



Perform
UNINDUSTRIA PERFORM

Catalogo Formativo

Indice dei corsi del catalogo Avviso 2/2022

Sommario

AMBITO A	4
1. A.3 – Italiano per stranieri	4
AMBITO B	6
2. B.2 - Elementi di statistica	6
3. B.3 – Tecniche di raccolta dati processo/prodotto	8
4. B.3 – Strumenti per il controllo statistico di processo	10
AMBITO C	12
5. C.2 – Problem Solving Creativo	12
6. C.4 – Strategie e tecniche di decision making	14
7. C.4 – Problem Solving & Design Thinking.....	15
8. C.5 - Tecniche per il miglioramento continuo	17
9. C.5 - Self efficacy: realizzare gli obiettivi migliorando.....	19
10. C.5 - Self empowerment: come valorizzare il proprio potenziale	21
11. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: L'IDENTITÀ PERSONALE E AZIENDALE.....	23
12. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: INCLUSIVITÀ	25
13. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: LA NEGOZIAZIONE COLLABORATIVA.....	27
14. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: PENSIERO CREATIVO	29
15. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: I TALENTI	31
16. C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: WELLBEING	33
17. C.7 - Time management: definire e ottimizzare i tempi.....	35
AMBITO D	37
18. D.1 - Tecniche di design thinking.....	37
19. D.2 - Comunicazione interpersonale	40
20. D.3 – Gestione dei conflitti	41
AMBITO F	44
21. F.1/2/3 - Corso di inglese (con cert.)	44
22. F.1/2/3 - Corso di francese (con cert.).....	46
23. F.1/2/3 - Corso di spagnolo (con certificazione delle competenze).....	47
24. F.1/2/3 - Inglese base	48
25. F.1/2/3 - Francese base	49
26. F.1/2/3 – Spagnolo base.....	50
27. F.1/2/3 – Business English (con certificazione delle competenze)	51

28. F.1/2/3 – Business English – Base.....	52
AMBITO G	53
29. G.1.1. – Basi per operare: dal computer a internet	53
30. G.1 – ECDL FULL STANDARD	55
31. G.1.3 - Software gestionali e applicativi	58
32. G.1.3 - Excel: funzioni automatizzate	59
33. G.1.3 - Power point e presentazioni efficaci	60
34. G.1.3 - Il Cloud Computing	61
35. G.1.3 - Excel	64
36. G.2.2 – Il presidio del web 2.0	65
37. G.2 Sistemi cloud: gestione e utilizzo	68
38. G.3.1 Comunicazione virtuale e web marketing	69
39. G.3.1 Digitalizzazione e dematerializzazione dei processi	70
40. G.4.2 Gestione dell’informazione e Digital Security Basics	71
41. G.4.2 Messaggistica, social media e privacy.....	72
42. G.5.3 Controllo di gestione e reporting con Excel: l’analisi del bilancio per misurare la salute dell’azienda.....	73
AMBITO H	74
43. H.1.1/H.1.2./H.1.4 - Strategie di marketing	74
44. H.1.1/H.2.4 - Innovazione e gestione delle reti commerciali.....	77
45. H.1.5 – Management per la sostenibilità aziendale	80
46. H.2.5 – Team management	81
47. H.2.5 - Il nuovo capo: manager, leader, coach.....	84
48. H.2.5 - Tecniche di vendita consulenziale e relazionale	86
49. H.3 – Project management.....	88
50. H.3.2 - Change management: la gestione del cambiamento organizzativo.....	90
51. H.3.3 – Risk management.....	92
52. H.1.1/H.1.2./H.1.4/ E.3 Strategie di marketing	94

AMBITO A

A.3 – Italiano per stranieri

Codice corso	A.3
Titolo corso	Italiano per stranieri
Durata corso	40 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti le competenze linguistiche di base per interagire in situazioni di vita quotidiana e professionale, rendendoli autonomi nell'impiego della lingua italiana in contesti diversi. Destinato a coloro che hanno una conoscenza elementare dell'italiano, il corso prevede il trasferimento di un bagaglio essenziale di conoscenze grammaticali (fonetiche, morfologiche, sintattiche) e di un repertorio lessicale di base per un'efficace comunicazione interpersonale, anche di carattere professionale.</p> <p>Contenuti del corso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica italiana (utilizzo dei verbi servili e modali; verbi impersonali; tempi verbali; aggettivi e pronomi; preposizioni semplici e articolate; strutture sintattiche comuni); - Lessico relativo a specifici ambiti (date, orari e spazi; mestieri e professioni; il mondo del lavoro; ruoli interni all'azienda); - Comprendere e utilizzare espressioni e locuzioni di uso frequente in ambiti di immediata rilevanza; - Comunicare le attività di routine in cui si è impegnati, in ambito privato e professionale; - Descrivere, in forma orale o scritta, il proprio background culturale, l'ambiente, la propria esperienza personale e professionale, l'azienda in cui si lavora e i servizi/prodotti offerti; - Comprendere testi di argomento riguardante il proprio campo professionale; - Produrre un testo scritto chiaro e dettagliato su un aspetto del proprio lavoro; - Interagire con scioltezza e spontaneità con un italiano madrelingua.

