- La società benefit, la b-Corp
- Il sistema di reportistica: relazione d'impatto, bilancio di sostenibilità, il sistema GRI

Docente
Bongiorni Emanuela, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda. Svolge attività di consulenza nell'area amministrativo-finanziaria e strategico gestionale e di docenza in numerosi corsi in materia di bilancio, check-up economico-finanziario, controllo di gestione, pianificazione strategica e budget. Esperta di sistemi di pianificazione, controllo di gestione e report di sostenibilità.

CORSI FUNZIONALI

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

FORMAZIONE 2027

55

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 8 febbraio

Formazione a distanza
3 e 10 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEAN 5S: ORGANIZZARE L'AZIENDA ELIMINANDO SPRECHI E CAOS

Obiettivo del corso è fornire strumenti pratici per migliorare ordine, organizzazione ed efficienza aziendale attraverso il metodo Lean 5S.

Obiettivi

Il corso permette di ridurre sprechi, tempi persi, disorganizzazione e inefficienze operative in uffici, magazzini, produzione e aree di servizio e nasce dall'esperienza pratica maturata in anni di consulenza Lean presso aziende manifatturiere, logistiche e commerciali.

Destinatari

Il corso è rivolto a imprenditori, responsabili di reparto, magazzinieri, responsabili produzione, uffici acquisti, uffici tecnici, amministrazione e a tutte le figure che desiderano migliorare organizzazione, ordine ed efficienza nel proprio ambiente di lavoro. Particolarmente utile per PMI manifatturiere, logistiche, commerciali e di servizi.

Contenuti

Introduzione alla Lean Organization
- Origini del metodo Lean
- Toyota Production System
- Gli autori e la filosofia delle 5S
- Perché le aziende diventano disordinate

Le 5 fasi del metodo 5S
- Selezionare
- Sistemare
- Splendere/Pulire
- Standardizzare
- Sostenere nel tempo

Applicazione pratica delle 5S
- Uffici
- Magazzini
- Produzione
- Archivi
- Postazioni operative

Eliminazione degli sprechi
- Ricerca inutile di materiali e documenti
- Perdite di tempo
- Errori operativi
- Riduzione inefficienze
- Miglioramento della sicurezza

Come avviare un progetto 5S
- Analisi iniziale
- Coinvolgimento del personale
- Piano operativo
- Audit e controlli
- Indicatori di miglioramento

Esercitazioni e casi reali
- Analisi fotografica prima/dopo
- Simulazioni pratiche
- Check list di valutazione
- Case history aziendali

Benefici per l'azienda
- Riduzione sprechi e inefficienze
- Maggiore produttività
- Migliore organizzazione degli spazi
- Riduzione tempi di ricerca
- Aumento sicurezza e ordine
- Migliore controllo operativo
- Coinvolgimento del personale
- Standardizzazione delle attività

Metodologia didattica
- Formazione pratica e operativa
- Esempi reali aziendali
- Analisi fotografica
- Discussione di casi concreti
- Coinvolgimento attivo dei partecipanti

Docente

Davide Lega, si dedica, in ambito Logistica e Lean, alla formazione, alla divulgazione e alla consulenza aziendale con passione. Lavora con i principali enti di formazione e ha il piacere di incontrare, tutti gli anni, decine di aziende in progetti di riorganizzazione e di formare centinaia di persone a cui spiega, appunto con passione, che il futuro è sempre e solo nelle loro mani.

56

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
7 ore

Formazione a distanza
10 maggio - giornata intera

28 ottobre e 4 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LEAN OFFICE: SEMPLIFICARE PER COMPETERE

La Lean Office applica i principi del Lean Thinking ai processi gestionali, informativi e decisionali dell'organizzazione, con l'obiettivo di eliminare sprechi, ridurre inefficienze e migliorare i risultati aziendali. Il corso propone un approccio pratico per analizzare i flussi di lavoro delle diverse funzioni, individuando attività ridondanti, attese, errori, duplicazioni e passaggi non a valore. Attraverso strumenti come Value Stream Mapping, PDCA, problem solving e visual management, i partecipanti impareranno a mappare e riprogettare i processi in ottica di semplificazione e miglioramento continuo, migliorando efficienza, coordinamento, affidabilità dei dati e utilizzo delle risorse. L'obiettivo è rendere i processi interni più snelli, integrati e misurabili, trasformandoli in un elemento di competitività per l'organizzazione.

Obiettivi
- Comprendere i principi della Lean Office e riconoscere gli sprechi nei processi aziendali
- Analizzare e mappare i flussi di lavoro, individuando inefficienze, colli di bottiglia e attività non a valore
- Riprogettare processi, ruoli e responsabilità in ottica di semplificazione e miglioramento continuo
- Applicare strumenti Lean per il problem solving, il monitoraggio e la gestione delle performance
- Migliorare i flussi informativi, la collaborazione tra funzioni e l'utilizzo delle risorse
- Valutare opportunità di digitalizzazione e automazione, definendo KPI e azioni concrete di miglioramento

Destinatari
Direzioni generali, responsabili di funzione, manager e figure aziendali coinvolte nella gestione, nel coordinamento e nel miglioramento dei processi interni. Il corso è rivolto in particolare a responsabili e team di amministrazione, finanza e controllo, acquisti, commerciale, customer service, logistica, supply chain, HR, qualità, IT, pianificazione, ufficio tecnico, project management e a tutte le funzioni che operano su processi trasversali, flussi informativi e attività di coordinamento interno.

Contenuti
- Lean Thinking applicato ai processi gestionali, informativi e decisionali
- Individuazione degli sprechi, delle inefficienze e delle criticità nei processi trasversali
- Mappatura AS IS e Value Stream Mapping

Semplificazione e miglioramento dei processi
- Progettazione TO BE, standardizzazione e miglioramento continuo
- PDCA, A3, 5 Why, Ishikawa, problem solving e visual management
- Ruoli, responsabilità e coordinamento tra le funzioni aziendali

Digitalizzazione e misurazione delle performance
- Lean Office, digitalizzazione, AI e automazione dei processi
- KPI per il monitoraggio di tempi, errori, carichi di lavoro e risorse
- Definizione di una roadmap per l'implementazione del miglioramentoUsare la relazione come strumento di lavoro

Docente
Marco Ciani è consulente organizzativo e project manager, con una rilevante esperienza in Supply Chain, Business Process Reengineering, Lean Office, Lean Manufacturing e sistemi ERP.Ha seguito progetti di riorganizzazione, miglioramento dei processi e change management in contesti industriali, logistici e multinazionali.

57

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 12 e 19 aprile
REGGIO EMILIA, 18 e 25 giugno

Formazione a distanza
16, 23 febbraio e 2, 9 marzo - mattino

5, 12, 19 e 26 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEI REPARTI PRODUTTIVI

Le attività produttive hanno un impatto rilevante sui conti ed anche sulla strategia industriale. Questo corso è finalizzato a spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo è possibile gestire la produzione industriale con il massimo dell'efficienza, tramite le metodologie Lean e gli strumenti informativi a disposizione (con impatti anche sui prodotti e sui processi operativi tramite le metodologie per il miglioramento continuo).

Obiettivi
- Acquisire strumenti e concetti metodologici per la costruzione e il mantenimento degli obiettivi di efficienza e sostenibilità economica
- Evidenziare le tecniche di impostazione delle misurazioni e delineare le modalità e responsabilità del monitoraggio operativo produttivo
- Creare l'attitudine al miglioramento continuo come elemento strategico e fattore di successo per il raggiungimento degli obiettivi aziendali

Destinatari
Il corso è rivolto principalmente a tutto il personale che gestisce direttamente o indirettamente i processi di produzione industriale: responsabili di stabilimento, responsabili di produzione, capi reparto, responsabili di magazzino, personale tecnico, manutentori, ecc.

Contenuti
- Principi di pianificazione a capacità finita e infinita
- Tempi e metodi (standard work)
- Processi di gestione della commessa in ambito transazionale e operativo
- Value stream map (VSM)
- I 4 step della manutenzione preventiva e predittiva
- Logiche di just in time e kanban
- Ruoli e responsabilità operative
- Concetto input e output processi
- I sette sprechi capitali in produzione
- Mentalità e sfida al cambiamento
- Miglioramento continuo Kaizen
- Attività a valore e non valore aggiunto
- Le disfunzioni del team working
- Monitoraggio e indicatori di prestazione
- Disciplina e sostenibilità
- Obiettivi e problem solving

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

58

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 9 e 16 febbraio
CESENA, 14 e 21 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 15 e 22 luglio
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 20 e 27 ottobre
RIMINI, 16 e 23 novembre

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE IL REPARTO - PERCORSO PER CAPI REPARTO O CAPI TURNO DI PRODUZIONE

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

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

Destinatari
Il corso si rivolge a Capi intermedi di produzione.

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

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

59

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 12 e 19 febbraio
PARMA, 7 e 14 aprile
REGGIO EMILIA, 22 e 29 ottobre

Formazione a distanza
29 novembre e
1, 6, 9 dicembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME GESTIRE IL MAGAZZINO: PROCEDURE E OPERATIVITA'

Per le imprese moderne il magazzino rappresenta il vero strumento di grande importanza nel conseguimento del profitto aziendale. Il magazzino non è solo il luogo in cui vengono gestite le attività fisiche (sia prodotti finiti per il mercato, sia i semilavorati e le materie prime per la produzione), ma anche il luogo dove vengono generate le informazioni fondamentali per il corretto funzionamento per altre attività aziendali (disponibilità dei prodotti, arrivo delle merci, immobilizzo di capitale). È quindi evidente che il magazzino assume delle caratteristiche gestionali piuttosto complesse e articolate.

Obiettivi
- Ripensare alle aree gestionali del magazzino, ricevimento, stoccaggio, picking e movimentazione interna al fine di raggiungere un elevato livello di servizio
- Rivedere le procedure per la programmazione del lavoro in magazzino
- Progettare e applicare le procedure per il corretto funzionamento dell'operatività del magazzino
- Comprendere come ottimizzare l'utilizzo delle risorse a disposizione del magazzino
- Valutare l'impatto dell'information technology e dell'intelligenza artificiale sui processi di magazzino

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

Contenuti
L'allestimento degli spazi, come organizzarli e come valutarli a seconda delle attività:
- Le tecnologie di magazzino (manuali, automatici, ad alta intensità)
- La gestione degli 'arrivi' da fornitore
- La definizione delle aree di magazzino
- Gli spazi e la gestione delle attività negli spazi dedicati

I sistemi di movimentazione merci, come sceglierli e come valutarli a seconda delle merci e degli spazi:
- Le modalità e le tecniche di gestione degli arrivi in magazzino
- I sistemi di stoccaggio delle merci
- L'organizzazione del lavoro del magazzino
- La movimentazione della merce in entrata
- La preparazione delle spedizioni
- Le aree di carico e di spedizione

I sistemi di identificazione delle merci:
- La progettazione e la gestione di un sistema di codifica delle merci
- I codici a barre
- La codifica informatizzata
- La gestione dei lotti di ingresso e della tracciabilità delle merci

I sistemi di picking: tipologie di percorsi di picking

Il check-up del magazzino:
i passi per riorganizzare il magazzino:
- 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

I costi di gestione del magazzino: analisi ed ottimizzazione:
- I costi di magazzino, tipologie e caratteristiche
- L'analisi ed il controllo delle scorte di magazzino
- Il budget del magazzino
- Tecniche di ottimizzazione dei costi di magazzinaggio
- I tipi di Kanban, Kanban di Prelievo, Kanban di Produzione

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

60

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 6 e 13 maggio
PARMA, 4 e 11 ottobre

Formazione a distanza
3, 10, 17, 24 maggio - mattino

6, 13, 19, 26 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DELLE SCORTE: STRUMENTI E METODOLOGIE

Le scorte di magazzino rappresentano spesso un investimento di notevole portata. Il capitale circolante impegnato negli inventari non solo costa per immobilizzo finanziario che genera, ma anche per i costi dello spazio occupato. La corretta gestione delle scorte diventa, soprattutto in questi periodi, un'ottima opportunità per liberare liquidità per l'azienda, ma anche per garantire ai propri clienti la disponibilità e il servizio, soprattutto in momenti di crisi e di scarsità dei materiali.

Obiettivi
- Migliorare il sistema di gestione degli stock ottimizzando l'utilizzo delle tecniche di previsione delle vendite attraverso sistemi di analisi dei dati mediante fogli di calcolo
- Valutare l'utilizzo dei principali modelli di gestione scorte e previsione dei consumi (punto d'ordine, revisione periodica, WMI)
- Affrontare e risolvere problemi di stagionalità dei consumi
- Migliorare la comunicazione con le funzioni aziendali "clienti" della gestione stock per ottimizzare il servizio reso

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

Contenuti
I flussi materiali e i fattori a supporto dell'efficienza della gestione delle scorte
- Valutare i differenti modelli di supporto per le previsioni della domanda
- Metodi estrapolativi: medie mobili, metodi interpolativi: retta di regressione
- Determinare trend e stagionalità dei consumi

Gli indicatori di efficacia ed efficienza della gestione scorte: come progettarli e come utilizzarli
- Progettare ed attuare il piano di riduzione delle scorte
- Definire criticità e priorità d'azione attraverso l'analisi ABC
- Costruire la matrice consumi – giacenze
- Gli indici di rotazione delle scorte
- L'analisi e la gestione degli indici di copertura delle scorte
- Indici di durata delle scorte
- Impostare le azioni di miglioramento

Le tecniche di pianificazione delle scorte: la gestione e il riordino
- Scegliere i modelli di riordino e di gestione delle scorte
- Impostare correttamente il sistema di riordino
- Lotto economico, livello di riordino
- La determinazione della scorta di sicurezza
- I sistemi di gestione per riordinare a periodo fisso:
- I sistemi di gestione attraverso il modello della giacenza obiettivo
- Il calcolo del periodo di riordino, scorta di sicurezza
- Confrontare le diverse metodologie di gestione

Come fare efficienza attraverso la riduzione delle scorte
- Calcolo della Scorta di Sicurezza in diverse situazioni operative
- Le moderne tecniche di gestione dei fornitori per ottimizzare le scorte dell'azienda
- Le tipologie contrattuali per aumentare il livello di servizio dei fornitori e ridurre il capitale investito
- Verifica degli effetti sulla gestione dovuti ai diversi metodi di approvvigionamento

L'inventario come strumento di gestione
- Le diverse tipologie di inventario
- L'inventario di fine anno
- L'inventario rotativo e continuo
- Tecniche e procedure per la gestione dell'inventario
- La predisposizione dei documenti per la corretta gestione dell'inventario

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

61

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 23 giugno

Formazione a distanza
11 e 18 marzo - mattino

14 e 21 giugno - mattino

22 e 29 settembre - mattino

18 e 25 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CHECK-UP LOGISTICO E ANALISI DEI DATI DI MAGAZZINO

L'analisi dei dati logistici consente di comprendere in modo oggettivo il funzionamento del magazzino, ricostruendo stock, giacenze, rotazioni, saturazione degli spazi e principali criticità operative. Il corso introduce un approccio pratico per svolgere un check-up logistico, con possibile utilizzo di KNIME per costruire workflow di analisi replicabili e supportare il monitoraggio continuativo dei processi.

