



Scuola
Superiore
del Commercio
del Turismo
dei Servizi
e delle Professioni

OFFERTA FORMATIVA PER LE IMPRESE DEL TERZIARIO 2017 - 2018

EMPOWERMENT E COMUNICAZIONE

ECOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	10
LA COMUNICAZIONE SCRITTA	10
LA COMUNICAZIONE E LA NEGOZIAZIONE.....	11
PARLARE IN PUBBLICO	11
LA GESTIONE DELLE EMOZIONI E LO STRESS POSITIVO.....	11
PENSARE COME UN MAGO PER COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE	12
MIGLIORARE LE PERFORMANCE ATTRAVERSO LE TECNICHE MNEMONICHE	12

LA GESTIONE DEI COLLABORATORI E L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

LA GESTIONE DEL CONFLITTO IN AZIENDA.....	14
LA LEADERSHIP.....	14
IL COORDINAMENTO DELLE RIUNIONI E L'USO EFFICACE DEL TEMPO.....	14
LAVORARE PER OBIETTIVI	15
PROBLEM SOLVING	15
IL CLIMA AZIENDALE E LA COMUNICAZIONE INTERNA	15
LA GESTIONE DEL CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO	16
LA COSTRUZIONE DEI GRUPPI DI LAVORO (TEAM BUILDING).....	16
LE TECNICHE PER LAVORARE IN TEAM (TEAM WORKING)	16
LA GESTIONE DEI TEAM INTERNAZIONALI.....	17
TEAM WORK E COOKING	Errore. Il segnalibro non è definito.
LEARNINGAME!.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
COME COORDINARE E MOTIVARE I COLLABORATORI	17
LA SELEZIONE DELLE RISORSE UMANE	17
I TALENTI E LE CAPACITÀ: COME SCOPRIRLI, VALUTARLI, SVILUPPARLI.....	18

LE RELAZIONI CON IL MERCATO

IL SISTEMA CLIENTE E IL PRESIDIO DELLA RELAZIONE CONSULENZIALE	20
L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE	20
IL FRONT OFFICE	20
LA COMUNICAZIONE AL TELEFONO E IL TELEMARKETING	21
COMUNICARE L'AZIENDA.....	21
LE TECNICHE DI VENDITA.....	21
LA VENDITA DI SOLUZIONI E PRODOTTI TECNOLOGICI.....	22
LE TECNICHE DI PROMOZIONE DEI SERVIZI	22
LE TECNICHE E LE STRATEGIE DI MARKETING	23
WEB MARKETING & E-COMMERCE: COME OTTIMIZZARE LE FUNZIONI COMUNICATIVE E DI VENDITA ATTRAVERSO INTERNET.....	23
SEARCH MARKETING & RETAIL: LA GESTIONE E LA VALUTAZIONE DEL POSIZIONAMENTO DEI SITI WEB AZIENDALI NEI MOTORI DI RICERCA.....	24
SOCIAL MEDIA MARKETING.....	24
LA GESTIONE DEL PUNTO VENDITA	
LE TECNICHE E LE STRATEGIE PER GESTIRE UN PUNTO VENDITA.....	26
LE TECNICHE DI MARKETING PER IL NEGOZIO.....	26
LA GESTIONE DELLA VENDITA E LA FIDELIZZAZIONE DELLA CLIENTELA	26
IL VISUAL MERCHANDISING	27
LE TECNICHE ESPOSITIVE PER LA VETRINA.....	27
E COMMERCE E VETRINE ON-LINE	27
COMUNICARE MEGLIO PER VENDERE DI PIÙ	28
I DISTRETTI DEL COMMERCIO E IL MARKETING TERRITORIALE	
SVILUPPO DELLE RETI COMMERCIALI E MARKETING TERRITORIALE	30
IL MARKETING DEL DISTRETTO COMMERCIALE	30
SVILUPPO DELLA COMPETITIVITÀ DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO	31
LA FORMAZIONE DEI MANAGER DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO	31

IL COMMERCIO ESTERO

COME COMUNICARE CON EFFICACIA CON PERSONE DI ALTRE NAZIONALITÀ 34

COME NEGOZIARE CON SUCCESSO IN AMBITO INTERNAZIONALE 34

FARE AFFARI CON L'ESTERO..... 34

ESPORTARE CON METODO: IL PERCORSO DELLA COMPETITIVITÀ..... 35

LA GESTIONE DEL CREDITO COMMERCIALE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE 35

IL SETTORE ASSICURATIVO

IL CONTRATTO DI INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA..... 37

IL SINISTRO..... 37

L'OBBLIGO A CONTRARRE 37

IL RISCHIO E IL CONTRATTO..... 38

IL RISK MANAGEMENT COME APPROCCIO CULTURALE ALLA MAPPATURA DEI RISCHI..... 38

LA COASSICURAZIONE..... 38

CRITERI E PROCEDURE PER LA LIQUIDAZIONE DANNI DA GARANZIE DIRETTE 38

INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY E MERCATO ASSICURATIVO 38

IL RAMO INFORTUNI 39

IL RAMO MALATTIA 39

IL RAMO RESPONSABILITÀ CIVILE GENERALE 39

IL RAMO RESPONSABILITÀ CIVILE AUTO 39

IL RAMO VITA: ASPETTI NORMATIVI E TECNICI 40

IL RAMO VITA : TIPI DI POLIZZA IN BASE ESIGENZE 40

LE CASSE DI PREVIDENZA E DI ASSISTENZA..... 40

POLIZZE PREVIDENZIALI E I FONDI PENSIONE 40

PIANIFICAZIONE SUCCESSORIA E POLIZZE VITA 41

LA DISCIPLINA SULLA "PRIVACY" - ASPETTI GENERALI E RELATIVI ALL'ATTIVITÀ ASSICURATIVA 41

ANTIRICICLAGGIO (REGOLAMENTO ISVAP N. 41 DEL 15 MAGGIO 2012 E D.LGS. N. 231 DEL 21 NOVEMBRE 2007)..... 41

LA RESPONSABILITÀ DEI PROFESSIONISTI: DALLA FACOLTÀ ALL'OBBLIGO ASSICURATIVO (ATTUAZIONE DEL DECRETO LEGGE N. 138 / 2011 IN MATERIA DI PROFESSIONI REGOLAMENTATE) 42

LE APPLICAZIONI AMMINISTRATIVE E FINANZIARIE

LA CONTABILITA' AZIENDALE 44

IL CONTROLLO DI GESTIONE 44

IL BILANCIO CONSOLIDATO..... 44

SAPER LEGGERE E STUDIARE UN BILANCIO (PER I NON ADDETTI)..... 45

GLI ASPETTI FINANZIARI DELL'ATTIVITÀ AZIENDALE 45

LA GESTIONE DEL CREDITO COMMERCIALE..... 45

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD: I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI ... 46

IL CONTROLLO DEI COSTI 46

LA GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PERSONALE 47

I MODELLI E GLI STRUMENTI PER MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE DELL'IMPRESA

LE TECNICHE DI PROJECT MANAGEMENT..... 49

I CRITERI DI VALUTAZIONE TECNICA ED ECONOMICA DEI SISTEMI ICT 49

LO START UP PER LE PMI 49

LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA 50

GLI ADEMPIMENTI NORMATIVI PER LE AZIENDE

FORMAZIONE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA – RISCHIO BASSO 52

FORMAZIONE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA – RISCHIO MEDIO 53

LA FORMAZIONE PARTICOLARE AGGIUNTIVA PER IL PREPOSTO PER LA SICUREZZA 54

LA FORMAZIONE DEI DIRIGENTI PER LA SICUREZZA..... 54

AGGIORNAMENTO FORMAZIONE LAVORATORI PER LA SICUREZZA 55

FORMAZIONE PER ADDETTO AL PRIMO SOCCORSO..... 56

CORSO PER ADDETTI ANTINCENDIO IN ATTIVITÀ A RISCHIO DI INCENDIO BASSO	57
PRIVACY, LA TUTELA DEI DATI (FORMAZIONE PER PERSONALE INCARICATO DEL TRATTAMENTO DEI DATI).....	57
LA DISCIPLINA DELLA RESPONSABILITÀ DELLE IMPRESE E IL CODICE ETICO (IL DECRETO LEGISLATIVO 231/2001)	58

LE APPLICAZIONI INFORMATICHE

IL PACCHETTO OFFICE (livello base/avanzato)	60
LA GESTIONE DEI DATI CON EXCEL (livello base/avanzato).....	60
GLI ELEMENTI DI PROGRAMMAZIONE IN EXCEL: MACRO E VISUAL BASIC	60
LA GESTIONE DEI DATABASE CON ACCESS (livello base/avanzato)	61
IL WEB PER COMUNICARE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	61

GLI STRUMENTI DELL'ICT

I SOFTWARE PER CREARE E GESTIRE IL PROPRIO SITO	63
LA GESTIONE DI UNA RETE AZIENDALE (PER NON ADDETTI)	63
LE STRATEGIE DI SICUREZZA PER LAVORARE IN RETE (NETWORK SECURITY)	64
IL SISTEMA OPERATIVO UNIX	64
IL SISTEMA OPERATIVO LINUX	64
L'UTILIZZO DEL SOFTWARE DI PROJECT MANAGEMENT	65
INTRODUZIONE ALLA CERTIFICAZIONE PMP.....	65
LA FILOSOFIA ITIL PER L'OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI IT (disponibile anche in modalità e-learning con esempio di prova d'esame).....	66
SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER ANDROID	66
SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER IPHONE/IPAD.....	67
SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER WINDOWS PHONE 8	68
WEB DESIGNER HTML5 & CSS3	69
WEB DESIGNER PHP & MYSQL	69
SVILUPPATORE WEB ASP.NET	70

LE LINGUE STRANIERE

LINGUA INGLESE (livello base/intermedio/avanzato).....	72
BUSINESS ENGLISH.....	72
LINGUA FRANCESE (livello base/intermedio/avanzato).....	72
FRANCESE COMMERCIALE	73
CINESE DI BASE	73

FORMAZIONE IN LINGUA INGLESE

PUBLIC SPEAKING	76
DIVERSITY MANAGEMENT FOR EFFECTIVE COMMUNICATION	76
CLIENT RELATIONSHIP: HOW TO BUILD A LASTING BOND.....	77
NEGOTIATION SKILLS.....	77

COME LEGGERE L'OFFERTA FORMATIVA

Il "Catalogo" è articolato in aree di contenuto:

- ✓ Empowerment e comunicazione
- ✓ La gestione dei collaboratori e l'organizzazione aziendale
- ✓ Le relazioni con il mercato
- ✓ La gestione del punto vendita
- ✓ Distretti del commercio e marketing territoriale
- ✓ Il settore assicurativo
- ✓ Il commercio estero
- ✓ Le applicazioni amministrative e finanziarie
- ✓ I modelli e gli strumenti per migliorare l'organizzazione dell'impresa
- ✓ Gli adempimenti normativi per le aziende
- ✓ Le applicazioni informatiche
- ✓ Gli strumenti dell'ICT
- ✓ Le lingue straniere
- ✓ Formazione in lingua inglese

Nell'ambito di ciascuna delle aree sopraelencate vengono proposti alcuni corsi che sono descritti sulla base di obiettivi, contenuti e durata.

Si tratta di una descrizione di massima che non è esaustiva e che ha lo scopo di supportare le aziende e le Associazioni nella raccolta dei fabbisogni formativi.

Allo stesso modo, sia i contenuti che la durata sono indicativi, poiché verranno ridefiniti, in collaborazione con l'azienda/associazione e i docenti, in fase di progettazione di dettaglio.

Infine si sottolinea che i corsi potranno essere erogati su livelli diversi (base/avanzato) sulla base delle competenze possedute dai partecipanti e dei risultati attesi e/o concordati. Per questo talvolta possono essere previsti un test d'ingresso oppure il possesso di alcuni prerequisiti.

Empowerment e comunicazione

ECOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

Lo spazio in cui si svolgono tutti gli atti di comunicazione – personali, pubblici, professionali – è un ecosistema. Obiettivo del corso è di attivare l'autoconsapevolezza delle regole del gioco, per migliorare comunicazione e relazione, potenziando: consapevolezza del ME, attenzione su di TE, osservazione del NOI.

CONTENUTI

- Analisi degli elementi dell'ecosistema comunicativo
- Attivazione delle risorse personali in gioco
- Osservazione dei segnali verbali e non verbali
- Individuazione delle mappe cognitive e valoriali
- Sviluppo della capacità di empatia
- Sviluppo dell'efficacia comunicativa

DURATA: 16 ore

LA COMUNICAZIONE SCRITTA

Il corso potenzia le capacità di comunicazione in diversi contesti e per differenti scopi. E-mail, post per blog aziendali, presentazioni saranno esempi concreti per presentare in azione la comunicazione scritta e lavorare su competenze trasversali.

A partire dall'esperienza dei corsisti, si forniranno cornici teoriche per sviluppare skill strettamente legati al profilo professionale dei partecipanti.

CONTENUTI

- Dalla pratica alla teoria: costruzione induttiva del modello comunicativo
- E-mail, post, presentazione: cambia la funzione, cambiano le parole
- Scrivere una e-mail
- Perché gli scrivo? Come focalizzare i propri obiettivi di comunicazione.
- Mi leggerà? Oggetto, attacco, mittente, firma: come affilare le proprie armi.
- Ci capiamo? Codici, linguaggio e passi falsi: come costruire un testo efficace.
- “Le sette regole d'oro”: la teoria da mettere subito in pratica.
- Scrivere un post
- Gutenberg vs Google: l'esperienza di leggere
- Parlare al cuore... e ai motori: scegliere le parole giuste in rete
- C'è post per te: l'arte di convincere è una scienza, ecco le regole
- “Post-it”: la teoria da mettere subito in pratica.
- Scrivere una presentazione
- Vendere con parole e immagini: impariamo dalla pubblicità
- Fare una promessa: avere un'idea chiara e metterla al centro
- Trovare le ragioni: esporre le opinioni e prevedere le obiezioni
- “Power to the point”: la teoria da mettere subito in pratica.

DURATA: 16 ore

LA COMUNICAZIONE E LA NEGOZIAZIONE

La capacità di gestire le relazioni con i clienti e con i collaboratori in maniera efficace è un elemento basilare per il successo aziendale. Il corso ha l'obiettivo di sviluppare nei partecipanti le abilità comunicazionali e di negoziazione.

