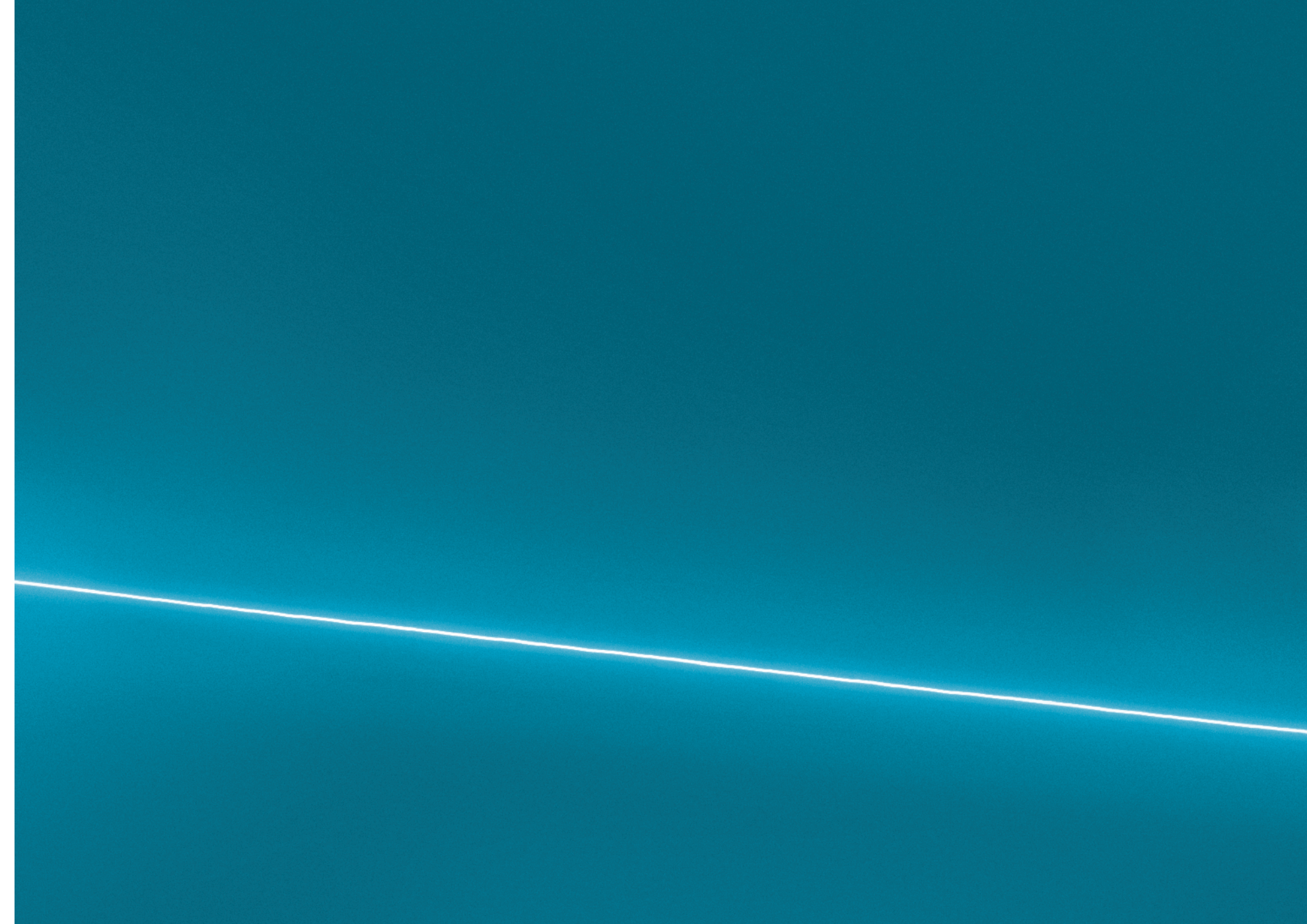


2025

La formazione che lascia il segno

CATALOGO CORSI





Formindustria Emilia-Romagna

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

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

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

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

Formindustria Emilia-Romagna,

che fa della cultura e della formazione aziendale il proprio scopo, unendo tutte le eccellenze formative del territorio, ha realizzato una proposta formativa innovativa per il 2025, sviluppando e progettando un'offerta condivisa che potrà essere realizzata sulle singole province, come è stato fino ad oggi.

L'offerta formativa per il 2025,

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 2025 traccia scenari di sviluppo delle professionalità che consentano di anticipare contesti futuri e rafforzare la crescita.

Il Presidente
Stefano Gismondi



DAL 1987 FORMIAMO IL FUTURO

Per maggiori informazioni vi invitiamo a collegarvi alla pagina dedicata al **Catalogo 2025** nel nostro sito internet, oppure a contattarci direttamente (0521 226510 – ravasini@cisita.parma.it) 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.

EXCEL ACADEMY 2025

Il presente catalogo contiene alcuni corsi sull'utilizzo di Excel che appartengono a un'offerta più ampia che, già da tre anni, intende affrontare questo software a diversi livelli:

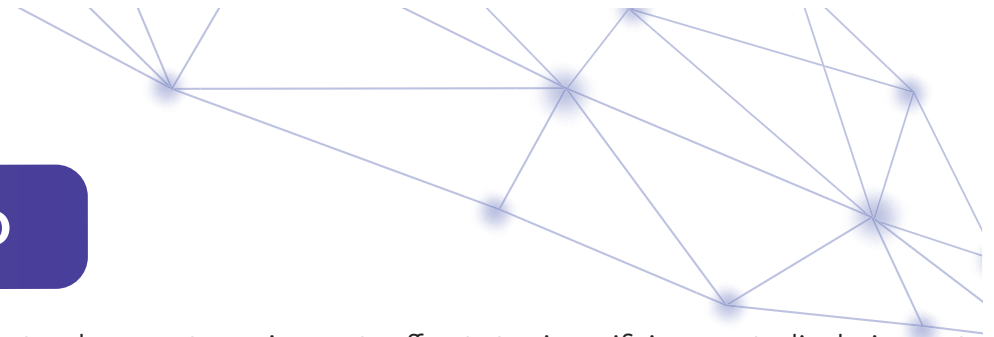
- di complessità
- in interazione con sistemi più complessi
- in relazione alle differenti aree e fabbisogni aziendali

L'Excel Academy rappresenta un'offerta custom, flessibile e modulare, che vuole dare risposte ai bisogni di ogni partecipante e dell'impresa. Tutti i corsi sono organizzati in presenza presso Cisita Parma e, anche per garantire l'interattività con i docenti esperti, i posti sono limitati.

Per conoscere i programmi completi e aggiornati vi invitiamo a collegarvi alla pagina dedicata all'**Excel Academy 2025** nel nostro sito internet, oppure a contattarci direttamente (0521 226510 ravasini@cisita.parma.it)

Visita la pagina dedicata all'EXCEL ACADEMY 2025





IL NOSTRO CATALOGO

Per maggiori informazioni vi invitiamo a collegarvi alla pagina dedicata al **Catalogo 2025** nel nostro sito internet, oppure a contattarci direttamente (0521 226510 ravasini@cisita.parma.it)

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).

ANNULLAMENTO DELL'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 ammontare della quota. Si ricorda che è sempre possibile sostituire il/la partecipante con almeno un giorno di preavviso.

MODALITÀ DI PAGAMENTO E FATTURAZIONE

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

Note: solo per le aziende associate UPI/GIA, è prevista la sosta gratuita al parcheggio "Goito".

CISITA PASS 2025

Cisita Pass è lo strumento che permette di fruire dell'intera proposta del Catalogo Regionale con 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 2025; 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)

Scopri tutti i vantaggi di
CISITA PASS 2025



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.

CALENDARIO ANNUALE DEI CORSI PER MESE

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
1	DATA MANAGEMENT PER IL CONTROLLO DI GESTIONE: UTILIZZO E TRASFORMAZIONE DEI DATI PER LA MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE	7					•				•		
2	RACCOGLIERE I DATI DALLE MACCHINE INDUSTRIALI SECONDO LA CIBERSECURITY	7				•						•	
3	COPILOT A SUPPORTO DELLE IMPRESE	7		•	•			•			•		
4	STRATEGIE DI FINANZA AGEVOLATA: OPPORTUNITÀ E STRUMENTI PER SOSTENERE LA TRANSIZIONE DIGITALE E L'INNOVAZIONE DELLE PMI	7	•									•	
SOSTENIBILITA'		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
5	CERTIFICARE LA SOSTENIBILITÀ	7			•	•						•	
6	IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ: PRINCIPI E STRUMENTI PER REDIGERLO	7					•			•	•		
7	METTERE IN PRATICA IL REPORTING E LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE	14		•								•	
8	GESTIONE DEI RIFIUTI IN AZIENDA	7		•			•				•		
SOFT SKILLS		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
9	NETWORKING: CREARE UN ECCELLENTE CLIMA AZIENDALE. COME AUMENTARE LA COLLABORAZIONE TRA COLLEGHI	7				•			•			•	•
10	DONNE IN AZIENDA: STRATEGIE PER IL SUCCESSO PERSONALE E PROFESSIONALE	7	•					•					
11	TRASFORMARE CONTESE E CONTRASTI IN ACCORDI E SOLUZIONI	7			•	•					•	•	
12	RIDURRE LO STRESS PROVOCATO DA CLIENTI, COLLEGHI E CARENZA DI TEMPO	7		•	•				•		•		•
13	PROBLEM SOLVING - AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE	14	•			•	•				•	•	•
14	IL TIME MANAGEMENT E LA NEGOZIAZIONE PER UNA MAGGIORE EFFICIENZA ORGANIZZATIVA	7			•		•			•	•	•	
15	ALLENAMENTO COMPORTAMENTALE: ALLENA LA TUA CAPACITÀ DI FARTI CAPIRE, SPIEGARE, CONVINCERE	14			•		•	•			•	•	
16	PARLARE IN PUBBLICO	14					•	•		•		•	
17	COMUNICAZIONE E NETIQUETTE: COME DIVENTARE COMUNICATORI EFFICACI IN PRESENZA E ONLINE	7				•						•	
18	COME COMUNICARE NOTIZIE "SCOMODE": GESTIRE LA RELAZIONE, L'EMOTIVITÀ E I CONTENUTI	7			•	•		•	•				•
19	PARLAMI, TI ASCOLTO. L'ASCOLTO PERSUASIVO. GENERARE VALORE NELLE RELAZIONI CON OGNI TIPO DI INTERLOCUTORE	7	•	•	•		•		•		•		
20	LA COMUNICAZIONE PER IL PERSONALE TECNICO	7		•					•			•	
MANAGEMENT TOOLS		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
21	DECISION MAKING: PROCESSI DECISIONALI EFFICACI	7		•	•		•	•					•
22	LA LEADERSHIP PER L'INNOVAZIONE E IL CAMBIAMENTO	14				•		•			•	•	

CORSI FUNZIONALI - AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
48	CONTABILITÀ ANALITICA COME STRUMENTO DI VALUTAZIONE. DAI CENTRI DI COSTO ALLA VALUTAZIONE DELLE BUSINESS UNIT AZIENDALI	7			•			•	•				•
49	CONTROLLO DI GESTIONE BASE	7					•	•			•		
50	CONTROLLO DI GESTIONE AVANZATO. COME IMPOSTARE O MIGLIORARE IL CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA	7		•							•	•	•
51	FINANZA D'AZIENDA: ANALISI DELLA LIQUIDITÀ E VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	7							•	•	•		
52	RECUPERO CREDITI: COME TUTELARSI DAI MANCATI PAGAMENTI	14			•			•		•			
53	IL MAGAZZINO FISCALE E LA VALUTAZIONE DELLE RIMANENZE	7						•		•	•		
54	BUSTE PAGHE - LIVELLO BASE	21		•	•		•	•		•			
55	BUSTE PAGHE - LIVELLO AVANZATO	21						•		•	•	•	
CORSI FUNZIONALI - OPERATIONS & SUPPLY CHAIN		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
56	IL NUOVO RESPONSABILE DI PRODUZIONE	14			•	•	•						
57	LE ATTIVITÀ OPERATIVE DEL MAGAZZINO	14	•		•		•				•	•	
58	LA GESTIONE AVANZATA DELLA LOGISTICA E DEL MAGAZZINO	14		•			•						
59	COME OTTIMIZZARE LA GESTIONE DELLE SCORTE	14						•			•		
60	LA GESTIONE EFFICACE DEL POST VENDITA E DEL MAGAZZINO RICAMBI	7		•		•	•			•			•
61	PRODUZIONE INDUSTRIALE "LEAN" E DIGITALIZZAZIONE	7			•		•		•		•		
62	VISUAL FACTORY E VISUALITY 5S: LA GUIDA COMPLETA PER CAPIRE E APPLICARE LA TECNICA DI RIORDINO GIAPPONESE	8		•				•					
63	CACCIATORI DI SPRECHI (MUDA HUNTING) MENTALITÀ E MODALITÀ DI SOSTENIMENTO DEL PENSIERO SNELLO	7				•			•	•		•	
64	GESTIONE DEGLI ACQUISTI E DELLA SUPPLY CHAIN	7			•					•	•		
65	IL RESPONSABILE ACQUISTI: METODI E STRUMENTI DELLA PROFESSIONE	14					•	•			•	•	
66	LA TRATTATIVA D'ACQUISTO	14		•		•				•	•		•
67	PRINCIPI BASE D'ACQUISTO PER NON BUYER	14			•	•		•				•	
CORSI FUNZIONALI - RISORSE UMANE		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
68	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER HR COME E SE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE TRASFORMA LE ATTIVITÀ DELLE RISORSE UMANE	7				•	•	•			•		
69	DIVERSITÀ E INCLUSIONE PER ATTRARRE E TRATTENERE TALENTI IN AZIENDA	7			•	•							
70	IL PROCESSO DI RECRUITING NELL'ERA DELLA CARENZA DI CANDIDATI	14			•						•		
71	LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE SI PUÒ MIGLIORARE SOLO CIÒ CHE SI PUÒ MISURARE	14		•		•	•					•	
72	LA MOTIVAZIONE E LE LEVE RETRIBUTIVE PER I KNOWLEDGE WORKERS E LA Z GEN	7			•		•	•	•	•			

CORSI FUNZIONALI - COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
73	IL COSTO DEL LAVORO E IL BUDGET DEL PERSONALE: ANALISI E SOLUZIONI	7		•			•					•	
74	PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE	14		•	•						•		
75	IL CLIENTE AL CENTRO: FEDELTA', PIÙ ACQUISTI, MENO RECLAMI	7		•		•	•					•	
76	RIVOLUZIONARE LA VENDITA CON L'INTELLIGENZA EMOTIVA E L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	14			•							•	
77	POSIZIONAMENTO COMPETITIVO: COME DEFINIRE PERCHÉ IL CLIENTE DOVREBBE SCEGLIERE LA TUA AZIENDA E NON LA CONCORRENZA	7		•		•		•			•		•
78	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MACHINE LEARNING COME MOTORI DEL NUOVO MARKETING DIGITALE	7					•		•				
79	DAL BUDGET DI VENDITA AL BUDGET DI MARKETING: PROGETTAZIONE E GESTIONE DI STRATEGIE DI CRESCITA AZIENDALE	7				•		•			•		•
80	L'ORGANIZZAZIONE STRATEGICA DI FIERE ED EVENTI	7		•		•				•			
81	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO INCLUSIVO	7			•							•	
82	ARGOMENTARE PER PERSUADERE: COME GESTIRE LE RESISTENZE DEI CLIENTI E OTTENERE LA CHIUSURA DESIDERATA	7										•	
83	NEWSLETTER: COME TENERE VIVA LA COMUNICAZIONE CON I PROPRI CLIENTI TRAMITE L'EMAIL MARKETING	7			•				•				
84	CANVA: PRESENTAZIONI EFFICACI	8				•					•		
85	OTTIMIZZARE IL TUO PROFILO LINKEDIN PER IL SUCCESSO PROFESSIONALE	8				•	•						•
CORSI FUNZIONALI - INFORMATICA E TECNICA		Durata	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
86	EXCEL BASE: GESTIRE I DATI AZIENDALI	8	•	•	•	•	•			•	•		
87	EXCEL INTERMEDIO: GESTIRE MODELLI DI CALCOLO	8		•	•		•	•			•	•	
88	EXCEL AVANZATO: GESTIONE EFFICIENTE DELL'IMPRESA	8			•	•	•	•	•			•	•
89	REPORTING GRAFICO CON LE TABELLE PIVOT E DATA VISUALIZATION CON EXCEL	8	•		•		•		•		•	•	
90	OTTIMIZZARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'AUTOMAZIONE DI EXCEL	8		•		•		•			•	•	
91	FAR PARLARE I NUMERI: DAL FOGLIO ELETTRONICO DI EXCEL ALLA BUSINESS INTELLIGENCE CON POWER BI	8		•		•	•		•			•	•
92	MICROSOFT PROJECT BASE	14						•	•	•			
93	OTTIMIZZARE I TEMPI E METODI DI LAVORO TRAMITE LEAN E MIGLIORAMENTO CONTINUO	14			•		•			•			
94	TPM (TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE) METODOLOGIE MANUTENTIVE COME STRATEGIA DI EFFICIENZA IMPIANTI	7	•		•					•		•	
95	FAILURE MODES AND EFFECTS ANALYSIS - FMEA	7					•		•	•		•	
96	IL CONTROLLO STATISTICO DI PROCESSO: COME PRENDERE DECISIONI SULLA BASE DI DATI E NON DI OPINIONI	7			•				•	•	•		
97	LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO	14						•			•		
98	REGOLE DECISIONALI PER LA CONFORMITÀ METROLOGICA E LA GESTIONE DELLA STRUMENTAZIONE DI MISURA	7		•						•			
99	ELETTROTECNICA PRATICA	14					•				•		
100	OLEODINAMICA: STRUTTURA BASE DEGLI IMPIANTI	14									•		

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

N. 1 – Data management per il controllo di gestione: utilizzo e trasformazione dei dati per la misurazione delle performance	pag. 16
N. 2 – Raccogliere i dati dalle macchine industriali secondo la cybersecurity	pag. 17
N. 3 – Copilot a supporto delle imprese	pag. 18
N. 4 – Strategie di finanza agevolata: opportunità e strumenti per sostenere la transizione digitale e l'innovazione delle PMI	pag. 19

SOSTENIBILITÀ

N. 5 – Certificare la sostenibilità	pag. 21
N. 6 – Il bilancio di sostenibilità: principi e strumenti per redigerlo	pag. 22
N. 7 – Mettere in pratica il reporting e la comunicazione della sostenibilità aziendale	pag. 23
N. 8 – Gestione dei rifiuti in azienda	pag. 24

SOFT SKILLS

N. 9 – Networking: creare un eccellente clima aziendale. Come aumentare la collaborazione tra colleghi	pag. 26
N. 10 – Donne in azienda: strategie per il successo personale e professionale	pag. 27
N. 11 – Trasformare contese e contrasti in accordi e soluzioni	pag. 28
N. 12 – Ridurre lo stress provocato da clienti, colleghi e carenza di tempo	pag. 29
N. 13 – Problem solving - affrontare i problemi con metodo e motivazione	pag. 30
N. 14 – Il time management e la negoziazione per una maggiore efficienza organizzativa	pag. 31
N. 15 – Allenamento comportamentale: allena la tua capacità di farti capire, spiegare, convincere	pag. 32
N. 16 – Parlare in pubblico	pag. 33
N. 17 – Comunicazione e netiquette: come diventare comunicatori efficaci in presenza e online	pag. 34
N. 18 – Come comunicare notizie “scomode”: gestire la relazione, l'emotività e i contenuti	pag. 35
N. 19 – Parlami, ti ascolto. L'ascolto persuasivo. Generare valore nelle relazioni con ogni tipo di interlocutore	pag. 36
N. 20 – La comunicazione per il personale tecnico	pag. 37

MANAGEMENT TOOLS

N. 21 – Decision making: processi decisionali efficaci	pag. 30
N. 22 – La leadership per l'innovazione e il cambiamento	pag. 40
N. 23 – Motivare e gestire il team: tecniche e competenze per conoscere e aumentare la motivazione delle persone	pag. 41
N. 24 – La delega efficace	pag. 42
N. 25 – Il feedback come leva di miglioramento e crescita per la propria organizzazione	pag. 43
N. 26 – Il responsabile di funzione e la gestione dei collaboratori	pag. 44
N. 27 – Il mestiere di capo reparto	pag. 45
N. 28 – Fondamenti di project management per gestire progetti di successo	pag. 46