Obiettivi
- Comprendere come strutturare un check-up logistico basato sui dati ERP/WMS
- Analizzare movimenti, stock, giacenze e indici di rotazione dei materiali
- Individuare criticità operative, anomalie, sovrastock, sottoscorta e saturazione degli spazi

Destinatari
Responsabili logistica, magazzino, operations, supply chain, produzione, acquisti, controllo di gestione e figure tecniche coinvolte nella gestione delle scorte, nell'analisi dei dati logistici e nel miglioramento dei processi di magazzino.

Contenuti
- Struttura di un check-up logistico
- Importazione, pulizia e organizzazione dei dati necessari, con possibile utilizzo di KNIME
- Analisi dei movimenti di carico e scarico
- Ricostruzione dei livelli di stock e delle giacenze nel tempo
- Calcolo di indicatori statistici: media, minimo, massimo, deviazione standard
- Analisi di rotazione, copertura, frequenza di movimentazione e stagionalità
- Classificazione ABC e ABC incrociata su valore, quantità, frequenza e criticità
- Verifica della saturazione degli spazi di magazzino e analisi dell'occupazione per area, ubicazione o famiglia di prodotto
- Individuazione di anomalie, materiali fermi, sovrastock e sottoscorta
- Costruzione di workflow KNIME replicabili per il monitoraggio continuo
- Esempi applicativi su dati logistici e di magazzino

Docente
Turtle S.r.l. è uno spin-off dell'Università di Bologna che supporta imprese e organizzazioni nei processi di innovazione, digitalizzazione, ottimizzazione dei processi e sostenibilità. Opera nell'analisi dei processi produttivi e logistici, nello sviluppo di soluzioni data-driven e nella realizzazione di progetti di valutazione ambientale, economia circolare ed efficienza energetica.

62

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 16 e 23 febbraio
REGGIO EMILIA, 17 e 24 maggio
CESENA, 10 e 17 giugno

Formazione a distanza
1, 8, 15 e 22 aprile - mattino

4, 11, 18 e
25 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LOGISTICA E MAGAZZINO 4.0: TECNOLOGIE DIGITALI E AUTOMAZIONE PER LA SUPPLY CHAIN INTELLIGENTE

Soluzioni innovative per ottimizzare efficienza, tracciabilità e flessibilità nella logistica moderna

La crescente complessità della supply chain richiede processi logistici sempre più efficienti, flessibili e integrati. In questo scenario, l'evoluzione verso il magazzino 4.0 offre nuove opportunità per ripensare l'organizzazione dei flussi, migliorare il coordinamento tra le diverse funzioni aziendali e rispondere con maggiore tempestività alle esigenze del mercato. Comprendere le potenzialità della trasformazione digitale è fondamentale per individuare le soluzioni più adatte alla propria realtà e rendere la logistica un fattore di competitività per l'impresa.

Obiettivi
Il corso approfondisce le tecnologie e le metodologie per progettare, gestire e ottimizzare i processi logistici e di magazzino in ottica 4.0. I partecipanti acquisiranno strumenti per valutare le opportunità offerte da automazione, sistemi informativi e intelligenza artificiale, migliorare la tracciabilità dei flussi e monitorare le performance attraverso indicatori specifici. L'attenzione sarà rivolta all'integrazione dei processi, al contenimento dei costi e al miglioramento del livello di servizio, attraverso esempi applicativi e buone pratiche aziendali.

Destinatari
Imprenditori e manager aziendali, Responsabili logistica, Responsabili acquisti, Responsabili produzione, Responsabili programmazione della produzione, Controller e addetti al controllo di gestione.

Contenuti
- Evoluzione della logistica e del magazzino 4.0
- Nuovi scenari competitivi, trasformazione dei processi logistici e principi di Industry 4.0 applicati alla gestione del magazzino
- Tecnologie digitali e automazione
- Robotica, sistemi automatizzati, IoT, RFID, sensori e realtà aumentata per migliorare la gestione e la tracciabilità dei flussi logistici
- Sistemi informativi e intelligenza artificiale
- Funzionalità e integrazione di WMS ed ERP, utilizzo dell'intelligenza artificiale e dei big data per supportare la pianificazione e l'ottimizzazione delle attività
- Progettazione e organizzazione del magazzino
- Criteri di progettazione del layout, organizzazione degli spazi e gestione dei flussi per migliorare produttività, capacità di stoccaggio e flessibilità operativa
- Picking e preparazione degli ordini
- Metodi e tecnologie per ottimizzare il prelievo e l'evasione degli ordini, tra cui voice picking, realtà aumentata e sistemi automatizzati
- Costi, indicatori e performance logistiche
- Analisi dei costi, definizione e monitoraggio dei KPI per misurare le prestazioni e individuare opportunità di miglioramento
- Integrazione della supply chain e casi applicativi
- Coordinamento digitale tra logistica, produzione e distribuzione, con analisi di esperienze aziendali e soluzioni di riferimento

Docenti
Davide Lega, si dedica, in ambito Logistica e Lean, alla formazione, alla divulgazione e alla consulenza aziendale con passione. Lavora con i principali enti di formazione e ha il piacere di incontrare, tutti gli anni, decine di aziende in progetti di riorganizzazione e di formare centinaia di persone a cui spiega, appunto con passione, che il futuro è sempre e solo nelle loro mani.

Per Reggio Emilia: Bartoli Matteo, ha lavorato per oltre vent'anni come Responsabile Produzione e di Stabilimento gestendo le Aree Operations, Logistica e Produzione, in importanti Aziende operanti per commessa. Attualmente lavora come consulente aziendale in ambito riorganizzazione e miglioramento dei processi produttivi in aziende manifatturiere.

63

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 5 luglio

Formazione a distanza
16 e 23 aprile - mattino

23 e 30 luglio - mattino

18 e 25 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DEGLI ACQUISTI E DELLA SUPPLY CHAIN

Gli acquisti e gli approvvigionamenti in "outsourcing" attualmente hanno una importante rilevanza sia nella redditività industriale che nella flessibilità del sistema produttivo. Questo corso è finalizzato a spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo è possibile applicare tecniche e strumenti di gestione digitali insieme alle tecniche relazionali con i fornitori in modo da migliorare in modo significativo la flessibilità e redditività nelle piccole e medie industrie italiane.

Obiettivi
- Spiegare le tecniche transazionali e relazionali per la gestione dei fornitori classificati in modo differenziato.
- Delineare una visione integrata su come devono essere utilizzati gli strumenti digitali per le attività di acquisto ed approvvigionamento.
- Fornire strumenti pratici per concepire ed attuare un progetto di miglioramento delle attività di acquisto ed approvvigionamento.
- Spiegare le strategie di miglioramento dei processi di acquisto tramite i piani di sviluppo digitale

Destinatari
Il corso è rivolto sia a chi deve presidiare direttamente od indirettamente i processi di acquisto ed approvvigionamento industriale, in termini fisici, organizzativi, informativi e di controllo economico.

Contenuti
Processo di acquisto industriale e la digitalizzazione:
- Material Requirements Planning e gestione ordini fornitori
- Correlazione degli articoli a fabbisogno ed ordini previsionali
- Metodi di previsione della domanda esterna
- Controllo degli acquisti tramite la matrice ABCX
- Gestione dei requisiti di acquisto e di servizio
- Conformità fornitori in termini di prodotto e servizio
- Integrazione informativa con i fornitori

Relazioni con i fornitori negli approvvigionamenti industriali digitalizzati:
- Gestione transazionale, relazionale e sviluppo dei fornitori
- Classificazione degli acquisti e dei fornitori (Kraljic)
- Ricerca, selezione e negoziazione con i fornitori tramite la gestione differenziata
- Aspetti contrattuali, gestione delle non conformità e gestione delle contestazioni
- Relazioni aziendali tra la funzione Acquisti, Tecnica, Magazzino, Produzione ed Assistenza
- Controllo dei fornitori strategici tramite i processi codificati, sistemi di rating ed audits di controllo
- Integrazione con i fornitori strategici: aspetti strategici e contrattuali

Processo di gestione della Supply Chain:
- Mappatura X10 della Supply Chain
- Programmazione della Supply Chain e piano digitale per la gestione
- Metodologie per la gestione delle non conformità di prodotto e di processo
- Definizione dei processi per le modifiche agli ordini di acquisto
- Integrazione dei processi di approvvigionamento con la logistica in outsourcing
- Ricerca digitale e selezione di nuovi canali di fornitura

Docente
Cesare Gaibini, ingegnere con più di trent'anni di esperienza nell'organizzazione delle imprese industriali, sia in ambito nazionale che a livello internazionale, in settori quali: meccanica, automotive, arredamento, edilizia, chimica, pelletteria, illuminazione, informatica, elettronica, alimentare; con decine di progetti riorganizzativi industriali già effettuati e significative competenze sia digitali che di organizzazione delle risorse umane.

64

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 18 e 25 maggio
REGGIO EMILIA, 22 e 29 settembre

Formazione a distanza
1, 8, 15 e 22 luglio - mattino

7, 15, 25 ottobre e
3 novembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AFFRONTARE LE SFIDE DEGLI ACQUISTI: MATERIALI LIMITATI E PREZZI VARIABILI

Garantire all'azienda la disponibilità dei prodotti e dei materiali approvvigionati dai fornitori al miglior prezzo in situazioni di forte tensione nei mercati di fornitura, è divenuta una situazione sempre più frequente. Risulta indispensabile avviare strategie che prevedono una serie di attività e di strumenti di gestione a partire dalla definizione dell'acquisto in base al contesto economico e tecnologico, per arrivare alla negoziazione ed alla chiusura dell'accordo di fornitura.

Obiettivi
- Delineare metodologie, tecniche e strumenti per la selezione, qualificazione e gestione e il controllo dei fornitori
- Sapere classificare, razionalizzare e definire gli obiettivi economici ed operativi legati alle aspettative delle funzioni interne dell'azienda
- Essere in grado di valutare il prezzo "giusto" in relazione al contesto economico e tecnologico del mercato di fornitura che si sta gestendo
- Avere a disposizione degli strumenti in grado di consentire una valutazione (anche a livello di stima) del costo di un prodotto o di un servizio attraverso l'analisi delle sue componenti elementari

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

Contenuti
- Strumenti di analisi e organizzazione dell'ufficio acquisti (valutazione dello spending, classificazione dei fornitori, analisi della competitività e delle forze contrattuali cliente/fornitore)
- La valutazione del costo complessivo globale delle forniture (individuazione dei costi delle forniture oltre al prezzo di acquisto)
- Obiettivi da garantire all'azienda in relazione alle varie tipologie di fornitura: qualità, lead time di acquisto, prezzo, consegna, riduzione rischi
- Creare e sfruttare la competizione tra fornitori e la forza contrattuale del cliente
- Come organizzare il processo di acquisto: dalle specifiche di acquisto per la ricerca dei fornitori, alla definizione delle specifiche legate al prodotto o servizio da acquistare
- La valutazione del costo complessivo globale delle forniture (individuazione dei costi delle forniture oltre al prezzo di acquisto
- Fasi del processo d'acquisto: richiesta di offerta, analisi della RdA ed emissione ordine, gestione dell'ordine, solleciti ai fornitori, analisi e valutazione della qualità della fornitura, gestione del pagamento e contenzioso con il fornitore
- Il Total Cost of Ownership: i benefici dell'utilizzo del TCO
- Il marketing di acquisto e le sue applicazioni
- Il portafoglio acquisti ed il parco fornitori
- La gestione dei fornitori attraverso i sistemi di valutazione delle performance
- Le strategie di miglioramento delle politiche di acquisto e gestione dei fornitori
- Le strategie di partnership con i fornitori

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

65

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 8 e 15 marzo
RIMINI, 19 e 26 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 14 e 21 maggio
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 20 e 28 settembre

Formazione a distanza
17, 23 giugno - mattino e 30 giugno - giornata intera

2 e 9 dicembre - giornata intera

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA TRATTATIVA D'ACQUISTO

Pazienza nell'ascolto, conoscenza dei parametri di acquisto e contrattuali, visione di insieme sono alcune delle doti che permettono al Buyer e al CPO di performare al meglio e generare valore per la propria azienda. Valore è inteso come creazione di relazioni durature con i fornitori, di risultati economici profittevoli e conoscenza del mercato di riferimento. Determinante è la capacità di impostare una trattativa dominando lo scenario e governando le variabili, ipotizzando le mosse della controparte e i limiti negoziali.