CONTENUTI

- La comunicazione interpersonale
- La capacità di ascolto
- La comunicazione nei gruppi di lavoro e la leadership
- Le caratteristiche delle situazioni negoziali
- La delega

DURATA: 24 ore

PARLARE IN PUBBLICO

La capacità di coinvolgere positivamente gli ascoltatori rappresenta l'elemento di successo di ogni tipo di comunicazione, sia interna/operativa che di vendita. Il corso ha l'obiettivo di fornire strumenti e tecniche utili per preparare e gestire riunioni o presentazioni.

CONTENUTI

- Le caratteristiche della comunicazione rivolta ad un gruppo
- Come assumere un ruolo primario all'interno di un gruppo
- I linguaggi e le modalità di una presentazione pubblica
- Come preparare un intervento
- La scelta degli strumenti di supporto
- La comunicazione verbale e non verbale
- Come aprire e concludere un intervento
- La gestione del consenso e delle obiezioni

DURATA: 16 ore

NOTA: Il corso è erogabile anche in lingua inglese

LA GESTIONE DELLE EMOZIONI E LO STRESS POSITIVO

Le aziende, per poter conservare il proprio posizionamento sul mercato, si trovano a dover far fronte a problematiche molteplici e sempre nuove; di conseguenza anche gli individui sono costantemente sollecitati a raggiungere obiettivi in tempi veloci. Gestire lo stress consente ai singoli di riappropriarsi di una condizione di "ben-essere" e di equilibrio personale per esprimere al meglio le proprie potenzialità sia dal punto di vista cognitivo che comportamentale.

CONTENUTI

- Riconoscere lo stress su di sé
- Analisi delle situazioni lavorative che creano stress ed individuazione dei comportamenti personali attivati dalle situazioni stressanti
- Il "tempo", le prestazioni e lo stress
- Il riconoscimento delle proprie risorse personali
- La riattivazione delle risorse personali per poter essere pro-attivi ed efficaci
- Tecniche di gestione dello stress e di riequilibrio personale

DURATA: 16 ore

PENSARE COME UN MAGO PER COMUNICARE IN MANIERA EFFICACE

Il Pensiero Illusionistico è un potente strumento di problem solving: consente di affrontare problemi e situazioni professionali - e non solo – con straordinaria efficacia, anche laddove le consuete metodologie sono di poco aiuto.

Il corso è una vera e propria scuola di prestigiazione, ai partecipanti viene anche fornito del materiale che resterà di loro proprietà.

Saper eseguire con successo un gioco di prestigio significa apprendere molto riguardo a:

- linguaggi non verbali
- controllo dell'attenzione
- gestione dello stress
- comunicazione interpersonale e di massa
- problem solving.

CONTENUTI

- Le forme dell'intelligenza umana
- I modelli mentali
- La comunicazione verbale, paraverbale e non verbale (con accenni alla prossemica)
- Inganni, autoinganni e automatismi mentali
- Dal pensiero laterale al Pensiero Illusionistico

DURATA: 16 ore

MIGLIORARE LE PERFORMANCE ATTRAVERSO LE TECNICHE MNEMONICHE

La nostra memoria è costantemente sollecitata dalla quantità di informazioni che riceviamo e la capacità di ricordare (dati, persone, eventi) è una leva fondamentale per raggiungere gli obiettivi professionali.

Questo corso vuole offrire ai partecipanti alcune tecniche per selezionare e memorizzare facilmente le informazioni.

CONTENUTI

- Cosa sono le mnemotecniche
- Come funziona la nostra mente
- Emozione e visualizzazione
- Memorizzare sul lavoro
- Tecniche di associazione e ancoraggio emotivo
- Tecnica dei loci
- Tecnica per memorizzare i numeri
- Tecnica per memorizzare nomi e volti

DURATA: 8 ore

La gestione dei collaboratori e l'organizzazione aziendale

LA GESTIONE DEL CONFLITTO IN AZIENDA

In un'azienda vitale, il conflitto è inevitabile in quanto espressione dei normali processi di evoluzione che comportano la ricerca di nuovi equilibri.

Il conflitto va dunque accettato come una delle componenti dell'attività lavorativa, ma deve essere diagnosticato e gestito tempestivamente.

Obiettivo di questo corso è aiutare i partecipanti a identificare le cause che sono alla base dei conflitti in ambito lavorativo e a familiarizzare con alcune tecniche per gestirli in modo efficace.

CONTENUTI

- Tipologie di conflitto (emotivo, di interessi di dati di valori)
- Conflitti dichiarati e conflitti latenti
- Modi di affrontare il conflitto
- Le abilità personali per affrontare le situazioni conflittuali
- Mediazione e gestione dei conflitti

DURATA: 16 ore

LA LEADERSHIP

Il clima di lavoro dipende in modo fondamentale dalle capacità di leadership che si basano sia sulle doti personali che su principi e regole di carattere organizzativo. Il corso presenterà i principali strumenti e metodi per sviluppare entrambi gli aspetti.

CONTENUTI

- Leadership e management
- Le capacità personali a sostegno della leadership (l'ascolto attivo, la comunicazione, l'analisi, la diagnosi)
- Le capacità organizzative a sostegno della leadership (la delega, il coordinamento e controllo, la negoziazione)

DURATA: 16 ore

IL COORDINAMENTO DELLE RIUNIONI E L'USO EFFICACE DEL TEMPO

La vita aziendale richiede spesso momenti di condivisione e riunioni di lavoro.

Obiettivo del corso è quello di definire i comportamenti e le procedure che aiutano a garantire l'efficacia delle riunioni e un rapporto più efficiente con la gestione del tempo.

CONTENUTI

- La partecipazione alle riunioni
- Le riunioni efficaci
- Gestire le riunioni con successo (la gestione del dissenso)
- La gestione del tempo
- La gestione dello stress

DURATA: 16 ore

LAVORARE PER OBIETTIVI

Il corso propone ai partecipanti un percorso di consapevolezza sul tema della gestione degli obiettivi sia come individui sia come gruppo.

Attraverso l'esperienza e l'analisi degli ostacoli e dei fattori facilitanti rispetto al raggiungimento degli obiettivi si vuole dare un modello condiviso per affrontare la definizione e la condivisione degli obiettivi ed elementi per migliorare le modalità individuali di gestione dell'obiettivo.

CONTENUTI

- Obiettivi, compiti, scopi
- Locus of control
- Gestione delle emozioni e dello stress
- Strutturazione efficace degli obiettivi
- Condivisione degli obiettivi
- Tempo e obiettivi
- Motivazione agli obiettivi

DURATA: 16 ore

PROBLEM SOLVING

Una delle criticità in cui si incorre molto frequentemente quando ci si trova di fronte ad una situazione problematica è quella di tentare soluzioni senza prima aver pensato ad una strategia efficace.

Il principio su cui si basa il metodo del problem solving strategico è che sia necessario, per risolvere qualsiasi tipo di problema, costruire una strategia di intervento che consenta di definire il problema, riconoscere l'efficacia o l'inefficacia di ciò che è già stato attivato e costruire soluzioni strategiche alternative attraverso l'utilizzo delle logiche non ordinarie, per conseguire il raggiungimento dell'obiettivo primario, la soluzione.

CONTENUTI

- Sviluppare capacità di analisi di un problema
- Fornire un metodo strutturato di risoluzione problemi
- Fornire strumenti che aiutino ad organizzare il lavoro per obiettivi (organizzazione del tempo e delle risorse)
- Agevolare la realizzazione di performance efficaci
- Facilitare l'organizzazione dei tempi
- Ridurre la conflittualità tra le parti coinvolte a livello organizzativo

DURATA: 16 ore

IL CLIMA AZIENDALE E LA COMUNICAZIONE INTERNA

Il clima aziendale è ciò che si respira all'interno del luogo di lavoro e influenza tutto quello che avviene in azienda: dallo svolgimento delle proprie mansioni, ai rapporti con i superiori e con i colleghi. Un buon clima permette all'organizzazione di raggiungere più facilmente i suoi obiettivi e di ottenere dei buoni risultati. Per questo analizzare periodicamente i flussi della comunicazione interna è di fondamentale importanza ai fini del "benessere organizzativo" in quanto significa capire in quale misura l'impresa è in grado di rispondere alle aspettative di soddisfazione, ai desideri e ai bisogni di crescita del proprio personale.

CONTENUTI

- La cultura aziendale
- Gli indicatori di people satisfaction
- Gli strumenti e gli approcci per l'indagine di clima
- Le strategie di comunicazione interna
- Strumenti di informazione e coinvolgimento
- Eventi e altre iniziative di aggregazione

DURATA: 16 ore**LA GESTIONE DEL CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO**

In un momento complesso come quello attuale, la capacità di un'impresa di gestire un processo di cambiamento diviene fondamentale per la sua stessa sopravvivenza. Il corso si propone di fornire ai partecipanti metodologie e strumenti per gestire con successo tutte le fasi del processo.

CONTENUTI

- Cambiamento e gestione strategica d'impresa
- Implementazione del cambiamento
- Barriere e resistenze al cambiamento
- Strategie di "congelamento" (istituzionalizzazione) del cambiamento
- Cambiamento e cultura d'impresa

DURATA: 24 ore**LA COSTRUZIONE DEI GRUPPI DI LAVORO (TEAM BUILDING)**

L'efficienza di un gruppo di lavoro dipende dalla capacità di integrare le competenze dei singoli. Con questo corso si vogliono suggerire gli strumenti operativi per definire le caratteristiche di un team di successo e gestirne le dinamiche relazionali.

CONTENUTI

- La funzione del lavoro di squadra
- Le caratteristiche di un gruppo efficiente
- La costituzione di un gruppo di lavoro e la sua organizzazione
- La gestione degli aspetti di comunicazione che intervengono nella fase di costruzione del gruppo: l'adesione, il mandato, i conflitti

DURATA: 16 ore**LE TECNICHE PER LAVORARE IN TEAM (TEAM WORKING)**

Nella realtà aziendale ci si trova molto spesso a lavorare in gruppo: il corso si propone di fornire indicazioni e strumenti per intervenire efficacemente nei diversi stadi dello sviluppo del team.

CONTENUTI

- Opportunità e limitazioni del lavoro in team: le componenti "hard" e "soft" del lavoro di gruppo
- La capacità di collaborare interfunzionalmente
- Lo sviluppo del gruppo di lavoro (fasi ed eventi caratterizzanti)

- L'efficienza del gruppo di lavoro e gli strumenti di facilitazione e di intervento
- La comunicazione nell'ambito del gruppo

DURATA: 16 ore

LA GESTIONE DEI TEAM INTERNAZIONALI

È sempre più frequente la composizione di team che comprendono più culture nazionali; integrare stili e "visioni" diverse, proprie delle appartenenze culturali di ogni membro, è compito non facile per un team leader.

Il seminario mira a suggerire spunti manageriali in ordine alla gestione, motivazione e coordinamento di un gruppo multiculturale.

CONTENUTI

- Le differenti concezioni di team da parte degli stessi membri
- Come gestire un team cross-culturale (anche a distanza), tra sostegno, motivazione e controllo

DURATA: 16 ore

COME COORDINARE E MOTIVARE I COLLABORATORI

Nelle organizzazioni moderne il rapporto capo-collaboratore non è più basato sul controllo, bensì assume una dimensione relazionale più complessa nella quale elemento fondamentale divengono la condivisione degli obiettivi e il coinvolgimento di tutto il gruppo nel perseguimento del risultato. In questo corso verranno illustrati alcuni strumenti operativi utili a migliorare le relazioni e sviluppare il potenziale dei propri collaboratori.

CONTENUTI

- La relazione tra prestazione di lavoro, motivazione e competenze
- La leadership e i livelli di potere
- Il ruolo prescritto e ruolo discrezionale
- La delega come strumento per lo sviluppo delle competenze
- La comunicazione degli obiettivi e il colloquio motivazionale
- La demotivazione, la frustrazione e i meccanismi di difesa
- L'"Empowered team" e la gestione per progetti
- Le cause di conflitto in azienda e il loro superamento

DURATA: 16 ore

LA SELEZIONE DELLE RISORSE UMANE

Le Risorse Umane rappresentano il patrimonio di potenzialità di crescita e di sviluppo del business di tutte le realtà aziendali e uno dei fattori di successo è la capacità di individuare, attrarre, sviluppare e mantenere le persone giuste.

Per questo la fase di reclutamento, scelta e inserimento dei collaboratori non può essere improvvisata, ma deve essere il risultato di una pianificazione mirata.

CONTENUTI

- Il processo aziendale continuo di selezione del personale
- I metodi per una reale analisi dei bisogni aziendali

- La progettazione della selezione
- L'intervista di selezione: il momento del colloquio
- La valutazione dell'inserimento della risorsa selezionata

DURATA: 16 ore

I TALENTI E LE CAPACITÀ: COME SCOPRIRLI, VALUTARLI, SVILUPPARLI

Le aziende sono alla continua ricerca di talenti che possano contribuire e dare un valore aggiunto per il raggiungimento di obiettivi superiori e sempre più importanti. Questa politica è sempre stata centrale nelle strategie aziendali, ma diventa un elemento ineludibile in un contesto socioeconomico che vede da una parte clienti/consumatori sempre più evoluti e, dall'altra, l'innalzarsi della soglia di imprevedibilità e competitività dei mercati di riferimento.

Scoprire i propri talenti e saperli valorizzare significa sapere esattamente come e dove vuole arrivare l'impresa.

CONTENUTI

- L'individuazione delle "core competences"
- La messa a punto dello strumento di mappatura
- Il processo di rilevazione
- Principi per l'assegnazione degli obiettivi
- Modelli e strumenti di "performance management"
- Aspetti psicologici e organizzativi del colloquio di valutazione
- La costruzione di un progetto di analisi del potenziale
- Le tecniche di "assessment"
- La gestione dei feedback

DURATA: 16 ore

Le relazioni con il mercato

IL SISTEMA CLIENTE E IL PRESIDIO DELLA RELAZIONE CONSULENZIALE

Nella situazione attuale, il venditore deve fornire un servizio sempre più di qualità, trasformandosi nel gestore di una relazione consulenziale con il cliente, capace al tempo stesso di mettere in atto i meccanismi di reporting che consentano alle altre funzioni aziendali di recepire il feedback sulla relazione con i clienti e di strutturare quindi politiche di consolidamento dei livelli di fidelizzazione.

Il corso favorisce nel gruppo dei partecipanti l'acquisizione di consapevolezza della propria azienda e delle sue competenze distintive (in termini di prodotto o di servizio) nel contesto della relazione col cliente: Quali risorse intangibili ha a disposizione la mia azienda? Come migliorare l'offerta?