MANAGEMENT TOOLS

N. 29 – Come sviluppare le competenze direzionali	pag. 47
N. 30 – Come trasformare il responsabile amministrativo in controller	pag. 48
N. 31 – Budget: governare l'azienda e programmare i risultati	pag. 49
N. 32 – Saper leggere il bilancio in ottica strategica	pag. 50

CORSI FUNZIONALI LEGALE E FISCALE

N. 33 – La gestione ottimale delle pratiche doganali nelle operazioni di import export. Reati doganali: come evitarli e come difendersi	pag. 53
N. 34 – La bolletta doganale diventa elettronica: dalla digitalizzazione ai nuovi processi di compliance doganale	pag. 54
N. 35 – Novità documenti doganali ATR - EUR1 - FORM A - BANCADATI REX	pag. 55
N. 36 – Fiscalità internazionale	pag. 56
N. 37 – Origine delle merci	pag. 57
N. 38 – Incoterms® 2020 ICC	pag. 58
N. 39 – Il futuro dei modelli Intrastat	pag. 59
N. 40 – Contrattualistica internazionale	pag. 60
N. 41 – Gestione dei pagamenti internazionali: lettere di credito e garanzie	pag. 61
N. 42 – Le operazioni straordinarie: M&A	pag. 62
N. 43 – La futura nuova ISO 9001, l'efficacia dei sistemi attuali e il contesto dei modelli ESG	pag. 63
N. 44 – Gestione degli audit interni	pag. 64
N. 45 – Cybersecurity: il punto debole è il fattore umano	pag. 65

CORSI FUNZIONALI AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

N. 46 – Contabilità - Livello base	pag. 67
N. 47 – Contabilità - Livello avanzato. Dalla contabilità al bilancio: le scritture di assestamento	pag. 68
N. 48 – Contabilità analitica come strumento di valutazione. Dai centri di costo alla valutazione delle business unit aziendali	pag. 69
N. 49 – Controllo di gestione base	pag. 70
N. 50 – Controllo di gestione avanzato. Come impostare o migliorare il controllo di gestione in azienda	pag. 71
N. 51 – Finanza d'azienda: analisi della liquidità e valutazione degli investimenti	pag. 72
N. 52 – Recupero crediti: come tutelarsi dai mancati pagamenti	pag. 73
N. 53 – Il magazzino fiscale e la valutazione delle rimanenze	pag. 74
N. 54 – Buste paga - Livello base	pag. 75
N. 55 – Buste paga - Livello avanzato	pag. 76

CORSI FUNZIONALI OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

N. 56 – Il nuovo responsabile di produzione	pag. 78
N. 57 – Le attività operative del magazzino	pag. 79
N. 58 – La gestione avanzata della logistica e del magazzino	pag. 80
N. 59 – Come ottimizzare la gestione delle scorte	pag. 81
N. 60 – La gestione efficace del post-vendita e del magazzino ricambi	pag. 82
N. 61 – Produzione industriale “Lean” e digitalizzazione	pag. 83
N. 62 – Visual factory e visuality 5S: la guida completa per capire e applicare la tecnica di riordino giapponese	pag. 84
N. 63 – Cacciatori di sprechi (MUDA HUNTING). Mentalità e modalità di sostenimento del pensiero snello	pag. 85
N. 64 – Gestione degli acquisti e della supply chain	pag. 86
N. 65 – Il responsabile acquisti: metodi e strumenti della professione	pag. 87
N. 66 – La trattativa d’acquisto	pag. 88
N. 67 – Principi base d’acquisto per non buyer	pag. 89

CORSI FUNZIONALI RISORSE UMANE

N. 68 – L’intelligenza artificiale per HR. Come e se l’intelligenza artificiale trasforma le attività delle risorse umane	pag. 91
N. 69 – Diversità e inclusione per attrarre e trattenere talenti in azienda	pag. 92
N. 70 – Il processo di recruiting nell’era della carenza di candidati	pag. 93
N. 71 – La valutazione delle risorse umane: si può migliorare solo ciò che si può misurare	pag. 94
N. 72 – La motivazione e le leve retributive per i knowledge workers e la Z GEN	pag. 95
N. 73 – Costo del lavoro e budget del personale: analisi e soluzioni	pag. 96

CORSI FUNZIONALI COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

N. 74 – Pianificazione e sviluppo commerciale	pag. 98
N. 75 – Il cliente al centro: fedeltà, più acquisti, meno reclami	pag. 99
N. 76 – Rivoluzionare la vendita con l’intelligenza emotiva e l’intelligenza artificiale	pag. 100
N. 77 – Posizionamento competitivo: come definire perché il cliente dovrebbe scegliere la tua azienda e non la concorrenza	pag. 101
N. 78 – Intelligenza artificiale e machine learning come motori del nuovo marketing digitale	pag. 102
N. 79 – Dal budget di vendita al budget di marketing: progettazione e gestione di strategie di crescita aziendale	pag. 103
N. 80 – L’organizzazione strategica di fiere ed eventi	pag. 104
N. 81 – Comunicazione e linguaggio inclusivo	pag. 105
N. 82 – Argomentare per persuadere: come gestire le resistenze dei clienti e ottenere la chiusura desiderata	pag. 106
N. 83 – Newsletter: come tenere viva la comunicazione con i propri clienti tramite l’e-mail marketing	pag. 107
N. 84 – CANVA: presentazioni efficaci	pag. 108
N. 85 – Ottimizzare il tuo profilo LinkedIn per il successo professionale	pag. 109

CORSI FUNZIONALI INFORMATICA E TECNICA

N. 86 – Excel base: gestire i dati aziendali	pag. 111
N. 87 – Excel intermedio: gestire modelli di calcolo	pag. 112
N. 88 – Excel avanzato: gestione efficiente dell'impresa	pag. 113
N. 89 – Reporting grafico con le tabelle pivot e data visualization con Excel	pag. 114
N. 90 – Ottimizzare i processi aziendali con l'automazione di Excel	pag. 115
N. 91 – Far parlare i numeri: dal foglio elettronico di Excel alla business intelligence con POWER BI	pag. 116
N. 92 – Microsoft project base	pag. 117
N. 93 – Ottimizzare i tempi e metodi di lavoro tramite Lean e miglioramento continuo	pag. 118
N. 94 – TPM (Total Productive Maintenance). Metodologie manutentive come strategia di efficienza impianti	pag. 119
N. 95 – Failure Modes and Effects Analysis - FMEA	pag. 120
N. 96 – Il controllo statistico di processo: come prendere decisioni sulla base di dati e non di opinioni	pag. 121
N. 97 – Lettura e interpretazione del disegno tecnico	pag. 122
N. 98 – Regole decisionali per la conformità metrologica e la gestione della strumentazione di misura	pag. 123
N. 99 – Elettrotecnica pratica	pag. 124
N. 100 – Oleodinamica: struttura base degli impianti	pag. 125

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.

1

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

14 e 21 maggio – mattino

14 e 17 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

DATA MANAGEMENT PER IL CONTROLLO DI GESTIONE: UTILIZZO E TRASFORMAZIONE DEI DATI PER LA MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE

Il corso è pensato per tutti gli operatori aziendali interessati a sviluppare competenze nell'ambito del controllo di gestione e delle business analytics, con l'obiettivo di trasformare la propria impresa in una realtà data driven. Attraverso l'analisi e l'utilizzo dei e delle fonti informative aziendali, i partecipanti apprenderanno come implementare un sistema di controllo efficace ed interattivo. Saranno approfondite le tecnologie necessarie alla costruzione di un data warehouse orientato alla misurazione delle performance con particolare attenzione alle migliori pratiche per automatizzare i processi, riducendo così l'uso di Excel e minimizzando inefficienze, costi, tempi e rischi legati alla gestione manuale dei dati.

Obiettivi

Conoscenza delle tecnologie e delle pratiche per la costruzione di un data warehouse orientato al controllo di gestione e alle misurazioni delle performance finanziarie e di processo.

Destinatari

Aziende PMI, proprietari e manager, responsabili di funzioni direttive quali CFO, responsabili amministrativi, finanziari, controller e direttori operations.

Contenuti

- Struttura di un sistema di Analytics per la misurazione delle Performance
- Individuazione delle basi dati e della loro differente struttura
- Utilità e funzioni del data-warehouse centralizzato
- Tecnologie applicate alla creazione e all'utilizzo della base dati
- Attività di relazione e comunicazione tra dati finance e dati di processo
- Business Intelligence per i dati
- Business Intelligence per il reporting

Docente

Alessandro Garlassi, dal 2012 è ideatore e sviluppatore della piattaforma digitale DataSmart per la gestione dei dati d'impresa, della quale è socio fondatore e consulente strategico. Dottore Commercialista e revisore contabile, studioso e consulente di controllo di gestione e pianificazione aziendale, è stato Professore all'Universitario a Parma e seminarista per i principali enti formativi italiani e internazionali.

2

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 8 aprile

REGGIO EMILIA, 6 novembre

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

RACCOGLIERE I DATI DALLE MACCHINE INDUSTRIALI SECONDO LA CIBERSECURITY

Il mondo che collega le macchine industriali ad Internet prende il nome di “Industrial IoT” (IIoT). Le stesse macchine, se vendute come prodotto, diventano “Smart Product”. È in corso una rivoluzione che impone alle aziende di innovare in modo sicuro e affidabile. Con questo corso si acquisiranno le competenze di base per poter analizzare un progetto di raccolta dati secondo un approccio orientato alla Cybersecurity (security-by-design).

Obiettivi

- Come progettare l'architettura di un sistema di raccolta dati dalla macchina industriale fino all'elaborazione finale
- Come progettare uno Smart product per avviare un nuovo modello di business basato sui dati
- Acquisire la conoscenza di base della “Cybersecurity” orientata alle macchine industriali
- Comprendere a pieno l'importanza della “Proprietà del dato” a prescindere dal contesto in cui i dati vengono raccolti e archiviati

Destinatari

Responsabili della produzione, Sistemi informativi, Responsabili OT, Digital Innovation Manager, Servitization Manager, Digital Transition Manager, Business Development, Digital Transformation.

Contenuti

Industrial IoT:

- Scardinare per semplificare: destreggiarsi nel mondo delle definizioni e delle nozioni sui sistemi distribuiti tra il Reparto di Produzione, il Cloud e “On Premise”
- Standard e Frameworks. Servono?
- Architettura modulare basata su 4 semplici livelli. Troppo semplice?
- Tecnologie abilitanti Industria 4.0 e Transizione 5.0

Smart Product:

- Definizione ed esempi pratici di smart product
- Prerequisiti e obiettivi: Monitoraggio, Controllo, Ottimizzazione, Autonomia
- Nuovi modelli di business basati sui dati: Manutenzione predittiva, Servitizzazione, “Pay-per-use”, ecc.
- Rischi e opportunità
- Cybersecurity di un sistema Industrial IoT con approccio “security-by-design”. Prevenire o curare?
- Proprietà tecnica del dato nelle fasi di raccolta, trasporto, archiviazione e utilizzo. I tuoi dati sono tuoi?

Docente

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

3

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 11 febbraio
PIACENZA, 28 marzo
RAVENNA, 9 giugno

Formazione a distanza

24 e 31 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

COPILOT A SUPPORTO DELLE IMPRESE

Il corso offre una panoramica delle applicazioni e dei vantaggi dell'AI generativa per le imprese, con particolare attenzione al settore delle PMI. Illustra come utilizzare Copilot e Copilot Pro per Microsoft 365, uno strumento di AI generativa che aiuta gli utenti a scrivere documenti, presentazioni e altri testi in modo rapido ed efficace, integrando dati e fonti esterne.

Obiettivi

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

Destinatari

Il corso si rivolge in particolare ai dipendenti che vogliono sfruttare al meglio le potenzialità di Copilot Pro, un'intelligenza artificiale che assiste gli utenti nella creazione, revisione e condivisione dei contenuti in Microsoft 365.

Contenuti

- Cos'è un'intelligenza artificiale generativa
- Come usare Copilot integrato in Microsoft Edge per interagire con pagine web e documenti pdf
- Come utilizzare Copilot per realizzare contenuti inbound o outbound
- Come usare Copilot Pro per creare, modificare e condividere documenti, fogli di calcolo, presentazioni e altri contenuti con Microsoft 365
- Come usare Copilot Pro per sfruttare le funzionalità avanzate di intelligenza artificiale e apprendimento automatico di Microsoft 365, come la traduzione, la sintesi vocale, il riconoscimento del testo e delle immagini, l'analisi del sentiment e la comprensione del linguaggio naturale

Docente

Claudio Rossi è consulente e docente nel settore nel digital marketing e in quello dell'innovazione digitale, è Innovation Manager per Confindustria Romagna. Ha svolto ricerche scientifiche nel campo dell'informatica applicata e del digital marketing, insegna come docente a contratto presso il Master in Economia, management e digital innovation per il turismo dell'università degli studi di Firenze e presso i corsi ITS di Rimini e Cesena. Affianca aziende italiane ed estere nei processi di innovazione, con particolare riferimento al Digital Marketing e alla comunicazione digitale.

4

TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 29 gennaio

RIMINI, 4 novembre

Formazione a distanza

26 novembre e 3 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

STRATEGIE DI FINANZA AGEVOLATA: OPPORTUNITÀ E STRUMENTI PER SOSTENERE LA TRANSIZIONE DIGITALE E L'INNOVAZIONE DELLE PMI

Il corso permette di acquisire competenze di progettazione in risposta a specifici bandi di finanza agevolata, anche grazie a specifici casi pratici, utili a individuare bandi coerenti con le necessità di investimento della propria azienda, per poi scrivere una proposta progettuale idonea alla sua finanziabilità. Particolare attenzione verrà data alle politiche pubbliche a supporto degli investimenti in transizione digitale ed innovazione delle PMI.

Obiettivi

- Identificare gli strumenti di finanza agevolata disponibili sul territorio nazionale ed europeo
- Capacità di analizzare programmi di finanziamento e bandi da essi finanziati. Saranno fornite indicazioni operative su come leggere ed interpretare le disposizioni di uno specifico avviso dalle finalità agli interventi finanziabili. Il discente potrà così districarsi tra le varie tipologie di opportunità presenti a livello locale, regionale, nazionale, europeo, con specifico focus sulle opportunità per progetti di transizione digitale ed innovazione
- Acquisire nuove competenze di scrittura di proposte progettuali per apprendere le tecniche di scrittura di proposte progettuali in base agli obiettivi previsti dal programma di investimento e dal bando
- Acquisire competenze per la rendicontazione di progetti finanziati per comprendere ed applicare gli argomenti trattati nell'ambito delle specifiche attività di rendicontazione all'interno del proprio contesto aziendale: si prevede di garantire competenze nell'ambito della presentazione della rendicontazione a chiusura delle attività progettuali

Destinatari

Addetti e personale delle PMI di qualsiasi settore, posti negli uffici amministrativi e/o tecnici a cui il vertice aziendale può richiedere la disponibilità a applicare ad uno specifico bando. Non sono richieste competenze o prerequisiti per la partecipazione al corso: si prevede di formare i discenti a partire dalle basi della finanza agevolata.

Contenuti

- Parte 1 – Introduzione alla Finanza Agevolata: che cos'è, a cosa serve, quali opportunità
- Definizione del concetto di finanza agevolata
- Parte 2 – Principali politiche pubbliche nazionali ed europee a sostegno delle imprese
 - Le politiche europee di sostegno all'innovazione delle imprese: l'OS 1 "Un'Europa più competitiva e intelligente"
 - Agevolazioni locali e regionali
 - Agevolazioni nazionali
 - Fondi strutturali e di investimento europei
 - Breve introduzione ai fondi diretti europei
 - Requisiti di accesso agli incentivi previsti
- Parte 3 – Monitoraggio e selezione dei principali bandi di interesse per la transizione digitale delle imprese
 - Monitoraggio delle opportunità attraverso siti governativi, degli enti pubblici o siti terzi
- Parte 4 – Scrittura di una proposta progettuale
 - Individuazione dell'opportunità di interesse
 - Analisi ed interpretazione delle disposizioni del bando di interesse
- Parte 5 – Scrittura di una proposta progettuale
 - Tecniche di scrittura di una proposta in risposta ad uno specifico bando
 - Presentazione di una domanda di finanziamento
- Parte 6 – La rendicontazione: che cos'è, aspetti, criticità
 - Strumenti per la gestione e la rendicontazione dei progetti finanziati
 - Adempimenti normativi da seguire (visibilità, trasparenza)
- Parte 7 – Case Studies e laboratorio pratico
 - Analisi di un caso-studio
 - Simulazione di una proposta progettuale in risposta ad un bando per la digitalizzazione dei processi produttivi di una PMI.

Docente

Alessandro Ticchi, consulente di finanza agevolata e di europrogettazione. Ha conseguito un master in Europrogettazione all'Università di Bologna e supporta imprese e PA nell'accesso e nell'ottenimento di finanziamenti e contributi pubblici a fronte di progetti di vario genere. È specializzato nella scrittura, nella gestione e nella rendicontazione di progetti finanziati con fondi strutturali, fondi nazionali e PNRR. Attualmente è partner META e supporta le imprese nella realizzazione dei progetti finanziati con fondi pubblici.

SOSTENIBILITÀ

In un'epoca in cui la sostenibilità è una priorità globale, le aziende devono adottare pratiche più ecologiche e socialmente responsabili. La transizione verso modelli aziendali sostenibili è irreversibile e richiede competenze tecniche e gestionali. I nostri corsi offrono strumenti e conoscenze utili per integrare la sostenibilità nelle strategie aziendali.

5

SOSTENIBILITÀ

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 marzo

Formazione a distanza

3 e 10 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

CERTIFICARE LA SOSTENIBILITÀ

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

Obiettivi

Il corso permette di individuare i migliori strumenti per dimostrare il contenuto di sostenibilità aziendale e di prodotto. Partendo dal benchmarking e passando per l'analisi costi/benefici, per rispondere alle domande: quale certificazione fa davvero per me? Cosa implica la sua applicazione nella mia organizzazione?

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

6

SOSTENIBILITÀ

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 6 maggio

Formazione a distanza

17 e 24 settembre – mattino

22 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

IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ: PRINCIPI E STRUMENTI PER REDIGERLO

La rendicontazione delle performance di sostenibilità offre alle aziende l'opportunità di distinguersi, competere sul mercato e rispondere ai nuovi obblighi normativi, migliorando credibilità e reputazione con clienti, dipendenti, fornitori, istituzioni e comunità locali. Il corso esplora cos'è il Bilancio di Sostenibilità, i suoi benefici, il processo e gli strumenti per redigerlo, e come comunicare efficacemente la sostenibilità aziendale per migliorare marketing e brand reputation, analizzando anche l'evoluzione della normativa europea (Direttiva CSRD).

Obiettivi

- Cos'è il Bilancio di Sostenibilità e quali benefici può apportare all'impresa
- Il processo e le linee guida da seguire per redigere un Bilancio di Sostenibilità
- Valorizzare attraverso la comunicazione le performance di sostenibilità aziendale
- L'evoluzione della normativa europea in materia di reporting aziendale di sostenibilità: direttiva CSRD

Destinatari

Il corso si rivolge a imprenditori, manager o practitioner della sostenibilità neofiti su queste tematiche o che intendono approfondire competenze in materia di reporting di sostenibilità e comunicazione ambientale, figure aziendali che si occupano di marketing e comunicazione, personale addetto alla qualità sicurezza e ambiente (QSA), figure tecniche (ricerca e sviluppo, progettazione), personale interessato a sviluppare competenze in materia di rendicontazione e gestione aziendale della sostenibilità.

Contenuti

- Evoluzione dello scenario competitivo: l'importanza di rendicontare le performance di sostenibilità
- Che cos'è il Bilancio di Sostenibilità: benefici per le imprese, obiettivi e finalità
- Il Bilancio di Sostenibilità diventa un obbligo di legge: evoluzione della normativa europea in materia di reporting aziendale di sostenibilità (direttiva CSRD)
- Il processo e le linee guida da seguire per redigere il Bilancio di Sostenibilità (GRI Standards, ISO 26000)
- Sviluppo di un'efficace strategia di comunicazione della sostenibilità: misurare e valorizzare le performance ESG
- Come e attraverso quali canali comunicare il Bilancio di Sostenibilità
- Casi studio aziendali in ambito reporting di sostenibilità

Docente

Alberto Curnis, ampia esperienza professionale nella consulenza e formazione aziendale sui temi legati alla comunicazione della sostenibilità (Bilancio di Sostenibilità e comunicazione ambientale) e alla gestione della sostenibilità d'impresa (management della sostenibilità). Tra i primi professionisti in Italia ad aver ottenuto la certificazione professionale di Sustainability/CSR/ESG Manager ai sensi della UNI/PdR 109.1:2021.