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

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

Contenuti
Processo negoziale e pianificazione della trattativa di acquisto:
- Fasi della negoziazione: check list (definizione dei parametri aziendali quali budget; prezzo di mercato; condizioni di pagamento e delivery; Performance & Warranty Bond; termini contrattuali minimi e CME; contenuti tecnologici e novativi; premi di accelerazione; tabulazione offerte ricevute-contenuti minimi; ecc)
- Elementi critici: condizioni di mercato, Matrice di Kraljic, analisi ABC e frammentazione, strategie aziendali, attori della trattativa

Analisi di vincoli ed opportunità:
- Piano della trattativa: definizione obiettivi, margini negoziali e desiderata ZOPA, analisi punti di forza e debolezza nel rapporto (SWOT & Risk analysis)
- Tipologie di comportamento negoziale
- Inquadramento delle caratteristiche dell'interlocutore, previsione delle argomentazioni del venditore e scelta della tattica
- Gestione del tempo: l'attesa

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

Role playing: stile negoziale e sperimentazione da Win-Lose a Win-Win e viceversa:
- Sperimentazione della trattativa nei ruoli di buyer, venditore e osservatore in differenti contesti negoziali

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

66

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 20 aprile
RAVENNA, 27 ottobre

Formazione a distanza
19 e 26 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA MISURAZIONE DELLE PRESTAZIONI ATTRAVERSO I KPI: NON SERVE SOLO A CONTROLLARE MA A NEGOZIARE, PIANIFICARE E CRESCERE

La misurazione delle prestazioni in un contesto operativo è fondamentale per valutare l'efficienza e l'efficacia delle attività aziendali. Gli Indicatori di prestazione devono essere utilizzati per monitorare e valutare l'andamento delle prestazioni, attraverso la progettazione, l'utilizzo e l'interpretazione di una serie di KPI (Key Performance Indicators)., Tali obiettivi implicano l'uso delle informazioni ottenute dalle misurazioni per guidare la pianificazione strategica e migliorare le prestazioni aziendali.Questi elementi sono essenziali per garantire che le organizzazioni possano adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato e migliorare le loro efficienze operative.

Obiettivi

- Saper definire gli indicatori più adatti alle proprie esigenze di business
- Sviluppare una visione del controllo dei costi e delle prestazioni per controllare l'efficienza ed efficacia dell'intero sistema logistico e produttivo
- Apprendere le metodologie di consuntivazione (costi, indicatori, e strutturare il pannello di controllo)
- Monitorare efficacemente le metriche operative, avere una strategia di selezione dei parametri di gestione delle fonti e interpretazione consapevole dei dati

Destinatari

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

Contenuti

- Evidenziare il contesto di riferimento: prodotto mercato servizio
- I determinanti logistici ed il valore aggiunto nella Supply-Chain: diversi i modelli, diverse le esigenze e le modalità di controllo
- Il servizio al Cliente, i suoi fattori
- Definizione della curva costo servizio: significato e limiti
- Misurare i costi: tipi e fonti dei dati
- Struttura ed incidenza dei vari costi logistici
- Metodi ed esempi di reporting
- Il controllo delle prestazioni
- Costruire il pannello di controllo
- La misura delle prestazioni della Supply-Chain
- La misura delle prestazioni dei processi produttivi
- Rotazione del WIP
- Il calcolo dell'OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- Le performance del processo di approvvigionamento
- La gestione delle scorte
- Inventory turnover
- L'analisi ABC per la gestione delle scorte
- La cross-analysis

Docente

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

CORSI FUNZIONALI

RISORSE UMANE

FORMAZIONE 2027

67

RISORSE UMANE

Durata
21 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 9, 16, 23 febbraio
PARMA, 12, 19, 26 aprile

Formazione a distanza
7, 14, 21, 28 giugno e
7, 13 luglio - mattino

16, 23, 29 settembre,
7, 13, 20 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
600,00€ + IVA az. associate
720,00€ + IVA az. non associate

iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA - LIVELLO BASE

Il corso è progettato per fornire una preparazione immediatamente applicabile nella gestione amministrativa del personale, con un focus sugli aspetti contributivi, fiscali ed operativi tipici del lavoro subordinato. Attraverso un approccio pratico e professionalizzante, verranno analizzate nel dettaglio le principali componenti del Libro Unico del Lavoro, offrendo ai partecipanti le competenze tecniche fondamentali per operare con sicurezza nel settore del payroll. Ideale per chi desidera acquisire strumenti concreti e aggiornati, il corso consente di adattarsi alle esigenze delle diverse realtà aziendali, rappresentando un primo passo strategico per chi vuole costruire una carriera nell'ambito dell'amministrazione del personale.

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

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

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

Docente
Diego Colarusso, Consulente del Lavoro. Dopo aver conseguito un Master in Risorse Umane e Organizzazione, ha orientato la propria attività consulenziale verso la gestione amministrativa del personale e le relazioni industriali, con particolare attenzione alle PMI del settore metalmeccanico. Dal 2019 collabora con NexumStp ed è docente in corsi di formazione in ambito Payroll.

68

RISORSE UMANE

Durata
21 ore

Formazione in presenza
PARMA, 17, 22, 29 giugno
PIACENZA, 8, 15, 23 novembre

Formazione a distanza
10, 14, 20, 26 maggio e
3, 9 giugno - mattino

10, 17, 22, 29 novembre,
6, 13 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
600,00€ + IVA az. associate
720,00€ + IVA az. non associate

iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

BUSTE PAGA - LIVELLO AVANZATO

Il corso è progettato per fornire una preparazione solida e immediatamente spendibile, attraverso l'approfondimento delle discipline fondamentali e lo svolgimento di esercitazioni pratiche mirate. L'obiettivo è fornire ai partecipanti gli strumenti operativi per gestire in autonomia il processo payroll e la parte amministrativa del rapporto di lavoro, affrontando in modo concreto l'analisi delle principali variabili retributive e delle assenze tutelate, come malattia, maternità e infortunio. Un percorso formativo ideale per chi desidera acquisire competenze tecniche aggiornate e subito applicabili nel contesto aziendale.

Obiettivi
- Acquisire una conoscenza dettagliata dei principali processi legati alla gestione del lavoro subordinato e parasubordinato
- Saper calcolare il prospetto paga in presenza di eventi come malattia, maternità o infortunio
- Essere in grado di gestire le principali scadenze mensili e annuali dopo l'elaborazione

Destinatari
Responsabili HR, addetti all'amministrazione del personale e referenti degli uffici del personale.

Contenuti
Tipologie contrattuali:
- Tempo Indeterminato, Tempo determinato, Part-time, Apprendistato e lavoro Intermittente
- Tirocini Extracurriculari
- Lavoro parasubordinato (Co.co.co)

Dal lordo al netto:
- Dal lordo al netto (esercitazioni pratiche di calcolo);
- Gestione Trasferte e Trasfertismo, Cessioni del quinto e pignoramento dello stipendio;
- Assegni per il nucleo familiare e AUU
- Voci imponibili e voci esenti (Buoni pasto e Fringe benefit), Irpef, Addizionali e detrazioni
- Somma aggiuntiva ed ulteriore detrazione
- Trattamento integrativo
- Assunzioni agevolate novità 2027
- Novità legge di bilancio 2027

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

Docente
Diego Colarusso, Consulente del Lavoro. Dopo aver conseguito un Master in Risorse Umane e Organizzazione, ha orientato la propria attività consulenziale verso la gestione amministrativa del personale e le relazioni industriali, con particolare attenzione alle PMI del settore metalmeccanico. Dal 2019 collabora con NexumStp ed è docente in corsi di formazione in ambito Payroll.

69

RISORSE UMANE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 17 novembre
PARMA, 30 novembre

Formazione a distanza
21 e 28 gennaio - mattino

7 e 14 aprile - mattino

1 e 7 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

WORKSHOP: TRASFERTE, RIMBORSI E FRINGE BENEFIT

Strumenti e processi di gestione del rapporto di lavoro che richiedono correttezza amministrativa e attenzione agli aspetti fiscali. Il corso fornisce le competenze necessarie ad un'adeguata erogazione dei fringe benefits e ad una corretta gestione e amministrazione delle note spese, approfondendo le procedure interne da adottare per un loro efficiente controllo.

Obiettivi
Il corso ha l'obiettivo di illustrare le principali problematiche che riguardano l'attribuzione di fringe benefits, rimborsi e altre utilità ai dipendenti, ai collaboratori e agli amministratori, sia in relazione all'imponibilità Irpef in capo al collaboratore sia in relazione a eventuali vincoli alla deducibilità dei costi per l'impresa.

Destinatari
Direttori HR e responsabili risorse umane, responsabili amministrazione del personale, responsabili e addetti all'amministrazione. Piccoli e medi imprenditori intenzionati ad acquisire conoscenze e competenze strategiche per la gestione e la crescita aziendale.

Contenuti
Definizione di trasferta e differenze tra trasferta e trasfertismo:
- Definizione di trasferta: il concetto di variazione del luogo di lavoro
- Definizione di trasfertista e trattamento fiscale delle indennità
- Distinzione tra trasferta e trasfertismo
- Consenso del lavoratore
- Infortuni avvenuti in trasferta
- Indennità ed emolumenti di trasferta e rimborsi spesa: imponibilità fiscale e contributiva

Obblighi economici del datore di lavoro:
- Disciplina dei rimborsi spesa: indennità forfettaria, piè di lista e mista (esempi di note spese)
- Deducibilità dal reddito d'impresa delle spese per trasferte
- Conseguenze dell'utilizzo improprio dell'indennità di trasferta
- Gestione amministrativa delle trasferte: compilazione del LUL
- Fringe benefit in busta paga

Procedure amministrative di concessione dei fringe benefit:
- Imponibilità fiscale e contributiva dei fringe benefit
- Disciplina fiscale e contrattuale dei principali fringe benefit
- Gestione delle auto aziendali: uso strumentale, promiscuo e privato (esempio di accordo per l'utilizzo dell'auto aziendale)
- Concessione di dispositivi elettronici: telefono cellulare e computer (esempio di accordo per l'utilizzo dei dispositivi elettronici)
- Concessione di immobili in uso ai dipendenti: modalità di concessione, regole civilistiche da rispettare e disciplina contributiva e fiscale (esempio di contratto di comodato di beni immobili a favore di un lavoratore dipendente)
- Prestiti ai dipendenti e effetti fiscali
- Mensa aziendale e prestazioni sostitutive.

Docente
Bongiorni Emanuela, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda. Svolge attività di consulenza nell'area amministrativo-finanziaria e strategico gestionale e di docenza in numerosi corsi in materia di bilancio, check-up economico-finanziario, controllo di gestione, pianificazione strategica e budget. Esperta di sistemi di pianificazione, controllo di gestione e report di sostenibilità.

70

RISORSE UMANE

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 22 e 29 settembre

Formazione a distanza
3, 10, 17 e 24 marzo - mattino

5, 12, 19 e 26 luglio - mattino

9, 16, 23 e 30 novembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME COSTRUIRE E CONTROLLARE IL BUDGET DEL PERSONALE E I PRINCIPALI KPI

Il corso descrive il processo di costruzione del budget del personale nell'ambito del Budget Aziendale, focalizzandosi non solo sull'aspetto economico ma anche su tutte le abilità e metodologie utili per una più efficace gestione delle risorse umane.

Obiettivi
Verificare e rafforzare in termini di processo e di efficienza operativa la costruzione del Budget del Personale, migliorando la capacità di simulazione, l'incisività delle azioni correttive future e, in generale, rendendo più efficaci l'analisi e la valutazione organizzativa del capitale umano impiegato. I partecipanti apprenderanno attraverso lezioni frontali e casi pratici:

- strumenti di analisi dei dati storici
- strumenti di definizione del fabbisogno di personale
- individuazione dei dati di input per la costruzione del budget del personale e dei costi accessori
- kpi: obiettivi, rilevazione e interpretazione
- metodi di analisi degli scostamenti

Destinatari
Responsabili HR, addetti all'amministrazione del personale e del controllo di gestione.

Contenuti
- Il budget del personale nel contesto dei sistemi direzionali d'impresa
- Le fasi di costruzione del budget del personale
- L'analisi dei dati storici e i principali strumenti di interpretazione
- Le tendenze generali
- I kpi del personale
- La composizione dell'organico attuale e la definizione dei fabbisogni
- Gli obiettivi di riferimento
- Lo sviluppo delle ore di manodopera diretta
- La definizione dei "personnel numbers"
- La proiezione economica
- Le politiche retributive
- I dati di input (elementi contrattuali, straordinari, ferie e permessi ecc.)
- Le logiche e impatto dei sistemi di incentivazione
- Welfare e benefit
- La definizione dei costi accessori
- I costi acquisizione del personale (ricerca e selezione)
- I costi di mantenimento e sviluppo del personale (servizi, addestramento e formazione)
- I costi di uscita
- La valutazione dei risultati e l'analisi degli scostamenti

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

71

RISORSE UMANE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 10 marzo

Formazione a distanza
10 e 17 giugno - mattino

18 e 25 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

POLITICHE RETRIBUTIVE E NUOVE ASPETTATIVE DEI TALENTI: COME ATTRARRE E MOTIVARE MILLENIALS E GEN Z

Il D.Lgs. 96/2026 sulla pay transparency ha reso obbligatorio ciò che una parte crescente della forza lavoro già chiedeva da tempo. Millennials e Generazione Z hanno ridisegnato il contratto psicologico tra lavoratore e organizzazione: trasparenza sui criteri retributivi ed equità percepita non sono più nice-to-have, sono condizioni di base per attrarre, ingaggiare e trattenere le persone. Le aziende che sapranno leggere questa trasformazione - e rispondervi con scelte organizzative e retributive coerenti - avranno un vantaggio competitivo concreto sul mercato del lavoro.

Obiettivi
Al termine del corso, i partecipanti avranno acquisito una chiave di lettura strategica del cambiamento nelle aspettative delle nuove generazioni rispetto al lavoro e alla retribuzione, e un metodo pratico per costruire un mix di leve motivazionali e retributive coerente con la propria realtà organizzativa.

Destinatari
Il corso si rivolge a imprenditori, responsabili di funzione, responsabili HR.