CONTENUTI

- Identificare e capitalizzare le competenze distintive relative al proprio modello di business
- Valutare le diverse alternative di sviluppo basate sulle competenze e sui clienti attuali e potenziali
- Valutare la propria offerta e confrontarla con quella dei concorrenti

DURATA: 16 ore

L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE

La costruzione e lo sviluppo nel tempo di una relazione efficace e proficua con i clienti si basa sulla capacità da parte dell'organizzazione di raccogliere e analizzare informazioni sulla clientela. Il corso fornirà le basi per gestire in maniera integrata la relazione cliente - azienda allo scopo di acquisire un vantaggio competitivo.

CONTENUTI

- Come gestire l'orientamento al cliente: l'approccio reattivo
- Il processo di acquisizione del cliente
- Le caratteristiche del prodotto e del servizio
- Il sistema di erogazione del servizio
- La percezione del Cliente
- I desideri e le aspettative del consumatore
- La customer satisfaction
- Fidelizzare il cliente (le necessità latenti: come prevederle e soddisfarle)

DURATA: 16 ore

IL FRONT OFFICE

Il contatto con la clientela è una delle principali vetrine dell'azienda e diviene uno degli elementi che danno valore all'azienda stessa. Il corso svilupperà le capacità dei partecipanti nell'erogare un servizio di qualità al cliente attraverso l'acquisizione di alcune tecniche comunicazionali.

CONTENUTI

- La diffusione della cultura del servizio
- La qualità del servizio
- L'influenza dei Servizi Relazionali nella valorizzazione delle attività aziendali
- I comportamenti e le aspettative degli utenti
- Il ruolo e la comunicazione

- La comunicazione come servizio
- Il Processo di Comunicazione Negoziabile
- La comunicazione strategica

DURATA: 16 ore

LA COMUNICAZIONE AL TELEFONO E IL TELEMARKETING

La gestione della comunicazione telefonica è uno degli elementi su cui la clientela misura la qualità del servizio. Il corso ha l'obiettivo di sviluppare nei partecipanti la capacità di identificare le esigenze degli interlocutori al fine di individuare la strategia comunicativa più adatta.

CONTENUTI

- La comunicazione: il linguaggio telefonico e le differenze con la comunicazione vis-à-vis
- Tipologia degli interlocutori
- L'attività telefonica e il miglioramento dell'efficacia nella gestione dei colloqui
- La gestione del tempo e degli obiettivi della conversazione telefonica
- Le fasi della conversazione telefonica
- La qualità del servizio commerciale e la gestione del rapporto telefonico
- I piani di comunicazione telefonica

DURATA: 16 ore

COMUNICARE L'AZIENDA

Il corso guida nella messa a fuoco dei fattori chiave della comunicazione aziendale: identità; posizionamento competitivo; tono e linguaggio; canali e mezzi. Con l'obiettivo di affinare le competenze per definire una strategia, selezionare le attività, gestire efficacemente il rapporto con consulenti e società di comunicazione.

Il corso parte dall'esperienza dei corsisti, la inquadra in cornici teoriche e fornisce skill congruenti con il profilo professionale dei partecipanti.

CONTENUTI

- Dalla pratica alla teoria: costruzione induttiva del modello comunicativo
- Pubblicità, prodotti, sito, biglietto da visita... silenzio: non si può non comunicare
- Chi parla? Costruire la piramide dei valori della propria azienda
- A chi parlo? Conoscere i propri destinatari: bisogni funzionali e simbolici
- Cosa dico? Prodotti e servizi: mercato, plus competitivi, posizionamento
- Come lo dico? Un modello per mettere a fuoco gli obiettivi di comunicazione
- Mi hanno capito? Valutare i feedback della comunicazione
- Che canali utilizzo? Come scegliere e valutare l'efficacia dei mezzi di comunicazione
- Il percorso della comunicazione aziendale: la teoria da mettere subito in pratica
- Il mercato della comunicazione: una matrice per orientarsi

DURATA: 16 ore

LE TECNICHE DI VENDITA

Grazie alla diffusione di Internet e degli acquisti on-line, le Tecniche di Vendita, si stanno modificando passando dalla logica di "hard selling", dove l'obiettivo primario da perseguire da

parte del cliente è l'acquisto, a quella del "soft selling", dove l'obiettivo primario consiste nel costruire una relazione che consenta di entrare in sintonia con il cliente per meglio comprenderne i bisogni.

Il corso fornirà gli strumenti necessari per individuare e applicare al meglio la strategia e la tattica negoziale più adatta al cliente.

CONTENUTI

- Il ruolo del venditore
- Le esigenze dell'organizzazione e della clientela
- Le fasi del processo di vendita
- Gli strumenti operativi
- Le motivazioni all'acquisto
- La personalizzazione del servizio
- La negoziazione
- La conclusione della vendita

DURATA: 16 ore

LA VENDITA DI SOLUZIONI E PRODOTTI TECNOLOGICI

Il processo di vendita per il settore ICT risulta essere molto articolato e coinvolge diversi ruoli all'interno dell'azienda.

Al termine del corso il partecipante sarà in grado di gestire la vendita di soluzioni e prodotti tecnologici, utilizzando metodologie e tecniche che gli permettono di conoscere le modalità del processo di acquisto dell'azienda cliente e gli obiettivi delle persone che vi partecipano.

CONTENUTI

- L'uso efficace del proprio tempo: l'imbutto della vendita
- La ricostruzione del sistema d'acquisto dell'azienda cliente: la gestione delle informazioni; riconoscere i ruoli presenti nel processo di acquisto
- La gestione dei risultati aziendali e degli obiettivi personali degli attori che intervengono nel processo di acquisto
- La presentazione efficace delle proprie proposte
- La conclusione della vendita

DURATA: 16 ore

LE TECNICHE DI PROMOZIONE DEI SERVIZI

La vendita di servizi richiede competenze diverse rispetto a quelle necessarie per portare a termine una transazione di beni. Il corso si propone di fornire gli strumenti per individuare le strategie e le tecniche più adatte per far cogliere al cliente il valore aggiunto del servizio proposto.

CONTENUTI

- Il rapporto tra le caratteristiche dell'azienda e la gestione del cliente
- Le competenze relazionali
- La gestione del colloquio con un potenziale "cliente": l'approccio; la diagnosi delle esigenze; il servizio proposto; la gestione delle obiezioni; la chiusura del colloquio
- La stesura di un piano di miglioramento individuale

DURATA: 16 ore

LE TECNICHE E LE STRATEGIE DI MARKETING

Il successo aziendale è determinato dalla capacità di unire la spinta alla conquista del mercato e alla crescita del fatturato con l'attenzione alla centralità del cliente.

Il corso consoliderà le competenze necessarie a una visione integrata delle logiche e degli strumenti di marketing.

CONTENUTI

- Lo scenario
- Il ciclo di vita del prodotti
- Il Break Even Point
- I modelli di consumo
- Strategie di prodotto, di prezzo, di posizionamento e di promozione
- L'approccio al mercato
- I clienti attivi e potenziali

DURATA: 24 ore

WEB MARKETING & E-COMMERCE: COME OTTIMIZZARE LE FUNZIONI COMUNICATIVE E DI VENDITA ATTRAVERSO INTERNET

Essere presente in Internet solo con una pagina Web passiva non è sufficiente per cogliere le nuove opportunità di business offerte dalla digitalizzazione della domanda. A tal fine occorre un'attiva comunicazione d'impresa, d'immagine e di prodotto, attraverso un'efficace segmentazione della domanda, la differenziazione dei sistemi integrati d'offerta (Marchio-Insegna; Brand di prodotto, Brand del sito web, ecc.) e di gestione delle relazioni di vendita diretta (commercio virtuale) attraverso operatori specializzati del commercio elettronico o creando propri canali di vendita on line.

CONTENUTI

- Obiettivi e sviluppo del Web marketing: dal business to consumer, al consumer to business
- L'analisi dell'utenza digitale: dimensione, comportamenti e segmentazione
- L'analisi dei siti web della concorrenza: funzioni, posizionamento e differenziazione
- Il piano aziendale di web marketing: struttura e contenuti
- Il posizionamento dei sito nei motori di ricerca (Search marketing)
- La pubblicità e le promozioni on line e il marketing virale
- E-mail marketing: caratteristiche e tecniche di base
- La creazione e/o la partecipazione ai social network
- L'impatto dell'E-Commerce sui costi, sull'organizzazione, sulle strategie e sui processi decisionali ed operativi aziendali
- I canali distributivi digitali: il web aziendale e i portali multibrand
- La valutazione dell'efficacia commerciale e di marketing dei siti aziendali e dei portali: la quantità e la qualità delle relazioni generate
- L'integrazione off line e on line

DURATA: 24 ore

SEARCH MARKETING & RETAIL: LA GESTIONE E LA VALUTAZIONE DEL POSIZIONAMENTO DEI SITI WEB AZIENDALI NEI MOTORI DI RICERCA

Internet è il principale media attraverso cui imprese e consumatori si informano sull'offerta di beni e servizi ed i motori di ricerca sono la principale porta di accesso a questa informazione: essere ben posizionati on line non solo aumenta la capacità di attrarre nuovi clienti, ma sta diventando una condizione per non perderli.

Il corso intende offrire ai partecipanti le principali competenze necessarie per posizionarsi in modo organico, differenziato e sponsorizzato sui motori di ricerca, per raggiungere i consumatori con offerte su misura.

CONTENUTI

- Web e Search marketing
- I principali motori di ricerca: organizzazione e modalità di posizionamento
- Il posizionamento on line dell'azienda: come differenziarsi dai concorrenti
- Gli strumenti per la costruzione, il posizionamento di un sito e il monitoraggio della sua capacità di attrarre traffico (dimensione e qualità degli accessi)
- AdWords: uno strumento per creare e monitorare il posizionamento (pagerank) dei siti "sponsorizzati" su Google
- Targeting: la scelta se essere presenti sulla rete di ricerca e/o sulla rete di contenuti
- Costi e budget: la scelta tra il CPM (Cost per 1000 Impression) o CPC (Cost per click)
- Creazione dell'annuncio: gli standard definiti dal motore di ricerca e la scelta di contenuti
- Keywords: la scelta strategica delle parole chiave di ricerca
- Tracking delle conversioni: l'analisi dei comportamenti dei visitatori e ottimizzazione della strategia di posizionamento on line
- Le potenzialità di Analytics: quale strumento di monitoraggio e segmentazione del traffico sul sito aziendale
- L'Integrazione con i risultati di Adwords

DURATA: 24 ore

SOCIAL MEDIA MARKETING

Il mondo digitale offre investimenti più contenuti e una maggiore efficacia rispetto ad alcuni strumenti di comunicazione tradizionale e i social media possono diventare uno strumento per lanciare nuovi business. Il corso vuole chiarire il valore degli investimenti sui social network, per far cogliere le reali opportunità.

CONTENUTI

- Come cogliere le opportunità che i Social Network offrono
- Le differenze tra i diversi strumenti e le strategie da utilizzare
- Trovare e fidelizzare un cliente online in un unico sistema coordinato: dal Social Contact all'email Marketing.
- Alimentare con contenuti adeguati, e non solo pubblicitari, la propria presenza digitale.
- Sviluppare l'interazione tra piattaforme digitali e media tradizionali

La gestione del punto vendita

LE TECNICHE E LE STRATEGIE PER GESTIRE UN PUNTO VENDITA

La gestione di un punto vendita richiede che il titolare/gestore abbia una visione di insieme del mercato e dei modelli gestionali. Il corso vuole fornire gli strumenti e le strategie per gestire l'impresa in maniera efficace ed efficiente tenendo conto della concorrenza e del mercato di riferimento.

CONTENUTI

- Lo scenario del mercato e la possibile evoluzione
- La percezione del P.V. da parte del mercato
- I modelli gestionali e la performance
- Gli acquisti, i costi e la gestione del magazzino
- Le valutazioni periodiche e il sistema di controllo
- Le promozioni
- Il posizionamento e la concorrenza
- Coinvolgere il personale

DURATA: 24 ore

LE TECNICHE DI MARKETING PER IL NEGOZIO

Per chi gestisce un punto vendita è fondamentale far acquisire visibilità al negozio agendo sui prezzi, sulle promozioni e sulla scelta dei prodotti. Il corso vuole fornire le chiavi per aumentare il numero delle visite e l'importo degli acquisti, differenziandosi dalla concorrenza.

CONTENUTI

- La pianificazione di marketing
- I profili della clientela
- Le politiche di sconti
- Le promozioni
- Il merchandising e la pubblicità
- L'inserimento di nuovi prodotti
- L'analisi delle proprie vendite
- Il confronto con la concorrenza

DURATA: 16 ore

LA GESTIONE DELLA VENDITA E LA FIDELIZZAZIONE DELLA CLIENTELA

Capire le motivazioni d'acquisto della clientela è uno degli elementi alla base della riuscita di una transazione. L'obiettivo del corso è quello di approfondire i metodi di analisi della clientela e le tecniche per concludere in modo positivo la vendita.

CONTENUTI

- Come accogliere il cliente e ascoltare le sue richieste
- Il comportamento del consumatore e le sue aspettative
- Le spinte all'acquisto
- Come gestire la trattativa di vendita
- Come far tornare il cliente

DURATA: 16 ore

IL VISUAL MERCHANDISING

La modalità di esposizione delle merci all'interno del punto vendita è una delle strategie base di valorizzazione del prodotto offerto. Il corso offrirà alcune tecniche per definire l'esposizione del prodotto in funzione dei profili del cliente e delle linee merceologiche.

CONTENUTI

- Calcolare la redditività dello spazio espositivo
- Il mix dell'assortimento
- Il layout delle attrezzature
- Il display merceologico

DURATA: 16 ore

LE TECNICHE ESPOSITIVE PER LA VETRINA

La vetrina è il biglietto da visita del punto vendita: la capacità di esporre la merce in maniera accattivante può divenire un efficace strumento promozionale. Il corso proporrà alcune tecniche e strumenti operativi adattabili ai vari settori del commercio.

CONTENUTI

- Il messaggio pubblicitario: psicologia, luce, colore, composizione
- La conoscenza del prodotto e del consumatore
- Le varie tecniche espositive
- Le tecniche espositive applicate ai vari settori del commercio
- Le tecniche di confezionamento
- Il futuro del merchandising: le nuove tecnologie

DURATA: 24 ore

E COMMERCE E VETRINE ON-LINE

I negozi tradizionali soffrono della concorrenza dei canali e-commerce e devono necessariamente integrare le loro strategie di vendita alla luce delle opportunità che offre il web.