7

SOSTENIBILITÀ

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 24 novembre e
1 dicembre

Formazione a distanza

5, 12, 18 e 26 febbraio – mattino

Quota di partecipazione

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

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

METTERE IN PRATICA IL REPORTING E LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE

L'implementazione di attività di reporting e comunicazione della sostenibilità consente alle aziende di distinguersi, competere sul mercato, raggiungere nuovi clienti, rafforzare la reputazione e rispondere alle nuove normative europee. Il corso fornisce competenze utili per redigere un Bilancio di Sostenibilità aziendale, comprendere la normativa europea in evoluzione, adottare una strategia di comunicazione green efficace e valorizzare la sostenibilità ambientale di un prodotto/servizio in modo chiaro, rigoroso ed evitando il rischio di fare greenwashing.

Obiettivi

- Come redigere un Bilancio di Sostenibilità aziendale
- L'evoluzione della normativa europea in materia di reporting aziendale di sostenibilità
- I Green claims: i principi cardine per una corretta ed efficace comunicazione ambientale di prodotto/servizio
- Come evitare di fare greenwashing e i rischi ad esso connessi
- Come veicolare la comunicazione della sostenibilità sui canali digitali: casi studio aziendali

Destinatari

Il corso si rivolge a imprenditori, manager o practitioner della sostenibilità neofiti su queste tematiche o che intendono approfondire competenze in materia di reporting di sostenibilità e comunicazione ambientale, figure aziendali che si occupano di marketing e comunicazione, personale addetto alla qualità sicurezza e ambiente (QSA), figure tecniche (ricerca e sviluppo, progettazione), personale interessato a sviluppare competenze in materia di rendicontazione e gestione aziendale della sostenibilità.

Contenuti

- Evoluzione dello scenario competitivo: l'importanza di rendicontare e comunicare la sostenibilità
- Che cos'è il Bilancio di Sostenibilità: benefici per le imprese, obiettivi e finalità
- Il Bilancio di Sostenibilità diventa un obbligo di legge: evoluzione della normativa europea in materia di reporting aziendale di sostenibilità (direttiva CSRD)
- Il processo e le linee guida da seguire per redigere il Bilancio di Sostenibilità (GRI Standards, ISO 26000)
- Sviluppo di una strategia di comunicazione della sostenibilità: misurare e valorizzare le performance ESG
- Greenwashing: normativa di riferimento e indicazioni pratiche su come evitare questo rischio
- Green Marketing: strutturare efficaci e corrette attività di comunicazione ambientale di prodotto/servizio
- Comunicare la sostenibilità nell'era digitale: sito web, social media, e-commerce
- Casi studio multisettoriali in materia di rendicontazione e comunicazione della sostenibilità

Docente

Alberto Curnis, ampia esperienza professionale nella consulenza e formazione aziendale sui temi legati alla comunicazione della sostenibilità (Bilancio di Sostenibilità e comunicazione ambientale) e alla gestione della sostenibilità d'impresa (management della sostenibilità). Tra i primi professionisti in Italia ad aver ottenuto la certificazione professionale di Sustainability/CSR/ESG Manager ai sensi della UNI/PdR 109.1:2021.



SOSTENIBILITÀ

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 febbraio

Formazione a distanza

14 e 21 maggio – mattino
22 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

GESTIONE DEI RIFIUTI IN AZIENDA

Il corso mira a fornire ai partecipanti un quadro sui principali adempimenti ed aspetti da gestire in tema di rifiuti, sia dal punto di vista documentale che operativo, considerando l'introduzione del RENTRI (Registro Elettronico Nazionale di Tracciabilità dei Rifiuti) e delle modifiche da esso apportate.

Obiettivi

- Conoscere i principali adempimenti ed aspetti da gestire in tema di rifiuti
- Gestire correttamente i rifiuti in azienda

Destinatari

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

Contenuti

- Principi generali dell'economia circolare e criteri di priorità nella gestione dei rifiuti
- Inquadramento normativo in materia di rifiuti: responsabilità e adempimenti
- Classificazione dei rifiuti
- Aspetti di gestione documentale a seguito dell'introduzione del RENTRI
- Gestione del deposito temporaneo
- Sottoprodotti
- Autorizzazioni per impianti di gestione dei rifiuti
- Trasporto di rifiuti

Docente

Docenti esperti in tema di gestione dei rifiuti.

SOFT SKILLS

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



SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 1 aprile

REGGIO EMILIA, 10 luglio

PIACENZA, 12 novembre

Formazione a distanza

1 e 5 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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

Tutti coloro che vogliono migliorare lo spirito di squadra.

Contenuti

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

Docente

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

Per la sede di Piacenza: Piscopo Ambra, Coach specializzata in Intelligenza Emotiva e Agile Talent. Certificata in Design Sprint per l'innovazione e EQ profiling. Ha esperienza nella mappatura del cambiamento organizzativo utilizzando i “Vital Signs”. Lavora con PMI per creare ambienti innovativi che promuovono ingaggio e crescita. Conoscenze approfondite nell'applicazione dell'AI in contesti aziendali.

10

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione a distanza

27 gennaio e 3 febbraio – mattino
18 e 25 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

DONNE IN AZIENDA: STRATEGIE PER IL SUCCESSO PERSONALE E PROFESSIONALE

Il mondo aziendale presenta grandi sfide per le donne, che spesso devono affrontare stereotipi di genere, barriere invisibili e una concorrenza spesso guidata da uomini. Tuttavia, le donne hanno qualità uniche che possono e devono essere valorizzate per ottenere successo e leadership. Il corso è progettato per fornire alle donne le conoscenze necessarie per sviluppare il proprio potenziale attraverso l'auto-valorizzazione e l'auto-empowerment e avere successo nel contesto aziendale, contribuendo così a creare un ambiente lavorativo più inclusivo e diversificato.

Obiettivi

- Rafforzare la leadership femminile e fidarsi della propria modalità di management
- Sviluppare e mostrare capacità personali, talenti e punti di forza
- Mantenere un'adeguata autostima e fiducia in sé stesse, essenziali per navigare con successo nel mondo aziendale
- Osservarsi in una dimensione nuova, libera da condizionamenti e stereotipi culturali e da pensieri di autosvalutazione
- Gestire lo stress e mantenere un equilibrio sano tra vita professionale e personale

Destinatari

Ceo, amministratrici delegate, dirigenti, responsabili e donne di qualsiasi livello gerarchico e settore industriale che desiderano migliorare le proprie capacità di leadership, sviluppare l'autostima e riappropriarsi delle proprie potenzialità e metterle a frutto, raggiungendo obiettivi per sé stesse e per l'organizzazione.

Contenuti

- Le sfide attuali per le donne in azienda
- Le trappole mentali che limitano la piena realizzazione delle donne sul lavoro
- Equilibrio tra energia femminile e maschile
- La zona di influenza e i 4 poteri personali
- Autostima/Autoefficacia e Responsabilità
- Pratica meditativa di respirazione con benefici a livello fisico, emotivo e mentale da inserire nella propria quotidianità

Gli argomenti verranno sviluppati attraverso esercizi, momenti di introspezione, situazioni di gruppo, confronto con la docente. Le partecipanti avranno l'opportunità di condividere esperienze, sfide e successi, e di ricevere feedback personalizzato per massimizzare il loro apprendimento e sviluppo.

Docente

Enrica Nardi, formatrice, business e life coach. Accompagna le persone e le aziende ad individuare nuove modalità di pensiero e strategie d'azione, a migliorare la comunicazione e gestire il cambiamento. È stata docente presso l'Università di Naturopatia La Mandragola, con seminari sul Coaching, Linguaggio efficace e Comunicazione in pubblico, maturando competenza in attività d'aula on line. Ha un background aziendale di oltre vent'anni nell'ambito dell'assistenza al cliente.



SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 5 marzo

REGGIO EMILIA, ed. 1 – 10 aprile

REGGIO EMILIA, ed.2 – 27 ottobre

Formazione a distanza

19 e 24 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

TRASFORMARE CONTESE E CONTRASTI IN ACCORDI E SOLUZIONI

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

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

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

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

12

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 – 4 febbraio

REGGIO EMILIA, ed. 1 – 18 marzo

REGGIO EMILIA, ed. 2 – 14 luglio

PARMA, ed. 2 – 9 ottobre

RIMINI, 2 dicembre

Formazione a distanza

9 e 15 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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

13

SOFT SKILLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 28 gennaio e 4 febbraio

PARMA, 3 e 10 aprile

REGGIO EMILIA,

ed. 1 - 29 maggio e 5 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 2 e 9 ottobre

PIACENZA, 2 e 11 dicembre

Formazione a distanza

4, 11, 18 e 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

PROBLEM SOLVING - AFFRONTARE I PROBLEMI CON METODO E MOTIVAZIONE

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

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

14

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 17 marzo

CESENA, 16 maggio

REGGIO EMILIA, 18 settembre

PIACENZA, 4 ottobre

Formazione a distanza

13 e 20 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

IL TIME MANAGEMENT E LA NEGOZIAZIONE PER UNA MAGGIORE EFFICIENZA ORGANIZZATIVA

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

Obiettivi

Fornire strumenti tecnici per implementare una buona programmazione delle attività, partendo dalla definizione degli obiettivi, passando per la gestione efficace delle priorità, fino alla negoziazione interna/esterna per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

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

Per la sede di Piacenza: Piscopo Ambra, Coach specializzata in Intelligenza Emotiva e Agile Talent. Certificata in Design Sprint per l'innovazione e EQ profiling. Ha esperienza nella mappatura del cambiamento organizzativo utilizzando i "Vital Signs". Lavora con PMI per creare ambienti innovativi che promuovono ingaggio e crescita. Conoscenze approfondite nell'applicazione dell'AI in contesti aziendali.

Per la sede di Reggio Emilia: Margherita Martani Farinotti, neuropsicologa, consulente aziendale, business e life coach, formatrice senior sui temi della comunicazione, sviluppo delle risorse umane e problem solving organizzativo.

15

SOFT SKILLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 – 18 e 25 marzo

REGGIO EMILIA,

ed. 1 – 27 marzo e 3 aprile

REGGIO EMILIA,

ed. 2 – 8 e 15 maggio

PIACENZA, 28 maggio e 4 giugno

PARMA, ed. 2 – 26 giugno e 3 luglio

REGGIO EMILIA,

ed. 3 – 16 e 23 ottobre

RAVENNA, 12 e 19 novembre

PARMA,

ed. 3 – 26 novembre e 3 dicembre

REGGIO EMILIA,

ed. 4 – 27 novembre e 4 dicembre

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

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.

16

SOFT SKILLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 12 e 19 maggio

REGGIO EMILIA,

ed. 1 – 3 e 10 giugno

PARMA, 23 e 30 settembre

PIACENZA, 26 settembre e 3 ottobre

REGGIO EMILIA, ed. 2 – 6 e 13

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 è anche 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 per riuscire al meglio.

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 vuole fornire spiegazioni comprensibili e organizzate.

Contenuti

- Dedicare l'intervento al mio pubblico: una tecnica per risultare originale e competente
- Pensarci prima: la progettazione strategica dell'intervento, anche quando vado 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 ed analisi dello stile comportamentale: punti di forza e migliorabilità nell'uso del corpo, della voce, 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 laboratorio della conoscenza e fondatrice di NetLearningLab, piattaforma per l'e-learning, la consulenza e il coaching online.

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

17

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione a distanza

7 e 10 aprile - mattino

11 e 14 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

COMUNICAZIONE E NETIQUETTE: COME DIVENTARE COMUNICATORI EFFICACI IN PRESENZA E ONLINE

Il corso, che intende valorizzare in particolare le regole che disciplinano la buona condotta di un utente online per comunicare in modo rispettoso e appropriato, prevede l'applicazione della metodologia del «learning by doing» (apprendere facendo), per cui alle spiegazioni frontali verranno affiancate esercitazioni pratiche ed attività volte a incoraggiare e facilitare il processo di apprendimento (come ad esempio simulazioni, presentazioni, giochi).

Obiettivi

- Trasmettere conoscenze e strumenti pratici per migliorare le proprie competenze relative alla capacità di comunicare in presenza e online
- Essere più efficaci dal punto di vista comunicativo e relazionale e maggiormente in grado di gestire il proprio stato emotivo e le reazioni dei propri interlocutori
- Ottenere le risposte che si cercano

Destinatari

Il corso è indicato per ogni ruolo aziendale che voglia implementare le proprie capacità comunicative e migliorare l'efficacia dei propri messaggi attraverso la creazione di relazioni positive. La formazione è inoltre adatta sia a chi intrattiene contatti diretti con clienti esterni all'azienda, sia a chi usa la comunicazione scritta ad uso interno (colleghi).

Contenuti

- Comunicazione verbale, non verbale e para verbale
- Linguaggio in positivo
- Contatto visivo online e in presenza
- Rischi e vantaggi della comunicazione online
- Comunicazione scritta efficace
- Elementi e struttura della mail
- Sintesi
- Il mantenimento dell'attenzione
- Principi di Netiquette e applicazione ai diversi contesti virtuali (email, social, messaggistica istantanea, riunioni online ...)
- Esercitazioni pratiche

Docente

Barbara Cifalinò - Psicologa del lavoro e formatrice sui temi della comunicazione e del public speaking. Grazie all'esperienza come speaker radiofonica ha ideato "Team Building Radio", una metodologia di formazione esperienziale volta a far lavorare i gruppi aziendali sulle proprie competenze attraverso la creazione di programmi radiofonici, e collabora con le aziende per la creazione di podcast formativi.

18

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 5 marzo

PIACENZA, 10 aprile

RAVENNA, 25 giugno

REGGIO EMILIA, 2 dicembre

Formazione a distanza

2 e 9 luglio - mattino

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME COMUNICARE NOTIZIE “SCOMODE”: GESTIRE LA RELAZIONE, L’EMOTIVITÀ E I CONTENUTI

Quando si hanno cattive notizie da comunicare in un ambiente professionale, ci sono modi per farlo correttamente e modi per fare pasticci. Il corso ha un carattere fortemente pratico e interattivo e verranno svolti esercizi individuali e in gruppo, simulazioni e casi pratici per trasferire il sapere al saper fare.

Obiettivi

Apprendere diversi approcci e tecniche per comunicare cattive notizie, a seconda della natura delle notizie, delle circostanze in cui sono date, della gravità, e di come saranno utilizzate.

Destinatari

Chiunque in azienda si trovi in posizione di dover comunicare cattive notizie a colleghi o team di lavoro.

Contenuti

Prepararsi:

- Analizzare e conoscere a fondo la situazione
- Creare un report Positivo – Negativo
- Conoscere la forma mentis dell’interlocutore
- Estrarre i driver di scelta dell’interlocutore
- Tecniche di comunicazione costruttiva

Metodi:

- Lo spin
- Il sandwich
- Minimize e Maximize
- La sfida
- Casi pratici a cui applicare con simulazioni

Docente

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

19

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 29 gennaio

RAVENNA, 27 febbraio

CESENA, 27 marzo

RIMINI, 22 maggio

REGGIO EMILIA, 11 luglio

PARMA, 23 ottobre

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PARLAMI, TI ASCOLTO. L'ASCOLTO PERSUASIVO. GENERARE VALORE NELLE RELAZIONI CON OGNI TIPO DI INTERLOCUTORE

L'ascolto è la prima attività comunicativa necessaria per ottenere la fiducia dei nostri interlocutori. Un corso di formazione con approccio concreto che propone una precisa e originale strategia di persuasione efficace attraverso una capacità di ascolto accurata.

Obiettivi

Acquisire strategie e tecniche per migliorare la propria capacità di ascolto per comunicare in modo più efficace

Sviluppare la propria intelligenza relazionale

Diversificare il proprio approccio in base alle caratteristiche dell'altro

Destinatari

Tutti coloro che abbiano necessità di acquisire o affinare l'utilizzo di strumenti e tecniche efficaci per stabilire relazioni solide con gli interlocutori, interni o esterni all'azienda, e costruire rapporti fondati sulla reciproca fiducia.

Contenuti

- L'ascolto invisibile
- L'uso sapiente delle domande
- Empatia/Simpatia
- Come allenare l'empatia
- La manipolazione, riconoscerla e trasformarla in valore
- L'ascolto persuasivo
- Domande che fanno la differenza
- Eticamente persuasivi
- Il feedback di valore

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

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

A fine corso saranno forniti i seguenti strumenti pratici a sostegno del lavoro quotidiano del partecipante: test di attitudine mentale, kit domande che fanno la differenza, strumento di analisi del feedback, video di stimolo.

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.

20

SOFT SKILLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 11 febbraio
REGGIO EMILIA, 3 luglio
RAVENNA, 3 novembre
PIACENZA, 6 novembre

Quota di partecipazione

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

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COMUNICAZIONE PER IL PERSONALE TECNICO

Il personale tecnico rappresenta l'azienda presso il cliente, ne definisce l'immagine, la fiducia, la rappresentazione nella mente del cliente. Anche il personale tecnico ha bisogno di conoscere le basi della comunicazione aziendale per relazionarsi in modo professionale ed encomiabile. Deve essere visto come un problem solver efficiente, scrupoloso, competente e preparato.

Obiettivi

Il corso vuole fornire le tecniche per gestire anche i momenti di tensione e di stress che si generano nei momenti problematici e non lasciarsi trascinare nell'aggressività verbale.

Destinatari

Personale tecnico.

Contenuti

Valorizzare immagine personale e immagine aziendale

- Comprendere l'importanza del proprio ruolo
- Costruire, rappresentare e proteggere l'immagine dell'azienda e del brand
- Identificare aspettative e interessi dei clienti
- Competenze tecniche e relazionali: due aree da sviluppare in maniera integrata

Stabilire una relazione di valore con il cliente

- Impatto della comunicazione non verbale e paraverbale nella gestione del cliente
- Adeguare il proprio comportamento in funzione dei diversi clienti
- Importanza dell'ascolto attivo e della riformulazione
- Argomentare adeguatamente una soluzione tecnica
- Creare la giusta sintonia con il commerciale
- Gestire le obiezioni del cliente e concludere il proprio intervento positivamente

I momenti critici nella relazione con il cliente: reclami e richieste non soddisfatte

- Quando la relazione commerciale può incrinarsi
- Soddisfare il cliente tramite la qualità del servizio

Docente

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

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.

21

MANAGEMENT TOOLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

CESENA, 5 febbraio

PIACENZA, 17 marzo

PARMA, 8 maggio

REGGIO EMILIA, 23 giugno

Formazione a distanza

10 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

DECISION MAKING: PROCESSI DECISIONALI EFFICACI

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale ACC di ICF, Emotional Intelligence Assessor & Facilitator.

Da oltre 20 anni affianca persone e aziende 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.

22

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 2 e 9 aprile

PIACENZA, 20 e 27 giugno

REGGIO EMILIA, 7 e 14 ottobre

PARMA, 4 e 11 novembre

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA LEADERSHIP PER L'INNOVAZIONE ED IL CAMBIAMENTO

Per avere successo nei contesti complessi che caratterizzano questo periodo storico, l'azienda deve cogliere le occasioni e le sfide delle innovazioni e del cambiamento. Dal semplice problem solving, ai cambiamenti tecnologici, alla lean production, ogni miglioramento, innovazione, ogni idea strategica, richiedono il supporto di una Leadership che sappia ingaggiare i collaboratori nell'adozione veloce e convinta di nuovi comportamenti.