Contenuti
Prima parte - Il nuovo contratto psicologico:
- Lo stato dell'arte: le aspettative delle persone oggi - cosa è cambiato e perché
- Millennials e Gen Z a confronto: valori, priorità e fattori di scelta del datore di lavoro
- Trasparenza ed equità come pilastri del patto psicologico tra lavoratore e organizzazione
- I knowledge workers: caratteristiche specifiche e struttura della motivazione al lavoro

Seconda parte - Le leve retributive e il mix aziendale:
- Gli strumenti disponibili: retribuzione fissa, variabile, welfare, work-life balance, percorsi di carriera, ambiente e cultura organizzativa
- Come costruire un mix coerente con la propria strategia e con le aspettative delle diverse generazioni presenti in azienda
- Alcuni casi da analizzare

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

72

RISORSE UMANE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 20 gennaio
PARMA, 1 dicembre

Formazione a distanza
11 e 18 febbraio - mattino

26 e 29 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ASSENTEISMO, TURNOVER, RETRIBUZIONI E D.LGS. 96/2026: DALLA LETTURA DEI NUMERI ALLA COSTRUZIONE DI SCELTE CONSAPEVOLI

In ogni azienda esistono già i dati - cedolini, cartellini, report presenze - ma raramente vengono organizzati e letti con un obiettivo. Il corso propone un percorso pratico in tre moduli per costruire i principali indicatori HR e usarli come base per decisioni più efficaci e difendibili davanti alla direzione.

Obiettivi
Al termine del corso i partecipanti sapranno calcolare e interpretare i principali indicatori HR (assenteismo, turnover, retribuzioni), costruire report operativi in Excel, posizionarsi rispetto ai benchmark regionali e nazionali, valutare i dati necessari per la reportistica ai sensi del D.Lgs. 96/2026 e gestire un confronto efficace con la direzione.

Destinatari
HR manager, responsabili di funzione, imprenditori e figure che si occupano di gestione del personale.

Contenuti
Sessione introduttiva — L'HR data mindset:
- Il paradosso HR: tanti dati, poche decisioni
- Da funzione di supporto a Business Partner: i dati come linguaggio della direzione

Modulo 1 - ASSENTEISMO. Misurare le assenze per capire l'organizzazione:
- I 6 macro-contenitori dell'assenteismo e i dati necessari (gestionali presenze, cedolino, CDL)
- Le formule: tasso globale, illness rate, indice di frequenza (IF) e di gravità (IG)
- Benchmark Confindustria 2025 e Confindustria Emilia-Romagna 2024
- Laboratorio Excel + demo Power BI

Modulo 2 - TURNOVER. Il costo nascosto del ricambio del personale:
- Stime di costo per profilo che si dimette
- Turnover volontario VS involontario: le formule e le possibili segmentazioni
- Benchmark Confindustria 2025 e Confindustria Emilia-Romagna 2024
- Laboratorio Excel + demo Power BI

Modulo 3 - RETRIBUZIONI. Equità interna, curva retributiva e D.Lgs. 96/2026:
- RAL vs. RGL, curva retributiva su scatter plot, lettura delle anomalie (outlier, compressione,
- sovrapposizioni)
- Gender Pay Gap per grade: formula, media vs. mediana, soglie di rilevanza
- D.Lgs. 96/2026: uno stato dell'arte sul reporting e sui dati richiesti
- Laboratorio Excel + demo Power BI

Docente
Gianmarco Falzi, consulente direzionale con oltre 30 anni di esperienza nella gestione e analisi dei dati HR in contesti aziendali di diverse dimensioni.

73

RISORSE UMANE

Durata
8 ore

Formazione a distanza
11 e 18 marzo - mattino

9 e 16 novembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LINKEDIN PER IL PERSONAL BRANDING NEL RECRUITING

Il corso insegna a costruire un profilo LinkedIn professionale e credibile per attrarre candidati. Si lavorerà sulle quattro leve del personal branding: rete, post, commenti e messaggi, con un framework pratico per scrivere contenuti efficaci rivolti al target di candidati che si vogliono raggiungere. Un modulo sarà dedicato agli strumenti di intelligenza artificiale come acceleratori del lavoro quotidiano per la creazione di contenuti su LinkedIn.

Obiettivi
- Costruire un profilo LinkedIn professionale e credibile
- Applicare le quattro leve del personal branding: rete, post, commenti e messaggi
- Strutturare contenuti LinkedIn efficaci utilizzando un framework di copywriting basato su target, gancio iniziale, struttura e obiettivo
- Utilizzare strumenti di intelligenza artificiale come supporto operativo per la creazione del profilo, post, commenti e messaggi

Destinatari
Il corso è rivolto a chi si occupa di ricerca e selezione del personale e vorrebbe utilizzare LinkedIn come canale di recruiting ed employer branding, sia all'interno di aziende private sia in agenzie per il lavoro.

Contenuti
- Personal branding come leva per il recruiting: costruzione di un profilo LinkedIn professionale e credibile per comunicare e attrarre candidati
- Le quattro leve del personal branding su linkedIn: rete, post, commenti, messaggi
- Strategia editoriale e framework di copywriting: target, gancio iniziale, struttura del post, posizione dell'autore, obiettivo, call to action, linguaggio e tono di voce
- Candidate personas: chi vogliamo raggiungere con la nostra comunicazione
- Tipologie di contenuto: identitario, community, educativo, commerciale
- Strumenti di intelligenza artificiale come acceleratori: cosa delegare e cosa no, come scrivere un prompt efficace, applicazioni pratiche su profilo, post, commenti e messaggi

Docente
Sabina Gnecchi, co-fondatrice di TAL - Talent Attraction Lab. Affianca aziende che faticano a trovare le persone giuste, lavorando su recruiting, employer branding e integrazione di intelligenza artificiale nei processi di selezione. La sua esperienza unisce formazione e gestione operativa di progetti HR, con un'attenzione particolare a innovazione e al legame tra marketing e HR.

74

RISORSE UMANE

Durata
14 ore

Formazione a distanza
1, 8, 15 e 22 marzo - mattino

1, 8, 15, e 22 luglio - mattino

6, 13, 20 e 26 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PEOPLE MARKETING: STRATEGIA PER RENDERE L'AZIENDA ATTRATTIVA

Il marketing non può più parlare solo ai clienti. In un mercato con meno risorse disponibili e nuove generazioni più selettive nel rapporto con il lavoro, le imprese devono diventare desiderabili anche per chi potrebbe lavorarci. Il corso mostra come costruire una reputazione attrattiva integrando il marketing tradizionale.

Obiettivi
- Analizzare i cambiamenti sociali, generazionali e organizzativi che stanno trasformando il rapporto tra persone e lavoro
- Comprendere il marketing interno come leva strategica per attrarre persone, competenze e profili difficili da reperire
- Definire una reputazione aziendale attrattiva, coerente con identità, cultura interna e proposta di valore dell'impresa
- Integrare il marketing tradizionale con strategie di comunicazione orientate all'attrazione di candidati e nuove risorse

Destinatari
Responsabili risorse umane, responsabili marketing, comunicazione e direzione aziendale. Il corso è adatto a imprese strutturate che vogliono diventare desiderabili non solo per il mercato, ma anche per candidati, giovani generazioni, profili tecnici e risorse difficili da reperire.

Contenuti
- Il nuovo mercato del lavoro: scarsità di risorse disponibili, competizione tra imprese e trasformazione delle aspettative professionali
- Le nuove generazioni e il lavoro: cosa cercano, cosa rifiutano e come valutano un'azienda prima ancora di candidarsi
- Dal marketing per vendere al marketing per attrarre: perché l'impresa deve comunicare valore anche verso il mercato delle persone
- Reputazione attrattiva: come rendere l'azienda desiderabile non solo per la proposta commerciale, ma anche come luogo in cui lavorare
- Dal valore interno alla reputazione esterna: come far conoscere, far percepire e far circolare ciò che rende l'azienda un luogo desiderabile in cui lavorare
- Il ruolo dei dipendenti nella reputazione aziendale: come coinvolgere le persone per trasmettere valori, credibilità e identità dell'impresa
- Integrare marketing tradizionale e strategie di attrazione delle risorse: costruire una comunicazione complementare, coerente e non separata
- Annunci di lavoro e colloqui: cosa cambia quando l'azienda deve anche farsi scegliere dal candidato
- Esercitazione: costruzione di una prima mappa di attrattività aziendale con pubblici, messaggi, canali e punti di forza da comunicare

Docente
Ivo Aybar Bianconi è comportamentista, consulente e formatore specializzato in neuroscienze comportamentali applicate all'impresa. Lavora con PMI e grandi aziende su comunicazione, organizzazione, leadership e processi umani, traducendo i meccanismi del comportamento in strumenti concreti per attrarre, coinvolgere e fidelizzare le persone.

75

RISORSE UMANE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 5 maggio

Formazione a distanza
9 e 6 giugno - mattino

11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IA UTILE ALLE RISORSE UMANE: TOOL, PROMPT E AGENTI PER IL LAVORO QUOTIDIANO DELL'HR

Il corso aiuta le imprese a usare l'IA generativa nelle attività HR: colloqui, riunioni, comunicazioni interne, analisi, documenti e processi organizzativi. Non è una panoramica sull'intelligenza artificiale, ma un laboratorio pratico per sperimentare tool, costruire prompt e agenti utili a lavorare con più rapidità, metodo e controllo.

Obiettivi
- Comprendere solo ciò che serve dell'IA per applicarla al lavoro HR, evitando aspetti tecnici non necessari al ruolo
- Scoprire tool di IA realmente utili per supportare le principali attività della funzione HR
- Costruire prompt efficaci per colloqui, riunioni, comunicazioni, analisi e documentazione HR
- Progettare agenti IA di supporto per attività ricorrenti, revisioni, preparazione di materiali e controllo dei processi

Destinatari
Responsabili HR, referenti del personale e figure di coordinamento coinvolte nella gestione delle persone, dei colloqui, delle comunicazioni interne e dei processi organizzativi.

Contenuti
- Cosa serve davvero sapere dell'IA generativa per usarla nel lavoro HR
- Differenza tra uso generico dell'IA e uso professionale guidato dalla competenza HR
- Tool IA utili per scrittura, sintesi, analisi, riunioni, preparazione di materiali e organizzazione delle attività
- Personalizzare i prompt per preparare mansionari, regolamenti, procedure, e altra documentazione
- Introduzione pratica agli agenti IA: cosa sono, quando servono e come possono aiutare la funzione HR
- Progettazione di agenti per attività ricorrenti: preparazione materiali, revisione testi, controllo di coerenza, sintesi e supporto operativo
- Esercitazione: ottimizzazione di un prompt operativo

Docente
Ivo Aybar Bianconi è comportamentista, consulente e formatore specializzato in neuroscienze comportamentali applicate all'organizzazione aziendale. Lavora con PMI e imprese strutturate traducendo psicologia, comportamento e processi umani in strumenti operativi per leadership, HR, comunicazione e sistemi organizzativi.

CORSI FUNZIONALI

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

FORMAZIONE 2027

76

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
10 e 16 giugno - mattino

04 e 11 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DALL'IDENTITÀ DI MARCA ALLA STRATEGIA DI MARKETING: PER PROGETTARE BRAND COERENTI E STRATEGIE ORIENTATE A GENERARE VALORE E RICONOSCIBILITÀ

Il corso guida i partecipanti nella comprensione del legame tra identità reale e digitale, fornendo strumenti per valorizzare immagine e riconoscibilità del marchio, dal manuale di comunicazione e brand kit fino alla presenza online. Attraverso esempi concreti e attività pratiche, mostra come la coerenza tra comunicazione tradizionale e digitale possa rafforzare reputazione, fiducia e opportunità di crescita.

Obiettivi

- Comprendere il rapporto tra identità reale e digitale, acquisendo consapevolezza su come la coerenza tra questi due aspetti possa rafforzare la reputazione aziendale e favorire la fiducia nei confronti del marchio
- Apprendere come costruire e valorizzare l'immagine aziendale attraverso strumenti concreti quali il manuale di comunicazione, il brand kit e la gestione integrata dei canali reali e digitali
- Acquisire le competenze relative alla tutela del marchio, analisi delle possibilità di registrazione, deposito e monitoraggio dell'identità aziendale
- Sviluppare competenze nella gestione della presenza online, dalla creazione del sito web alla gestione dei social media e delle campagne crossmediali, per moltiplicare le opportunità di crescita e visibilità
- Imparare a integrare strategie di branding tradizionali e digitali, al fine di costruire una presenza distintiva, riconoscibile e duratura nel tempo, adattando le iniziative di comunicazione alle esigenze delle PMI

Destinatari

Il corso è rivolto a imprenditori, manager, responsabili marketing e comunicazione, addetti commerciali e professionisti delle PMI che desiderano sviluppare o consolidare l'identità del proprio marchio e integrare efficacemente branding, comunicazione e presenza digitale.

Contenuti

- Analisi del concetto di Identità Reale
- Principi fondamentali del Brand Design
- Processi di Naming
- Definizione, obiettivi e struttura Brand Manual
- Tutela del marchio e principi di Brand Protection
- Titolarità del marchio, modalità di cessione e gestione delle licenze d'uso
- Analisi del concetto di Identità Digitale
- Valore strategico del dominio web e degli indirizzi e-mail per la comunicazione aziendale
- Adattamento della comunicazione su ciascuna piattaforma, garantendo coerenza narrativa
- Canalizzare il traffico degli utenti per creare funnel di marketing efficaci
- Integrazione sinergica tra comunicazione offline e online

Docenti

Claudio Rossi è consulente e docente di innovazione digitale e Intelligenza Artificiale, nonché Innovation Manager per Confindustria Romagna. Insegna all'Università di Perugia e nei corsi ITS di Rimini e Cesena. Supporta aziende italiane ed estere nei processi di innovazione, con focus su comunicazione digitale e applicazione dell'AI ai processi aziendali.

Ivana Pantieri è brand designer, consulente e docente di comunicazione visiva. Titolare dello studio Design + Communication, affianca imprese, enti e istituzioni nello sviluppo dell'identità di marca e delle strategie di comunicazione. Svolge attività di docenza sui temi del brand design, del posizionamento e della tutela del marchio.

77

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, 17 febbraio

Formazione a distanza
6 e 13 maggio - mattino

10 e 17 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00€ + IVA az. associate
360,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DIGITAL MARKETING: DALLA STRATEGIA AI CONTENUTI

Il corso fornisce un metodo strutturato per costruire una presenza efficace sui social media. Dalla definizione della strategia e del funnel, alla scelta delle piattaforme, fino alla creazione di contenuti che generano risultati concreti. Per chi gestisce il marketing internamente, lo delega o vuole capire come funziona.