Con questo corso si vuole dotare i partecipanti degli strumenti per poter affrontare il tema della vendita on line e della visibilità sul WEB, attraverso la conoscenza dei sistemi di WEB Marketing e dell'integrazione con il marketing tradizionale.

CONTENUTI

- Strategie di marketing: posizionamento e fattori critici di successo
- Il marketing "operativo": comunicazione, promozione, pubblicità
- Le "nuove" frontiere del marketing: "customer satisfaction" e "customer experience"
- Il WEB: l'esperienza "conversazionale" e il rischio della sovra-informazione
- Nuove modalità del WEB: smartphone, tablet e internet "ovunque".
- il "Web" come strumento di comunicazione e promozione, come strumento di vendita, come strumento di informazione, la "customer experience"
- Gli strumenti dell'e-commerce: brand, sito, motori di ricerca, e-mailing marketing, e altro....

- Integrazione fra marketing tradizionale e il “web” marketing
- La comunicazione e promozione sul WEB:
- Il sito per “farsi trovare”
- Il sito per “vendere”
- SEO e SEM, come ci trovano i motori di ricerca
- Costi e opportunità del WEB Marketing
- La fidelizzazione e l’affiliazione
- Strumenti di interazione con l’utenza
- La “customer satisfaction”: come analizzarla sul WEB

DURATA: 16 ore

COMUNICARE MEGLIO PER VENDERE DI PIÙ

In un mercato sempre più competitivo, alle imprese commerciali è richiesto di curare con attenzione la relazione e la comunicazione con il cliente. Il corso illustra ed esplora le modalità comunicative più adatte per una gestione efficace della relazione con il cliente con un focus specifico sul processo di vendita.

CONTENUTI

- Comunicare meglio per vendere di più:
- Le caratteristiche delle situazioni negoziali
- Le tecniche di vendita e la gestione della relazione con il cliente:
- I nuovi consumatori
- La segmentazione della clientela e le differenti esigenze di servizio
- La gestione delle fasi principali della relazione con il cliente: il “momento della verità”, le obiezioni, i reclami

DURATA: 8 ore

I Distretti del Commercio e il marketing territoriale

SVILUPPO DELLE RETI COMMERCIALI E MARKETING TERRITORIALE

Il corso intende affrontare la tematica dei sistemi territoriali, quale fonte di vantaggio competitivo per le imprese commerciali (singole imprese o reti di imprese commerciali). L'approccio proposto si basa sull'integrazione dei tradizionali strumenti di marketing, con strumenti innovativi per l'analisi del contesto competitivo e per lo sviluppo e la governance di sistemi territoriali integrati che si traducano in vantaggi competitivi sostenibili per le imprese commerciali.

CONTENUTI

- Dimensioni, livelli e obiettivi del marketing territoriale
- I soggetti del marketing territoriale
- La dimensione analitica del marketing territoriale
- Definizione e analisi del contesto competitivo
- Analisi e segmentazione della clientela
- Analisi delle risorse del territorio: le risorse endogene, esogene e le risorse di rete
- Dalle risorse alle competenze d'area
- I punti di forza e debolezza del sistema locale in rapporto al opportunità e ai vincoli del mercato e ai sistemi concorrenti
- La dimensione strategica ed operativa del marketing territoriale e la governance dei sistemi di offerta integrata
- Targeting e scelte di posizionamento
- Politiche di comunicazione e co-branding

DURATA: 24 ore

IL MARKETING DEL DISTRETTO COMMERCIALE

Il corso analizza gli scenari evolutivi della distribuzione al dettaglio con particolare riferimento alle specificità locali con l'obiettivo di sensibilizzare tutti gli operatori del distretto commerciale alla crescente importanza dei nuovi strumenti di marketing finalizzati alla valorizzazione dell'offerta. Verranno forniti gli strumenti per pianificare e gestire soluzioni di marketing efficaci e coordinate sinergicamente tra tutti gli operatori del distretto commerciale.

CONTENUTI

- Le nuove tendenze evolutive della domanda
- L'analisi del consumatore e del processo di acquisto
- L'immagine del punto vendita e del distretto commerciale
- Il processo di costruzione dell'immagine presso la clientela
- La segmentazione della domanda a livello locale e le implicazioni sulla politiche di marketing
- Il linguaggio della comunicazione visiva e le sue applicazioni nell'attività di merchandising
- Il contributo del visual merchandising al miglioramento della soddisfazione del cliente nel punto vendita
- Le sinergie comunicative tra visual merchandising e gli altri mezzi di comunicazione
- Le dimensioni della qualità del servizio
- Le nuove esigenze di servizio dei clienti
- Le fasi del processo di formazione del giudizio di qualità del servizio da parte dei clienti

DURATA: 24 ore

SVILUPPO DELLA COMPETITIVITÀ DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO

La valorizzazione del distretto del commercio richiede l'adesione degli operatori a una visione strategica comune che da un lato ne stimoli l'attrattività, dall'altro sia in grado di fidelizzare la clientela attraverso un servizio riconoscibile e di qualità.

Questo corso propone gli strumenti per pianificare strategie di marketing, migliorare le relazioni con la clientela, utilizzare le tecnologie digitali per comunicare in maniera efficace.

CONTENUTI

- Il marketing del distretto: domanda e offerta di servizi commerciali:
- Il comportamento della domanda nel medio e lungo periodo
- L'evoluzione del sistema distributivo nel medio e lungo periodo
- L'analisi del mercato del distretto
- Gli strumenti di Marketing territoriale
- Il contributo della comunicazione visiva e del visual merchandising al miglioramento della redditività del punto vendita
- Le tecniche espositive per la vetrina:
- Il futuro del merchandising: le nuove tecnologie
- E-Commerce e vetrine on-line
- I canali distributivi digitali: il web aziendale e i portali multibrand
- Il social e-commerce
- Il web per comunicare con la pubblica amministrazione
- Gli strumenti della comunicazione digitale
- La Posta Elettronica Certificata e la firma digitale
- Il mondo degli Smartphone e dei Tablet

DURATA: 24 ore

LA FORMAZIONE DEI MANAGER DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO

Il Manager del Distretto del commercio si occupa della gestione, del coordinamento e dell'attuazione delle politiche commerciali e promozionali sul territorio del distretto. Le sue attività sono rivolte a definire le strategie di sviluppo economico e di riqualificazione urbana del distretto nonché ad individuare gli strumenti e le azioni più adatte alla loro attuazione.

Il percorso formativo si sviluppa in stretta coerenza con il Quadro Regionale degli Standard Professionali della Lombardia con 5 moduli ciascuno dei quali riferito a una specifica competenza.

CONTENUTI

EFFETTUARE L'ANALISI STRATEGICA DEL MERCATO/TERRITORIO E FORMULARE IPOTESI DI OBIETTIVI DI SVILUPPO A LUNGO TERMINE (20 ore)

- Elementi di diritto commerciale
- Analisi di bilancio
- Elementi di marketing
- Elementi di sociologia dei consumi
- Elementi di marketing culturale
- Elementi di Urbanistica
- Elementi di pianificazione del territorio (mobilità)
- Marketing territoriale
- Analisi previsionale dell'andamento del mercato
- Il Geo marketing: l'ottimizzazione delle reti commerciali attraverso l'analisi territoriale

EFFETTUARE LA PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ/SERVIZI DEL DISTRETTO COMMERCIALE (8 ore)

- Elementi di budgeting
- Elementi di controllo di gestione
- Tecniche di business plan
- Tecniche di pianificazione delle attività

SVILUPPARE IL PARTENARIATO DEL DISTRETTO COMMERCIALE (8 ore)

- Analisi e lettura del territorio
- Elementi di comunicazione pubblica
- Marketing territoriale
- Tecniche di fundraising

EFFETTUARE LA GESTIONE DELLE ATTIVITÀ/SERVIZI DEL DISTRETTO COMMERCIALE (16 ore)

- Elementi di gestione delle risorse umane
- Tecniche di Team building
- Stili di leadership
- Tecniche di comunicazione e negoziazione

EFFETTUARE IL MONITORAGGIO/VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ/SERVIZI REALIZZATI NEL DISTRETTO COMMERCIALE (4 ore)

- Le previsioni relative al sistema degli indicatori di performance
- La verifica degli scostamenti tra previsioni e risultati
- Il sistema degli indicatori di performance del Distretto
- Il reporting mensile delle entrate e delle uscite
- La verifica del Cronoprogramma delle attività
- La comunicazione agli stakeholder sui risultati del business plan
- L'interpretazione dei fattori all'origine dei risultati del business plan

DURATA: 56 ore

Il commercio estero

COME COMUNICARE CON EFFICACIA CON PERSONE DI ALTRE NAZIONALITÀ

Chi ha a che fare con colleghi o clienti stranieri se ne sarà già reso conto: trattare o conversare con persone di altre culture non implica solo il fatto di imparare il loro vocabolario, ma anche la capacità di vedere il mondo come lo vede ognuno di loro. Il seminario vuole offrire l'opportunità di vedere le cose dal punto di vista dell'altro, così da evitare spiacevoli fraintendimenti.

CONTENUTI

- Comunicare con persone di culture differenti: cosa cambia nella comunicazione verbale e non verbale
- La flessibilità: come adattare il comportamento per raggiungere l'efficacia

DURATA: 16 ore

COME NEGOZIARE CON SUCCESSO IN AMBITO INTERNAZIONALE

Ogni cultura ha le sue specificità in termini di comunicazione, di gestione del tempo e di "lettura" della negoziazione stessa; un buon negoziatore deve innanzitutto conoscere tali differenze per poi gestirle in ogni singola trattativa.

Il seminario si propone di condividere spunti e suggerimenti per agire in maniera efficace in trattative e negoziazioni con un interlocutore straniero.

CONTENUTI

- Che tipo di negoziatore sono io? Guida allo stile di negoziazione
- Come riconoscere aspettative, interessi, obiettivi della controparte
- I comportamenti negoziali vincenti in ambito internazionale, in relazione a:
 - Stile comunicativo
 - Uso della comunicazione scritta
 - Gestione del tempo
 - Riconoscimento dei ruoli

DURATA: 16 ore

FARE AFFARI CON L'ESTERO

"Viviamo in base alla supposizione ingenua che la realtà stia nel modo in cui noi vediamo le cose e che chiunque la veda diversamente debba per forza essere folle oppure cattivo" (P. Watzlawick).

L'esposizione internazionale che molti manager vivono nel loro ruolo, permette loro di sperimentare come l'affermazione di Watzlawick non sia pura dissertazione filosofica bensì realtà di tutti i giorni. "Fare business" (negoziare, presentare, vendere, condurre team ...) con persone o team di culture e nazioni diverse impone di conoscere quella cultura (ossia "il modo di vedere le cose"), capirne le peculiarità, coglierne le declinazioni nella relazione organizzativa. Il presente workshop si propone di condividere un modello di lettura e gestione della relazione cross culturale, sia essa "reale" (la presenza "in loco") o "virtuale" (gestione di relazioni a distanza).

CONTENUTI

- Cosa serve per sviluppare trattative e partnership con realtà appartenenti a paesi stranieri: esempi da recenti esperienze di successo e di insuccesso

- Quali competenze servono per l'internazionalizzazione: come prepararsi a scambi commerciali con estero

DURATA: 8 ore

ESPORTARE CON METODO: IL PERCORSO DELLA COMPETITIVITÀ

Il processo di internazionalizzazione per portare a risultati reali deve essere impostato in maniera sistematica attraverso la costruzione di un business plan che tenga conto di tutte le variabili.

Il seminario vuole identificare le aree critiche di questo processo dal reperimento dei dati per riconoscere i mercati di maggiori successo alla predisposizione delle strategie di penetrazione commerciale.

CONTENUTI

- Gli errori più comuni del processo di export
- L'impostazione del progetto di export
- L'importanza delle differenze culturali nelle trattative e nella comunicazione
- La gestione del mercato e del partner
- Le logiche di funzionamento dell'ufficio export
- La valutazione della "capacità esportativa" dell'azienda

DURATA: 16 ore

LA GESTIONE DEL CREDITO COMMERCIALE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

Gli effetti della gestione del credito commerciale si manifestano sull'intera gestione aziendale poiché da essa dipendono i flussi finanziari necessari al funzionamento dell'impresa. Se i fornitori o i clienti hanno sede nei mercati esteri, è opportuno conoscere gli strumenti previsti.

Questo seminario vuole mettere a confronto i vari strumenti e la loro tipologia di costi.

CONTENUTI

- La consegna della merce nelle transazioni commerciali internazionali
- I sistemi di pagamento nel commercio internazionale
- Il credito documentario: riflessi operativi
- Le tipologie dei crediti documentari
- I ruoli e gli obblighi delle banche
- L'utilizzo e il controllo dei documenti
- Le soluzioni assicurative
- Il credito fornitore e il credito acquirente

DURATA: 24 ore

Il settore assicurativo

I corsi proposti in questa sezione del catalogo sono progettati e realizzati nel rispetto di quanto previsto dal **Regolamento IVASS n.6 del 2 dicembre 2014**. Pertanto sono idonei a concorrere all'assolvimento degli obblighi di aggiornamento degli intermediari e degli altri soggetti previsti dal Regolamento stesso.