Obiettivi

- Motivare i collaboratori al cambiamento e all'innovazione
- Mettere in atto le azioni necessarie al coinvolgimento
- Presentare il cambiamento in modo entusiasmante
- Favorire l'emergere della creatività nella squadra
- Strutturare l'organizzazione a favore dell'innovazione

Destinatari

Il corso si rivolge a Imprenditori, Manager, Responsabili, Project Manager

Contenuti

- Lo stile di Leadership per il cambiamento
- Il Leader entusiasmante: ho una vision?
- Il Leader creativo
- La forza della Leadership: il cuore oltre l'ostacolo, allineamento personale ed efficacia
- I 7 ostacoli al cambiamento
- Le azioni fondamentali per favorire l'adesione al cambiamento, modificare gli attrattori culturali, chiarire le aspettative ai collaboratori, costruire una road map per l'innovazione
- Comunicazione, formazione, informazione: la preparazione della squadra
- Raccontare il cambiamento: dove stiamo andando?
- Incentivare la creatività nel team: costruire un team per il cambiamento
- Il problem solving in squadra: la soluzione metabolizzata
- I team trasversali per l'innovazione
- La struttura organizzativa: strutture favorevoli al cambiamento e all'innovazione
- Definizione di un piano per il cambiamento
- Coaching individuale di rafforzamento

Docente

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

23

MANAGEMENT TOOLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 10 aprile

PIACENZA, 8 maggio

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 9 maggio

PARMA, ed. 1 - 20 giugno

CESENA, 10 luglio

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 7 novembre

PARMA, ed. 2 - 5 dicembre

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

MOTIVARE E GESTIRE IL TEAM: TECNICHE E COMPETENZE PER CONOSCERE E AUMENTARE LA MOTIVAZIONE DELLE PERSONE

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

Team, gruppo, squadra

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

Condizioni per creare un team di successo

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

Sviluppare un coordinamento produttivo nel proprio gruppo di lavoro

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

Come sviluppare un team ad elevate performance

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

Come arrivare al team eccellente

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

Docente

Mauro Dotta, da più di 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.

24+

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 1 e 8 aprile

CESENA, 5 e 12 maggio

REGGIO EMILIA, 2 e 9 luglio

PIACENZA, 22 e 30 settembre

RIMINI, 30 ottobre e 6 novembre

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA DELEGA EFFICACE

Larga parte del successo di un'impresa risulta dalla capacità di valorizzare i propri collaboratori, coinvolgerli e responsabilizzarli nel raggiungimento degli obiettivi aziendali. Il corso si propone di fornire le conoscenze per il corretto utilizzo della delega e del feedback i e gli strumenti per individuare e modificare i comportamenti rivolti all'eccesso di controllo o di abbandono.

Obiettivi

- Definire le caratteristiche della leadership necessarie per sviluppare le competenze individuali, il talento e la capacità innovativa dei collaboratori e quindi il valore dell'azienda
- Accrescere la coscienza dei propri comportamenti, definire i contenuti del proprio ruolo e sviluppare la capacità di interpretarlo
- Fornire le tecniche e gli strumenti per coinvolgere, motivare e «ingaggiare» i collaboratori attraverso l'uso corretto della delega

Destinatari

Titolari/Direttori, Responsabili di funzione o reparto.

Contenuti

- Convivere con la complessità: lo sviluppo del valore delle persone per la creazione di valore per il cliente. Perché in contesti instabili è ancor più necessario ingaggiare e motivare i collaboratori
- Riflessione sul contenuto di ruolo: cosa significa essere “responsabili” in situazioni complesse. I pilastri della leadership
- Il miglior capo è apparentemente inutile: far crescere il team per assicurarsi il successo. Le parole chiave: fiducia, esempio, ascolto
- Con gli occhi degli altri: siamo davvero dei «buoni capi» come pensiamo di essere? Fondamenti di comunicazione
- Un tacchino non può fare lo scoiattolo: conoscere le persone per delegare efficacemente. La gestione per competenze, obiettivi e risultati. La leadership situazionale e l'importanza del feedback
- Dal controllo all'abbandono passando per la «sindrome dell'invisibilità»: le paure e gli alibi che ci rendono difficile delegare bene

Docente

Per le sedi di Parma e Reggio Emilia: Cristina Braidì, Titolare di Braidì Consulting, network di consulenti aziendali per l'organizzazione, lo sviluppo, la formazione e la selezione delle Risorse Umane. Si occupa da trent'anni di formazione e consulenza di direzione.

Per le sedi di Piacenza, Cesena e Rimini: Pelliconi Agnese, Executive Coach con credenziale ACC di ICF, Emotional Intelligence Assessor & Facilitator. Da oltre 20 anni affianca persone e aziende 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.

25

MANAGEMENT TOOLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 6 marzo

REGGIO EMILIA, 23 settembre

CESENA, 27 novembre

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

Agnese Pelliconi, Executive Coach con credenziale ACC di ICF, Emotional Intelligence Assessor & Facilitator.

Da oltre 20 anni affianca persone e aziende 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.

26

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 – 20 e 27 marzo

REGGIO EMILIA,

ed. 1 – 4 e 10 giugno

PIACENZA, 2 e 9 luglio

PARMA,

ed. 2 – 25 settembre e 2 ottobre

REGGIO EMILIA,

ed. 2 – 5 e 11 novembre

Formazione a distanza

17, 24 novembre, 1 e 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

IL RESPONSABILE DI FUNZIONE E LA GESTIONE DEI COLLABORATORI

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

27

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 – 19 e 26 febbraio

PIACENZA, 2 e 9 aprile

RAVENNA, 6 e 13 maggio

REGGIO EMILIA,

ed. 1 – 17 e 24 giugno

PARMA, ed. 2 – 9 e 16 ottobre

REGGIO EMILIA,

ed. 2 – 21 e 28 ottobre

CESENA, 4 e 11 dicembre

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL MESTIERE DI CAPO REPARTO

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

Obiettivi

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

Destinatari

Capi intermedi di produzione.

Contenuti

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

Docente

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

28

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 12 e 19 febbraio
PARMA, ed. 1 - 4 e 11 marzo
PIACENZA, 30 aprile e 7 maggio
REGGIO EMILIA,
ed. 1 - 20 e 27 maggio
CESENA, 22 e 29 settembre
REGGIO EMILIA,
ed. 2 - 17 e 24 ottobre
PARMA, ed. 2 - 7 e 14 novembre

Formazione a distanza

6, 13, 20 e 27 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 risponde all'esigenza delle aziende di rivedere la propria struttura organizzativa basata su logiche funzionali, al fine di supportare al meglio la gestione dei progetti interni e su cliente. Il corso fornisce gli elementi di base del Project Management illustrando le principali metodologie che occorre utilizzare per pianificare, gestire e controllare al meglio un progetto.

Obiettivi

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

Destinatari

Project manager, product manager, responsabili di business unit.

Contenuti

Introduzione al P.M.

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

Pianificazione del progetto

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

La programmazione del progetto

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

Il controllo e la chiusura del progetto

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

Cenni alle tecniche di Program Management

Docente

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

29

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 10 e 17 giugno

PARMA, 3 e 10 novembre

REGGIO EMILIA, 2 e 9 dicembre

Formazione a distanza

6,13, 20 e 27 giugno

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME SVILUPPARE LE COMPETENZE DIREZIONALI

La gestione d'impresa comporta lo sviluppo ed il mantenimento di competenze interfunzionali, di carattere strategico - organizzativo, di governo economico - finanziario e di sviluppo delle risorse umane.

Obiettivi

Affrontare, con l'ausilio di casi aziendali e di precisi strumenti di analisi, un percorso di sviluppo per rendere sempre più consapevoli e coerenti i processi decisionali, generali e funzionali, di indirizzo e di gestione operativa della piccola e media impresa.

Destinatari

Imprenditori e responsabili funzionali.

Contenuti

- I sistemi direzionali
- La definizione di strategie d'impresa
- La valutazione delle implicazioni organizzative
- La dimensione economico-finanziaria d'impresa
- Lo sviluppo delle risorse umane

Docente

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

30

MANAGEMENT TOOLS

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 12 e 19 giugno
PARMA, 23 e 30 ottobre

Formazione a distanza

24 settembre, 1, 8 e 16 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

COME TRASFORMARE IL RESPONSABILE AMMINISTRATIVO IN CONTROLLER

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

31

MANAGEMENT TOOLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RAVENNA, 7 maggio

PARMA, 10 giugno

REGGIO EMILIA, 25 settembre

Formazione a distanza

17 e 24 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

BUDGET: GOVERNARE L'AZIENDA E PROGRAMMARE I RISULTATI

Il corso si rivolge alle risorse dell'area Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione e ha ad oggetto la costruzione del budget di esercizio. La tematica della pianificazione ha assunto risvolti via via più rilevanti nel mondo aziendale come in quello finanziario ma occorre interrogarsi su quali siano le ragioni profonde di questa attenzione. Un grande impulso è stato dato certamente anche dalla necessità di costruzione di adeguati assetti organizzativi, amministrativi e contabili. Nel corso si affronteranno pertanto, oltre alle metodologie e agli algoritmi di calcolo propedeutici allo sviluppo della pianificazione, anche le inevitabili implicazioni di natura strategica, settoriale e di natura organizzativa necessarie all'introduzione di strumenti realmente utilizzabili in azienda.

Obiettivi

- Individuare la finalità prevalente del budget di esercizio nella propria azienda
- Costruire un modello previsionale solido ed efficace
- Predisporre analisi di verifica e fattibilità sui documenti previsionali prodotti

Destinatari

Imprenditori, dirigenti, manager, quadri e impiegati amministrativi.

Contenuti

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

Docente

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

32

MANAGEMENT TOOLS

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 20 giugno

REGGIO EMILIA, 15 ottobre

Formazione a distanza

4 e 11 marzo – mattino

7 e 14 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

SAPER LEGGERE IL BILANCIO IN OTTICA STRATEGICA

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

Il corso offre quindi un Tool-Kit che spazia dalla lettura del bilancio in ottica statica alla lettura approfondita delle performance aziendali in relazione ai benchmark di settore:

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

Docente

Fabio Petroncini, dottore Commercialista e Revisore Contabile. 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 2025



33

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

3 e 10 marzo – mattino

8 e 15 aprile – mattino

24 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

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

Adempimenti fiscali, commerciali, amministrativi e funzionali per conferire correttezza e valore alle operazioni doganali, nell'approccio e mantenimento degli scambi IntraUE ed ExtraUE.

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 efficientare e razionalizzare processi, garantire tracciabilità delle movimentazioni, sostenere obiettivi di internazionalizzazione.

Destinatari

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

Contenuti

CLASSIFICAZIONE DELLE MERCI

- Voci doganali, nomenclature combinate.
- Come effettuare una selezione accurata, al fine di identificare i dazi ed eventuali misure collegate alle nomenclature combinate o TARIC (per esempio DUAL USE)
- ITV

REGOLE DI ORIGINE PREFERENZIALE E NON PREFERENZIALE DELLE MERCI

- Il concetto di origine non preferenziale e preferenziale
- Le autorizzazioni doganali (esportatori autorizzati / esportatori registrati)
- IVO

L'UTILITÀ DI PIATTAFORME, PORTALI E TOOLS DISPONIBILI

- Come consultarli efficacemente per agevolare la gestione ufficio estero

LA GESTIONE DEI PIÙ IMPORTANTI DOCUMENTI DOGANALI REINGEGNERIZZAZIONE DELLE DOGANE

- I documenti per una corretta esportazione
- Le prove alternative
- La dichiarazione di libera esportazione
- I documenti per l'importazione
- Il calcolo del valore in dogana
- Il pagamento dei diritti in dogana
- La domiciliazione doganale

I REGIMI DOGANALI

- Importazione/esportazione definitiva
- Importazione/esportazione temporanea
- Perfezionamento attivo e passivo
- Introduzione in deposito doganale e /o fiscale

INCOTERMS 2020

Quale è il loro utilizzo e come devono essere indicati nei documenti Import/Export

FATTURAZIONE (scelta degli articoli IVA per EXTRAUE)

- Accenni a casistiche particolari
- Operazioni triangolari

Docente

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

34

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 2 aprile

Formazione a distanza

16 e 18 luglio – mattino

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

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

Obiettivi

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

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

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

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

Destinatari

Imprenditori, responsabili commerciali di PMI.

Contenuti

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

Docente

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

35

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

28 aprile e 6 maggio – mattino
13 e 20 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

NOVITÀ DOCUMENTI DOGANALI ATR - EUR1 - FORM A — BANCADATI REX

Lo scopo del corso è quello di fornire ai partecipanti le conoscenze per la corretta compilazione di tutta la documentazione necessaria per operare correttamente con l'estero

Obiettivi

Particolare attenzione verrà riservata alle novità dei principali documenti internazionali di trasporto e alle procedure doganali in materia di import/export.

Destinatari

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

Contenuti

Analisi dei principali documenti:

- ATR — Accordo Unione Europea / Turchia
- EUR1— documento che attesta l'origine preferenziale comunitaria di merci destinate extra-UE
- BANCA DATI REX — Accordo Gran Bretagna CETA con Canada e accordo con SPG
- Il concetto di origine non preferenziale delle merci ai fini del “Made in” ed Individuazione delle regole di origine non preferenziale delle merci
- I pareri del WTO e il nuovo Allegato 22-01: le indicazioni di origine su fattura. Le informazioni vincolanti di origine (IVO)
- Il concetto di origine preferenziale delle merci ai fini dell'emissione dell'Eur1 e la durata delle dichiarazioni di origine di lungo termine
- Differenze del concetto di “origine” tra “importazione” ed “esportazione”

Docente

Simone Del Nevo, componente della Commissione Iva e Origine. Laureato in Economia e Commercio, Master nella gestione delle aziende di trasporto, doganalista e giornalista pubblicitario. 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

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 12 febbraio

Formazione a distanza

11 e 15 settembre – mattino

5 e 12 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

FISCALITÀ INTERNAZIONALE

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

37

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 ottobre

Formazione a distanza

9 e 16 maggio - mattino

11 e 18 luglio - mattino

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

L'origine preferenziale

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

L'origine non preferenziale

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

Docente

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

38

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 26 marzo

Formazione a distanza

25 settembre e 2 ottobre – mattino
12 e 18 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

INCOTERMS® 2020 ICC

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

Obiettivi

- Evidenziare come la scelta di un Incoterms influenzi la redazione di bilancio e abbia importanti conseguenze sulla legge applicabile e prove di avvenuta cessione comunitaria ed esportazione
- Fornire tutte le informazioni pratiche 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)
- Il termine FCA modalità di utilizzo con riferimento alla previsione polizza di carico “on board” e riflessi documentari
- I termini FAS e FOB inadeguatezza per trasporto in container
- Gli obblighi del committente del trasporto (sanzioni codice della strada)
- Inadeguatezza dei termini CFR/CIF trasporti in container
- I mutati obblighi assicurativi della pubblicazione Incoterms® 2020
- I termini DAP, DPU, DDP modalità di utilizzo

Docente

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

39

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 21 ottobre

Formazione a distanza

4 e 11 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

IL FUTURO DEI MODELLI INTRASTAT

Il corso si propone lo scopo di rivedere le tradizionali modalità di compilazione dell'Intrastat vendite e cessioni sia per merci che per i servizi alla luce del software intra web che viene rilasciato dall'ADM per l'anno 2025.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti un quadro di riferimento relativo alle novità introdotte per gli Intrastat che entreranno in vigore con la prima dichiarazione da effettuarsi entro il 25.02.25 riepilogativa del gennaio 2025.

Destinatari

Uffici amministrativi.

Contenuti

CESSIONI

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

ACQUISTI

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

Docente

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

40

LEGALE E FISCALE

Durata

8 ore

Formazione a distanza

19 e 26 febbraio – mattino

6 e 13 giugno – mattino

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

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

Obiettivi

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

Contenuti

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

Docente

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

41

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 27 novembre

Formazione a distanza

20 e 28 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

LA GESTIONE DEI PAGAMENTI INTERNAZIONALI

Il corso descriverà, in un'ottica pratico-applicativa, le diverse forme di pagamento e di garanzia in uso negli scambi internazionali, analizzandoli nelle loro caratteristiche, articolazioni, norme internazionali e rischi con indicazioni nella scelta e nella formulazione.

Obiettivi

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

Destinatari

Imprenditori, responsabili amministrativi e responsabili della contabilità generale, responsabili del servizio fiscale, responsabili dei sistemi informativi e responsabili dell'operazioni doganali di imprese industriali e commerciali.

Contenuti

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

Docente

Emanuela Bongiorno, 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.

42

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

08 e 15 maggio – mattino
17 e 24 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

LE OPERAZIONI STRAORDINARIE: M&A

I partecipanti saranno guidati nella comprensione dei principali passaggi e strumenti per organizzare e gestire un'operazione di M&A (Mergers & Acquisitions) ovvero operazioni societarie e di finanza straordinaria che portano alla fusione di due o più società o all'acquisizione di una società target da parte di un'altra società.

Obiettivi

Questo corso intende fornire un quadro generale in materia di operazioni straordinarie che sono finalizzate a raggiungere vari obiettivi, quali ad esempio, realizzare l'ingresso di un nuovo partner industriale oppure istituzionale per lo sviluppo e la crescita dell'impresa, regolare l'ingresso dei manager nella compagine societaria a scopo incentivante, etc.

Destinatari

Amministratori e dirigenti di impresa.

Contenuti

Ai partecipanti verranno spiegate le varie tipologie di operazioni possibili e verranno guidati nella comprensione dei principali passaggi e strumenti per organizzare e gestire una operazione di M&A.

Il corso si strutturerà come segue:

- Principali operazioni straordinarie di M&A
- Fasi dell'operazione di M&A (due diligence, signing, interim period, closing)
- Strumenti (letter of interest, terms sheet, contratto preliminare, accordo di investimento, patto parasociale, etc. ...)
- Casi pratici

I concetti saranno spiegati traducendo i termini giuridici in un linguaggio comprensibile agli operatori aziendali e ricorrendo a numerosi esempi concreti. Non è necessaria alcuna preparazione giuridica.

Docente

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

43

LEGALE E FISCALE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 14 aprile

Formazione a distanza

4 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

LA FUTURA NUOVA ISO 9001, L'EFFICACIA DEI SISTEMI ATTUALI E IL CONTESTO DEI MODELLI ESG

Per le aziende già certificate alla naturale necessità di rivalutare il livello di efficacia dei propri modelli di gestione si somma l'interesse a comprendere come evolverà il quadro Normativo con la futura revisione prevista (al momento) per la fine del 2025.

L'amendment ISO che introduce l'integrazione delle considerazioni relative al cambiamento climatico anche nei sistemi di gestione della qualità ci ricorda come analisi del contesto e valutazione rischi/opportunità sono attività che vanno rivalutate con un'ottica sempre più ampia: a tal proposito anche la valenza dei temi della sostenibilità e dell'approccio ESG suggerisce a tutte le organizzazioni di considerare tali implicazioni anche in ambito qualità. In tal senso il percorso ha l'obiettivo di coinvolgere i partecipanti sia a riguardo degli aggiornamenti più rilevanti sia sui possibili fattori di miglioramento dell'efficacia dei sistemi stessi.

Obiettivi

- Rivalutare il contesto Organizzativo alla luce dei più recenti aggiornamenti e degli anni di applicazione del Sistema
- Riconsiderare i ruoli all'interno dell'Organizzazione in relazione ai requisiti del Sistema in vigore
- Riconoscere gli aspetti realmente rilevanti rispetto ai molteplici requisiti di riferimento
- Favorire il miglioramento anche rifocalizzando il Sistema sulle persone

Destinatari

Referenti di tutte le organizzazioni che hanno in essere un proprio sistema di gestione in ambito qualità o altri schemi riconosciuti, consulenti, Lead Auditor ed auditor di Sistemi di Gestione.

Contenuti

- Amendment ISO sul cambiamento climatico, Agenda ONU 2030 e principi ESG
- Le Direttive "CSRD", "CS3D" e "Green Claims"
- I lavori ISO per la revisione della futura ISO 9001
- I principi base per un'efficace Sistema di Gestione aziendale
- Leadership effettiva e diffusa quale "sponsor" di qualsiasi modello gestionale
- La valutazione di rilevanza e criticità dei processi e la collocazione delle risorse necessarie
- Ruoli chiari, deleghe effettive, competenze del personale: le persone prima degli strumenti
- Regole certe e strumenti integrati: come facilitare la gestione dei processi
- La valutazione delle prestazioni come opportunità di miglioramento
- Esercitazioni su casi pratici

Docente

Enzo Mataloni, da oltre 30 anni sviluppa e coordina progetti e consulenze per Organizzazioni pubbliche e private, in particolare nell'ambito dei Sistemi di Gestione certificabili. Ha condotto più di 300 Audit come valutatore di Enti di Certificazione ed ha ottenuto diverse qualifiche professionali in registri professionali riconosciuti sia Italiani che Europei. Serint Group da 30 anni offre servizi integrati alle imprese in ambito di consulenza organizzativa e certificativa, sicurezza e medicina del lavoro, privacy e gestione dei dati, conformità Legislativa, formazione, energia per PMI e per importanti organizzazioni pubbliche e private, partecipazione a progetti Nazionali ed Europei.