Obiettivi

- Applicare un approccio strategico al marketing digitale
- Costruire e gestire un funnel orientato alla conversione e alla fidelizzazione del cliente
- Scegliere le piattaforme social più adatte e comprendere la logica degli algoritmi
- Creare contenuti efficaci applicando regole di copywriting e progettazione visiva
- Pianificare la produzione editoriale e leggere i dati per ottimizzare la strategia nel tempo

Destinatari

Dipendenti e titolari di aziende che gestiscono il marketing internamente, lo delegano a professionisti o agenzie, o vogliono strutturare meglio quello che già fanno. Non sono richieste competenze tecniche pregresse.

Contenuti

- Panoramica sui fondamentali di marketing digitale
- Domanda consapevole VS domanda latente: la logica di ricerca VS la logica social
- Customer Journey, Funnel e Messy Middle: come l'utente diventa cliente
- Ecosistema digitale integrato: sito, social media ed email come sistema unico
- Metriche e dati: distinguere le giuste metriche per misurare le performance
- Panoramica delle piattaforme social: audience, obiettivi e criteri di scelta
- Come funzionano gli algoritmi: segnali di engagement, continuità, formati premiati
- Creare contenuti che funzionano: copy, creatività, hook e Call to Action
- Le basi del copywriting
- Piano editoriale: tipologie di contenuto, struttura video, sostenibilità produttiva
- Advertising: panoramica del mondo delle sponsorizzate

Docenti

Luca Lo Iacono, formatore e consulente di marketing digitale. Attivo nella formazione aziendale dal 2013, affianca dal 2020 aziende di diversi settori come consulente in digital marketing. Ha guidato per 7 anni una startup innovativa nel settore digitale.

Per la sede di Parma: Marco Artusi, docente a contratto di Marketing Strategico, Branding e Digital Marketing presso l'Università di Modena e Reggio Emilia, e insegna in master e programmi di Executive Education accreditati ASFOR. Combina oltre 25 anni di esperienza operativa in ruoli di CMO e consulenza strategica con una ricerca attiva sull'impatto dell'intelligenza artificiale sul comportamento dei consumatori e sulla competitività delle marche. Ha pubblicato su riviste internazionali e collabora con aziende su progetti di brand strategy e marketing AI-driven.

78

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
16 e 23 febbraio - mattino

20 e 27 maggio - mattino

27 settembre e 4 ottobre - mattino

10 e 17 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

AI PER IL MARKETING B2B: COME CAMBIA IL TEAM MARKETING

Utilizzare l'intelligenza artificiale per creare contenuti autorevoli, pianificare campagne di demand generation e misurare il valore del marketing, potenziando le risorse e le capacità del team grazie all'AI.

Obiettivi
Il corso fornisce gli strumenti per utilizzare l'Intelligenza Artificiale a supporto delle attività di marketing B2B, accelerando la produzione di contenuti autorevoli e coerenti con il posizionamento aziendale. I partecipanti impareranno a pianificare campagne di demand generation, analizzarne le performance per ricavare insight utili, costruire un sistema editoriale sostenibile nel tempo e valorizzare il contributo del marketing alla pipeline commerciale attraverso dati e report efficaci a supporto della direzione.

Destinatari
Il corso è rivolto a responsabili marketing, digital marketing specialist, communication manager e professionisti del marketing B2B che desiderano integrare l'Intelligenza Artificiale nei processi di comunicazione, content marketing e demand generation.

Contenuti
Modulo 1 · Il marketing B2B nell'era dell'AI
- Come cambia il ruolo del team marketing B2B con l'AI: più strategia, meno esecuzione manuale
- Ricognizione degli strumenti già in uso nel gruppo: cosa funziona, cosa manca, cosa si sovrappone
- I tre errori più comuni nell'adozione dell'AI nel marketing B2B: genericità, velocità senza qualità, assenza di tono

Modulo 2 · Contenuti B2B con l'AI: autorevolezza senza perdere la voce
- Come addestrare l'AI sul tono di voce aziendale: brief, esempi, istruzioni di stile
- Produzione assistita di formati B2B ad alto valore: white paper, case study, articoli tecnici, newsletter settoriali
- Adattamento multicanale: dallo stesso contenuto a LinkedIn, email, sito, evento — con l'AI che declina i formati
- Laboratorio pratico

Modulo 3 · Demand generation: pianificare campagne con l'AI
- Come l'AI supporta la definizione della strategia di campagna: segmenti, messaggi chiave, canali, timing
- Costruire un piano editoriale trimestrale con l'AI: temi, formati, frequenza, responsabilità
- AI per la ricerca competitiva e l'analisi del mercato: come estrarre insight da fonti pubbliche in modo rapido
- Laboratorio pratico

Modulo 4 · Misurare con l'AI: dai dati agli insight per la Direzione
- Quali dati raccogliere e come l'AI aiuta a interpretarli: traffico, engagement, MQL, attribuzione
- Usare l'AI per costruire report di marketing leggibili dalla direzione — non solo dall'ufficio marketing
- Come collegare le attività marketing all'impatto sulla pipeline commerciale: il linguaggio che convince i vertici

Modulo 5 · Il sistema: sostenere l'AI nel tempo
- Come strutturare un flusso di lavoro ibrido uomo-AI che regge nel tempo senza dipendere da un singolo
- Governance dei contenuti AI: chi approva, chi controlla la qualità, come si aggiorna il tono di voce
- Piano d'azione individuale e di team

Docente
Lovemark è un'agenzia di digital marketing strategico con oltre 15 anni di esperienza e più di 300 clienti B2B. Partner certificato HubSpot e Salesforce, affianca aziende e istituzioni in progetti che integrano creatività, tecnologia e consulenza. Offre servizi di digital strategy, creazione di contenuti, implementazione di soluzioni CRM e AI, performance marketing e formazione avanzata.

79

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
14 ore

Formazione in presenza
RAVENNA, 16 e 23 marzo

Formazione a distanza
6, 13, 20 e 27 aprile - mattino

5, 12, 19 e 26 maggio - mattino

22, 29 ottobre, 5 e
12 novembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CREAZIONE CONTENUTI CON CANVA E STRUMENTI AI: DALL'IDEA AL RISULTATO

Un percorso pratico per imparare a creare contenuti grafici efficaci utilizzando Canva e strumenti AI come ChatGPT o Claude. Le persone partecipanti acquisiranno le basi della comunicazione visiva, scopriranno come realizzare materiali efficaci per la comunicazione aziendale digitale partendo dalla realizzazione di brief creativi che possono essere utilizzati per l'AI o per collaborare con altre figure del marketing come freelance o agenzie di comunicazione/ADV. Verranno apprese le basi su come utilizzare l'Intelligenza Artificiale per generare idee, testi e contenuti, ottimizzando tempi e risultati, adattando i prompt ai valori e agli obiettivi aziendali per non perdere mai di vista la bussola che dovrebbe guidare la comunicazione di ogni brand e azienda.

Obiettivi
- Saper creare brief efficaci per guidare la creazione di contenuti
- Utilizzare le principali funzionalità di Canva per realizzare contenuti grafici destinati alla comunicazione aziendale digitale interna e/o esterna
- Applicare i principi base della grafica per migliorare la chiarezza, la leggibilità e l'efficacia dei contenuti visivi
- Utilizzare ChatGPT o Claude per generare idee, testi e messaggi per la creazione di contenuti per i diversi canali
- Creare materiali grafici coordinati combinando contenuti testuali e visuali in modo rapido ed efficace con il supporto dell'AI
- Gestire un semplice flusso di lavoro che integri Canva e ChatGPT/Claude nella produzione di contenuti per le diverse esigenze aziendali

Destinatari
Il corso è rivolto a titolari d'impresa, persone dipendenti e collaboratrici di piccole e medie imprese che, pur non svolgendo attività di grafica professionale, si occupano della realizzazione di contenuti per la comunicazione aziendale interna ed esterna. È particolarmente indicato per chi crea o aggiorna materiali promozionali, contenuti social, presentazioni, comunicazioni interne o documenti informativi e desidera acquisire strumenti pratici per migliorare la qualità e l'efficienza del proprio lavoro.Non sono richieste competenze specifiche di grafica o di utilizzo dell'Intelligenza Artificiale. L'eventuale utilizzo di un abbonamento PRO a Canva e Claude può facilitare i processi e rendere più fluido il lavoro, ma non è obbligatorio.

Contenuti
Canva e Progettazione creativa:
- Interfaccia e logiche di funzionamento della piattaforma
- Template, elementi grafici e personalizzazione

Fondamenti di grafica digitale e visual identity:
- Strumenti per l'utilizzo efficace dei colori partendo dalla palette aziendale
- Tipografia e gerarchia visiva
- Layout e organizzazione nello spazio bianco

Introduzione a ChatGPT e/o Claude:
- Fondamenti della scrittura assistita per brainstorming idee contenutistiche
- Prompt base per la generazione di testi a supporto della creazione di contenuti
- Supporto dell'AI per creazione di brief creativi efficaci ed allineati a obiettivi e valori aziendali

Docente
Bianca Donati è esperta di marketing, design e comunicazione digitale, con esperienza come Brand Manager in una grande multinazionale italiana. Dal 2021 si dedica alla formazione, integrando strategia, creatività e comunicazione empatica con competenze avanzate nell'utilizzo di Canva e dell'Intelligenza Artificiale. Ha conseguito un Master in Ethics, Diversity and Inclusion presso la Rome Business School e continua a perfezionarsi con docenti italiani e internazionali.

80

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PARMA, 17 e 24 marzo

Formazione a distanza
20, 23, 27 e 30 settembre - mattino

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA PER LE IMPRESE: LINKEDIN E INSTAGRAM PER RAFFORZARE LA PRESENZA AZIENDALE

Comunicare efficacemente nel mondo digitale richiede consapevolezza, strategia e creatività, per costruire un'identità professionale solida e promuoversi con coerenza e autenticità. Il webinar propone un percorso intensivo e progressivo, strutturato in moduli tematici e laboratori guidati, per orientarsi tra strumenti, piattaforme e contenuti. Nuove potenzialità creative e opportunità professionali, per chi parte da zero.

Obiettivi

Al termine del percorso, i partecipanti saranno in grado di:

- Costruire una presenza online professionale, coerente con l'identità aziendale e i propri obiettivi lavorativi
- Ottimizzare un profilo LinkedIn aziendale, migliorandone la visibilità, la credibilità e l'efficacia nella rete professionale
- Configurare e gestire un account Instagram Creator o Business, in linea con la strategia comunicativa dell'impresa
- Applicare i principi base della SEO ai contenuti social, per aumentare la visibilità e migliorare le performance
- Elaborare un piano editoriale efficace e sostenibile, organizzando la pubblicazione dei contenuti in modo strategico e continuativo

Destinatari

Il percorso è rivolto a titolari di PMI, addetti marketing e comunicazione, responsabili commerciali e a tutte le figure aziendali che gestiscono o supportano la presenza digitale dell'impresa, anche senza una formazione specialistica. Il corso è pensato per sviluppare competenze operative di livello base e intermedio nella gestione dei social media aziendali. Il percorso non è rivolto a chi necessita di competenze avanzate in advertising, funnel di vendita, monetizzazione o sviluppo di strategie digitali complesse.

Contenuti

LINKEDIN (7 ORE)

- Gestione dell'Account Business
- Ottimizzazione del profilo: cover, sommario, esperienze, informazioni
- Content Creation
- Formati di pubblicazione e best practices
- Algoritmo e lettura dei dati insight
- Content Strategy
- Redazione del piano editoriale
- Organizzazione del calendario e gestione della frequenza
- Social Networking
- Strategie di promozione e visibilità

INSTAGRAM (7 ORE)

- Personal Branding e Self Empowerment
- Analisi SWOT personale
- Mindset digitale e sviluppo delle soft skills
- Gestione dell'Account Business
- Naming, categoria e contatti
- Ottimizzazione della biografia
- Content Creation
- Tipologie di contenuti (Reel, post, storie, ecc.)
- Algoritmo e interpretazione dei dati insight
- Content Strategy
- Piano editoriale e calendario contenuti
- Frequenza di pubblicazione e orari consigliati

Docente

Sara Camporesi, docente e formatrice, conduce percorsi di consulenza, orientamento professionale e reskilling occupazionale, in sinergia con realtà formative accreditate a livello nazionale. I suoi principali focus didattici riguardano la comunicazione digitale, i social media e la smartphone photography. È inoltre fotografa e Content Creator (@saracamporesi.it), specializzata in arte e promozione territoriale, ambiti nei quali collabora con istituzioni pubbliche ed enti turistici.

81

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 26 aprile
RAVENNA, 19 maggio
REGGIO EMILIA, 19 ottobre

Formazione a distanza
3 e 10 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COSTRUIRE UN PROCESSO COMMERCIALE EFFICACE

Finché le richieste arrivano e i venditori restano al loro posto, un'azienda può vendere per anni senza un vero metodo: bastano l'esperienza di chi c'è, le relazioni consolidate e un po' di passaparola. Il conto arriva dopo, quando il mercato si stringe, spunta un concorrente più agguerrito o una persona chiave se ne va, e ci si accorge che dietro i risultati non c'era un processo, ma solo l'iniziativa di pochi. È da qui che parte il corso: costruire una macchina commerciale con fasi chiare, azioni definite e strumenti al posto giusto, capace di dare risultati costanti che non svaniscono quando cambiano gli uomini in campo.

Obiettivi
- Guardare alla propria attività di vendita come a un meccanismo con una sua logica, distinguendo ciò che tiene grazie a un metodo da ciò che sta in piedi solo perché c'è la persona giusta
- Mettere a fuoco le tre trappole in cui si cade più spesso quando si prova a mettere ordine nelle vendite, e il motivo per cui sono così diffuse
- Seguire il cammino che il cliente compie prima e dopo l'acquisto, capendo cosa vale la pena presidiare in ogni momento
- Impostare, con l'aiuto di un canvas guidato, la prima bozza del proprio processo, mettendo a fuoco le fasi più critiche e stabilendo per ciascuna cosa fare, a chi affidarlo, con quali supporti e con quanto tempo e denaro
- La formazione avrà un taglio fortemente operativo, alternando brevi momenti di inquadramento teorico ad attività pratiche sul processo commerciale delle aziende partecipanti, guidate attraverso un canvas fornito durante il corso. Al termine della giornata, ogni partecipante avrà definito una prima bozza del proprio processo commerciale e individuato le priorità su cui lavorare in azienda

Destinatari
Il corso è rivolto a imprenditori, soci e responsabili commerciali di piccole e medie imprese, in particolare nei settori della produzione, dell'industria e dei servizi, che gestiscono direttamente le vendite. È pensato per chi vuole trasformare un'attività commerciale basata sull'esperienza e sulle persone in un processo strutturato, replicabile e capace di garantire risultati più costanti. Non sono richieste competenze di marketing o strumenti digitali.