IL CONTRATTO DI INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA

- L'intermediazione assicurativa
- Il registro degli Intermediari (RUI)
- Figure di intermediari assicurativi
- Le regole di comportamento
- Contratti di assicurazione a distanza

DURATA: 16 ore

IL SINISTRO

- Il sinistro
- Il sinistro stradale
- R.C. e risarcimento
- R.C. extracontrattuale
- Disposizioni comportamentali
- I pedoni
- I conducenti
- Responsabilità civile automobilisti

DURATA: 16 ore

L'OBBLIGO A CONTRARRE

- Cenni storici
- Distinzione tra assicurazioni
- Contratto di assicurazione
- Individuazione del soggetto
- Circolazione
- Strade di uso pubblico
- Area privata
- Area pubblica
- Obbligo a contrarre
- Violazione dell'obbligo a contrarre
- La verifica delle informazioni
- Conseguenza della violazione
- Ordinamento comunitario

DURATA: 16 ore

IL RISCHIO E IL CONTRATTO

- Il processo di valutazione del rischio
- La funzione dell'assicurazione
- La compagnia di assicurazione come impresa
- Il contratto di assicurazione
- Il rischio e le sue modifiche

DURATA: 8 ore

IL RISK MANAGEMENT COME APPROCCIO CULTURALE ALLA MAPPATURA DEI RISCHI

- Il Risk manager
- Il Risk Management
- Analisi del rischio
- Valutazione del rischio
- Reporting del rischio
- Decisione
- Trattamento del rischio
- Monitoraggio del rischio

DURATA: 16 ore

LA COASSICURAZIONE

- Definizione
- Coassicurazione diretta
- Coassicurazione indiretta
- Coassicurazione indiretta: procedure liquidative

DURATA: 8 ore

CRITERI E PROCEDURE PER LA LIQUIDAZIONE DANNI DA GARANZIE DIRETTE

- Introduzione
- Liquidazione d'ufficio
- Liquidazione con intervento del perito
- Pagamento del danno

DURATA: 8 ore

INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY E MERCATO ASSICURATIVO

- L'ICT

- Gestione paperless
- Centralizzazione
- Flusso dati del S.O. agli Enti
- Statistiche e report
- Sicurezza dei dati

DURATA: 16 ore

IL RAMO INFORTUNI

- L'assicurazione di infortunio
- Le estensioni e i riferimenti normativi
- La stima e le condizioni generali
- I Rischi esclusi
- Attività a rischio e assicurazioni
- Le cause d'infortunio e l'assunzione del rischio
- I casi di morte e invalidità
- La denuncia e la liquidazione

DURATA: 16 ore

IL RAMO MALATTIA

- Il rischio malattia
- Le tecniche di valutazione dei rischi assicurabili
- La forma a rimborso spese
- Le garanzie di tipo indennitario
- La denuncia di sinistro

DURATA: 16 ore

IL RAMO RESPONSABILITA' CIVILE GENERALE

- L'assicurazione di Responsabilità Civile
- Le tipologie di base delle polizze RC Generali
- Gli elementi dei contratti di assicurazione RC Generali
- I danni risarcibili
- Obblighi dei contraenti

DURATA: 16 ore

IL RAMO RESPONSABILITÀ CIVILE AUTO

- La responsabilità da circolazione
- I documenti
- Il massimale, il trasferimento di proprietà e la sospensione delle garanzie

- Le responsabilità e gli obblighi dell'assicuratore
- Le responsabilità e gli obblighi dell'assicurazione
- Il Ramo Corpi Veicoli Terrestri

DURATA: 16 ore

IL RAMO VITA: ASPETTI NORMATIVI E TECNICI

- Definizione di "assicurazione sulla vita" e tipologie di contratti
- Le parti del contratto
- La tutela del consumatore: le clausole vessatorie
- I moduli sanitari e la valutazione del rischio
- Il fascicolo informativo
- Adeguatezza dell'offerta assicurativa
- Il premio

DURATA: 16 ore

IL RAMO VITA : TIPI DI POLIZZA IN BASE ESIGENZE

- Classificazione delle assicurazioni Ramo Vita
- Tipi di polizza per il caso Vita: Polizze rivalutabili
- Polizze vita con finalità finanziarie: caratteristiche generali
- Polizze vita con finalità finanziarie: Polizze Unit Linked
- Polizze vita con finalità finanziarie: Index Linked
- Assicurazioni Miste
- Classificazione delle assicurazioni Ramo Vita

DURATA: 16 ore

LE CASSE DI PREVIDENZA E DI ASSISTENZA

- La crisi del sistema previdenziale obbligatorio e le riforme del sistema
- Le casse di Previdenza
- Le fasi di funzionamento del sistema previdenziale
- Il sistema delle prestazioni
- Le casse di previdenziali di categoria

DURATA: 16 ore

POLIZZE PREVIDENZIALI E I FONDI PENSIONE

- Le tipologie dei Fondi pensione della Previdenza
- Gli elementi contrattuali
- La previdenza complementare ad adesione collettiva

- La previdenza complementare ad adesione individuale
- Il decreto legislativo 47/2000 e la revisione fiscale introdotta dal D.LGS.252/2005
- La fiscalità nella fase di contribuzione e nella fase di gestione
- La tassazione della prestazione a scadenza

DURATA: 16 ore

PIANIFICAZIONE SUCCESSORIA E POLIZZE VITA

- La successione a causa di morte: l'eredità e le diverse forme di successione
- La successione legittima e la successione necessaria per i legittimari
- La successione testamentaria
- I diritti degli eredi e gli istituti della collazione, dell'imputazione e della riduzione delle donazioni
- Le polizze vita nelle successioni

DURATA: 4 ore

LA DISCIPLINA SULLA "PRIVACY" - ASPETTI GENERALI E RELATIVI ALL'ATTIVITÀ ASSICURATIVA

- Normativa di riferimento
 - o Dlgs 196/2003 – Il Codice in materia di protezione dei dati personali (c.d. Codice sulla Privacy) come fonte primaria.
- Nuovi adempimenti in materia di privacy:
 - o Misure e accorgimenti prescritti ai titolari dei trattamenti effettuati con strumenti elettronici relativamente alle attribuzioni delle funzioni di amministratore di sistema (Provvedimento del Garante del 27 novembre 2008)
- La trasparenza delle condizioni contrattuali

DURATA: 4 ore

ANTIRICICLAGGIO (REGOLAMENTO ISVAP N. 41 DEL 15 MAGGIO 2012 E D.LGS. N. 231 DEL 21 NOVEMBRE 2007)

- Definizioni di Riciclaggio e Finanziamento al terrorismo
- I destinatari della normativa
- Gli obblighi di adeguata verifica della clientela
- Segnalazione di operazione sospetta
- Sanzioni pecuniarie, penali e amministrative
- Norme relative alle limitazioni all'uso del contante e dei titoli al portatore

DURATA: 4 ore

LA RESPONSABILITÀ DEI PROFESSIONISTI: DALLA FACOLTÀ ALL'OBBLIGO ASSICURATIVO (ATTUAZIONE DEL DECRETO LEGGE N. 138 / 2011 IN MATERIA DI PROFESSIONI REGOLAMENTATE)

- Tipicità della responsabilità civile professionale vs. RC generale
- Introduzione al DL 138/11: novità introdotte
- Caratteristiche generali in essere delle polizze nelle Convenzioni esistenti (avvocati, commercialisti, consulenti del lavoro, operatori della salute, progettisti, ingegneri, architetti e geometri)

DURATA: 8 ore

Le applicazioni amministrative e finanziarie

LA CONTABILITA' AZIENDALE

L'esatta esposizione degli indici e degli altri elementi che compongono la contabilità è fondamentale per formulare correttamente il bilancio. Con questo corso si vogliono illustrare le conoscenze di base e/o rafforzare la comprensione degli strumenti contabili.

CONTENUTI

- Contabilità generale: l'azienda e il suo ambiente, il soggetto giuridico ed economico, principi generali e tenuta della contabilità, le registrazioni
- Il bilancio: i principi di rilevazione, redazione e valutazione, lo stato patrimoniale, il conto economico; la riclassificazione dello stato patrimoniale e del conto economico
- Gli indici finanziari e reddituali
- L'aspetto fiscale: le imposte sul reddito, le imposte indirette e le dichiarazioni fiscali
- L'Imposta sul Valore Aggiunto

DURATA: 24 ore

NOTA: il corso può essere erogato su diversi livelli a seconda delle competenze possedute dai partecipanti

IL CONTROLLO DI GESTIONE

La complessità nella quale si muovono le aziende, richiede una conoscenza approfondita degli strumenti necessari alla comprensione degli aspetti economici e finanziari dell'attività. Questo corso ha l'obiettivo di fornire la metodologia e gli strumenti operativi per impostare un controllo di gestione, legato alla pianificazione strategica dell'organizzazione di riferimento.

CONTENUTI

- Introduzione al controllo di gestione: le finalità e i compiti
- La pianificazione strategica
- Gli strumenti del controllo di gestione: la contabilità generale, il bilancio di esercizio, la contabilità industriale, l'analisi dei costi, la formazione e gli obiettivi del budget, le tipologie di budget, gli indici economici, patrimoniali e finanziari
- Il rendiconto finanziario

DURATA: 32 ore

IL BILANCIO CONSOLIDATO

Per operare al meglio nel mercato, le aziende si stanno rafforzando anche attraverso la creazione di gruppi e diventa necessaria una corretta analisi e interpretazione del bilancio consolidato. Il corso vuole offrire l'occasione di approfondire la conoscenza delle principali problematiche e delle specifiche tecniche di consolidamento.

CONTENUTI

- I gruppi aziendali
- L'obbligo di redazione
- L'area di consolidamento
- I metodi di consolidamento
- I metodi di redazione

DURATA: 24 ore

SAPER LEGGERE E STUDIARE UN BILANCIO (PER I NON ADDETTI)

La capacità di leggere un bilancio è fondamentale per chiunque voglia comprendere il profilo economico e finanziario della propria azienda (o di un potenziale cliente/fornitore) e aumentare le capacità di comunicazione con colleghi/capi sulle conseguenze economiche della gestione. Il corso vuole fornire le nozioni fondamentali per interpretare in modo corretto i più comuni indici di bilancio.

CONTENUTI

- Cenni sul bilancio d'esercizio
- La capacità d'impresa: economica, finanziaria, monetaria
- Dal risultato economico alla cassa generata (cash flow)
- Gli indicatori di redditività e le strutture finanziarie
- Elaborazione di un modello di simulazione a supporto decisionale "What if"

DURATA: 32 ore

GLI ASPETTI FINANZIARI DELL'ATTIVITÀ AZIENDALE

Il cambiamento nelle modalità di erogazione del credito rende più complessa la gestione degli aspetti finanziari dell'attività aziendale. Obiettivo del corso è quello di fornire alle aziende gli strumenti per relazionarsi con il sistema bancario e per analizzare le proprie necessità finanziarie individuando le fonti di finanziamento più adeguate.

CONTENUTI

- La pianificazione finanziaria e le fonti di finanziamento dell'attività più adatte alla tipologia aziendale
- La tesoreria aziendale: obiettivi e funzioni, determinazione dei fabbisogni finanziari
- I rapporti con il sistema bancario
- Criteri di selezione delle banche
- Il pricing delle banche: come influire sulla sua determinazione, condurre le trattative, monitorarlo nel tempo
- Il bilancio strumento di comunicazione verso il sistema bancario
- I principali indici di bilancio usati dalle banche in applicazione di Basilea 2
- Il capitale circolante e la gestione del credito commerciale

DURATA: 32 ore

LA GESTIONE DEL CREDITO COMMERCIALE

Una corretta gestione del credito è fondamentale per valutare l'investimento commerciale, verificarne la fattibilità finanziaria e analizzarne la convenienza economica. Il corso vuole fornire alle aziende gli strumenti necessari per analizzare il credito alla luce dei processi aziendali coinvolti.

CONTENUTI

- L'impostazione di un corretto rapporto cliente/fornitore e gli obiettivi per una procedura di gestione del credito
- La gestione delle informazioni
- Il rischio sistemico e il rischio specifico
- Il fido cliente
- Il reporting, l'ageing, la misurazione delle performances
- Le garanzie implicite nei termini di pagamento e l'assicurazione sul credito

DURATA: 16 ore

NOTA: Il modulo può essere progettato anche per gli agenti di commercio

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARD: I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI

I principi contabili internazionali, introdotti al fine di rendere uniformi le informazioni finanziarie relative alle aziende della Unione Europea, comportano la necessità, per le imprese nazionali, di impostare diversamente il bilancio d'esercizio. L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti le modalità e gli strumenti per adeguarsi a un sistema in continua evoluzione.

CONTENUTI

- L'evoluzione dei principi contabili internazionali
- I principi contabili internazionali: necessità, finalità e impiego
- Confronto fra i principi contabili internazionali e i principi contabili nazionali
- Analisi dei principali principi contabili tipici delle imprese commerciali e di servizi

DURATA: 16 ore

IL CONTROLLO DEI COSTI

Il contesto competitivo in cui si trovano ad operare le imprese rende la capacità di classificare i costi uno degli elementi fondamentali del controllo di gestione. Il corso svilupperà le strategie dei partecipanti nell'identificazione degli strumenti di guida e di controllo più adatti alla propria realtà aziendale.

CONTENUTI

- L'inquadramento gestionale: il soggetto economico; il soggetto giuridico; gli equilibri aziendali; i metodi contabili nella gestione aziendale; la struttura contabile aziendale ed i costi
- La gestione economica: il conto economico; le possibili riclassificazioni del conto economico; il criterio funzionale; il criterio dei costi fissi e variabili; il criterio dei costi diretti ed indiretti; il criterio del valore aggiunto e MOL; gli indici di valutazione globale dei costi
- I sistemi di costo: le tipologie di costo; i centri di costo; i centri di ricavo; il full costing; il direct costing; il sistema dei centri di costo; il sistema dei costi standard; l'A.B.C.
- L'applicazione del sistema dei costi: il quadro aziendale dei costi; la scheda del prodotto; la determinazione flessibile dei prezzi di vendita; prezzi di vendita e listino prezzi

DURATA: 32 ore

LA GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PERSONALE

La gestione del personale ha assunto una connotazione strategica all'interno delle aziende e i mutamenti legislativi e la complessità della materia del lavoro richiedono un aggiornamento costante delle competenze. Il corso vuole fornire una conoscenza teorico/pratica dei più importanti istituti di diritto del lavoro che regolano le diverse forme di rapporto subordinato.

CONTENUTI

- Le fonti del diritto del lavoro
- La contrattazione collettiva
- Lavoro autonomo e subordinato
- Il rapporto di lavoro: tipologie di assunzioni
- Periodo di prova, dimissioni, festività e ferie
- Le assenze dal lavoro
- La cessazione del rapporto di lavoro
- La retribuzione: le diverse forme e gli elementi della retribuzione
- Gli istituti previdenziali e assicurativi
- Le ritenute fiscali

DURATA: 48 ore

I modelli e gli strumenti per migliorare l'organizzazione dell'impresa

LE TECNICHE DI PROJECT MANAGEMENT

La capacità di definire, pianificare e monitorare un progetto è necessaria per aumentare le possibilità di successo e controllare i rischi. Il corso fornirà nuovi strumenti per accrescere l'efficacia del team di lavoro e migliorare i risultati nella gestione dei progetti.

CONTENUTI

- Dagli obiettivi di progetto al piano di dettaglio
- Il gruppo di lavoro per progetti
- Metodi e tecniche del team di lavoro per progetti: la gestione per progetti, le principali tematiche organizzative
- La definizione degli obiettivi e dei parametri di valutazione, le responsabilità, le metodologie di programmazione, i parametri di controllo

DURATA: 32 ore

I CRITERI DI VALUTAZIONE TECNICA ED ECONOMICA DEI SISTEMI ICT

Gli investimenti in ICT rappresentano una fetta sempre maggiore degli investimenti aziendali e, in un contesto economico in costante evoluzione, le decisioni di investimento devono essere accompagnate da una attenta analisi economica, che valuti costi ed efficacia.