LEGALE E FISCALE

Durata

16 ore

Formazione in presenza

PARMA, 12 e 19 marzo

PIACENZA, 5 e 12 giugno

REGGIO EMILIA, 1 e 8 ottobre

Quota di partecipazione

500,00 € + IVA az. associate

600,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

GESTIONE GLI AUDIT INTERNI

La presenza sempre più massiccia di richieste dal mercato di conformità a diverse norme e decreti (dalla qualità fino agli aspetti legati alla sicurezza, ambiente e sostenibilità ambientale) rende opportuna l'esigenza di aver consapevolezza di eventuali carenze organizzative al fine di avviare un piano di miglioramento.

L'importanza di un approccio pragmatico e puntuale permette di avere un quadro completo dello stato dell'arte dell'azienda ai diversi requisiti.

Obiettivi

Obiettivo del corso è individuare le metodologie efficaci su come gestire un audit in remoto e quelle su come gestire un audit in presenza. I principi della comunicazione saranno le basi per poter gestire un audit con alto valore aggiunto.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

Durata

7 ore

Formazione a distanza

14 e 21 febbraio – mattino

8 e 15 maggio – mattino

5 e 12 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

CYBERSECURITY: IL PUNTO DEBOLE È IL FATTORE UMANO

Per una difesa efficace, la tecnologia da sola non basta, servono professionisti, consapevolezza e formazione.

Il fattore umano rappresenta una delle maggiori vulnerabilità.

Obiettivi

Apprendere ed approfondire le proprie conoscenze delle normative inerenti i nuovi rischi e le minacce, la sicurezza informatica e più in generale la “cybersecurity”. Il corso formativo fornirà informazioni, suggerimenti e consigli per conoscere, prevenire e ridurre quanto più possibile i rischi connessi al fattore umano nell'utilizzo delle tecnologie.

Destinatari

Responsabili IT (1°livello) e personale aziendale dotato di device per il trattamento dati (computer, tablet, smartphone ecc. ...).

Contenuti

- Il GDPR in pillole: principi fondamentali, le basi giuridiche dei trattamenti, le figure coinvolte (Interessati, Titolare, Addetto, ecc...), i diritti degli interessati, la circolazione delle informazioni nei paesi EU ed Extra EU
- Le misure di sicurezza tecniche ed organizzative per prevenire i rischi sulla Riservatezza, Integrità, Disponibilità e la resilienza
- Le minacce più comuni
- Tecniche e tipologie degli attacchi informatici
- Le principali minacce: i programmi pericolosi (virus, adware etc.)
- Utilizzo in sicurezza degli strumenti in dotazione al dipendente per lo svolgimento delle mansioni sul luogo di lavoro
- Posta Elettronica: il valore di procedure e regolamenti
- L'importanza delle password per la protezione del patrimonio informativo
- L'importanza dei back up e degli aggiornati di Sistemi Operativi (pc, dispositivi mobili)
- La scelta dei fornitori e la verifica dei contratti da sottoscrivere
- Cyber-mafia: la nuova frontiera della criminalità organizzata
- Un attacco che non attacca: da chi ci si deve difendere
- Come comportarsi nelle prime fasi in cui si è venuti a conoscenza di un attacco. Chi coinvolgere per la valutazione dei potenziali danni
- Il ruolo delle autorità competenti
- Le misure di sicurezza in ottica di privacy by design e by default Art. 25
- L'analisi dei rischi: fondamentale un aggiornamento costante
- Data breach (violazioni), la notificazione delle violazioni Art. 33, 34 e la relativa valutazione
- Le violazioni: la storia di chi è stato attaccato e le conseguenze per i dati degli interessati
- I Provvedimenti dell'Autorità Garante
- Gli standard di riferimento (ISO 27001, 27701, ENISA)
- La formazione: lo strumento più utile per un'efficace difesa

Docente

Luca Di Leo, svolge servizi e consulenza privacy dal 2006, formazione continua ed approfondita in merito agli adempimenti del D.Lgs. n. 196/2003, del Reg. UE 2016/679, per la protezione e sicurezza dei dati, sia nel contesto normativo nazionale che europeo. Si occupa di implementazione ed audit nell'ambito dei sistemi di gestione qualità, sia di sistema che di processo. Ha conseguito diverse certificazioni e qualificazioni delle competenze riconosciute sia a carattere nazionale che internazionale. Specializzato in campo sanitario, pubblica amministrazione, organizzazioni private, marketing, cyber security e svolge attività di consulenza e audit nel settore pubblico e privato. Partecipa a tavole rotonde e gruppi di lavoro che si relazionano direttamente con lo staff del Garante per la protezione dei dati personali. Ricopre il ruolo di Data Protection Officer nel settore pubblico e privato.

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

CORSI FUNZIONALI

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

FORMAZIONE 2025

46

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 12, 19 e 26 febbraio

PARMA, 12, 19 e 26 marzo

CESENA, 17, 24 e 31 ottobre

Formazione a distanza

17, 19, 22, 25, 26 settembre e

3 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

CONTABILITÀ - LIVELLO BASE

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

Obiettivi

- Comprendere i concetti di esercizio e competenza economica
- Comprendere i principi delle rilevazioni contabili
- Effettuare le scritture relative al ciclo attivo e passivo
- Effettuare le scritture relative ad acquisti, vendite, costi di personale, investimenti, finanziamenti ed operazioni sul capitale

Destinatari

Addetti amministrativi.

Contenuti

- Principi della contabilità e tecnica della partita doppia
- Piano dei conti
- Stato patrimoniale e conto economico: documenti di sintesi
- RegISTRAZIONI contabili del ciclo attivo: cessioni di beni e prestazioni di servizi
- Esportazioni e vendite intracomunitarie
- Acquisti di beni materiali e servizi
- Acquisti con IVA detraibile, indetraibile e parzialmente indetraibile
- Importazioni ed acquisti intracomunitari e servizi intracomunitari
- Acquisto di immobilizzazioni materiali e immateriali
- Cessione delle immobilizzazioni e detrazione plus/minus valenza
- Contabilizzazione costi del personale
- IVA e adempimenti contabili

Docente

Emanuela Bongiorno, 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

21 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 14, 21, 28 marzo

Formazione a distanza

11, 18, 21 novembre e
2, 9, 16 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

CONTABILITÀ - LIVELLO AVANZATO. DALLA CONTABILITÀ AL BILANCIO: LE SCRITTURE DI ASSESTAMENTO

La contabilità è uno degli strumenti fondamentali per la gestione aziendale ed è quindi imprescindibile un aggiornamento continuo delle competenze del personale amministrativo. Il corso, studiato per chi già possiede le competenze base di contabilità generale, consente al personale amministrativo di aggiornarsi rispetto alle scritture contabili e di assestamento, alle principali norme in materia di imposte dirette e indirette e alla lettura e redazione del bilancio.

Obiettivi

- Utilizzare le scritture contabili in funzione delle esigenze di bilancio
- Comprendere le problematiche fiscali
- Redigere e leggere un bilancio d'esercizio

Destinatari

Personale amministrativo con conoscenze della contabilità, personale con responsabilità di coordinamento di funzioni amministrative, capi contabili, responsabili amministrativi, controller che desiderano vedere l'altro lato della funzione administration.

Contenuti

- Verifiche e controlli delle rilevazioni effettuate
- Scritture di integrazione, storno e rettifica
- Le rimanenze
- Le poste valutative: fondi svalutazione, fondi oneri e fondi rischi
- Rilevazione di crediti e debiti tributari
- Contabilizzazione d'imposte anticipate e differite
- Le imposte dirette: Irap ed Ires
- Il calcolo dell'Irap un caso pratico
- Ires e riprese la casistica più frequente
- Ires e riprese, un caso pratico
- Le imposte anticipate e differite, calcolo e prospetti

Docente

Emanuela Bongiorno, 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.

48

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 11 marzo

REGGIO EMILIA, 11 giugno

PARMA, 8 luglio

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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

49

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 7 maggio
REGGIO, 24 giugno
PIACENZA, 13 ottobre

Formazione a distanza

22 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

CONTROLLO DI GESTIONE BASE

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

Obiettivi

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

Destinatari

Il corso si rivolge a tutte le figure aziendali (impiegati, quadri e dirigenti) che trasversalmente interagiscono con il Controlling come clienti/fornitori interni; controller junior in fase di inserimento; responsabili amministrativi che si stanno orientando al Controlling.

Contenuti

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

Docente

Luigi Salvatore, Dottore commercialista e revisore contabile. Consulente di direzione nelle aree amministrazione finanza e controllo, valutatore di sistemi qualità aziendali.

Per la sede di Piacenza: Ernestina Bosoni, Consulente Aziendale, Dottore Commercialista iscritta all'Ordine del DCEC di Piacenza, Revisore legale dei conti, Docente. Aree di attività prevalenti: controllo di gestione, progettazione sistemi di contabilità analitica e controllo dei costi, analisi dei processi aziendali, Modelli Organizzativi D.lgs. 231/01, sostenibilità.

50

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

7 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 23 ottobre

PIACENZA, 21 novembre

PARMA, 4 dicembre

Formazione a distanza

21 e 28 febbraio – pomeriggio

20 e 27 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

CONTROLLO DI GESTIONE AVANZATO. COME IMPOSTARE O MIGLIORARE IL CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA

Una metodologia “step by step” per impostare e implementare o anche solo per valutare il sistema di pianificazione e controllo. Il corso richiede competenze già acquisite in ambito Pianificazione e Controllo, utile eventuale partecipazione precedente al corso base di Controllo di Gestione.

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire un approccio strutturato e strumenti pratici per impostare, rivedere o migliorare il modello di controllo di gestione aziendale. I partecipanti verranno guidati nella progettazione di un sistema personalizzato, attraverso l'analisi del processo di trattamento delle informazioni, dalla raccolta dei dati alla produzione di reportistica direzionale. Particolare attenzione sarà data agli strumenti a supporto del processo decisionale e alla collaborazione tra Controller e responsabili di funzione, con l'eventuale presentazione di casi reali per un'applicazione pratica dei concetti.

Destinatari

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

Contenuti

- Il Modello di Controllo di Gestione Industriale
- Dalla Pianificazione Strategica al Reporting Direzionale
- Le fasi di approccio al Controlling Avanzato: Disegno - Sviluppo – Implementazione e Verifica/Monitoraggio del Modello
- Laboratorio: Metodologia e casi pratici

Docente

Luigi Salvatore, Dottore commercialista e revisore contabile. Consulente di direzione nelle aree amministrazione finanza e controllo, valutatore di sistemi qualità aziendali.

Per la sede di Piacenza: Ernestina Bosoni, Consulente Aziendale, Dottore Commercialista iscritta all'Ordine del DCEC di Piacenza, Revisore legale dei conti, Docente. Aree di attività prevalenti: controllo di gestione, progettazione sistemi di contabilità analitica e controllo dei costi, analisi dei processi aziendali, Modelli Organizzativi D.lgs. 231/01, sostenibilità.

51

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 2 luglio
REGGIO EMILIA, 16 settembre

Formazione a distanza

28 ottobre e 5 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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

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

52

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 24 e 31 marzo
CESENA, 23 e 30 settembre

Formazione a distanza

9, 16, 23 e 30 giugno – pomeriggio

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: COME TUTELARSI DAI MANCATI PAGAMENTI

Gestire al meglio il credito commerciale significa essere in grado di creare un reale valore, impostando metodi e strumenti di monitoraggio mirati. Il tutto per garantire i flussi finanziari aziendali previsti, riducendo al minimo i problemi di insolvenza e i ritardi di pagamento. Il corso fornisce un modello di lavoro ed alcuni strumenti pratici per rendere l'attività di gestione del credito un reale punto di forza e permette di gestire con efficacia e sicurezza il problema del rischio crediti.

Obiettivi

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

Destinatari

Responsabili e addetti amministrativi e commerciali. Consigliato anche a imprenditori.

Contenuti

Il credito clienti e la sua rilevanza nella gestione aziendale

- Vantaggi e svantaggi dei diversi mezzi di pagamento
- Le vendite e il rischio commerciale
- Il ritardo negli incassi: l'incidenza del credito sui risultati aziendali
- Il costo della gestione del credito

Le disposizioni legislative relative alla lotta contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali

- Clausole a protezione delle condizioni generali di vendita
- Disposizioni legislative relative ai ritardi di pagamento

Valutare il rischio cliente

- Cenni sullo scoring e rating
- L'analisi di bilancio come base di valutazione quantitativa e qualitativa
- Analisi finanziaria per indici e per flussi
- Il Capitale Circolante Netto Commerciale (C.C.N.C.)
- I dati da esaminare per l'affidamento dei clienti

Gestire efficacemente il recupero crediti

- Analizzare le cause dei ritardi: individuare le situazioni a rischio
- Definire le fasi e i tempi del processo di sollecito

- Sistemi di protezione del credito
- Accantonamento al fondo svalutazione crediti: aspetti gestionali e fiscali

Definire i processi di recupero crediti e contenzioso

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

Trattative stragiudiziali

- La fase di preparazione alle trattative
- La diagnosi e raccolta delle informazioni
- La messa a punto degli obiettivi
- La scelta della strategia
- Le trattative
- La proposta del debitore
- I criteri per valutare la congruità dell'accordo

Docente

Emanuela Bongiorno, Dottore Commercialista e Revisore Legale, Consulente d'azienda.
Fabio Dragone, avvocato, imprenditore e manager.

53

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 10 giugno
REGGIO, 21 ottobre

Formazione a distanza

19 e 26 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 MAGAZZINO FISCALE E LA VALUTAZIONE DELLE RIMANENZE

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

Obiettivi

Approfondire tutti gli aspetti legati alla gestione del cosiddetto magazzino fiscale.

Destinatari

Responsabili amministrativi, addetti al controllo di gestione.

Contenuti

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

Docente

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

54

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PARMA, 13, 20 e 27 febbraio
PIACENZA, 18, 25 febbraio e 4 marzo
REGGIO, 13, 20 e 27 maggio
RAVENNA, 17, 22 e 29 settembre

Formazione a distanza

7, 11, 14, 18, 21 e 28 marzo – mattino
17, 20, 24, 26 giugno, 1 e 3 luglio –
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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

55

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Durata

21 ore

Formazione in presenza

PARMA, 23, 30 settembre e 7 ottobre
PIACENZA, 9, 17 e 24 ottobre
RAVENNA, 27 novembre, 4 e
11 dicembre

Formazione a distanza

12, 18, 25 giugno e
2, 9, 16 luglio – mattino
13, 20, 27 ottobre e
3, 10, 17 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

BUSTE PAGA - LIVELLO AVANZATO

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

Obiettivi

- 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

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

Contenuti

Assunzione del lavoratore (focus Decreto trasparenza 2023)

- Tipologie contrattuali (principali caratteristiche normative): Tempo Indeterminato, Tempo determinato, Part-time, Apprendistato e Lavoro Intermittente
- Tirocini Extracurricolari
- Lavoro parasubordinato (Co.co.co)
- Dal lordo al netto in busta (esercitazioni pratiche di calcolo)
- Gestione Trasferte e Trasfertismo, Cessioni del quinto e pignoramento dello stipendio
- Assegni per il nucleo familiare e AUU
- Voci imponibili e voci esenti (Buoni pasto e Fringe benefit), Irpef, Addizionali e detrazioni
- Trattamento integrativo
- Assunzioni agevolate
- Novità 2025

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 sui principali CCNL
- Contenzioso e Licenziamenti

Docente

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

CORSI FUNZIONALI

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

FORMAZIONE 2025

56

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 20 e 27 marzo

REGGIO EMILIA, 7 e 14 aprile

PIACENZA, 15 e 22 maggio

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

IL NUOVO RESPONSABILE DI PRODUZIONE

Valori, metodi e strumenti per la creazione di una squadra vincente.

Obiettivi

Fornire gli elementi metodologici e tecnici per una migliore ed efficiente gestione produttiva dei reparti, degli impianti e degli uomini, risorse fondamentali per il successo di ogni azienda.

Destinatari

Responsabili dei reparti produttivi.

Contenuti

- Compito e relazione per obiettivi sfidanti
- Leggere gli elementi ed i fattori produttivi di eccellenza
- Calcolare le disponibilità di macchine e impianti
- OEE come strumento operativo e linguaggio oggettivo
- Parlare con i numeri per una comunicazione efficace.
- Gli indicatori produttivi di efficienza
- Programmazione a capacità finita dei fattori produttivi
- Master production schedule e MRPII
- Standard work e Design for Manufacturing and Assembly
- Il budget produttivo
- Digitalizzazione e strumenti gestionali software
- Il MES (Manufacturing Execution System) come modello di monitoraggio
- Il visual management
- Il Gemba Walk

Docente

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

57

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 29 gennaio e 5 febbraio

PARMA, 19 e 26 marzo

REGGIO EMILIA, 20 e 27 ottobre

CESENA, 13 e 20 novembre

Formazione a distanza

5, 12, 19 e 26 maggio – pomeriggio

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LE ATTIVITÀ OPERATIVE DEL MAGAZZINO

La gestione del magazzino presenta una sempre maggiore complessità (alto numero codici, richieste dei clienti più particolari) e diventa fondamentale per il funzionamento dell'azienda. Le attività operative richiedono una forte professionalità da parte degli operatori. Mediante il dimensionamento, secondo i previsti volumi di operazioni, la disposizione delle merci in relazione alla loro rotazione, l'assegnazione efficiente del sempre più scarso spazio di stoccaggio, l'organizzazione delle attività, delle tecniche e dei mezzi adeguati, dovrà rappresentare uno strumento agile e di enorme importanza nel conseguimento del profitto aziendale.

Obiettivi

- Rivedere l'organizzazione e gestione delle proprie aree di ricevimento, stoccaggio, picking e movimentazione interna al fine di raggiungere un elevato livello di servizio (efficacia) ed una ottimizzazione dei costi (efficienza), con i relativi KPI's di controllo
- Sapere organizzare e gestire le procedure e le metodologie di gestione delle attività di magazzino, ripensando e applicando nuovi sistemi di lavoro in base all'unità di carico gestite, alle politiche di approvvigionamento, alle richieste dei clienti, sia interni (produzione), che esterni (spedizioni)
- Verificare o incrementare l'utilizzo e la gestione dei sistemi wireless per la gestione delle attività del magazzino, cogliendo le opportunità ed i vincoli inerenti alla gestione informatica del magazzino (Warehouse management system: WMS)

Destinatari

Chiunque intenda trovare il modo migliore per gestire ed organizzare il magazzino della propria azienda ripensando le attività e le metodologie di lavoro, i processi e sviluppando la produttività degli operatori ed il controllo economico e funzionale delle prestazioni.

Contenuti

- La struttura del magazzino: la progettazione, la conoscenza degli elementi di base per la progettazione, il dimensionamento, la definizione delle strutture di movimentazione e di posizionamento, l'ottimizzazione delle superfici e dei volumi
- Rivedere l'organizzazione e gestione delle proprie aree di ricevimento, stoccaggio, picking e movimentazione interna al fine di raggiungere un elevato livello di servizio, attraverso l'ottimizzazione dei costi
- Le procedure di identificazione e codifica delle merci in ingresso e del controllo qualità, I codici a barre ed i sistemi di identificazione degli imballi primari, secondari e per UDC (unità di carico)
- La gestione dei lotti di ingresso merci e la gestione della tracciabilità, le dichiarazioni di provenienza, i documenti e certificazioni del fornitore
- I sistemi, i criteri e la gestione dei magazzini di stoccaggio merci (magazzino centrale, magazzini periferici, magazzini di reparto)
- la revisione e definizione dei diversi criteri per la preparazione degli ordini: picking per cliente, per somma di ordini, sistemi misti, sistemi manuali e sistemi automatici, la preparazione delle liste di prelievo e la bollettazione dei materiali per la spedizione, l'organizzazione dei viaggi.
- Come ottenere e mantenere la perfetta efficienza del proprio magazzino (ordine e pulizia)
- Analizzare i sistemi di controllo della produttività
- L'utilizzo e la gestione dei sistemi wireless per la gestione delle attività del magazzino
- Analizzare le opportunità ed i vincoli inerenti alla gestione informatica del magazzino
- I sistemi informatici di gestione del magazzino: caratteristiche, strumenti, e logiche dei principali WMS disponibili: il coordinamento e l'ottimizzazione dell'uso delle risorse e dei flussi di materiali attraverso i sistemi WMS

Docente

Flavio Franciosi. Svolge attività di formazione in enti e associazioni di categoria e in master specialistici nell'area logistica e processi operativi, in particolare supply chain management, progettazione ed organizzazione magazzini, gestione delle scorte e previsioni consumi e approvvigionamenti. Opera come consulente senior nell'area Logistica e Processi Operativi principalmente nei settori relativi all'industria manifatturiera, dei beni strumentali ed impiantistica, meccanica, elettronica, alimentare e l'industria tessile-abbigliamento ed in aziende di servizi e multiutility.