Contenuti
- Perché oggi non basta più "saper vendere". Quando ci sediamo di fronte a un cliente, quello ha già cercato, paragonato, letto: si è costruito un'opinione prima ancora di incontrarci. Ragioniamo su come sono cambiate le abitudini d'acquisto delle imprese e sul perché tante PMI, andando avanti col pilota automatico, lasciano scappare occasioni senza rendersene conto. - Esercitazione. Uno scatto della situazione di partenza: da dove arrivano oggi i clienti, quali passaggi mettiamo in atto sul serio e quali invece diamo per scontati
- Che cos'è un processo commerciale efficace. Dove sta la differenza tra un percorso costruito con criterio e una serie di attività ripetute per consuetudine, e perché è il metodo, e non il fenomeno che vende bene, a garantire risultati che si possono replicare
- Tre passi falsi che fanno saltare la maggior parte dei tentativi: lasciare tutto informale, mettere gli strumenti davanti al cliente, contare sulla tecnologia per aggiustare qualcosa che invece è una questione di impostazione
- Le varie forme che può prendere un processo di vendita e i momenti che, sotto sotto, ritornano in ognuna: farsi notare, superare la valutazione, portare a casa il primo ordine, coltivare il cliente e farne un ambasciatore che ne porta altri
- Costruire il proprio processo commerciale. Il cuore concreto della giornata: lasciamo la teoria e lavoriamo sul processo reale delle aziende in sala, guidati da un canvas che tiene insieme fasi ed elementi in un colpo d'occhio
- Cosa si può concretamente fare e quali strumenti usare in ogni momento, scegliendoli a partire da ciò di cui il cliente ha bisogno in quel passaggio e non da ciò che al momento fa tendenza
- I quattro tasselli da fissare in ciascuna tappa perché il processo viva davvero e non resti un bello schema: cosa si fa, chi se ne occupa, con quali supporti e con quale investimento di tempo e di denaro
- Come riconoscere le fasi più critiche del proprio processo - quelle che, se sistemate, spostano davvero i risultati - per concentrare lì il lavoro invece di disperdersi su tutto insieme. Esercitazione pratica sulle aziende presenti. Usando il canvas, ciascuno imposta la prima bozza del proprio processo lavorando a fondo sulle una o due fasi più critiche, e mette in fila le priorità su cui intervenire. Si esce con uno strumento compilato e una direzione chiara, da riprendere e completare in azienda già dai giorni successivi

Docente
Andrea Casella, da più di 15 anni nel mondo della vendita, è formatore e consulente in ambito formazione reti commerciali con esperienza in aziende private e associazioni di categoria. Eroga corsi in presenza e online, utilizzando i principali software a supporto e mantenendo un'elevata interazione anche nell'esperienza digitale.

82

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
RAVENNA,28 aprile

Formazione a distanza
09 e 16 marzo - pomeriggio

19 e 26 aprile - mattino

03 e 10 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IA PER LA RETE COMMERCIALE: VENDERE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Il corso guida i professionisti della vendita a integrare gli strumenti di intelligenza artificiale generativa nel ciclo commerciale quotidiano: dalla ricerca e qualificazione dei prospect alla personalizzazione delle proposte, dalla gestione del CRM alla preparazione delle trattative. Approccio pratico, con laboratori su ChatGPT, Claude e Copilot.

Obiettivi

- Utilizzare strumenti di IA generativa per la ricerca e la profilazione dei clienti potenziali.
- Costruire prompt efficaci per la redazione di e-mail commerciali, offerte e follow-up personalizzati
- Integrare l'IA nei flussi di lavoro del CRM per la gestione dei lead e il monitoraggio della pipeline
- Applicare l'IA alla preparazione delle trattative e alla gestione delle obiezioni
- Valutare le opportunità e i rischi dell'IA in ambito commerciale nel rispetto del GDPR e dell'AI Act europeo

Destinatari

Responsabili commerciali, agenti, area manager, addetti al back office vendite e titolari di PMI che gestiscono direttamente la relazione con i clienti in ambito B2B e B2C. Il corso è adatto sia a chi ha già familiarità con gli strumenti digitali sia a chi si avvicina per la prima volta all'IA applicata alla vendita.

Contenuti

- Introduzione all'IA generativa: principi base e principali strumenti
- Prompt engineering per la vendita: come costruire prompt efficaci per testi commerciali, offerte, script di chiamata e follow-up
- Ricerca e qualificazione dei prospect con l'IA: analisi del mercato, scoring e segmentazione dei lead
- IA e CRM: automazione dei log di attività, gestione delle pipeline e reportistica commerciale
- Personalizzazione delle proposte e delle presentazioni con strumenti di IA generativa
- Preparazione alla trattativa con l'IA: analisi del cliente, anticipazione delle obiezioni e simulazione di scenari
- Aspetti etici, normativi e GDPR nell'utilizzo dell'IA nel processo di vendita
- Laboratorio pratico: esercitazioni guidate con ChatGPT, Claude e Microsoft Copilot

Docente

Marco Besi, consulente e formatore specializzato in intelligenza artificiale applicata al business, all'internazionalizzazione e al web marketing. Accreditato come Innovation Manager (MISE) ed esperto in internazionalizzazione (Unioncamere Lombardia), progetta e conduce percorsi di formazione aziendale per reti commerciali e aziende manifatturiere.

83

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione a distanza
5 e 12 luglio - mattino

11 e 18 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'E-MAIL COMMERCIALE POTENZIATA CON L'A.I: AUTOMATIZZA, PERSONALIZZA, VENDI

Conquista nuovi clienti, consolida quelli esistenti e recupera quelli persi. L'intelligenza artificiale è uno strumento che agevola e snellisce il lavoro come non mai. Ad oggi, tuttavia, non è in grado di elaborare strategie né di esprimere la sensibilità e la creatività umana. Apportare una rifinitura professionale ai concetti elaborati dall'A.I. è quindi la chiave per rendere i testi pienamente efficaci e immuni dall'impronta di produzione meccanica che crea diffidenza in chi legge.

Obiettivi
- Acquisire nuovi clienti con e-mail commerciali persuasive
- Preparare una sequenza di e-mail per convincere anche gli indecisi
- Realizzare un piano editoriale per fidelizzare i clienti esistenti
- Gestire il reclamo via e-mail in modo professionale ed efficace
- Predisporre una successione di messaggi per riconquistare i clienti persi

Destinatari
Direttori commerciali, Back office commerciale, addetti alla funzione di vendita.

Contenuti
- L'uso corretto dei prompt
- I moventi di acquisto: quattro paradigmi, quattro diversi messaggi
- La sequenza di e-mail creata dall'intelligenza artificiale
- Come realizzare un piano editoriale
- La gestione del reclamo via e-mail
- La rifinitura emozionale
- Recupero dei clienti: imbastire il lavoro con l'A.I.
- Il tocco umano: aggiungere empatia ai testi da inviare

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

84

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
14 ore

Formazione in Presenza
RAVENNA, 17 e 24 febbraio
RIMINI, 1 e 8 aprile
PARMA, 13 e 20 aprile
REGGIO EMILIA, ed. 1 - 10 e 17 maggio
PIACENZA, 24 e 31 maggio
CESENA, 16 e 23 settembre
REGGIO EMILIA, ed. 2 - 4 e 11 ottobre

Quota di partecipazione
450,00€ + IVA az. associate
540,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

TECNICHE DI VENDITA: COMUNICAZIONE, NEGOZIAZIONE E FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

Il corso "Tecniche di Vendita" è progettato per migliorare le competenze di vendita, dalla comunicazione efficace alla negoziazione strategica e gestione delle obiezioni. I partecipanti impareranno a preparare incontri, presentare efficacemente sé stessi, l'azienda e i prodotti/servizi, e a consolidare i rapporti con i clienti per fidelizzarli. Verranno inoltre esaminati gli errori comuni nella vendita e le strategie per evitarli, fornendo un approccio completo per ottimizzare il processo di vendita e raggiungere il successo commerciale.

Obiettivi
- Imparare a comunicare in modo eccellente, passando dalla comunicazione efficace a quella strategica
- Acquisire le competenze per pianificare gli incontri e preparare argomentazioni di vendita solide
- Apprendere a presentare efficacemente sé stessi, la propria azienda e il proprio prodotto o servizio.
- Identificare e prevenire gli errori più comuni nel processo di vendita
- Sviluppare strategie di negoziazione, inclusa la preparazione alla presentazione del prezzo, e gestire efficacemente le obiezioni

Destinatari
Il corso è rivolto a titolari di PMI, responsabili commerciali, addetti alle vendite, account, consulenti e a tutte le figure aziendali che gestiscono la relazione con il cliente e si occupano della vendita di prodotti o servizi. È particolarmente indicato per chi desidera sviluppare competenze nella comunicazione commerciale, nella negoziazione e nella fidelizzazione della clientela, migliorando l'efficacia del processo di vendita.

Contenuti
- Comunicazione eccellente: dalla comunicazione efficace alla comunicazione strategica
- Pianificazione dell'incontro e preparazione delle argomentazioni
- Presentazione efficace di sé, della propria azienda e del proprio prodotto o servizio
- Gli errori più comuni nella vendita: riconoscimento e strategie di prevenzione
- I punti chiave del processo di vendita: identificazione e rispetto
- Negoziazione strategica: come prepararsi a presentare il prezzo
- Gestione efficace delle obiezioni
- La chiusura del contratto
- Consolidamento del rapporto: creare valore per il cliente per fidelizzarlo
- Le 5 tecniche di vendita per essere efficaci

Docente
Andrea Casella, da più di 15 anni nel mondo della vendita, è formatore e consulente in ambito formazione reti commerciali con esperienza in aziende private e associazioni di categoria. Eroga corsi in presenza e online, utilizzando i principali software a supporto e mantenendo un'elevata interazione anche nell'esperienza digitale.

85

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 15 marzo
CESENA, 10 giugno
PARMA, 15 giugno
RIMINI, 2 dicembre

Formazione a distanza
9 e 16 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SUPERARE LE OBIEZIONI PER CONDURRE IL CLIENTE ALL'ACQUISTO

Molte trattative si arenano sul più bello, in prossimità del traguardo, per motivazioni spesso riconducibili all'ansia e a timori infondati, tipici di ogni essere umano che si accinge a prendere una decisione. Il problema non è l'obiezione, ma l'incapacità di sapere leggere cosa si nasconde dietro.

Obiettivi
- Individuare e smantellare riserve, rilievi e critiche
- Distinguere le obiezioni reali da quelle pretestuose
- Creare le argomentazioni persuasive per rimuovere i blocchi
- Superare agevolmente anche le obiezioni più insidiose, come "costa troppo" "ci penso" "non mi interessa" "sono a posto così" "non ho tempo"
- Condurre il cliente al si

Destinatari
Ogni profilo commerciale aziendale che - a vario titolo - vuole rimuovere ogni eccezione concreta o fittizia, avanzata sia da clienti acquisiti sia da clienti potenziali.

Contenuti
- Cosa conduce all'obiezione
- La creazione delle argomentazioni dissuasive
- Obiezioni reali e pretestuose
- Il giusto atteggiamento da osservare
- Le obiezioni sul prodotto/servizio
- Le obiezioni sull'azienda
- Le obiezioni sulla persona
- Le obiezioni sul prezzo di vendita

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

CORSI FUNZIONALI

INFORMATICA E TECNICA

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

FORMAZIONE 2027

86

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, 3 e 10 marzo
REGGIO EMILIA, 23 e 31 marzo
REGGIO EMILIA, 15 e 22 settembre
PARMA, 20 e 27 settembre

Formazione a distanza
19 e 26 gennaio - mattino
20 e 27 gennaio - mattino
11 e 18 febbraio - mattino
1 e 8 marzo - mattino
13 e 20 aprile - mattino
10 e 17 maggio - mattino
23 e 30 settembre - mattino
5 e 12 ottobre - mattino
20 e 27 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

EXCEL BASE: GESTIRE I DATI AZIENDALI

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

Obiettivi
Il corso ha come obiettivo quello di fornire gli elementi base per lavorare con i fogli di calcolo, a supporto di tutte le attività di monitoraggio e analisi dei dati, economici e no, raccolti dai vari settori aziendali, per lavorare in modo più rapido, preciso ed efficiente.

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

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

Docente
Esperti in materia.

87

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, 5 e 12 aprile
REGGIO EMILIA, 22 e 29 aprile
REGGIO EMILIA, 18 e 25 ottobre
PARMA, 5 e 12 ottobre

Formazione a distanza
2 e 9 marzo - mattino
16 e 23 aprile - mattino
3 e 10 giugno - mattino
21 e 28 giugno - mattino
6 e 7 luglio - mattino
13 e 20 maggio - mattino
21 e 28 ottobre - mattino
5 e 12 novembre - mattino
18 e 25 novembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIRE MODELLI DI CALCOLO CON LE FUNZIONI DI MICROSOFT EXCEL (LIVELLO INTERMEDIO)

Non è difficile percepire per un'azienda l'importanza di gestire ed organizzare i dati economici in modo efficiente, né tanto meno quanto ciò risulti strategico per moltissime attività, quali le vendite, il marketing, il servizio clienti, la contabilità. L'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.