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito una panoramica delle modalità di valutazione dei progetti in ambito ICT dal punto di vista economico e tecnico.

CONTENUTI

- La vita economica dei progetti
- La valutazione dei costi
- La decisione di investimento
- La configurazione della soluzione

DURATA: 32 ore

LO START UP PER LE PMI

Per i neo imprenditori è necessario predisporre un business plan che guidi le strategie aziendali in maniera coerente. Il tracciato del percorso formativo è stato studiato per consentire ai neo-imprenditori di stilare un piano operativo che consenta loro di intraprendere la loro idea di business, abbattendo i rischi di insuccesso.

CONTENUTI

- L'autoimprenditorialità
- Gli strumenti per conoscere il mercato di riferimento
- Lo studio di fattibilità: da "business idea" a progetto
- I processi decisionali e di pianificazione strategica
- Come sintetizzare operativamente il progetto imprenditoriale e descrivere l'impresa che si vuole creare (forma societaria, prodotti/servizi offerti)
- Come sviluppare le diverse fasi di redazione di un business plan
- Il piano di marketing
- Il piano del personale
- La fattibilità economico-finanziaria
- L'avvio del progetto

DURATA: 32 ore

LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA

C'è una crescente consapevolezza da parte della collettività che le aziende hanno due tipi di responsabilità: commerciali e sociali. Le prime implicano il perseguimento del successo economico, le seconde comportano un atteggiamento rispettoso delle tematiche sociali. L'obiettivo di questo corso è quello di fornire ai partecipanti le informazioni necessarie per applicare in maniera operativa i principi alla base di un approccio integrato tra performance finanziarie e sociali.

CONTENUTI

- La strategia aziendale: ridefinizione dei valori e della vision
- Il clima: le condizioni di lavoro, le pari opportunità, il dialogo con i sindacati
- La comunicazione: il dialogo con le istituzioni, la catena dei fornitori, ricerca e sviluppo, gli investimenti responsabili
- L'ambiente: i sistemi di gestione ambientale, le azioni anti-inquinamento
- Etica: il commercio leale, la condotta etica, il conflitto d'interesse

DURATA: 24 ore

Gli adempimenti normativi per le aziende

FORMAZIONE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA – RISCHIO BASSO

(ex Accordo Stato-Regioni del 21 dicembre 2011, in applicazione del D. Lgs. n. 81/08)

La formazione dei lavoratori si articola in due moduli distinti: formazione generale (4 ore per tutti i settori) e formazione specifica (4 ore per i lavoratori considerati a rischio basso).

CONTENUTI**FORMAZIONE GENERALE (4 ore)**

- Concetti di rischio e pericolo
- Prevenzione
- Protezione
- Organizzazione della prevenzione aziendale
- Diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali
- Organi di vigilanza, controllo e assistenza

FORMAZIONE SPECIFICA (4 ore)

- Rischi infortuni
- Meccanici generali
- Elettrici generali
- Macchine
- Attrezzature
- Cadute dall'alto
- Rischi da esplosione
- Rischi chimici
- Nebbie, oli, fumi, vapori, polveri
- Etichettatura
- Rischi cancerogeni
- Rischi biologici
- Rischi fisici
- Rumore
- Vibrazione
- Radiazioni
- Microclima e illuminazione
- Videoterminali
- DPI Organizzazione del lavoro
- Ambiente di lavoro
- Stress lavoro correlato
- Movimentazione manuale carichi
- Movimentazione merci
- Segnaletica
- Emergenze
- Le procedure di sicurezza con riferimento al profilo di rischio basso
- Procedure esodo e incendi
- Procedure organizzative per il primo soccorso
- Incidenti e infortuni mancanti
- Altri rischi

DURATA: 8 ore

In conformità con la normativa vigente, il modulo di formazione generale è disponibile anche in modalità e-learning

FORMAZIONE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA – RISCHIO MEDIO

(ex Accordo Stato-Regioni del 21 dicembre 2011, in applicazione del D. Lgs. n. 81/08)

La formazione dei lavoratori si articola in due moduli distinti: formazione generale (4 ore per tutti i settori) e formazione specifica (8 ore per i lavoratori considerati a rischio basso).

CONTENUTI

FORMAZIONE GENERALE (4 ore)

- Concetti di rischio e pericolo
- Prevenzione
- Protezione
- Organizzazione della prevenzione aziendale
- Diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali
- Organi di vigilanza, controllo e assistenza

FORMAZIONE SPECIFICA (8 ore)

- Rischi infortuni
- Meccanici generali
- Elettrici generali
- Macchine
- Attrezzature
- Cadute dall'alto
- Rischi da esplosione
- Rischi chimici
- Nebbie, oli, fumi, vapori, polveri
- Etichettatura
- Rischi cancerogeni
- Rischi biologici
- Rischi fisici
- Rumore
- Vibrazione
- Radiazioni
- Microclima e illuminazione
- Videoterminali
- DPI Organizzazione del lavoro
- Ambiente di lavoro
- Stress lavoro correlato
- Movimentazione manuale carichi
- Movimentazione merci
- Segnaletica
- Emergenze
- Le procedure di sicurezza con riferimento al profilo di rischio basso
- Procedure esodo e incendi
- Procedure organizzative per il primo soccorso
- Incidenti e infortuni mancanti
- Altri rischi

DURATA: 12 ore

In conformità con la normativa vigente, il modulo di formazione generale è disponibile anche in modalità e-learning

LA FORMAZIONE PARTICOLARE AGGIUNTIVA PER IL PREPOSTO PER LA SICUREZZA

(ex Accordo Stato-Regioni del 21 dicembre 2011, in applicazione del D. Lgs. n. 81/08)

Chi ricopre il ruolo di preposto per la sicurezza, in aggiunta alla formazione per i lavoratori, deve partecipare a una formazione particolare, in relazione ai compiti da lui esercitati in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

CONTENUTI

- Principali soggetti del sistema di prevenzione aziendale: compiti, obblighi, responsabilità
- Relazioni tra i vari soggetti interni ed esterni del sistema di prevenzione;
- Definizione e individuazione dei fattori di rischio
- Incidenti e infortuni mancati
- Tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri
- Valutazione dei rischi dell'azienda, con particolare riferimento al contesto in cui il preposto opera
- Individuazione misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione
- Modalità di esercizio della funzione di controllo dell'osservanza da parte dei lavoratori delle disposizioni di legge e aziendali in materia di salute e sicurezza sul lavoro e di uso dei mezzi di protezione collettivi e individuali messi a loro disposizione.

DURATA: 12 ore

In conformità con la normativa vigente, alcuni contenuti della formazione aggiuntiva preposti sono disponibili anche in modalità e-learning

LA FORMAZIONE DEI DIRIGENTI PER LA SICUREZZA

La formazione dei dirigenti sostituisce integralmente quella prevista per i lavoratori ed è strutturata in quattro moduli, come di seguito elencato.

CONTENUTI

MODULO 1 - GIURIDICO - NORMATIVO

- Sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori
- Gli organi di vigilanza e le procedure ispettive
- Soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il d.lgs. N. 81/08: compiti, obblighi, responsabilità e tutela assicurativa
- Delega di funzioni
- La responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa
- La "responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni, anche prive di responsabilità giuridica" ex d.lgs. N. 231/2001, e s.m.i.
- I sistemi di qualificazione delle imprese e la patente a punti in edilizia

MODULO 2 - GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLA SICUREZZA

- Modelli di organizzazione e di gestione della salute e sicurezza sul lavoro (articolo 30, D.Lgs. N.81/08)
- Gestione della documentazione tecnico amministrativa
- Obblighi connessi ai contratti di appalto o d'opera o di somministrazione
- Organizzazione della prevenzione incendi, primo soccorso e gestione delle emergenze
- Modalità di organizzazione e di esercizio della funzione di vigilanza delle attività lavorative e in
- Ordine all'adempimento degli obblighi previsti al comma 3 bis dell'art. 18 del D. Lgs. N. 81/08
- Ruolo del responsabile e degli addetti al servizio di prevenzione e protezione

MODULO 3 - INDIVIDUAZIONE E VALUTAZIONE DEI RISCHI

- Criteri e strumenti per l'individuazione e la valutazione dei rischi
- Il rischio da stress lavoro-correlato
- Il rischio ricollegabile alle differenze di genere, età, alla provenienza da altri paesi e alla tipologia contrattuale
- Il rischio interferenziale e la gestione del rischio nello svolgimento di lavori in appalto
- Le misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione in base ai fattori di rischio
- La considerazione degli infortuni mancati e delle risultanze delle attività di partecipazione dei lavoratori e dei preposti
- I dispositivi di protezione individuale
- La sorveglianza sanitaria

MODULO 4 - COMUNICAZIONE, FORMAZIONE E CONSULTAZIONE DEI LAVORATORI

- Competenze relazionali e consapevolezza del ruolo
- Importanza strategica dell'informazione, della formazione e dell'addestramento quali strumenti di conoscenza della realtà aziendale
- Tecniche di comunicazione
- Lavoro di gruppo e gestione dei conflitti
- Consultazione e partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza
- Natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza

DURATA: 16 ore

In conformità con la normativa vigente, la formazione dirigenti per la sicurezza è disponibile anche in modalità e-learning

AGGIORNAMENTO FORMAZIONE LAVORATORI PER LA SICUREZZA

L'Accordo Stato Regioni prevede per i lavoratori un aggiornamento quinquennale

CONTENUTI

- Il sistema giuridico - normativo
- Qualità e sicurezza
- Sicurezza e professionalità
- Incidenti e infortuni mancati
- I principali rischi

DURATA: 6 ore

In conformità con la normativa vigente, l'aggiornamento lavoratori per la sicurezza è disponibile anche in modalità e-learning

FORMAZIONE PER ADDETTO AL PRIMO SOCCORSO

La principale legge italiana che regola le pratiche del primo soccorso in azienda è il DM 388/2003 – Regolamento recante disposizioni sul pronto soccorso aziendale, che classifica le aziende, ovvero le unità produttive, in tre gruppi (A, B e C), tenuto conto della tipologia di attività svolta, del numero dei lavoratori occupati e dei fattori di rischio. Questo corso è strutturato sulla base degli obiettivi didattici e dei contenuti minimi della formazione dei lavoratori designati al pronto soccorso per le aziende di gruppo B e C

CONTENUTI

MODULO A (4 ore)

- Allertare il sistema di soccorso
- a) Cause e circostanze dell'infortunio (luogo dell'infortunio, numero delle persone coinvolte, stato degli infortunati, ecc.)
- b) comunicare le predette informazioni in maniera chiara e precisa ai Servizi di assistenza sanitaria di emergenza
- Riconoscere un'emergenza sanitaria
- 1) Scena dell'infortunio:
 - a) raccolta delle informazioni
 - b) previsione dei pericoli evidenti e di quelli probabili
- 2) Accertamento delle condizioni psicofisiche del lavoratore infortunato:
 - a) funzioni vitali (polso, pressione, respiro)
 - b) stato di coscienza
 - c) ipotermia ed ipertemia
- 3) Nozioni elementari di anatomia e fisiologia dell'apparato cardiovascolare e respiratorio
- 4) Tecniche di autoprotezione del personale addetto al soccorso.
- Attuare gli interventi di primo soccorso
- 1) Sostenimento delle funzioni vitali:
 - a) posizionamento dell'infortunata e manovre per la pervietà delle prime vie aeree
 - b) respirazione artificiale
 - c) massaggio cardiaco esterno
- 2) Riconoscimento e limiti d'intervento di primo soccorso:
 - a) lipotimia, sincope, shock
 - b) edema polmonare acuto
 - c) crisi asmatica
 - d) dolore acuto stenocardico
 - e) reazioni allergiche
 - f) crisi convulsive
 - g) emorragie esterne post-traumatiche e tamponamento emorragico
- Conoscere i rischi specifici dell'attività svolta

MODULO B (4 ore)

- Acquisire conoscenze generali sui traumi in ambiente di lavoro
 - 1) Cenni di anatomia dello scheletro
 - 2) Lussazioni, fratture e complicanze
 - 3) Traumi e lesioni cranio-encefalici e della colonna vertebrale
 - 4) Traumi e lesioni toraco addominali.
- Acquisire conoscenze generali sulle patologie specifiche in ambiente di lavoro
 - 1) Lesioni da freddo e da calore
 - 2) Lesioni da corrente elettrica

- 3) Lesioni da agenti chimici
- 4) Intossicazioni
- 5) Ferite lacero contuse
- 6) Emorragie esterne

MODULO C (4 ore)

- Acquisire capacità di intervento pratico
 - 1) Principali tecniche di comunicazione con il sistema di emergenza del S.S.N.
 - 2) Principali tecniche di primo soccorso nelle sindromi cerebrali acute
 - 3) Principali tecniche di primo soccorso della sindrome respiratoria acuta

DURATA: 12 ore**CORSO PER ADDETTI ANTINCENDIO IN ATTIVITÀ A RISCHIO DI INCENDIO BASSO**

Il decreto Ministeriale del 10/3/1998, nell'allegato IX definisce che i contenuti minimi dei corsi di formazione per addetti alla prevenzione incendi, lotta antincendio e gestione delle emergenze in caso di incendio, devono essere correlati alla tipologia delle attività ed al livello di rischio di incendio delle stesse, nonché agli specifici compiti affidati ai lavoratori.

Questo corso si rivolge ad aziende e lavoratori con un livello di rischio di incendio basso

CONTENUTI

- L'incendio e la prevenzione (1 ora)
 - o Principi della combustione
 - o Prodotti della combustione
 - o Sostanze estinguenti in relazione al tipo di incendio
 - o Effetti dell'incendio sull'uomo
 - o Divieti e limitazioni di esercizio
 - o Misure comportamentali
- Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio (1 ora)
 - o Principali misure di protezione antincendio
 - o Evacuazione in caso di incendio
 - o Chiamata dei soccorsi
- Esercitazioni pratiche (2 ore).
 - o Presa visione e chiarimenti sugli estintori portatili
 - o Istruzioni sull'uso degli estintori portatili effettuata o avvalendosi di sussidi audiovisivi o tramite dimostrazione pratica.