58

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA,
25 febbraio e 4 marzo

Formazione a distanza

6, 13, 20 e 27 maggio – mattino

Quota di partecipazione

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

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA GESTIONE AVANZATA DELLA LOGISTICA E DEL MAGAZZINO

La progettazione, l'organizzazione e la gestione dei flussi logistici e degli stock sono aspetti rilevanti per il corretto funzionamento delle attività aziendali, che fanno parte del mondo delle Operations.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

59

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 9 e 16 giugno
PARMA, 15 e 22 ottobre

Quota di partecipazione

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

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

COME OTTIMIZZARE LA GESTIONE DELLE SCORTE

La gestione delle scorte rappresenta un'attività che gioca un ruolo fondamentale sia per garantire all'azienda la capacità di servire il cliente al livello progettato, sia per ridurre l'impegno di risorse e capitali necessari per il funzionamento del sistema operativo. Questo obiettivo è raggiungibile solo se l'azienda è in grado di scegliere i modelli di gestione delle scorte più efficienti rispetto alle caratteristiche dei mercati in cui l'azienda è presente, coordinando le scelte legate alla ottimizzazione delle scorte ed alla corretta gestione della previsione delle vendite

Obiettivi

- Valutare come riorganizzare le proprie metodologie di gestione delle scorte utilizzando i modelli e i sistemi di previsione delle vendite
- Assicurare un adeguato servizio al costo minimo, scegliendo il modello di gestione più idoneo
- Migliorare la comunicazione con le funzioni aziendali "clienti" della gestione stock per ottimizzare il servizio reso
- Valutare i sistemi ed i modelli di gestione scorte per ottimizzare gli inventari di magazzino
- Progettare e gestire i sistemi di controllo delle scorte e i relativi indici di efficienza (Cross analysis, rotazione, copertura)

Destinatari

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

Contenuti

- Valutare i differenti modelli di supporto per le previsioni della domanda, le statistiche dei consumi del passato, gli scenari futuri, le variabili che influenzano i futuri trend di sviluppo dei mercati
- Metodi statistici estrapolativi: medie e mobili
- Metodi interpolativi: retta di regressione, determinare trend e stagionalità dei consumi
- Scegliere i modelli di riordino e di gestione delle scorte, impostare correttamente le variabili per definire i livelli di rifornimento, riordini a quantità fissa: lotto economico, livello di riordino, scorta di sicurezza
- Riordino a periodo fisso: giacenza obiettivo, periodo di riordino, scorta di sicurezza, confrontare le diverse metodologie.
- Progettare ed attuare il piano di riduzione delle scorte, definire criticità e priorità d'azione attraverso l'analisi ABC, costruire la matrice consumi – giacenze, impostare le azioni di miglioramento.
- I parametri di controllo delle scorte: indici di rotazione, indici di copertura, analisi di valori di magazzino, le scorte obsolete e le slow moving
- Metodi di riduzione scorte attraverso gli effetti sulla gestione dovuti ai diversi metodi di approvvigionamento
- Calcolo della Scorta di Sicurezza in diverse situazioni operative
- Ottenere gli elementi operativi per poter delineare i requisiti del sistema di previsione ed utilizzare correttamente le diverse tecniche
- Saper definire gli indicatori più adatti alle proprie esigenze di business
- I modelli di gestione dei fornitori basati sui contratti "Consignment Stock"
- I modelli di gestione delle scorte a kanban – vendor management inventory – continuous replenishment

Docente

Flavio Franciosi. Svolge attività di formazione in enti e associazioni di categoria e in master specialistici nell'area logistica e processi operativi, in particolare supply chain management, progettazione ed organizzazione magazzini, gestione delle scorte e previsioni consumi e approvvigionamenti. Opera come consulente senior nell'area Logistica e Processi Operativi principalmente nei settori relativi all'industria manifatturiera, dei beni strumentali ed impiantistica, meccanica, elettronica, alimentare e l'industria tessile-abbigliamento ed in aziende di servizi e multiutility.

60

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 10 aprile

PARMA, 22 maggio

REGGIO EMILIA, 24 settembre

Formazione a distanza

26 febbraio e 4 marzo – mattino

10 e 17 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

LA GESTIONE EFFICACE DEL POST-VENDITA E DEL MAGAZZINO RICAMBI

La gestione efficace del post-vendita è chiave nella fidelizzazione del cliente, l'ampliamento dell'offerta e fonte di marginalità. Spesso al post-vendita è riservata la gestione di reclami e criticità varie, ma sempre più spesso è una attività fondamentale per le vendite successive.

In quest'ottica la gestione efficace del magazzino ricambi visto come centro di profitto e non di costo può fare la differenza in termini di Percezione del Valore da parte del Cliente.

Obiettivi

Il percorso descrive nuove opportunità di strutturazione del post-vendita tradizionale, orientato alla soddisfazione del cliente, ripensato seguendo le strategie aziendali, l'integrazione con le altre aree aziendali, le opportunità offerte dalla disponibilità ed efficace gestione del magazzino ricambi unitamente ad una supply chain snella e reattiva, in un contesto in cui ormai le nuove tecnologie rivestono un ruolo chiave.

Destinatari

Direttori generali, direttori commerciali, operations manager, supply chain manager, service Manager.

Contenuti

L'importanza del post-vendita nel rapporto con in Cliente: è solo gestione dei reclami?

- La fidelizzazione del Cliente e il post-vendita
- L'organizzazione del Customer Service
- Gestione degli interventi in garanzia e fuori garanzia
- Pianificazione delle attività di back office e front office
- Le risorse per un post-vendita orientato al cliente

La gestione delle comunicazioni con il Cliente e con le altre funzioni aziendali

- Il ruolo dei tecnici di assistenza nello sviluppo del post-vendita
- Le opportunità offerte dalla Digitalizzazione
- Smart service per le esigenze del cliente

KPI per la misurazione delle performance dell'assistenza

L'importanza della gestione dei ricambi nel post-vendita

- La classificazione dei ricambi (livello di scorta, livello di servizio...)
- La gestione dei ricambi in garanzia e fuori garanzia: costo e ricavo

Perché una supply chain dedicata ai ricambi?

- La gestione dei ricambi nel ciclo di vita del prodotto
- La logistica dei ricambi e la gestione delle scorte a magazzino
- L'analisi del livello di servizio al cliente e gli indicatori da monitorare

Docente

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

61

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 3 marzo

REGGIO EMILIA, 13 maggio

Formazione a distanza

3 e 10 luglio – mattino

8 e 10 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

PRODUZIONE INDUSTRIALE “LEAN” E DIGITALIZZAZIONE

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

Industrializzazione Lean e digitalizzazione

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

Miglioramento continuo nel contesto digitale

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

Digitalizzazione e flessibilità operativa

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

Docente

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

62

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

8 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 26 febbraio

CESENA, 18 giugno

Quota di partecipazione

300,00 € + IVA az. associate

360,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

VISUAL FACTORY E VISUALITY 5S: LA GUIDA COMPLETA PER CAPIRE E APPLICARE LA TECNICA DI RIORDINO GIAPPONESE

Spiegare ed introdurre nell'ambiente imprenditoriale italiano la cultura della fabbrica Visuale e del pensiero Visuale (Visuality) nata negli anni '80 in Francia, America e Giappone, ma non ancora arrivata in maniera massiva in Italia.

Obiettivi

Fornire concetti innovativi della gestione visuale applicando tutte le tecniche innovative degli ultimi 40 anni sia provenienti dagli autori giapponesi (Osada e Hirano) che da quelli americani (Galsworth) che francesi (Greif) al fine di creare, introdurre, spiegare la cultura del Visuale.

Destinatari

Imprenditori e responsabili che vogliono capire se sono pronti per fare questo passo importante verso l'eccellenza della loro azienda.

Contenuti

- Introduzione al Visual WorkPlace
- Visitare i 2 luoghi di lavoro, il convenzionale e il visuale
- Percepire la realtà e sapere vedere il visuale
- Il principio del self-service, come rendere autonome le persone con il visuale.
- Il principio di "quali domande fare nel luogo di lavoro" e quello della traslazione della informazione in un comportamento
- Sopperire il deficit di informazione, creare strumenti Visual
- Le 10 porte del posto di lavoro visuale
- I 10 blocchi del Visual Thinking
- Gli strumenti del Visual: the 5 Tools
- Il territorio del Team un luogo dove l'azienda cala la propria cultura nel rispetto di quella locale
- La documentazione visuale: gli standard le regole, le istruzioni di lavoro visuali
- I controlli visuali, mostrare i risultati
- Lo Smart Placement, Logica, significato e mappatura
- I 4 livelli di Potenza del Visual: indicatori visuali, segnali, controlli e garanzie
- Conclusioni

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.

63

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 9 aprile
REGGIO EMILIA, 8 luglio

Formazione a distanza

23 e 30 settembre – mattino
12 e 19 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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

64

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 7 ottobre

Formazione a distanza

18 e 25 marzo – mattino

22 e 29 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

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 per 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 a chi deve presidiare direttamente o indirettamente i processi di acquisto ed approvvigionamento industriale, in termini fisici, organizzativi, informativi e di controllo economico.

Contenuti

Processo di acquisto industriale e 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 servizi
- 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.

65

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 15 e 22 maggio

PARMA, 11 e 19 giugno

PIACENZA, 7 e 14 ottobre

CESENA, 9 e 16 ottobre

Formazione a distanza

7, 14, 21 e 28 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

IL RESPONSABILE ACQUISTI: METODI E STRUMENTI DELLA PROFESSIONE

L'attività di acquisto sta assumendo un ruolo di grande impatto sull'attività aziendale, sia dal punto di vista economico (impatto sui costi aziendali), sia dal punto di vista tecnico e qualitativo (impatto su fatturato e margini). È quindi fondamentale potere progettare e gestire il processo di acquisto in modo efficace ed efficiente.

La gestione dei fornitori è estremamente complessa e sovente richiede una forte professionalità da parte dei responsabili degli acquisti, che si trovano, nell'ambito delle scelte di politiche d'acquisto, a definire ed a contrattualizzare i rapporti con i propri fornitori ad armonizzare le richieste dalle aree aziendali con i vincoli e le opportunità offerte dai singoli fornitori.

Obiettivi

- Saper valutare gli strumenti per aggiungere gli obiettivi di riduzione dei costi totali d'acquisto, incrementando qualità, risparmio e puntualità
- Identificare le leve negoziali del prezzo d'acquisto per strutturare e affrontare con successo la trattativa attraverso le tecniche di analisi e scomposizione dei costi e valutazione dei prezzi delle forniture
- Conoscere e ripensare il processo di acquisto: analisi dei bisogni interni, le attività di sourcing dei fornitori, la definizione delle specifiche e le richieste di offerta, analisi, selezione e negoziazione, definizione del contratto e monitoraggio dei fornitori
- Essere in grado di sviluppare efficienti analisi, selezioni e negoziazioni con i fornitori, approfondendo le tecniche di gestione dei fornitori (qualificazione e misurazione delle performance ottenute)
- Rispondere alla domanda: quanto costa un fornitore? Il Total Cost of Ownership: il costo complessivo di possesso e gestione della fornitura

Destinatari

Il corso è rivolto a figure che svolgano ruoli di progettazione, gestione e controllo delle attività di acquisto ed approvvigionamento in azienda: imprenditori, responsabili della logistica, responsabili acquisti, buyer, responsabili di produzione e pianificazione, responsabili amministrativi e controllo, inoltre a responsabili commerciali e vendite, per capire come ragiona la "controparte".

Contenuti

I criteri di selezione, analisi preventiva dei fornitori

- La valutazione tecnico-economica dei fornitori
- Audit dei fornitori: certificazione, qualificazione ed omologazione dei fornitori
- Come razionalizzare il parco fornitori per gruppi merceologici
- Gli strumenti operativi per valutazione: la scheda fornitore
- I criteri di scelta make or buy, la ricerca di nuove alternative di fornitura
- Analisi della situazione attuale: ABC fornitori, famiglie merceologiche ed articoli

Il processo di acquisto, le fasi e le specifiche di acquisto ed il sourcing: il capitolato di fornitura

- La richiesta di offerta: la progettazione e la gestione delle specifiche d'acquisto
- Lo sviluppo di strumenti per gestire le differenti fasi del processo d'acquisto: ricerca fornitori, qualificazione, valutazione offerte, negoziazione, valutazione delle prestazioni dei fornitori
- Gli strumenti per il miglioramento delle performance d'acquisto per famiglia merceologica (MP, codici a disegno, componenti commerciali, investimenti e servizi)

Docente

Flavio Franciosi. Svolge attività di formazione, in particolare su supply chain management, progettazione ed organizzazione magazzini, gestione delle scorte e previsioni consumi e approvvigionamenti. Opera come consulente senior nell'area Logistica e Processi Operativi principalmente nei settori relativi all'industria manifatturiera, dei beni strumentali ed impiantistica, meccanica, elettronica, alimentare e l'industria tessile-abbigliamento ed in aziende di servizi e multiutility.

- la predisposizione delle griglie di selezione e dei criteri di valutazione: la matrice di comparazione delle offerte
- Il Total Cost of Ownership

Definizione delle politiche di acquisto

- Analisi della situazione interno e delle caratteristiche del mercato di fornitura: Il procurement mix, strategia integrata al portafoglio degli acquisti
- L'impostazione degli accordi con i fornitori e delle modalità di gestione degli acquisti: Ordini spot, Ordini chiusi, Accordi/contratti quadro, Ordini aperti
- Il piano strategico ed operativo della funzione: il portafoglio acquisti Il marketing di acquisto e le sue applicazioni
- Lo scouting dei fornitori: la ricerca di nuovi fonti di approvvigionamento

Il Total Cost of Ownership: il costo globale della fornitura

- I benefici dell'utilizzo del TCO: dal prezzo pagato al fornitore al costo complessivo della fornitura sostenuto dall'azienda
- come sviluppare un sistema TCO: strumenti e metodologie
- Il modello di scomposizione dei costi per gestire i drivers di costo
- gli strumenti di gestione, controllo e miglioramento dei costi totali di acquisto

66

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 7 e 14 aprile

REGGIO EMILIA, 15 e 22 settembre

PARMA, 20 e 27 ottobre

Formazione a distanza

6, 13, 20, 27 febbraio – mattino

15 e 17 dicembre – intera giornata

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 vogliono affinare le proprie competenze negoziali compresi Buyer senior, junior ovvero CPO di nuova nomina.

Contenuti

Processo negoziale e pianificazione della trattativa di acquisto

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

Stili di comunicazione e gestione trattativa

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

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

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

Docente

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

67

OPERATIONS & SUPPLY CHAIN

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 6 e 13 marzo

REGGIO EMILIA, 10 e 17 aprile

RAVENNA, 11 e 18 giugno

Formazione a distanza

19, 26 novembre – mattino e

3 dicembre – intera giornata

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

PRINCIPI BASE D'ACQUISTO PER NON BUYER

Frequentemente, anche a seguito di job-rotation aziendale o nel caso di assunzione del buyer junior, ci si trova proiettati all'interno del "mondo" acquisti senza averne la necessaria conoscenza e consapevolezza. Il corso, che ha un taglio fortemente operativo, affronterà argomenti quali l'emissione della RFQ e la successiva valutazione e tabulazione delle offerte ricevute, ovvero loro rispondenza ai parametri aziendali tecnici, economici e finanziari ed emissione dell'ordine di acquisto. Permetterà di approfondire le tematiche legate alla trattativa d'acquisto, a cui verrà dedicata una intera sessione di Role Playing.

Obiettivi

Il corso fornisce una visione sintetica e strategica del procurement e si pone l'obiettivo di dotare il partecipante degli strumenti per apprezzare, mediante un percorso teorico-pratico applicabile alle diverse realtà aziendali, le regole fondamentali che ne governano i processi. Al termine del corso il partecipante sarà in grado di:

- Conoscere le logiche di qualifica e valutazione ex-ante ed ex-post dei fornitori comprese le modalità di valutazione del rischio fornitori
- Emettere la richiesta di offerta e sua successiva valutazione
- Effettuare una valutazione oggettiva del costo dei prodotti mediante la logica del break down del prezzo (materie prime, manodopera, costo del denaro, dei trasporti, ecc. ...)
- Conoscere i contenuti fondamentali di un contratto di acquisto e sua redazione
- Gestire una trattativa in autonomia

Destinatari

Il corso è rivolto ai "non buyer" che, in determinati contesti societari anche a seguito di job rotation aziendali, si trovino a ricoprire ruoli di acquisto all'interno del team procurement. Data la finalità del corso ed il target a cui è rivolto non sono richieste specifiche competenze di ingresso.

Contenuti

- Approcci al supply, sourcing e strategic sourcing ed alla progettazione organizzativa del procurement e sua integrazione con le politiche aziendali
- Metodologie di gestione del portafoglio di spesa e logiche di make or buy: specificità, incertezza e complessità descrittiva
- Fornitori strategici, leva, critici e colli di bottiglia (Matrice di Kraljic) criteri di classificazione
- Swot analysis e proprio posizionamento sul mercato
- Albero merceologico ed analisi ABC e frammentazione
- 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 innovativi; premi di accelerazione; tabulazione offerte ricevute-contenuti minimi; ecc. ...)
- Impatto economico del procurement ed effetto leva sugli indici di bilancio (lettura del bilancio delle società)
- Impatto finanziario e capitale circolante
- Valutazione dei fornitori e VRM compresa analisi finanziaria degli stessi
- Dalla pianificazione di commessa alla pianificazione del procurement - Procurement Plan
- Principi di supply chain risk management (esempi di differenti tipi di rischi fornitori)
- Impatto sui tempi e qualità dell'immagine aziendale
- Standard contrattuali, loro definizione e contrattazione con i fornitori
- Azioni di miglioramento del procurement
- Piano della trattativa (road map) e comportamenti negoziali
- 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)
- Conclusione: strappare o adottare la logica "win-win" per migliorare la sintonia col fornitore?
- Sperimentazione della trattativa nei ruoli di buyer, venditore e osservatore in differenti contesti negoziali (competitivi ed integrativi)

Docente

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

CORSI FUNZIONALI

RISORSE UMANE

FORMAZIONE 2025



68

RISORSE UMANE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 24 aprile

CESENA, 21 maggio

RIMINI, 5 giugno

REGGIO EMILIA, 18 giugno

RAVENNA, 8 ottobre

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER HR. COME E SE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE TRASFORMA LE ATTIVITÀ DELLE RISORSE UMANE

Il corso è progettato per fornire una comprensione approfondita di come l'Intelligenza Artificiale possa trasformare le attività legate alle risorse umane, dalla selezione del personale alla gestione del talento. Esplorerà le applicazioni pratiche di algoritmi di machine learning, fornendo agli partecipanti gli strumenti necessari per migliorare l'efficienza, la precisione e l'impatto strategico delle decisioni HR con i nuovi strumenti di AI. Fornirà inoltre strumenti per capire come accompagnare l'azienda verso questa nuova rivoluzionaria frontiera del digitale.