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

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

Contenuti
- Utilizzo di formule e funzioni: concetti generali e gestione di riferimenti assoluti e relativi
- Gestire le principali metriche di calcolo in Excel: Variazioni %, Margini, Incidenze %, ecc...
- Costruire modelli di calcolo con l'utilizzo di: SE, SE NIDIFICATO, FUNZIONI DI CONTROLLO DEGLI ERRORI
- Analizzare e riepilogare dati numerici con operazioni condizionali: SOMMA.PIU.SE, CONTA.PIU.SE
- Rappresentare graficamente i dati: Sparkline, Grafici, Formattazione condizionale

Docente
Esperti in materia.

88

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, ed. 1 - 9 e 16 giugno
PARMA, ed. 2 - 29 novembre e 3 dicembre

Formazione a distanza
8 e 15 marzo - mattino

15 e 22 aprile - mattino

22 e 29 giugno - mattino

14 e 21 luglio - mattino

13 e 20 settembre - mattino

12 e 19 ottobre - mattino

12 e 22 novembre - mattino

2 e 9 dicembre - mattino

13 e 17 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE EFFICIENTE DEI DATI AZIENDALI CON MICROSOFT EXCEL (LIVELLO AVANZATO)

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

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

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

Contenuti
- Funzioni di ricerca: cerca.X, confronta.X, indice
- Merge tra più tabelle con power query
- Funzioni di calcolo a espansione dinamica: filtro, unici, testo. Unisci, dati, ordina.
- Funzionalità Excel per l'analisi dei dati:
    1. analisi dati con le tabelle pivot
    2. funzioni data per le aggregazioni temporali e per i confronti tra periodi diversi
    3. funzioni statistiche per la descrizione dei dati storici

Docente
Esperti in materia.

89

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PARMA, 8 e 15 aprile
REGGIO EMILIA, 8 e 15 luglio

Formazione a distanza
17 e 24 febbraio - mattino

16 e 23 marzo - mattino

11 e 18 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ELABORAZIONI PIVOT E DATA VISUALIZATION: ANALISI DATI E REPORTING CON EXCEL E LE POWER PIVOT

Il foglio elettronico non solo come strumento di produttività individuale ma anche come strumento di analisi e reporting dei dati provenienti dai sistemi gestionali.

Obiettivi
Utilizza il foglio elettronico come strumento di analisi e reporting dei dati provenienti da fonti esterne: raccogli, definisci la forma, analizza ed esplora dati aziendali essenziali in nuovi modi e in meno tempo con gli strumenti di elaborazione grafica di Excel. 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, rielaborare e presentare 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

- Introduzione a PowerQuery
- Consolidamento di più tabelle e accodamento Dati
- Analizzare i dati con le Tabelle Pivot e il modello dati di Power Pivot
- Come organizzare i propri dati per un'elaborazione Pivot
- Il Modello Relazionale di Power Pivot per analizzare più Tabelle contemporaneamente
- Lavorare con le Formule nelle Tabelle Pivot:
- Utilizzare le Funzioni di EXCEL con una Tabella Pivot
- Campi Calcolati per metriche di base oppure estrarre dati con INFO.DATI.TAB.PIVOT
- Analisi Grafiche e Reporting: come rappresentare i risultati con Excel
- Grafici Excel e Grafici Pivot: quale scegliere per una rappresentazione efficace
- Strategie e Best Practices per la realizzazione di grafici di immediata lettura

Docente
Esperti in materia.

90

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 16 e 23 settembre
PARMA, 19 e 26 ottobre

Formazione a distanza
8 e 15 aprile - mattino

6 e 13 dicembre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OTTIMIZZARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'AUTOMAZIONE DI EXCEL E DI MICROSOFT 365

Chi lavora regolarmente con EXCEL sa bene quanto possa essere impegnativo dover replicare ogni volta le stesse identiche istruzioni, in particolar modo quando per l'esecuzione dei programmi a più passaggi mette presto a dura prova la pazienza degli utenti. Verranno analizzati, discussi e implementati esempi di pulitura dei dati con gli strumenti più moderni di EXCEL, dall'automazione tramite scripts (Macro-scritte in VBA o Office Scripts) ai più recenti processi ETL di Power Query fino alla soluzione cloud di Power Automate attraverso i connettori Excel Online.

Obiettivi
Al termine del percorso i partecipanti avranno acquisito la conoscenza degli strumenti per:
- Importare dati da fonti esterne e "normalizzarli" con il completamento di dati provenienti da altre tabelle, merge di più tabelle per unirne e accodarne i dati
- Creare colonne calcolate, filtrare e riordinare i dati in modo automatico
- Eseguire operazioni ricorsive: scorrere i diversi fogli, le celle in un intervallo, i files in una cartella
- Creare e gestire Tabelle Pivot e Grafici in modo automatico con le macro o con gli strumenti di automazione

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

Contenuti
- Panoramica sugli strumenti di automazione in EXCEL: Macro VBA, Office Scripts, PowerQuery, Power Automate
- Automazione delle operazioni di "pulitura dei dati" con lo strumento "Recupera dati e trasforma"
- Introduzione ai principali strumenti per l'esecuzione automatica di:
  - filtri, eliminazione di righe e/o colonne
  - inserimento di colonne calcolate, trasposizione dei dati (UNPIVOT)
  - unione e Accodare i dati di files/fogli diversi
- Struttura di un progetto di automazione e panoramica sulla libreria oggetti di EXCEL (Proprietà, Metodi ed Eventi)
- Proprietà dei principali oggetti (Celle, Intervalli, Fogli, ...) e metodi di selezione e spostamento tra celle
- Codice VBA e Macro per scorrere i fogli e/o le celle di una cartella di Excel
- Esempi di Flussi costruiti con Power Automate per aprire, leggere e scrivere su file di Excel tramite OneDrive e SharePoint

Docente
Esperti in materia.

91

INFORMATICA E TECNICA

Durata
8 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 15 e 22 febbraio

Formazione a distanza
19 e 26 gennaio - mattino

12 e 19 maggio - mattino

7 e 15 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
300,00 € + IVA az. associate
360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FAR PARLARE I NUMERI: DAL FOGLIO ELETTRONICO DI EXCEL ALLA BUSINESS INTELLIGENCE CON POWER BI

Trasformare i propri dati per avere un impatto immediato, ottenere maggiori risultati con meno risorse usando una piattaforma BI end-to-end per creare un'unica fonte di informazioni, scoprire informazioni dettagliate più efficaci e usarle per ottenere un impatto.

Obiettivi

- Integrare la Business Intelligence di Power BI con il Foglio Elettronico di Excel e favorire la migrazione del proprio sistema di reporting
- Prendere decisioni informate basate su analisi sempre aggiornate con i più evoluti sistemi di reporting
- Trovare e condividere informazioni dettagliate importanti con varie modalità di visualizzazioni dei 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

- Analizzare e importare dati in POWER BI
- Separare i dati dal processo di elaborazione e dal livello di presentazione grafica
- Preparare i dati con Power Query e caricarli nel proprio modello dati
- Fare Business Analytics con POWER QUERY, POWER PIVOT e POWER BI
- Impostare un modello di analisi con le funzioni di EXCEL, POWER PIVOT o di POWER BI
  - Alcuni esempi di calcolo con FILTRI che possiamo realizzare con POWER PIVOT o POWER BI
- Scelta di un oggetto visivo efficace con gli strumenti di EXCEL e di POWER BI
  - Il reporting grafico dei dati con POWER BI
  - Best Practices per la scelta di un oggetto grafico in funzione dei dati da rappresentare
- Creare e condividere progetti di Business Analysis
  - Pubblicare e dare accesso ad un report in Power BI
  - Distribuire le proprie analisi ad utenti esterni con filtri sui dati
  - Gestire l'aggiornamento dei dati per avere Report sempre attuali

Docente

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

92

INFORMATICA E TECNICA

Durata
14 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 11 e 18 maggio

Formazione a distanza
1 e 8 luglio - giornata intera

3 e 10 novembre - giornata intera

Quota di partecipazione
500,00€ + IVA az. associate
600,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

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

93

INFORMATICA E TECNICA

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 21 settembre

Formazione a distanza
29 giugno e 2 luglio - mattino

9 e 16 novembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

FAILURE MODES AND EFFECTS ANALYSIS – FMEA

FMEA è uno degli strumenti più richiesti per la certificazione dei Processi Organizzativi, tuttavia, è anche un metodo di lavoro difficile da adottare in modo consapevole, efficiente ed efficace. È annoverato fra i migliori e completi approcci all'analisi dei rischi in tutti i settori industriali (a partire dalle aziende manifatturiere dell'automotive, fino ai servizi della ristorazione e dell'accoglienza), ma è anche uno strumento di Pianificazione delle azioni di mitigazione dei rischi e di aumento della qualità dei prodotti e dei processi operativi.

Obiettivi

- Conoscere finalità, ambiti e obiettivi del metodo FMEA
- Distinguere le caratteristiche della D-FMEA e della P-FMEA
- Sperimentare l'applicazione

Destinatari

Specialisti del Controllo e dell'Assicurazione Qualità, Responsabili e Operatori del Processo di Produzione, Responsabili e specialisti del Processo di Sviluppo Prodotti (Ufficio Tecnico, Ricerca e Sviluppo), Responsabili e specialisti del Processo di industrializzazione del prodotto e del processo, Responsabili e specialisti del Servizio di assistenza Post Vendita.

Contenuti

Il programma del corso è strutturato in 3 aree di formazione:

- Introduzione del metodo FMEA e definizioni degli elementi che ne caratterizzano la struttura e gli ambiti di applicazione
- Illustrazione di un percorso in 10 passi per l'applicazione della FMEA nella Progettazione e nelle Operations
- Esercitazione: applicazione del metodo FMEA, dall'individuazione delle modalità di guasto, al piano di mitigazione delle dei rischi

Docente

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

94

INFORMATICA E TECNICA

Durata
14 ore

Formazione a distanza
22, 25, 29 giugno e 2 luglio - mattino

08, 21, 28 ottobre e 5 novembre - mattino

Quota di partecipazione
500,00 € + IVA az. associate
600,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO

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

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

Destinatari
Responsabili e Addetti alla produzione, Operatori di macchine utensili e addetti al montaggio, Responsabili e Addetti Uffici Tecnico – commerciali. Tutti coloro che desiderano approfondire le proprie conoscenze in materia.

Contenuti
- Le norme del disegno tecnico
- Tecnica di rappresentazione grafica delle Proiezioni Ortogonali (sistema E e A)
- Viste e ribaltamenti
- Sezioni tecniche
- Graficismi: linee, riempimenti, simbologie
- Sistema di quotatura unificato
- Organizzazione delle tavole tecniche: assemblati, complessivi, gruppi, esplosi, particolari, cartigli
- Errori dimensionali 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
Genba Professional è una società che si occupa di consulenza aziendale a tutto tondo per il consolidamento e l'accrescimento delle competenze, unendo le esperienze di professionisti e professioniste qualificati e specializzati nei vari ambiti della gestione e organizzazione aziendale. Nasce con l'idea di creare un meccanismo virtuoso dove i singoli professionisti mettono a fattor comune esperienze e competenze per offrire un pacchetto di servizi completo e dove la qualità ed affidabilità diventano elementi di forza.

95

INFORMATICA E TECNICA

Durata
7 ore

Formazione a distanza
13 e 20 maggio - mattino

23 e 30 settembre - mattino

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

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

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

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

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

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

96

INFORMATICA E TECNICA

Durata
14 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 4 e 16 marzo
REGGIO EMILIA, 7 e 19 maggio

Formazione a distanza
6, 13, 20 e 27 ottobre - mattino

Quota di partecipazione
500,00€ + IVA az. associate
600,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ELETTROTECNICA PRATICA

Fornire gli elementi di base e piccoli approfondimenti a personale preferibilmente non qualificato elettricamente per comprendere i fenomeni elettrici visibili ed invisibili, saperli individuare, misurare e, a fronte di piccole problematiche, risolverle in autonomia.

Obiettivi
- Imparare il funzionamento dei circuiti elettrici e di tutti i fenomeni associati alla presenza della corrente elettrica
- Imparare ad utilizzare correttamente la strumentazione elettrica ed elettronica
- Analizzare e risolvere i principali guasti elettrici
- Conoscere e riconoscere i principali dispositivi di protezione di impianti e persone

Destinatari
Personale tecnico già presente in azienda con qualifica di ambito non elettrico (es. Meccanico). Futuri manutentori elettrici in formazione. Personale da introdurre in azienda per corsi di selezione personale. Personale già impegnato in ambito elettrico per approfondimenti pratici su argomenti specifici.

Contenuti
- Concetti di base dei fenomeni elettrici e della distinzione fra tensione continua e alternata sinusoidale (mono e trifase)
- Strumentazione elettrica: il multimetro e il suo corretto utilizzo: condizione indispensabile per l'accesso alla comprensione dei fenomeni elettrici
- I generatori (di tensione e di corrente): modelli e realtà
- I fondamentali elementi delle reti elettriche lineari: RESISTENZE, CONDENSATORI e INDUTTORI – il loro comportamento e relative ricadute sul funzionamento dei dispositivi elettrici. Cenni ai componenti elettronici non lineari (diodi e transistor)
- Gli interruttori. Funzionamento e ricadute circuitali della "COMMUTAZIONE" su un organo di controllo elettrico
- La simbologia elettrica: i principali componenti industriali, le alimentazioni, gli utilizzatori, le regole di schematizzazione funzionale e di layout. Regole di lettura di uno schema. Regole di identificazione dei componenti. Applicazioni pratiche
- Il guasto e la protezione elettrica di impianti e persone. Dispositivi e collegamenti
- Gli impianti elettrici civili e industriali e il bordo macchina. I principali componenti: Relè e teleruttori, Trasformatori, Motori, Alimentatori. Il cablaggio e sue caratteristiche tecniche: Portata, Cadute di potenza e tensione

Docente
Boni Fabrizio, ingegnere elettronico con laurea magistrale, docente formatore scolastico ed aziendale.
Da oltre 20 anni docente di materie elettriche presso l'istituto di Istruzione Superiore "L. NOBILI" di Reggio Emilia. Da oltre 20 anni collabora con svariati centri formazione del territorio per la creazione e la realizzazione di corsi mirati alla formazione di addetti aziendali in tutti gli ambiti del settore elettrico/elettronico (maggiormente nel settore progettazione e manutenzione).Da 20 anni collabora con alcune aziende del settore medicale per la progettazione e la certificazione di prodotti elettromedicali nel campo fisioterapico.