DURATA: 4 ore**PRIVACY, LA TUTELA DEI DATI (FORMAZIONE PER PERSONALE INCARICATO DEL TRATTAMENTO DEI DATI)**

Il corso è strutturato sulla base delle indicazioni presenti nel D. Lgs. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e si rivolge a tutti coloro che utilizzano informazioni personali di qualsiasi genere e per qualsiasi scopo (i cosiddetti "incaricati del trattamento dei dati personali").

CONTENUTI

- Principi e regole generali per il trattamento dei dati: cosa prevede il D.Lgs 196/03, i provvedimenti successivi
- Profilo dei soggetti coinvolti: Interessato, Incaricato, Responsabile, Titolare

- Adempimenti obbligatori
- Applicazione quotidiana delle misure di sicurezza: quali sono le misure minime da applicare ai trattamenti cartacei e informatici
- Gestione modalità di tutela dell'Interessato ed esercizio dei suoi diritti: come raccogliere e gestire le richieste ex art. 7 che possono essere poste all'azienda
- Quali rischi si corrono nella gestione quotidiana dei dati personali
- Natura, compiti del Garante e apparato sanzionatorio.

DURATA: 4 ore

Il corso può essere personalizzato sulla base del profilo aziendale
E' disponibile anche in modalità e-learning

LA DISCIPLINA DELLA RESPONSABILITÀ DELLE IMPRESE E IL CODICE ETICO (IL DECRETO LEGISLATIVO 231/2001)

Il corso si propone di trasferire ai partecipanti le logiche della struttura del modello ex d.lgs. 231/01 e di informare sulle implicazioni che lo stesso ha sull'organizzazione aziendale. Saranno chiariti inoltre i significati pratici del decreto in modo da definire le attività necessarie e cosa è richiesto all'impresa.

CONTENUTI

- Gli aspetti principali del decreto
- Il modello organizzativo aziendale per il d.lgs 231/01
- Il codice etico in azienda e gli strumenti da adottare
- Il meccanismo di individuazione delle attività a rischio per l'impresa
- L'attività di mappatura delle attività e il process mapping
- L'organismo di vigilanza: ruolo e responsabilità all'interno del modello organizzativo

DURATA: 16 ore

Le applicazioni informatiche

IL PACCHETTO OFFICE (livello base/avanzato)

L'avvento delle tecnologie ha modificato profondamente i processi di lavoro; in particolare, i moderni pacchetti applicativi hanno influenzato il modo di trattare le informazioni e di elaborare i dati. L'obiettivo del corso è duplice: da un lato far sì che chi non ha mai usato il computer abbia modo di apprezzarne le potenzialità; dall'altro migliorare le competenze di coloro che già utilizzano il Pacchetto Office così da rendere ancora più agevole ed efficace la gestione dell'attività.

CONTENUTI

- Le componenti e le funzionalità di base del computer e del sistema operativo Windows
- La creazione e la modifica di testi e tabelle con Word
- La creazione di tabelle e grafici con Excel
- La gestione di dati con Excel e Access
- La realizzazione di presentazioni con Power Point

DURATA: 32 ore

LA GESTIONE DEI DATI CON EXCEL (livello base/avanzato)

La conoscenza del foglio di calcolo Excel è necessaria per chi si trova a organizzare dati ed elenchi. Obiettivo di questo corso è fornire ai partecipanti le nozioni per produrre un foglio di gestione dati utilizzando costanti, espressioni e funzioni di base (sia aritmetiche che logiche) e per rappresentare in forma grafica i dati contenuti nel foglio.

CONTENUTI

- Il foglio di calcolo e le principali procedure operative
- La creazione e l'utilizzo delle formule e delle funzioni
- La gestione degli elenchi (il filtro) e delle protezioni
- I grafici
- L'utilizzo di Excel come database

DURATA: 16 ore

GLI ELEMENTI DI PROGRAMMAZIONE IN EXCEL: MACRO E VISUAL BASIC

Per chi ha una conoscenza approfondita dell'utilizzo di Excel e vuole avvicinarsi alla programmazione, il corso fornirà le competenze per adattare alle proprie esigenze macro già esistenti oppure creare macro ad hoc.

CONTENUTI

- Gli oggetti: cosa sono e come si usano
- Esempi di progettazione di un oggetto base
- Introduzione alla programmazione: le strutture fondamentali (variabili, if, cicli, etc etc...)
- Le macro in Excel
- Confronto tra scrittura autonoma e registrazione di macro
- Esempi completi di progettazione: dal problema alla stesura del programma VBA

DURATA: 16 ore

LA GESTIONE DEI DATABASE CON ACCESS (livello base/avanzato)

Microsoft Access consente di gestire dei database relazionali in ambiente Windows e dispone di strumenti per la ricerca, l'organizzazione e la visualizzazione dei dati. Con questo corso si vuole fornire ai partecipanti le nozioni per sviluppare una semplice base dati, per estrarre informazioni da basi già esistenti e generare i relativi rapporti.

CONTENUTI

- La definizione di database
- La relazione tra le tabelle
- Gli strumenti di Access
- Le autocomposizioni, come adattare un modello
- Creazione e sperimentazione di un database non relazionale e relazionale
- Le macro

DURATA: 24 ore

IL WEB PER COMUNICARE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Gran parte delle comunicazioni con gli enti pubblici (ma anche con gli istituti di credito) si svolge ormai attraverso gli strumenti digitali, velocizzando i tempi e limitando i costi.

E' però necessario sapere quali strumenti utilizzare e quale grado di sicurezza ci garantiscono.

CONTENUTI

- WEB e WWW
- I motori di ricerca
- Web 2.0
- La mail (domini, programmi, Netiquette, spam e il phishing, gestione degli allegati)
- La Posta Elettronica Certificata
- La firma digitale
- La compressione dei dati e dei file
- La gestione dei siti (es. INPS, INAIL, Agenzia entrate e CCIAA)
- Il mondo degli Smartphone e dei tablet

DURATA: 8 ore

Gli strumenti dell'ICT

I SOFTWARE PER CREARE E GESTIRE IL PROPRIO SITO

La rete è sempre più affollata e, per distinguersi, è necessario che le aziende personalizzino il proprio sito sulla base dei prodotti/servizi offerti. L'obiettivo di questo corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti per progettare e gestire un sito web tenendo conto sia della componente tecnica che del rapporto costi-benefici.

CONTENUTI

- A cosa mi serve? Le dieci domande da porsi prima di intraprendere l'investimento della creazione di un sito web
- Panoramica sulle necessità tecniche e organizzative che presuppongono allo sviluppo del sito: dalla struttura informatica aziendale alla scelta del servizio di connessione
- Gli aspetti della progettazione: come organizzare l'architettura dei contenuti in relazione alle proprie necessità e alle risorse disponibili
- Le tecnologie disponibili per la gestione e lo sviluppo: le scelte necessarie per realizzare un progetto in autonomia e con il minimo intervento esterno
- Organizzare il team di lavoro: definizione delle figure professionali e allocazione di risorse per il progetto web
- L'impatto del web in azienda: i cambiamenti di consuetudini e modalità lavorative nell'ufficio che comporta l'uso di internet per la comunicazione del sito

DURATA: 32 ore

LA GESTIONE DI UNA RETE AZIENDALE (PER NON ADDETTI)

La diffusione delle reti aziendali impone alle aziende di attrezzarsi con competenze adeguate per la gestione della rete stessa. Spesso però si tratta di aziende la cui dimensione non consente la presenza costante di una professionalità specificatamente formata preposta a tale funzione. Con questo corso si vogliono fornire, anche a personale non tecnico, gli strumenti per gestire la rete aziendale risolvendo i problemi più comuni e le eventuali emergenze.

CONTENUTI

- Concetti base del Networking
- I protocolli di rete e le reti Client/Server
- Utilizzo di Windows 2000 Server
- Le MMC (Microsoft Management Consol)
- La definizione degli utenti e la gestione dei permessi
- La gestione dei dischi fissi
- Le procedure di Backup
- La risoluzione dei problemi di rete
- La creazione di un Web Server
- La creazione di un File Server
- La creazione di un Server di stampa
- La messa in sicurezza di un server (Hardening)
- Monitoraggio delle risorse e del server
- I Server Linux
- Installazione di una distribuzione
- L'aggiornamento dei pacchetti
- Un server web con Linux
- La creazione di server file Linux in reti Microsoft (Samba)

- I principali comandi per conoscere e gestire il sistema Linux

DURATA: 32 ore

PREREQUISITI: conoscenze informatiche di base

LE STRATEGIE DI SICUREZZA PER LAVORARE IN RETE (NETWORK SECURITY)

La diffusione sempre maggiore delle reti ICT da un lato facilita il passaggio di dati e informazioni, dall'altro rende le aziende più vulnerabili dal punto di vista informatico. Investire in soluzioni e servizi di security significa razionalizzare i processi associati all'impiego del patrimonio informativo aziendale per poter pianificare in sicurezza la propria crescita e gestire i rischi che potrebbero minare gli asset dell'azienda.

Il modulo affronta i rischi della sicurezza in rete, dall'autenticazione tramite password ai pericoli di hacking e cracking. Inoltre analizzerà gli strumenti per "rinforzare" la sicurezza Internet e affronterà i principali rischi di sicurezza per un client in rete suggerendo le contromisure necessarie ad affrontare tali criticità.

CONTENUTI

- Internet Management Security
- Sicurezza degli accessi
- Connessioni sicure
- Principali fattori di rischio della navigazione in Internet
- Firewall
- Fondamenti di IP security e crittografia
- La sicurezza nelle reti Wireless

DURATA: 40 ore

IL SISTEMA OPERATIVO UNIX

Obiettivo del corso è quello di introdurre i partecipanti alle caratteristiche e funzionalità del sistema operativo Unix

CONTENUTI

- Introduzione: struttura a livelli, accesso, user e group, comandi
- Shell: streams, ambiente, variabili di ambiente, configurazione, help, sintassi dei comandi, uso della shell
- File system: attributi e permessi, file speciali, organizzazione di un file system tipico, comandi
- Processi: gestione, comandi
- Utilities: introduzione, elaborazione testi, archiving
- Scripting: introduzione, macro espansione, variabili, strutture di controllo

DURATA: 32 ore

IL SISTEMA OPERATIVO LINUX

Linux è un sistema operativo gratuito che può essere utilizzato sia come server (quindi per aziende che hanno siti web, posta elettronica aziendale, file server) che client (con prodotti simili a MS Office). L'obiettivo di questo corso è introdurre i partecipanti a questo sistema operativo.

CONTENUTI

- Confronto tra Linux e Windows: web server; mail server; dns; dhcp
- La condivisione dei file tra Linux e Windows con Samba
- Webmin
- Swat per Samba
- La Linux Box e l'utilizzo di prodotti open source per l'office automation

DURATA: 32 ore**L'UTILIZZO DEL SOFTWARE DI PROJECT MANAGEMENT**

Le moderne modalità di organizzazione del lavoro prevedono frequentemente una gestione “per progetti”. Affinché tale scelta si riveli vincente è necessario che le attività siano costantemente monitorate e “messe in comune”. Obiettivo del corso è quello di fornire alle aziende le competenze per semplificare la pianificazione dei progetti attraverso uno strumento informatico (il Project Management) che consente la gestione centralizzata delle risorse e l'utilizzo di funzionalità avanzate di reporting.

CONTENUTI

- Introduzione al Project Management
- Strutture e componenti del PM
- Pianificazione e calendario del progetto
- Le attività e l'assegnazione delle risorse
- Monitoraggio e controllo: le linee d'avanzamento e il reporting

DURATA: 40 ore**INTRODUZIONE ALLA CERTIFICAZIONE PMP**

PMP è l'acronimo di Project Management Professional e si tratta di una certificazione specifica per l'Information Technology, rilasciata dal Project Management Institute (PMI), l'associazione di categoria più autorevole nel campo del Project Management, con base negli USA ma operativa in tutto il mondo. Per chi si occupa di progetti, essere certificati significa garantire la conoscenza di un metodo di lavoro formale di progetto che sempre più spesso è requisito per l'assegnazione di incarichi complessi.

Obiettivo di questo modulo è far acquisire i contenuti dello standard PMBOK®, descrivendo le aree di conoscenza ed i processi di Project Management.

I partecipanti avranno anche l'opportunità di prepararsi a sostenere l'esame PMP che rappresenta una certificazione di livello internazionale.

CONTENUTI

- Framework di Project Management
- Standard di Project Management
- Gestione dell'Integrazione di progetto
- Gestione dell'ambito del progetto
- Gestione dei tempi di progetto
- Gestione dei costi di progetto
- Gestione della qualità di progetto

- Gestione delle risorse umane di progetto
- Gestione della comunicazione di progetto
- Gestione dei rischi di progetto
- Gestione degli approvvigionamenti di progetto
- Gestione degli Stakeholder di progetto
- Simulazione del test di certificazione

DURATA: 32 ore

LA FILOSOFIA ITIL PER L'OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI IT (disponibile anche in modalità e-learning con esempio di prova d'esame)

L'ITIL è una best practice per la gestione dei processi aziendali riguardanti l'erogazione e il mantenimento dei servizi IT nell'ambito della propria realtà aziendale.

Obiettivo del corso è l'acquisizione delle conoscenze per le procedure da prevedere durante la realizzazione di un progetto informatico se si vuole che il progetto stesso sia in linea con le procedure ITIL.

Il corso potrà anche essere propedeutica alla certificazione ITIL V3 Foundation, che rappresenta nell'ambito specifico un punto di riferimento condiviso a livello internazionale.

CONTENUTI

- Finalità, obiettivi, concetti base, la libreria, schema di certificazione, modalità esame, terminologia ITSM
- Le fasi del Service Strategy, Demand Management, Service Portfolio
- Le fasi del Service Design, Aspetti della progettazione, Sourcing, Information Security Mgt., Service Catalog MGT., Supplier Mgt.
- Le fasi del Service Transition, Service Asset e Configuration Mgt., Change Mgt., Release e Deploy Mgt
- Le fasi del Service Operation, Service Desk, Request Fullfillment, Access Mgt., Incident Mgt., Problem Mgt., Event Mgt., Application Mgt., Technical Mgt., IT Operation Mgt.
- Le fasi del Continual Service Improvement, le misure, l'attuazione del miglioramento

DURATA: 24 ore

SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER ANDROID

Il corso si rivolge a coloro che vogliono sviluppare le competenze nel settore delle applicazioni per dispositivi mobili e formarsi come programmatori di applicazioni Android.

I partecipanti acquisiranno le competenze necessarie a progettare, sviluppare, distribuire e mantenere applicazioni su dispositivi mobile orientandosi sia verso l'utenza finale che integrandosi in sistemi aziendali.