Obiettivi

- Sviluppare un approccio HR che, a partire dalle esigenze aziendali, possa integrare le possibilità offerte dall'intelligenza artificiale
- Individuare le sfide per il futuro dell'HR
- Comprendere come l'HR possa gestire e supportare i cambiamenti che l'AI produce in azienda
- Avere una panoramica sull'uso degli strumenti di AI per l'HR

Destinatari

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

Contenuti

Introduzione all'Intelligenza artificiale

- Panoramica sull'Intelligenza Artificiale
- Ricerca non informata
- Ricerca informata ed euristica
- Ricerca con avversari
- Applicazioni pratiche del Problem Solving

Probabilistic Reasoning e Teoria della Decisione

- Introduzione al Probabilistic Reasoning Ragionamento nel tempo
- Teoria della Decisione
- Applicazioni pratiche del Probabilistic Reasoning

Machine Learning: Shallow, Deep, e Reinforcement Learning

- Shallow Learning
- Deep Learning
- Reinforcement Learning
- Applicazioni pratiche del Machine Learning

Natural Language Processing e Large Language Models (LLM)

- Introduzione al Natural Language Processing (NLP)
- Large Language Models (LLM) – Concetti chiave
- Applicazioni pratiche di NLP e LLM nelle HR

- Studio di casi e esempi specifici

Vissuto dell'intelligenza artificiale in azienda

- Etica ed Intelligenza Artificiale
- Far conoscere l'intelligenza artificiale
- Far accettare l'intelligenza artificiale in azienda
- Come agire contro leggende metropolitane e atteggiamenti ostativi all'innovazione dell'intelligenza artificiale superando timori, paure e diffidenze

Applicazioni di Intelligenza Artificiale per le HR

- Ruolo dell'IA nelle Risorse Umane
- Trasformazioni digitali e impatto sull'HR
- Benefici dell'IA nella gestione delle risorse umane, nel recruiting, strumenti di screening dei CV
- Piattaforme di formazione personalizzate utilizzando l'apprendimento automatico
- Etica e trasparenza nelle decisioni basate su algoritmi per HR
- Monitoraggio dei sentimenti dei dipendenti tramite analisi del linguaggio naturale
- Panoramica dei tool per l'HR

Esercitazioni: il corso prevede la conoscenza e la familiarizzazione per i partecipanti di applicazioni di intelligenza artificiale.

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.



RISORSE UMANE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

19 e 26 marzo – mattino

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

DIVERSITÀ E INCLUSIONE PER ATTRARRE E TRATTENERE TALENTI IN AZIENDA

In un mondo in rapida evoluzione, la diversità e l'inclusione sono cruciali per attrarre e trattenere talenti. Il corso offre una panoramica delle competenze manageriali per creare un ambiente lavorativo aperto a tutti. Si discuterà come adattare struttura e cultura aziendale per valorizzare l'eterogeneità e avviare un percorso di inclusione efficace, con un focus sulla recente UNI PDR 125:2022 sulla parità di genere.

Obiettivi

- Identificare e valorizzare le diversità presenti nell'ambiente lavorativo, riconoscendole come risorse per l'innovazione e il successo aziendale
- Creare una cultura aziendale che promuova attivamente l'inclusione e la consapevolezza delle diversità, favorendo un clima di rispetto e collaborazione
- Implementare policy, pratiche e procedure aziendali mirate a favorire l'inclusione e a prevenire la discriminazione, garantendo un ambiente di lavoro equo e accessibile per tutti.
- Conoscere gli elementi chiave della UNI PDR 125:2022

Destinatari

Il corso è rivolto a manager, practitioner della sostenibilità e responsabili delle risorse umane che desiderano avvicinarsi alle tematiche della diversità e inclusione, così come a coloro che intendono sviluppare un approccio efficace per accelerare il processo di sostenibilità aziendale attraverso l'inclusione.

Contenuti

Panoramica del tema della diversità, dell'inclusione e della parità di genere; le sfide per le aziende:

- Definizione diversità e inclusione
- Evoluzione storica e legislativa
- Posizionamento nell'Agenda 2030/SDGS
- Il Collegamento con il tema dei diritti umani
- I Vantaggi di innovazione, acquisizione e fidelizzazione dei talenti
- Introduzione alla UNI PDR 125:2022

Pianificazione e gestione della diversità e inclusione in azienda

- Leadership inclusiva
- Generare una cultura aziendale accogliente
- PDR125:2022, SA8000 e Smart Working: un panorama di possibilità da integrare
- Buone pratiche aziendali e casi studio rilevanti

Docente

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

70

RISORSE UMANE

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 4 e 11 marzo

Formazione a distanza

8, 15, 22 e 29 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

IL PROCESSO DI RECRUITING NELL'ERA DELLA CARENZA DI CANDIDATI

Trovare il candidato giusto per la propria azienda e per una specifica posizione non è più l'unico obiettivo di un recruiter. La carenza di profili fa emergere la necessità di migliorare la modalità di ricerca ma soprattutto, una volta “conquistato” il colloquio, di non lasciarsi scappare i candidati migliori. Il recruiter dei nostri tempi è anche abile nel presentare la proposta di valore dell'azienda e nel guidare la fase delicatissima dell'inserimento.

Obiettivi

Il corso vuole fornire:

- Una panoramica sulla ricerca e su come contattare possibili candidati
- Una metodologia e delle strategie di colloquio, che permettano di ridurre i rischi di analisi e scelta
- La capacità, durante i colloqui, di “vendere” la propria azienda ai candidati di difficile reperibilità
- L'apprendimento di modalità di profiling che siano da supporto per una scelta oggettiva
- Un metodo di inserimento del nuovo assunto che incrementi velocità di apprendimento, di acquisizione del ruolo e le possibilità di trattenerlo in azienda

Destinatari

Imprenditori e responsabili che si occupano dei colloqui di selezione, responsabili RU, HR specialist e recruiter.

Contenuti

- Ricerca dei candidati attiva e passiva
- Il Focus sulla Proposta di Valore della mia azienda
- Attrarre nuovi collaboratori: presentare la Proposta di Valore nell'inserzione e durante il colloquio
- La job description: una scelta vincente parte da una accurata descrizione del profilo ricercato e da una riflessione sulle possibili motivazioni del candidato-tipo
- Struttura e domande di un colloquio di selezione: cosa serve cercare e come cercarlo
- Metodi e test di assessment
- Costruire un report di profilazione del candidato che aiuti i decisori a scegliere su basi non soltanto emotive, superando i pregiudizi
- Il coinvolgimento del responsabile e del team per un colloquio e un inserimento vincente
- L'onboarding: una attività collegata al processo di selezione che incrementa la retention
- L'importanza del patto: il Goal Setting per velocizzare l'inserimento, incrementarne il successo, trattenerne i talenti
- I Colloqui di uscita: l'importanza delle informazioni raccolte per migliorare la proposta di valore e la capacità di attrarre
- Esercitazioni con candidati di colloquio e profiling

Docente

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

71

RISORSE UMANE

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 6 e 12 febbraio

REGGIO EMILIA, 9 e 16 aprile

PARMA, 29 maggio e 4 giugno

PIACENZA, 13 e 20 novembre

Quota di partecipazione

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE: SI PUÒ MIGLIORARE SOLO CIÒ CHE SI PUÒ MISURARE

Il processo di valutazione delle Risorse Umane deve essere strettamente correlato al business e alla strategia aziendale. Valutare e misurare il patrimonio umano è fondamentale quanto la valutazione degli assets finanziari, tecnici e materiali. Nell'attuale scenario caratterizzato dalla trasformazione accelerata delle dinamiche aziendali, con un mercato del lavoro in rapida evoluzione, la digitalizzazione e i cambi generazionali giocano un ruolo cruciale nella trasformazione dei sistemi di valutazione delle Risorse Umane. Tenendo conto dell'importanza di promuovere un ambiente organizzativo inclusivo e coerente con i valori aziendali, il focus sul miglioramento delle prestazioni individuali e lo sviluppo del capitale umano evolve in modo continuo, nel rispetto delle diverse prospettive e potenzialità dei collaboratori. Il corso fornisce il giusto approccio per organizzare e gestire un sistema di valutazione delle Risorse Umane efficace, in grado di adattarsi alla velocità del business e delle sfide del mercato.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

LA VALUTAZIONE

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

CONDURRE UN COLLOQUIO DI VALUTAZIONE

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

EVOLUZIONE NELLA GESTIONE DEI TALENTI E DEL POTENZIALE

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

INDIVIDUARE E SVILUPPARE IL TALENTO E IL POTENZIALE

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

Docente

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

72

RISORSE UMANE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 13 marzo
CESENA, 22 maggio
RAVENNA, 28 maggio
PIACENZA, 18 giugno
REGGIO EMILIA, 17 luglio

Formazione a distanza

29 settembre e
6 ottobre – 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 MOTIVAZIONE E LE LEVE RETRIBUTIVE PER I KNOWLEDGE WORKERS E LA Z GEN

L'approccio alla motivazione al lavoro è divenuto un fattore sempre meno tattico (gestire una richiesta del dipendente) e sempre più strategico (costruire un ambiente che attragga e trattenga persone di talento). Questo corso vuole fornire riflessioni e strumenti fuori dai soliti schemi per orientare le scelte organizzative e retributive aziendali.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti un approccio per inquadrare in modo strategico il tema della motivazione al lavoro in relazione al proprio contesto organizzativo ed una serie di strumenti per gestire le leve motivazionali per i knowledge workers, con un occhio alle nuove generazioni.

Destinatari

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

Contenuti

- Lo stato dell'arte: alcune considerazioni sulla situazione dei partecipanti.
- Le caratteristiche dei knowledge workers e la struttura della motivazione al lavoro
- Le generazioni che cambiano ed i fattori di motivazione al lavoro (un occhio a millennials e z generation)
- Gli strumenti che insistono sulla motivazione: leve retributive, ambiente, work-life balance, prospettive di carriera, welfare
- Come elaborare il mix degli strumenti aziendali coerente con la propria strategia
- Alcuni casi da analizzare

Docente

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

73

RISORSE UMANE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PARMA, 6 febbraio

PIACENZA, 12 maggio

Formazione a distanza

12 e 14 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

COSTO DEL LAVORO E BUDGET DEL PERSONALE: ANALISI E SOLUZIONI

Avere una visione d'insieme permette all'HR di comprendere alcune determinanti chiavi per le performance aziendali all'interno di un sistema di controllo manageriale. Essere in grado di comprendere e valutare i risultati delle attività gestite è necessario per correggere le cause di eventuali scostamenti rispetto alle azioni pianificate. Diventa quindi fondamentale per l'HR manager saper leggere e interpretare i principali dati di bilancio, ricavando indici significativi sull'andamento aziendale e acquisire un orientamento al budget.

Obiettivi

- Fornire le competenze e gli strumenti per costruire e analizzare il costo del lavoro e redigere il budget del personale in modo da gestire strategicamente la funzione risorse umane in azienda
- Monitorare l'andamento del costo del personale sulla base del budget predisposto: individuazione delle possibili aree di criticità

Destinatari

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

Piccoli e medi imprenditori intenzionati ad acquisire conoscenze e competenze strategiche per la gestione e la crescita aziendale.

Contenuti

- Gli elementi del costo del lavoro: diretto, differito, gli oneri, i ratei e i costi di gestione
- Analisi a consuntivo del bilancio: stato patrimoniale e conto economico
- Costo del lavoro e budget: valutazioni in termini di incidenza dei costi del personale e programmazione dei fabbisogni
- Il budget del personale come strumento di sviluppo e strategia aziendale
- Elementi del budget del personale e le scelte aziendali
- Esercitazione: come costruire il costo del lavoro
- Implementazione Indicatori di Performance (KPI)
- Monitoraggio KPI (economico/gestionali)

Docente

Emanuela Bongiorni, 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

**COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE**

FORMAZIONE 2025

74

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

14 ore

Formazione in presenza

PARMA, 14 e 21 febbraio

REGGIO EMILIA, 25 e 27 marzo

Formazione a distanza

23, 30 ottobre, 6 e

13 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

PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE

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

Obiettivi

- Definire un Piano Commerciale organico e coerente con le strategie aziendali
- Pianificare azioni, risorse e strumenti di attuazione e controllo
- Acquisire confidenza con le principali tecniche di pricing e di forecasting delle vendite

Destinatari

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

Contenuti

- Strategia aziendale e Commerciale
- Pianificazione commerciale e di Mkt
- I 9 passi
- Analisi del Valore proposto al Mercato
- Clusterizzare e profilare i clienti
- Organizzazione operativa e Budget
- Metodologie di pricing
- Metodologie di forecasting

Docente

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

75

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 5 febbraio

PARMA, 2 aprile

REGGIO EMILIA, 23 maggio

Formazione a distanza

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

IL CLIENTE AL CENTRO: FEDELTA', PIÙ ACQUISTI, MENO RECLAMI

Molte aziende, danno per scontato che le vendite si estenderanno all'infinito e si disinteressano di cosa renda soddisfatto il proprio pubblico. Basterebbe dedicare un quinto del tempo necessario a conquistare un cliente, al mantenimento di un buon rapporto commerciale, per garantirsi la sua fedeltà nel tempo. Pochi semplici accorgimenti rinsaldano l'unione con i propri clienti, aumentano la redditività e fanno emergere i segnali di disaffezione prima che sia troppo tardi.

Obiettivi

- Passare da semplice fornitore a partner
- Rilevare il livello di soddisfazione del cliente
- Aumentare fatturato e marginalità delle vendite

Destinatari

Addetti commerciali interni ed esterni.

Contenuti

- I 5 motivi che portano il cliente all'abbandono
- La relazione nel post-vendita
- La rilevazione della customer satisfaction
- Segnali di fibrillazione: anticiparli e governarli con professionalità
- La gestione dei clienti incontentabili
- Come incentivare il cliente a moltiplicare gli acquisti

Docente

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

76

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

14 ore

Formazione a distanza

3, 10 marzo – mattino e
17 e 24 marzo – pomeriggio

5, 12, 17 e 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

RIVOLUZIONARE LA VENDITA CON L'INTELLIGENZA EMOTIVA E L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Impara a combinare l'intelligenza emotiva e l'intelligenza artificiale per rivoluzionare le trattative. Utilizza l'intelligenza artificiale per analizzare dati e prevedere tendenze, mentre sviluppi abilità emotive per connetterti autenticamente con i clienti e per creare esperienze personalizzate di valore.

Obiettivi

- Integrare l'uso dell'intelligenza artificiale nelle fasi della trattativa
- Sviluppare l'intelligenza emotiva nel rapporto con il cliente
- Fornire un nuovo approccio al rapporto con il cliente e la preparazione della vendita

Destinatari

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

Contenuti

- La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi
- La trattativa per fasi © e i suoi vantaggi
- I 4 pilastri + 3 dell'intelligenza emotiva
- L'importanza dell'intelligenza emotiva nelle vendite
- L'importanza delle parole
- Gestione delle emozioni per migliorare le prestazioni
- Costruire fiducia con i clienti: la relazione
- Comunicare efficacemente il valore dei servizi
- Adattare l'argomentazione alle necessità del cliente
- La preparazione della trattativa
- Obiettivi e risultati
- Come l'Intelligenza Artificiale può fare la differenza nella vendita
- Fondamenti dell'IA applicata alle vendite
- Utilizzo dell'IA per l'analisi dati e strategie di vendita
- Cos'è un prompt
- Creazione di prompt efficaci per l'utilizzo di ChatGPT in ambito vendite.
- Simulazioni e analisi di casi concreti

Richiedi l'uso del pc e account attivi Chatgpt e Deepl.

Docente

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

77

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 18 febbraio

REGGIO EMILIA, 13 giugno

CESENA, 2 ottobre

PARMA, 2 dicembre

Formazione a distanza

30 aprile e 7 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

POSIZIONAMENTO COMPETITIVO: COME DEFINIRE PERCHÉ IL CLIENTE DOVREBBE SCEGLIERE LA TUA AZIENDA E NON LA CONCORRENZA

Come si posiziona il mio prodotto nella testa del cliente? Come viene percepito rispetto alla concorrenza?

In fondo, fare business sta tutto qui: capire quale risposta dare alla domanda “perché deve comprare da me?”.

Avere una risposta chiara e distintiva a queste domande è la base per le azioni di vendita e marketing ma, soprattutto, della competitività strategica dell'azienda.

Nei mercati di oggi, senza un brand che dica ai clienti perché ti devono comprare, sarai come i tuoi concorrenti. E parlerai solo di prezzo.

Obiettivi

Questo corso fornisce:

- Gli elementi cognitivi per capire come funziona il posizionamento competitivo
- Gli errori da non fare e le buone pratiche da perseguire
- La metodologia per sviluppare il posizionamento competitivo

Destinatari

Titolari, soci, dirigenti, addetti marketing e vendite, responsabili marketing, addetti al marketing e in generale chiunque è interessato a migliorare la competitività della sua azienda.

Contenuti

- Come identificare la categoria merceologica in cui si opera il mercato in cui combatti
- Più lo identifichi chiaramente, meglio è
- Quali sono le regole che determinano la competizione in ogni mercato. Come capire se c'è una nicchia più adatta a te
- Come decidere a chi vendere
- Provare a vendere a tutti è un errore strategico. Metodologia per individuare quali sono i segmenti in cui si divide la categoria e come scegliere un segmento target
- Come analizzare la concorrenza
- Definire il Posizionamento competitivo
- Come trovare le proprie differenze. Quale focus darsi. Quale promessa fare e come comunicarla

Docente

Gianluca Celli, titolare dello studio StrategiaPmi, è specializzato nel migliorare la competitività delle aziende che vendono ad altre aziende. Ha lavorato per e con grandi aziende come Ferrari, Maserati, BMW e Accenture, ha fatto il direttore generale e ha aiutato oltre 125 aziende in molti settori. È stato docente di marketing per Accademia della comunicazione di Milano, coordinatore didattico per i master vendita e marketing dell'ente di formazione della camera commercio- Bologna e docente marketing e vendite per molti enti confederali.

78

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

7 e 14 maggio – mattino

4 e 11 luglio – mattino

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MACHINE LEARNING COME MOTORI DEL NUOVO MARKETING DIGITALE

Il corso esplora come sfruttare l'Intelligenza Artificiale per ottimizzare il Digital Marketing e il Servizio Clienti:

AI per personalizzare l'esperienza degli utenti, automatizzare le attività ripetitive con il machine learning e migliorare il rapporto col cliente tramite chatbot e AI conversazionale.

Obiettivi

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

Destinatari

Responsabili, referenti e addetti al marketing che desiderano rimanere all'avanguardia con le ultime tendenze e sfruttare l'AI per ottimizzare le loro strategie. Imprenditori che vogliono migliorare l'esperienza del cliente, aumentare le vendite e fidelizzare i propri clienti.

Contenuti

- AI per un marketing personalizzato: scopri come l'AI può aiutarti a creare esperienze personalizzate per i tuoi utenti, basate su dati e comportamenti individuali. Impara a segmentare il pubblico in modo efficace, sviluppare campagne mirate e ottimizzare i contenuti per massimizzare l'engagement e le conversioni
- Automazione del marketing con Machine Learning: Automatizza le attività ripetitive e dispendiose in termini di tempo con il potere del Machine Learning. Impara a sfruttare algoritmi intelligenti per l'e-mail marketing, la lead nurturing, la gestione dei social media e altro ancora, liberando tempo prezioso per concentrarti su attività strategiche
- Chatbot e AI conversazionale per un customer service eccellente: Implementa chatbot basati sull'AI per fornire supporto clienti 24/7, rispondere alle domande in modo rapido e preciso e risolvere problemi comuni in modo efficiente. Scopri come l'AI conversazionale può migliorare la customer satisfaction e fidelizzare i tuoi clienti

Docente

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

79

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 17 aprile

PARMA, 19 giugno

RIMINI, 16 ottobre

RAVENNA, 1 dicembre

Formazione a distanza

4 e 11 dicembre – pomeriggio

Quota di partecipazione

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

DAL BUDGET DI VENDITA AL BUDGET DI MARKETING: PROGETTAZIONE E GESTIONE DI STRATEGIE DI CRESCITA AZIENDALE

Un percorso “fluido” in cui i partecipanti riceveranno una panoramica di come, partendo dagli obiettivi di crescita e di natura commerciale, le attività di marketing debbano essere correlate.

Obiettivi

- Far comprendere l'intima connessione tra la funzione commerciale e marketing
- Far comprendere l'importanza della progettazione e dell'analisi dei dati per orientare gli investimenti di marketing
- Fornire una panoramica sulle attività di budgeting e di sistemi di controllo vendite e performance delle funzioni commerciale e marketing
- Fornire un mindset orientato alla crescita, alla cultura del dato, alla pianificazione degli obiettivi aziendali

Destinatari

Titolari di PMI, Responsabili commerciali e marketing, risorse di area commerciale e marketing di qualsiasi livello a cui si vuole fare acquisire maggiore seniority ed una visione a tutto tondo delle dinamiche che legano le funzioni marketing e commerciale.