97

INFORMATICA E TECNICA

Durata
14 ore

Formazione a distanza
22, 29 settembre, 6 e 13 ottobre - pomeriggio

Quota di partecipazione
500,00€ + IVA az. associate
600,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

OLEODINAMICA: STRUTTURA BASE DEGLI IMPIANTI

Sono in molti a volersi affacciare al mondo sempre più vasto dell'oleodinamica, partendo da piccoli principi di fisica dei fluidi per poi addentrarsi sempre di più nello specifico della materia. Come fare?

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

Destinatari
Tutti coloro che desiderano avere un'informazione generica di base, personale già addetto ai lavori, manutentori presso aziende produttive, personale impiegato nel settore.

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

Docente
Carlo Maria Rozzi, ingegnere esperto nello studio e realizzazione di 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.

98

INFORMATICA E TECNICA

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PIACENZA, 6 maggio
REGGIO EMILIA, 27 maggio
PARMA, 25 ottobre

Formazione a distanza
8 e 15 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE DELLA MANUTENZIONE TPM E FACILITY

Le attività produttive e di stoccaggio dipendono sempre di più da macchine, impianti ed attrezzature dotate di un crescente livello di automazione. Questo corso ha la finalità di spiegare, in modo semplice e pratico, in che modo sia possibile ridurre i rischi di interruzione delle attività a causa dei guasti ed incrementare l'efficienza delle attività operative nel loro insieme (ottenendo al contempo rilevanti miglioramenti sulla qualità dei prodotti).

Obiettivi
- Spiegare le tecniche nell'ambito TPM per il miglioramento dell'efficienza dei sistemi di produzione
- Delineare una visione integrata su come sia possibile strutturare adeguatamente un'attività di Facility Management
- Fornire strumenti pratici per concepire ed attuare un progetto di miglioramento delle attività di manutenzione
- Spiegare le strategie di miglioramento dei processi manutentivi tramite lo sviluppo digitale

Destinatari
Il corso è rivolto principalmente a tutto il personale che gestisce direttamente od indirettamente macchine, impianti ed attrezzature: capi reparto, personale tecnico, manutentori, responsabili di produzione, acquisti, ufficio tecnico, ecc.

Contenuti
Manutenzione Macchine, Attrezzature ed Impianti:
- Politiche e Gestione Manutenzione Macchine (TPM)
- Politiche di Riparazione Macchine ed Impianti
- Principi generali del macro-funzionamento delle macchine
- Gestione Guasti: primo intervento e supporto operativo a distanza
- Prevenzione: criteri e metodologie operative
- Identificazione delle vulnerabilità specifiche
- Manutenzione Straordinaria
- Il Processo di Manutenzione Macchine ed Attrezzature
- Calendario delle risorse produttive e gestione delle eccezioni
- Digitalizzazione dei processi manutentivi

Strumenti di Problem Solving e Priority Management:
- Percorso per il Problem Solving Manutenzione
- Trouble Shotting ed Emergency Tutorials
- Registri Fermi Macchina
- Analisi ABCX
- FMEA di Processo e FMECA
- Jidoka: Andon, Cinque Perché e Built in Quality
- Ishikawa e CEDAC
- Piramide delle Risorse Gestionali
- Analisi dei Rischi
- Sistemi SCADA
- Applicazioni dell'Intelligenza Artificiale

Monitoraggio delle Prestazioni e Prevenzione:
- Principi generali OEE (Efficienza totale di impianto)
- Piano di Manutenzione Macchine
- KPIs e definizione SMART degli obiettivi (MTBF ed altri)
- Controllo e consolidamento dei risultati
- Miglioramento Continuo
- Asaishi boards

Gestione dei Fornitori ed Outsourcing:
- Gestione degli approvvigionamenti: Matrice di Kraljic
- Make or Buy ed Outsourcing.
- Controllo dei tempi di intervento e qualità del servizio
- Approvvigionamento e stoccaggio dei Ricambi
- Aspetti Contrattuali

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

99

INFORMATICA E TECNICA

Durata
7 ore

Formazione in presenza
PARMA, 18 maggio

Formazione a distanza
8 e 15 giugno - mattino

10 e 17 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
250,00 € + IVA az. associate
300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

SICUREZZA INFORMATICA DELLE MACCHINE E DEI SISTEMI OT

Il corso fornisce le conoscenze necessarie per comprendere i rischi di sicurezza informatica che interessano macchine, linee produttive e sistemi di automazione e controllo industriale. I partecipanti acquisiranno consapevolezza delle principali minacce cyber, delle vulnerabilità di PLC, HMI, SCADA, reti e accessi remoti e delle possibili conseguenze sulla continuità produttiva, sull'integrità del processo, sulla sicurezza delle persone e sulla protezione del patrimonio informativo. Saranno chiarite le differenze tra ambienti IT e OT, le rispettive priorità di protezione e la relazione tra cybersecurity e sicurezza funzionale della macchina.

Obiettivi

Al termine dell'attività i partecipanti sapranno orientarsi nel quadro legislativo e tecnico costituito dal Regolamento Macchine (UE) 2023/1230, dal Cyber Resilience Act, dalla direttiva NIS 2, dalla futura EN 50742 e dalla serie IEC 62443. Saranno in grado di distinguere obblighi e responsabilità di fabbricanti, integratori, fornitori e utilizzatori, riconoscere gli aspetti cyber che possono generare situazioni pericolose e impostare una valutazione delle minacce e delle vulnerabilità coerente con la valutazione dei rischi della macchina. Il corso fornirà inoltre criteri pratici per definire misure di protezione, segmentazione delle reti, controllo degli accessi, gestione degli aggiornamenti e delle vulnerabilità, tracciabilità degli interventi e requisiti di sicurezza lungo l'intero ciclo di vita del prodotto e dell'impianto.

Destinatari

Fabbricanti di macchine e quasi-macchine, integratori di sistemi, progettisti elettrici, software e dell'automazione, responsabili e addetti degli uffici tecnici, IT e OT, responsabili di produzione, manutenzione, qualità, sicurezza e conformità di prodotto, utilizzatori di impianti industriali, consulenti e tecnici coinvolti nella gestione della cybersecurity delle macchine e delle reti di fabbrica.

Contenuti

- Fondamenti di cybersecurity applicata alle macchine e ai sistemi di automazione e controllo industriale; terminologia essenziale e caratteristiche degli ambienti OT
- Differenze tra sicurezza IT e OT: priorità di disponibilità, integrità e riservatezza; continuità operativa, safety e vincoli dei sistemi industriali
- Principali minacce e modalità di attacco: ransomware, malware, phishing, compromissione di HMI e PLC, vulnerabilità non corrette, attacchi ai servizi di rete, accessi remoti e minacce interne
- Conseguenze degli incidenti cyber: fermo produzione, alterazione del processo, danni alle macchine, perdita di dati e know-how, effetti sulla sicurezza delle persone, impatti economici e reputazionali
- Quadro legislativo europeo e interazioni tra Regolamento Macchine (UE) 2023/1230, Regolamento (UE) 2024/2847 Cyber Resilience Act e direttiva (UE) 2022/2555 NIS 2
- Responsabilità di fabbricanti e utilizzatori; sicurezza del prodotto, sicurezza dell'organizzazione e gestione della cybersecurity lungo il ciclo di vita
- Cybersecurity nel Regolamento Macchine: componenti di sicurezza digitali, protezione dall'alterazione, requisiti 1.1.9 e 1.2.1, software e dati critici, registrazione degli interventi e tracciabilità delle versioni software
- Relazione tra security e safety secondo UNI CEN ISO/TR 22100-4; integrazione delle minacce informatiche nella valutazione e riduzione dei rischi secondo UNI EN ISO 12100
- Approccio della prEN 50742: valutazione delle minacce e delle vulnerabilità, eliminazione o mitigazione, informazioni per l'uso e determinazione del livello di sicurezza richiesto SRSL
- Cyber Resilience Act: campo di applicazione, classificazione dei prodotti con elementi digitali, requisiti essenziali, security by design, gestione delle vulnerabilità, aggiornamenti, supporto, valutazione della conformità e obblighi di segnalazione
- NIS 2: soggetti interessati e principali misure di gestione del rischio, incident management, continuità operativa, sicurezza della supply chain, formazione, controllo degli accessi, autenticazione e gestione degli asset
- Serie IEC 62443: struttura, ruoli e responsabilità, ciclo di vita dello sviluppo sicuro, requisiti di sistema e di componente, zone e conduit, security level, requisiti fondamentali e difesa in profondità

Docente

Marcello Paone, CMSE© - Certified Machinery Safety Exper. Consulente e formatore senior per la sicurezza e la sicurezza informatica delle macchine.

100

INFORMATICA E TECNICA

Durata
7 ore

Formazione in presenza
REGGIO EMILIA, 26 maggio
PARMA, 18 ottobre

Formazione a distanza
26 gennaio e 2 febbraio - mattino
9 e 16 novembre - pomeriggio

Quota di partecipazione
250,00€ + IVA az. associate
300,00€ + IVA az. non associate

Iscrizione
Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA SICUREZZA DELLE MACCHINE ED IL REGOLAMENTO 2023/1230/UE

Il corso fornisce un quadro organico del Regolamento (UE) 2023/1230 e degli adempimenti pienamente applicabili dal 20 gennaio 2027. I partecipanti comprenderanno le ragioni del passaggio al nuovo regolamento, la struttura del provvedimento, il relativo campo di applicazione e le principali definizioni. Saranno approfonditi i criteri per qualificare macchine, quasi-macchine, componenti di sicurezza, insiemi, attrezzature intercambiabili e accessori di sollevamento, nonché le esclusioni e le condizioni di immissione sul mercato e messa in servizio.

Obiettivi

Al termine dell'attività i partecipanti sapranno individuare ruoli e responsabilità degli operatori economici, riconoscere quando un intervento su una macchina in servizio costituisce una modifica sostanziale e impostare il corretto percorso di valutazione della conformità. Il corso consentirà inoltre di interpretare le novità dei requisiti essenziali di sicurezza e di tutela della salute, con particolare attenzione a intelligenza artificiale, sicurezza informatica, collegamento alle reti e interazione uomo-macchina. Saranno infine forniti criteri operativi per gestire valutazione dei rischi, norme armonizzate, documentazione tecnica, istruzioni, dichiarazioni UE e marcatura CE, così da pianificare tempestivamente l'adeguamento di prodotti e processi aziendali.

Destinatari

Fabbricanti di macchine e quasi-macchine, progettisti meccanici, elettrici e software, responsabili e addetti degli uffici tecnici, qualità, sicurezza e conformità di prodotto, integratori di sistemi, importatori, distributori, utilizzatori professionali, consulenti e tecnici coinvolti nella valutazione dei rischi e nei processi di certificazione CE.

Contenuti

- Quadro legislativo europeo applicabile alle macchine: direttive, regolamenti, nuovo quadro legislativo e finalità della marcatura CE
- Evoluzione dalla Direttiva 2006/42/CE al Regolamento (UE) 2023/1230: struttura, decorrenza, disposizioni transitorie e principali novità
- Campo di applicazione, definizioni ed esclusioni: macchine, quasi-macchine, componenti di sicurezza, insiemi, attrezzature intercambiabili e accessori di sollevamento
- Macchine in servizio e modifica sostanziale: criteri di valutazione, responsabilità del soggetto che effettua la modifica e conseguenze sulla conformità
- Immissione sul mercato e messa in servizio; ruoli, obblighi e responsabilità di fabbricante, mandatario, importatore e distributore
- Norme armonizzate, specifiche comuni, stato dell'arte e presunzione di conformità ai requisiti essenziali di sicurezza e di tutela della salute
- Procedure di valutazione della conformità, prodotti dell'Allegato I, moduli applicabili, controllo interno della produzione e intervento degli organismi notificati
- Nuovi requisiti essenziali: sistemi con comportamento o logica auto-evolutivi, sicurezza informatica, collegamento alle reti, controllo remoto e interazione uomo-macchina
- Valutazione e riduzione dei rischi, con attenzione ai rischi connessi all'evoluzione del comportamento della macchina e alle alterazioni dolose o accidentali
- Documentazione di conformità: documentazione tecnica di macchine e quasi-macchine, dichiarazione UE di conformità, dichiarazione UE di incorporazione, istruzioni per l'uso e per l'assemblaggio, lingua e formato digitale
- Marcatura CE, informazioni identificative e conservazione della documentazione; indicazioni operative per preparare l'adeguamento aziendale entro il 20 gennaio 2027

Docente

Marcello Paone, CMSE© - Certified Machinery Safety Exper. Consulente e formatore senior per la sicurezza e la sicurezza informatica delle macchine.

NOTE

NOTE

NOTE

SEDE DI PIACENZA
FOR.P.IN. s.c.a r.l.
Strada della Bosella 14/16 – 29121 Piacenza (PC)
Tel. 0523 307411 – forpin@forpin.it

SEDE DI PARMA
Cisita Parma s.c.a.r.l.
Borgo Girolamo Cantelli n. 5 - 43121 Parma (PR)
Tel. 0521 226500 - cisita@cisita.parma.it

SEDE DI REGGIO EMILIA
CIS s.c.a.r.l.
Via Aristotele n. 109 - 42122 Reggio Emilia (RE)
Tel. 0522 232911 - info@cis-formazione.it

SEDE DI RAVENNA
Il Sestante Romagna srl Soc. Unipersonale
Via Barbiani n. 8 /10 – 48121 Ravenna (RA)
Tel. 0544 210436 - sestante@confindustriaromagna.it

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

SEDE DI RIMINI
Assoform Romagna s.c.a r.l.
Sede principale: P.zza Cavour n. 4 - 47921 Rimini (RN)
Sede aule: Via IV Novembre n. 37 - 47921 Rimini (RN)
Tel. 0541 352782 – corsiamercato@assoformromagna.it

FORMINDUSTRIA EMILIA-ROMAGNA S.C.A R.L.
Via Stalingrado n. 67/10B - 40128 Bologna (BO)
Tel. 051 6449194 - info@formindustria.it