CONTENUTI

- Introduzione alla piattaforma Android
- I componenti architetturali: dal Linux Kernel al Framework Java
- Interazione tra processi Android
- Ambiente di sviluppo : Eclipse, ADK e Emulatori
- Componenti di una applicazione Android
- Ciclo di vita di una applicazione
- Priorità e transizioni di stato del processo

- Utilizzo delle risorse in una applicazione
- Layouts, Stili e Temi
- Gestione degli eventi in una applicazione
- Le Activity
- Ciclo di vita di una Activity
- Creazione di Custom Views
- Risorse Drawable e risoluzione dello schermo
- Creazione dei menu
- I Context menu
- Intents: definizione e utilizzo
- Intents per lanciare le Activity
- Implicit e Explicit Intents
- Pending Intents
- Adapters: funzionalità
- Adapters per il Data Binding
- Dialogs
- Preferences Activity
- Salvataggio dello stato dell'applicazione
- Databases in Android: SQLite
- Cursori e Content Values
- Operazioni CRUD con SQLite
- Content Providers: Funzionamento e utilizzo
- I Content Providers Nativi
- Geolocalizzazione e Mappe
- Map-Based Activities
- Eventi relativi alla geolocalizzazione
- Servizi in Android
- Ciclo di vita di un servizio
- I Binders
- Background Threads
- Toasts e Notifications
- Utilizzo e consumo di Web Services
- Odata Services

DURATA:40 ore

SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER IPHONE/IPAD

Il percorso si rivolge a coloro che vogliono sviluppare competenze nel settore delle applicazioni per dispositivi mobili e formarsi come programmatori di applicazioni iPhone/iPad.

CONTENUTI

- Scenari di progettazione e Design Pattern: da dove partire
- La realizzazione di una webapp con HTML5 e CSS3
- SDK per la realizzazione, traduzione e riutilizzo su diverse piattaforme (Android) di Applicazioni IOS
- Realizzazione di piccole applicazioni Da script pre-esistenti
- Xcode
- Cosa è Objective C
- iPhone simulator

- Interface builder
- Progettare un'applicazione per Iphone
- Fondamenti di Cocoa su OS X
- Usare tools di debugging e testing (iphone simulator)
- iOS Overview
- Tools for iOS Development
- Learning Objective-C
- The Development Environment
- Platform SDKs
- Overview of Development Workflows
- The Application Life Cycle
- Xcode
- Interface Builder
- The iOS Simulator
- Performance Applications and Tools
- Cocoa Frameworks
- UIKit
- Adding Behavior to a Cocoa Program
- Using a Cocoa Framework
- Inheriting From a Cocoa Class
- Basic Subclass Design
- Multithreaded Cocoa Programs
- Multitasking
- Communicating With Objects
- Communication in Object-Oriented Programs
- Outlets
- Delegates and Data Sources
- The Target-Action Mechanism
- Bindings
- Notification
- Ownership of Delegates, Observers and Targets
- The Event-Handling System
- The Graphics and Drawing System
- The Text System
- Audio and Video Support

DURATA:48 ore

SVILUPPATORE DI APPLICAZIONI PER WINDOWS PHONE 8

Windows Phone 8 è una nuova piattaforma che punta verso le moderne interfacce touch ed offre un nuovo paradigma in chiave di usabilità. Il percorso si rivolge a professionisti che vogliono sviluppare competenze nel settore delle applicazioni per dispositivi mobili e formarsi come programmatori di applicazioni per Windows Phone 8.

CONTENUTI

- Visual Studio 2012 e primo progetto WP8
- XAML: principi e binding
- Navigazione e controlli

- Controllo Pivot e Panorama
- Ciclo di vita della applicazioni
- Tiles & lockscreen
- Servizi in background
- Accesso ai dispositivi, ai sensori e NFC
- Launchers e Choosers per integrarsi alle funzioni del dispositivo
- App-to-App communication
- Accesso ai dati con SQL CE
- Speech API
- Lo store e l'in-app purchase

DURATA:40 ore

WEB DESIGNER HTML5 & CSS3

Il corso si rivolge a tutti coloro che vogliono imparare a realizzare siti web e a curare la grafica per il web.

Ci si focalizzerà sui linguaggi HTML5 e CSS3, affrontando le tematiche inerenti la progettazione, la realizzazione grafica ed il montaggio con attenzione agli aspetti comunicativi e tecnologici.

CONTENUTI

- Criteri di sviluppo mirati all'estetica della pagina
- Creazione di un sito web in locale
- Creazione di un sito web su Internet
- AJAX
- Introduzione a jQuery
- Galleries tipo colorbox o lightbox
- Script
- Introduzione a Javascript
- JQuery
- Mootols e Scriptaculous
- Realizzazione di siti web, pagine, animazioni
- Programmazione HTML 5
- HTML5 Forms
- Design e presentazione CSS3

DURATA:48 ore

WEB DESIGNER PHP & MYSQL

Obiettivo del modulo è imparare a utilizzare i diversi strumenti per la realizzazione di un sito web dinamico in ambiente Php/MySQL. Verranno fornite informazioni pratiche relative all'uso, alle proprietà e alle caratteristiche fondamentali del linguaggio PHP.

Alla fine del modulo i partecipanti saranno in grado di progettare e sviluppare autonomamente applicazioni web complesse e pacchetti web completi per la gestione di ogni tipo di contenuto.

CONTENUTI

- Siti statici e siti dinamici
- Installazione configurazione server per siti dinamici

- Framework
- Variabili di linguaggio
- Interazioni con Database MySQL
- Lamp
- Linux
- Apache
- MySQL
- Php

DURATA:48 ore

SVILUPPATORE WEB ASP.NET

Il corso si rivolge a coloro che già conoscono il linguaggio HTML e intendono utilizzare le ultime tecnologie di sviluppo per il web di Microsoft per la creazione di siti dinamici.

CONTENUTI

- Introduzione Il pattern MVC
- Dietro le quinte: Asp.Net routing
- Il ruolo del Controller
- Il ruolo delle Views
- Il ruolo del Model
- I templates Security Businesss rules e dataannotations: attributi per decorare le entità
- Il design pattern repository
- Panoramica di Design Web Application
- Progettazione di una Web Application
- Lo sviluppo di modelli MVC
- Sviluppo Controller MVC
- Sviluppo Viste MVC
- Progettare per Discoverability
- Scrittura di codice lato server per Web Form
- Ottimizzare la gestione dei dati per Web Form
- Garantire la qualità di debug, unit testing e re factoring
- Protezione di un'applicazione Web
- Applicazione di pagine master e CSS
- Sviluppo di script lato client e servizi
- Implementazione avanzata AJAX in un'applicazione Web
- Distribuzione di un'applicazione Web
- Sviluppo di un'applicazione Web mediante l'utilizzo di Silverlight

DURATA:40 ore

Le lingue straniere

LINGUA INGLESE (livello base/intermedio/avanzato)

Le aziende del terziario assumono sempre più una dimensione internazionale, sia in termini di localizzazione del mercato, sia per provenienza dei fornitori, sia, infine, perché hanno legami organizzativi e statutari con sedi collocate al di fuori del territorio nazionale. Obiettivo di questo corso è quello di consolidare nei partecipanti le competenze per comunicare con i clienti e i colleghi stranieri.

CONTENUTI

- I modi per salutare e presentarsi
- Il contatto con il cliente; come porre domande e rispondere
- Lo scambio di informazioni telefoniche
- Le lettere commerciali
- Le e-mail
- Preparare una presentazione in inglese

DURATA: 32 ore

BUSINESS ENGLISH

L'esigenza da parte delle aziende di competere a livello internazionale porta alla necessità di trovare un linguaggio comune per gli affari. Il corso vuole fornire, a chi già conosce la lingua inglese, la terminologia specifica per esprimersi in maniera corretta e appropriata all'interno del proprio contesto lavorativo.

CONTENUTI

- Dare informazioni su se stessi e sulla propria azienda
- Descrivere i doveri e le responsabilità del proprio ruolo
- Partecipare a un colloquio di selezione
- Partecipare a una riunione
- Interpretare e descrivere dati e grafici

DURATA: 32 ore

LINGUA FRANCESE (livello base/intermedio/avanzato)

Le aziende del terziario assumono sempre più una dimensione internazionale, sia in termini di localizzazione del mercato, sia per provenienza dei fornitori, sia, infine, perché hanno legami organizzativi e statutari con sedi collocate al di fuori del territorio nazionale. Obiettivo di questo corso è quello di consolidare nei partecipanti le competenze per comunicare con i clienti e i colleghi stranieri.

CONTENUTI

- I modi per salutare e presentarsi
- Il contatto con il cliente; come porre domande e rispondere
- Lo scambio di informazioni telefoniche
- Le lettere commerciali
- Le e-mail
- Preparare una presentazione in francese

DURATA: 32 ore

FRANCESE COMMERCIALE

L'esigenza da parte delle aziende di competere a livello internazionale porta alla necessità di trovare un linguaggio comune per gli affari. Il corso vuole fornire, a chi già conosce la lingua francese, la terminologia specifica per esprimersi in maniera corretta e appropriata all'interno del proprio contesto lavorativo.

CONTENUTI

- Dare informazioni su se stessi e sulla propria azienda
- Descrivere i doveri e le responsabilità del proprio ruolo
- Partecipare a un colloquio di selezione
- Partecipare a una riunione
- Interpretare e descrivere dati e grafici

DURATA: 32 ore

CINESE DI BASE

E' opinione comune che il cinese sia una delle lingue più difficili al mondo, ma la gran parte della difficoltà sta nella differenza di approccio tra le lingue fonetiche, a cui siamo abituati, e quelle ideografiche quale è il cinese.

Con questo corso si vuole insegnare il corretto metodo di studio per avvicinare i partecipanti a una delle lingue più parlate al mondo

CONTENUTI

- Evoluzione del percorso della lingua cinese
- Il progresso della letteratura
- L'arte della calligrafia
- Acquisizione dei fondamenti della fonetica e dei principi di scrittura dei caratteri cinesi
- Espressioni di uso comune.
- Dialoghi semplici e del business
- La lettura dei numeri in diversi casi
- Approfondimento della pronuncia e della scrittura
- Grammatica: frase semplice (predicato verbale, aggettivale e nominale)
- Costruzione delle frasi
- Le tipologie di frasi interrogative: semplice, mediante ripetizione, con il ricorso a sostituti interrogativi
- Pratica di conversazione
- Grammatica: uso dei verbi 是, 有, 在.
- La particella strutturale di determinazione 的 e la particella modale di fine frase 了 La lettura dei numeri in diversi casi
- Le modalità di uso di gruppi preposizionali
- Uso del dizionario e scrittura dei caratteri al PC

DURATA: 32 ore

NOTA: su richiesta possono essere erogati corsi anche in altre lingue (es. spagnolo, tedesco, ecc)

Formazione in lingua inglese

PUBLIC SPEAKING

This workshop is intended for all those participants who wish to master the craft of public presentation. The goal of the workshop is to supply participants with a true and proper “English mind set”. Every person will be given a personalised feed-back and individual development plans, according to the style and needs.

CONTENUTI

- Effectiveness of presentation
- Use of language
- Rhythm/timing
- Ability to improvise/break away from audio-visual material
- Managing critical situations (interruptions, breakdowns, negative audience...)
- Congruence between verbal and non verbal communication
- Use of metaphorical/effective style vs. Technical jargon
- Body language – energy and style
- Use of language – from repetitive forms to powerful structures – style, idiomatic forms, personalization, adaptation
- Introducing effectiveness by means of visual metaphors, non-technical similitudes...
- Empowering the awareness of body language (proxemics, energy, rhythm, use of audience, use of eye-contact...)
- Monitoring of common linguistic traps (false friends, avoiding repetitions, use of a more sophisticated and “english” approach
- Understanding the keys of english language presentations – from narrative/explicative to visual and energetical “straight to the point” effectiveness

DURATA: 16 ore

DIVERSITY MANAGEMENT FOR EFFECTIVE COMMUNICATION

This workshop focuses on the 4 main communication/behavior which define a set of patterns of action and relationship with our environment. These styles help us to define how individuals perceive problems and what strategies are used to find solutions. Performing teams require diversity and diversity needs to be defined and integrated. This workshop will explore and re-define our personality styles in order to acquire the knowledge that differences of action or perception are part of what working together is about.

There are four main behaviour and communication styles – “dominant pattern”, “creative pattern”, “emotional pattern” and “logical pattern” - which can be defined either through description or by non-verbal parameters, allowing adaptation and fine-tuning to one's interlocutor.

CONTENUTI

- Define different forms of conflict
- Understand effective body language and personality types
- Refine communication and listening techniques
- Choose the best management conflict style
- Learn to "read", through observation and parameters, what people say and feel (non-verbal channels and communicational intention)
- Resolve conflicts by refining their interpersonal skills (attending, mirroring, focused questions)

DURATA: 8 ore

CLIENT RELATIONSHIP: HOW TO BUILD A LASTING BOND

The optimum effective of managing clients and building lasting relationships is an ongoing exercise that requires hard work.

The goal of the meeting is to provide guidelines for learning the best way to manage the relationship with the client.

CONTENUTI

- Developing a rapport with your clients
- Considering the importance of Cultural Awareness
- Establishing a bond of trust with clients
- Learning your clients' businesses
- Learning to Listen in a foreign language
- Paying attention to the needs of your clients
- Emphasizing benefits from your relationship with the client
- Showing that you are a problem solver!

DURATA: 8 ore

NEGOTIATION SKILLS

Negotiation is a way of getting what you want in situations where you and the other side have some interests that are shared and others that opposed.

Negotiation takes place whenever two people, or groups of people, who hold different views, meet to reach agreement.

Negotiation is not about one side winning or losing, but about removing the differences that exist between two parties so that at the end of the process both sides are happy in an ideal world.

CONTENUTI

- Defining negotiation skills: the 10 rules of skilled negotiators.
- How to set an initial negotiation for short-term results.
- The 3 steps of negotiation: initial position, fallback position and how to find common ground.
- The BATNA: developing your Best Alternative To Negotiated Agreement.
- Preparing for negotiation: establishing specific objectives, assessing your negotiating power, preparing to negotiate, negotiation.
- What is a wise agreement: the Harvard negotiation method for win/win solutions.
- The negotiation meeting: a 4 phase model.
- Approaches used and avoided by the skilled negotiator.
- Negotiation and communication: what type of communicator are you?
- Body language in negotiation.

DURATA: 8 ore