Contenuti

Dal Budget di Vendita alla definizione degli obiettivi

- Introduzione al budget di vendita
- Analisi del mercato
- Definizione degli obiettivi di vendita

Pianificazione e strategia di vendita

- Sviluppo delle strategie di vendita
- Il controllo vendite: budgeting, revisioni, preconsuntivi

Dal budget di vendita al budget di marketing

- Integrazione tra vendite e marketing
- Pianificazione del budget di marketing
- Sviluppo delle strategie di marketing: digital, metriche e performance marketing

Implementazione e monitoraggio delle strategie di crescita

- Implementazione del piano
- Ottimizzazione e crescita continua

Docente

Antonio Idà, Laureato in Economia e Commercio con una specializzazione in Programmazione e Pianificazione Aziendale, ha maturato esperienze aziendali e manageriali come responsabile marketing di prodotto in Aprilia, Technogym, e Resp. Eventi in Moto Guzzi. Dal 2006 svolge l'attività di consulente aziendale e formatore, negli ultimi 4 anni si è occupato dello sviluppo delle attività Commerciali e Marketing di aziende del mondo digital specializzate nel Local Marketing, nel Marketing per Franchising e nella Link Building. Da Ottobre 2022 inserito come Senior Advisor per l'area Sales & Marketing tra il pool di Professionisti facenti capo a Meta, società di Consulenza Manageriale di Confindustria Romagna. Accreditato come Innovation Manager al Ministero dello Sviluppo Economico (MISE).

80

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in Presenza

PARMA, 11 aprile

Formazione a distanza

24 febbraio e 3 marzo – 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

L'ORGANIZZAZIONE STRATEGICA DI FIERE ED EVENTI

La fiera è da sempre il principale strumento di marketing e comunicazione per le imprese.

Quando si decide di partecipare ad una fiera o ad un evento commerciale di settore, si deve essere pronti a presentare la propria azienda nel migliore dei modi. Spesso ci poniamo domande come: È la Fiera giusta? È nel Paese più indicato per esportare i miei prodotti? Conosco le legislazioni del Paese? Ho le competenze e la struttura aziendale per rispondere ai (possibili) clienti.

Il corso cerca di dare risposte alle domande precedenti, e a mostrare tutte le cose che sarebbe corretto fare a cominciare dai quattro mesi precedenti il periodo della Fiera, durante la Fiera e nei due mesi successivi. Per non partire col piede sbagliato, ma avendo da subito chiara una via e i passi successivi per affrontarla.

Obiettivi

- Saper organizzare in dettaglio l'attività da svolgere prima della Fiera, trovare contatti e sviluppare relazioni online
- Strutturare ogni singolo momento durante la Fiera: presentazioni, meetings, appuntamenti, materiali promozionali, stand e personale
- Ottimizzare il follow up, ottenere un feedback da parte dei clienti e sviluppare le pubbliche relazioni, gestione di preventivi e ordini

Destinatari

Imprenditori, responsabili e referenti commerciali, responsabili e referenti marketing.

Contenuti

- Scenario generale dei mercati internazionali
- Analisi e selezione del mercato estero (Motivazione e scelta del mercato. Il Check up di internazionalizzazione. L' Analisi SWOT)
- Il Gantt
- WEB: Ricerca informazioni. Lead generation.
- Strumenti: Mailing, Google Analytics, ecc.
- Identificare e qualificare i clienti
- Il materiale online e offline
- La programmazione strutturata dei giorni di Fiere
- Risorse interne (umane e finanziarie)
- Dopo Fiera: Il follow up

Docente

Fabio Tartarini, Trentennale esperienza sul campo come direttore commerciale e marketing, imprenditore in Aziende market oriented del Made in Italy. Docente di materie attinenti il commercio internazionale in Scuole d'Impresa, Associazioni di Categoria, Camere Di Commercio ed Aziende Speciali di Internazionalizzazione, in ICE Faculty, Università. Specializzazione in Digital Marketing e Neuromarketing, Fiere e d Eventi.

81

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione in presenza

RIMINI, 25 marzo

Formazione a distanza

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

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO INCLUSIVO

Ogni parola che utilizziamo contribuisce a definire la qualità delle nostre relazioni, del nostro modo di lavorare insieme, della fiducia e del rispetto che si creano nel nostro ambiente di lavoro. Non sempre però prestiamo attenzione a come utilizziamo il nostro linguaggio, che spesso diventa veicolo di stereotipi e preconcetti. Questo corso è pensato per imparare ad usare il nostro linguaggio in modo più consapevole e rispettoso, affinché diventi un alleato indispensabile verso la diversità e l'inclusione per creare ambienti di lavoro in cui ogni persona si senta rappresentata e compresa.

Obiettivi

- Capire come il linguaggio inclusivo si colloca nel settore della DEI (diversità, equità ed inclusione)
- Aumentare la propria consapevolezza riguardo al ruolo del linguaggio nel rinforzare o superare stereotipi e preconcetti
- Conoscere i fondamenti teorici e consigli pratici su come rendere maggiormente inclusivo il linguaggio

Destinatari

Responsabili e referenti risorse umane, chiunque nutra interesse su come poter creare ambienti di lavoro inclusivi e rispettosi.

Contenuti

- La DEI come nuova leva centrale per la creazione di ambienti di lavoro diversi ed inclusivi
- Allenare la consapevolezza personale: la nostra più grande alleata per il linguaggio inclusivo
- Pratiche di comunicazione empatica per facilitare la creazione di rapporti inclusivi sul luogo di lavoro
- Il linguaggio inclusivo sui tre piani della comunicazione: verbale, non verbale e paraverbale
- Esercizi di scrittura inclusiva

Docente

Bianca Donati, formatrice, specialista in diversità ed inclusione e facilitatrice di comunicazione empatica. Ha un'esperienza di quattro anni come brand manager in una delle più grandi multinazionali Italiane e negli ultimi anni si dedica alla formazione in comunicazione inclusiva con Diversity & Inclusion speaking. Studia comunicazione non violenta, il metodo creato dallo psicologo americano Marshall Rosenberg e ha conseguito un master in Ethics, Diversity and Inclusion presso la Rome Business School.

82

**COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE**

Durata

7 ore

**Formazione
a distanza**

6 e 19 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

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

La fase conclusiva di una vendita è cruciale: è il momento in cui tutti gli sforzi precedenti convergono verso il successo o il fallimento. Questo corso è pensato per fornire ai venditori le competenze necessarie per padroneggiare quest'arte delicata, includendo tecniche efficaci per argomentare la proposta al cliente in modo persuasivo e convincente.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

- La vendita negoziale[®]: cos'è e i suoi obiettivi
- La trattativa per fasi A.I.AC.S. e i suoi vantaggi
- Il metodo VCS[®]
- I 2 presupposti della comunicazione efficace
- La comprova: cos'è
- Obiettivo della comprova
- L'importanza di saper argomentare la proposta al cliente
- L'obiettivo dell'argomentazione
- Come fare un'argomentazione efficace
- L'importanza di essere creativi
- L'effetto Ping-pong[®]
- La conclusione della vendita
- Il cliente reticente: le obiezioni alla chiusura
- Prevenire è meglio che curare: la comunicazione assertiva
- Come favorire la conclusione
- Simulazioni e analisi di casi concreti

Docente

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

83

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

7 ore

Formazione a distanza

19 e 26 marzo – mattino
2 e 9 luglio – mattino

Quota di partecipazione

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

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

84

COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Durata

8 ore

Formazione a distanza

1 e 8 aprile – mattino

9 e 16 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

CANVA: PRESENTAZIONI EFFICACI

Creare presentazioni efficaci è un'attività fondamentale nel mondo del lavoro, che sia per esporre progetti, mostrare i risultati raggiunti o proporre nuovi prodotti o servizi alla clientela.

In questo corso acquisirai le competenze necessarie per creare presentazioni professionali, coinvolgenti ed efficaci utilizzando Canva, uno strumento versatile e intuitivo che ti permetterà di creare presentazioni visivamente memorabili.

Obiettivi

- Strutturare una presentazione per trasmettere i propri messaggi in modo chiaro e coinvolgente
- Utilizzare tutte le funzioni base di Canva per presentazioni visivamente efficaci
- Creare presentazioni coerenti con l'identità visiva della propria azienda o delle aziende clienti

Destinatari

Tutte le persone che coordinano o sono coinvolte nella creazione e gestione di progetti di varia natura, inclusa la vendita di prodotti e servizi.

Contenuti

- Principi base per presentazioni visivamente accattivanti
- Strumenti e funzioni di canva: dai modelli predefiniti alle animazioni
- Strutturare in maniera chiara e coinvolgente le presentazioni per renderle efficaci
- Comunicazione Visuale: scegliere immagini, icone e grafici che catturino l'attenzione del tuo pubblico e rafforzino il tuo messaggio

Docente

Bianca Donati, formatrice, specialista in diversità ed inclusione e facilitatrice di comunicazione empatica. Ha un'esperienza di quattro anni come brand manager in una delle più grandi multinazionali Italiane e negli ultimi tre anni si dedica alla formazione unendo la sua esperienza nel marketing con la sua passione per la comunicazione inclusiva ed empatica. Ha conseguito un master in Ethics, Diversity and Inclusion presso la Rome Business School.

85

**COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE**

Durata

8 ore

**Formazione
a distanza**

16 e 17 aprile – mattino

6 e 13 maggio – mattino

3 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

OTTIMIZZARE IL TUO PROFILO LINKEDIN PER IL SUCCESSO PROFESSIONALE

Il corso offre strumenti pratici e strategie avanzate per ottimizzare il profilo LinkedIn personale e aziendale.

I partecipanti impareranno a migliorare la visibilità online, sfruttare le funzionalità SEO di LinkedIn, aumentare il SocialSelling Index, gestire efficacemente le connessioni e fare social selling.

Obiettivi

- Migliorare il profilo personale LinkedIn per aumentare la visibilità e l'attrattiva professionale
- Sfruttare le funzionalità SEO di LinkedIn per ottimizzare la ricerca e il posizionamento
- Utilizzare il Social Selling Index per monitorare e migliorare le prestazioni di vendita social
- Creare e gestire un profilo aziendale efficace e coordinato con il piano editoriale

Destinatari

Il corso è rivolto a professionisti e aziende di piccole e medie dimensioni che desiderano migliorare la propria presenza su LinkedIn. È ideale per coloro che si occupano di marketing, vendite, risorse umane e sviluppo aziendale, nonché per imprenditori e freelance che vogliono aumentare la loro visibilità e le opportunità di networking.

Contenuti

- Cosa significa avere un buon profilo personale LinkedIn
 - L'importanza del profilo sintetico
- Fare SEO in LinkedIn
- Il Social Selling Index LinkedIn
- Attenzione ai settaggi della privacy
- Il profilo in altre lingue
- Le richieste di contatto
 - L'uso dei filtri
 - La ricerca booleana
- Le altre sezioni del profilo
- Competenze e referenze
- Il profilo aziendale
 - Come strutturarli
 - Come usarlo
 - Le pagine affiliate
- Il piano editoriale
- I fattori che influenzano il ranking organico
- Il profilo dei dipendenti
 - L'azienda deve essere riconoscibile
 - Digital employer advocacy
- Gli # hashtag
- I KPI, oltre al social selling index
- LinkedIn Ad
- I profili Premium

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

Docente

Marco Besi, ampia esperienza nel settore commerciale e marketing, specializzato nello sviluppo di business e internazionalizzazione. Ha guidato team di vendita per promuovere crescita ed espansione, e offerto consulenza per l'ingresso in nuovi mercati. Nel campo del marketing, ha competenze nel marketing strategico e digitale, e sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Le sue competenze includono sia la gestione operativa che la definizione della strategia..

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 2025

86

INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 19 e 26 febbraio

CESENA, 20 e 27 marzo

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 2 e 9 aprile

PARMA, ed. 2 - 10 e 17 aprile

REGGIO EMILIA,

ed. 2 - 15 e 22 settembre

PARMA, ed. 3 - 1 e 8 ottobre

Formazione a distanza

24 e 31 gennaio – mattino

6 e 13 febbraio – mattino

4 e 11 aprile – mattino

26 e 29 maggio – mattino

19 e 26 settembre – mattino

24 e 31 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 non, raccolti dai vari settori aziendali, per lavorare in modo più rapido, preciso ed efficiente.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

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

Per la sede di Reggio 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.

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

87

INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 20 e 27 marzo

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 12 e 19 maggio

PARMA, ed. 2 - 6 e 13 giugno

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 14 e 21 ottobre

PARMA, ed. 3 - 6 e 13 novembre

Formazione a distanza

18 e 25 febbraio – mattino

19 e 26 marzo – mattino

8 e 15 maggio – mattino

21 e 28 maggio – mattino

16 e 23 giugno – mattino

3 e 10 ottobre – mattino

21 e 28 novembre – mattino

24 novembre e 3 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

EXCEL INTERMEDIO: GESTIRE I MODELLI DI CALCOLO

Non è difficile percepire per un'azienda l'importanza di gestire ed organizzare i dati economici in modo efficiente, né tanto meno quanto ciò risulti strategico per moltissime attività, quali le vendite, il marketing, il servizio clienti, la contabilità. Obiettivo di questi incontri è fornire ai partecipanti le competenze necessarie per la costruzione di modelli per il controllo dei dati dell'Impresa.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

Per la sede di Reggio 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.

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

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



INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 8 e 15 aprile

REGGIO EMILIA, ed. 1 - 18 e 25 giugno

PARMA, ed. 2 - 25 novembre e
2 dicembre

REGGIO EMILIA, ed. 2 - 26 novembre
e 3 dicembre

Formazione a distanza

21 e 28 marzo – mattino

16 e 23 maggio – mattino

16 e 23 giugno – mattino

10 e 17 luglio – mattino

21 e 28 novembre – mattino

2 e 9 dicembre – mattino

4 e 11 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

EXCEL AVANZATO: GESTIONE EFFICIENTE DELL'IMPRESA

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

Per la sede di Reggio 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.

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

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



INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 3 e 10 marzo
REGGIO EMILIA, 7 e 14 maggio
PARMA, ed. 2 - 3 e 10 luglio
PARMA, ed. 3 - 15 e 22 ottobre

Formazione a distanza

30 gennaio e 6 febbraio – mattino
6 e 13 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

REPORTING GRAFICO CON LE TABELLE PIVOT E DATA VISUALIZATION CON EXCEL

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

- Utilizzare 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
- Analizzare 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
- Accodamento Dati

Analizzare i dati con le Tabelle 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

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

Per la sede di Reggio 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.

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

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

90

INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 3 e 10 febbraio

PARMA, ed. 2 - 23 e 30 giugno

PARMA,

ed. 3 - 29 ottobre e 5 novembre

Formazione a distanza

2 e 9 aprile – mattino

5 e 12 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

OTTIMIZZARE I PROCESSI AZIENDALI CON L'AUTOMAZIONE DI EXCEL

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

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

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.

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

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

91

INFORMATICA E TECNICA

Durata

8 ore

Formazione in presenza

PARMA, ed. 1 - 21 e 28 febbraio

PARMA, ed. 2 - 9 e 16 maggio

PARMA, ed. 3 - 20 e 27 novembre

Formazione a distanza

3 e 10 aprile – mattino

3 e 10 luglio – mattino

11 e 18 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

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 EXCEL oppure 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 EXCEL, 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

PARMA, 1 e 7 luglio

Formazione a distanza

3, 10, 17 e 24 giugno – mattino

30 settembre e

2, 7, 9 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

MICROSOFT PROJECT BASE

Negli ultimi anni l'ENTERPRISE PROJECT MANAGEMENT ha assunto un ruolo fondamentale all'interno di molte aziende, tanto da indurre, in alcuni casi, alla definizione di una specifica funzione aziendale dedicata alla gestione dei progetti, intesi come un insieme di attività, a cui partecipano risorse umane, materiali ed economiche, da realizzare con modalità differenti in un tempo predefinito. Lavorare per progetti significa, quindi, pianificare, organizzare e coordinare le risorse nello svolgimento di attività tra loro correlate e finalizzate al raggiungimento di un obiettivo predefinito. MS Project offre potenti strumenti di gestione dei progetti che garantiscono il giusto equilibrio tra semplicità di utilizzo, potenza e flessibilità, per consentire di gestire i progetti in modo più efficace ed efficiente.

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

Le diverse edizioni di MICROSOFT PROJECT:

PROFESSIONAL VS ONLINE

Creazione di un file di progetto

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

Creare un elenco attività

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

Creare un elenco risorse

- Impostare il tipo di risorsa: risorse umane, attrezzature, materiali, costi

- Inserire tariffe per le risorse e organizzarle in gruppi

Assegnare le risorse alle attività

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

Visualizzare le informazioni sul progetto nel modo desiderato

- Ordinare, raggruppare e filtrare i dati in una visualizzazione
- Modificare e creare tabelle, definire visualizzazioni personalizzate
- Formattare il diagramma di Gantt e il diagramma reticolare

Il Controllo del progetto

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

Analisi dati di progetto e strumenti di Reporting

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

Docente

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

93

INFORMATICA E TECNICA

Durata

14 ore

Formazione in presenza

CESENA, 13 e 20 marzo

REGGIO EMILIA, 5 e 12 maggio

Formazione a distanza

30 settembre e

7 ottobre – 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? Com'è possibile lavorare per flussi di valore e ridurre gli sprechi ed i costi in essi contenuti?

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

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

Libero professionista, associato 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.

94

INFORMATICA E TECNICA

Durata

7 ore

Formazione in presenza

CESENA, 28 gennaio

PIACENZA, 18 marzo

REGGIO EMILIA, 18 settembre

Formazione a distanza

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

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

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

Obiettivi

Massimizzare le prestazioni degli asset industriali in termini di affidabilità e disponibilità accrescendo l'impatto sull'intero ciclo di vita di macchine e impianti. Partendo dall'analisi dei big data e dei segnali provenienti dalle macchine e dalle loro interazioni, la manutenzione può giocare, nell'Industry 4.0, un ruolo sempre più strategico per il successo delle imprese grazie a un più facile utilizzo di metodi e strumenti.

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

Giampaolo Ferrari, 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.

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

Consulenti di Pragmata s.r.l., società di consulenza per la direzione aziendale che opera in Italia dal 1987, con esperienza 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.

96

INFORMATICA E TECNICA

Durata

7 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 21 marzo

PIACENZA, 2 luglio

CESENA, 28 ottobre

Formazione a distanza

23 settembre e 2 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

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

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

Obiettivi

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

Destinatari

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

Contenuti

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

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

Docente

Consulenti di Pragmata s.r.l., società di consulenza per la direzione aziendale che opera in Italia dal 1987, con esperienza 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.

97

INFORMATICA E TECNICA

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 4 e 11 giugno

Formazione a distanza

9, 16, 23 e 30 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

LETTURA E INTERPRETAZIONE DEL DISEGNO TECNICO

Il corso vuole 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

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

Destinatari

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

Contenuti

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

Docente

Genba Professional, 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 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.

98

INFORMATICA E TECNICA

Durata

7 ore

Formazione in presenza

PIACENZA, 11 febbraio

Formazione a distanza

16 e 26 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.



INFORMATICA E TECNICA

Durata

14 ore

Formazione in presenza

REGGIO EMILIA, 14 e 21 maggio

PIACENZA, 20 e 27 maggio

Formazione a distanza

13, 20, 27 ottobre e

3 novembre – pomeriggio

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 transistori)
- 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 ed 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) e con alcune aziende del settore medico per la progettazione e la certificazione di prodotti elettromedicali nel campo fisioterapico.

100

INFORMATICA E TECNICA

Durata

14 ore

Formazione a distanza

14, 21, 28 ottobre e
4 novembre - 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 d'impianti oleodinamici. Collabora con la casa editrice Tecniche Nuove in qualità di consulente scientifico della rivista Oleodinamica Pneumatica, è ispettore presso la ECO Spa per la certificazione di rides ed amusements, ha partecipato alla redazione del testo italiano ed inglese L'Oleodinamica edito da AssoFluid.



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
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