	I docenti saranno qualificati con esperienza quinquennale nell'insegnamento della lingua italiana a discenti non italiani.
destinatari	Il corso è destinato a tutti i dipendenti non italiani che vogliono migliorare la loro conoscenza della lingua italiana. Il numero minimo di partecipanti è di 4 persone e il numero massimo è di 10 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni e simulazioni di situazioni di vita quotidiana.
Tipo di certificazione	Altro (Attestazione rafforzata)
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale in cui verrà valutato l'avvenuto apprendimento da parte dei partecipanti.
Modalità formative	Aula 40 h
Tematiche formative	Lingue

AMBITO B

B.2 - Elementi di statistica

Codice corso	B.2
Titolo corso	Elementi di statistica
Durata corso	32 ore
Descrizione del corso	<p>Trasferendo concetti teorici di base, ma soprattutto nozioni logiche, l'obiettivo del corso è quello di conferire ai partecipanti una metodica di approccio quantitativo orientato soprattutto alla gestione aziendale.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calcolo delle probabilità: concezioni probabilistiche, probabilità sugli eventi, variabili aleatorie e distribuzioni di probabilità, distribuzioni notevoli. - Inferenza statistica: la logica del campionamento probabilistico. Statistiche campionarie. Stima puntuale. Approccio analogico alla stima puntuale. Media e varianza campionaria, loro distribuzione per campioni finiti e distribuzione asintotica. Stimatori di massima verosimiglianza. Proprietà degli stimatori. - Stima intervallare: concetto di confidenza, intervalli di confidenza, casi particolari sulla media e la varianza. - Verifica di ipotesi: ipotesi nulla e alternativa, ipotesi semplici e composte, parametriche e non parametriche, errori di prima e seconda specie. Il concetto di statistica test. La significatività e la potenza del test. Test sulla media e varianza, sulla differenza tra medie, test di indipendenza. Test del rapporto di verosimiglianza. <p>Al termine del corso gli studenti acquisiranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concetti teorici di base e terminologia di riferimento - Strumenti per raccogliere, elaborare, interpretare e comunicare dati tramite semplici report.

	I docenti del corso saranno principalmente docenti universitari o professionisti provenienti dal mondo del lavoro in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza almeno quinquennale.
destinatari	Il corso è rivolto a coloro che vogliono acquisire nozioni base di statistica Minimo 4 partecipanti – massimo 15
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni <p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli ed interpretarli. Le esercitazioni permetteranno ai partecipanti di applicare quanto appreso</p>
Tipo di certificazione	Altro – attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla. Successivamente il docente provvederà a commissionare project work ed esercitazioni a fine di ciascun modulo quale verifica degli apprendimenti acquisiti.</p> <p>Un test finale, compreso di prova pratica, concluderà il percorso.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Qualità/Contabilità e finanza?

B.3 – Tecniche di raccolta dati processo/prodotto

Codice corso	B.3
Titolo corso	Tecniche di raccolta dati processo/prodotto
Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>L'obiettivo del corso è quello di sviluppare nei partecipanti le competenze necessarie per raccogliere dati in modo strutturato sui processi/prodotti produttivi e trasformarli in informazioni per prendere decisioni <i>evidence based</i>.</p> <p>Nello specifico, i contenuti saranno articolati nei seguenti moduli didattici:</p> <p>L'uso dei dati in azienda e nei processi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quali dati esaminare - Perché sono ritenuti necessari - Quando sono e necessari - Periodicità della raccolta - Dove chi deve raccogliarli - Chi deve esaminarli <p>Le modalità di raccolta, registrazione e archiviazione</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalla definizione degli obiettivi, alla raccolta, alla comprensione <p>e riconciliazione dei dati</p> <ul style="list-style-type: none"> - Foglio raccolta dati - Le carte di controllo - Strumenti software <p>La trasformazione dei dati in osservazioni</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicazione di tecniche di data mining, regole associative, <p>clustering</p> <ul style="list-style-type: none"> - Istogrammi - Diagramma di Pareto - Diagramma causa-effetto

	<p>- Classificazione con alberi decisionali</p> <p>I docenti coinvolti nella didattica saranno esclusivamente professionisti in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno quinquennale, nel settore. Si prediligeranno docenti provenienti dal mondo del lavoro, o docenti universitari, in possesso di qualifica tecnica. Ad esempio: Responsabili e tecnici R&S, ingegneria di processo e di produzione; tecnici del Controllo Qualità e laboratorio</p>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Quadri • Responsabili e coadiutori • Capi Reparto <p>Minimo 4 partecipanti – massimo 15</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni • Simulazioni <p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli ed interpretarli. Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro – attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla. Successivamente il docente provvederà a commissionare project work ed esercitazioni a fine di ciascun modulo quale verifica degli apprendimenti acquisiti.</p> <p>Un test finale, compreso di prova pratica, concluderà il percorso.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Qualità, Tecniche di produzione

B.3 – Strumenti per il controllo statistico di processo

Codice corso	B3
Titolo corso	Strumenti per il controllo statistico di processo
Durata corso	40 ore (o 50/60?)
Descrizione del corso	<p>Il corso intende fornire una rassegna completa alle tecniche di analisi dei dati più utilizzate nei contesti aziendali per affienarne i processi. Si propone l'obiettivo di fornire strumenti statistici applicati per risolvere efficacemente i problemi che sorgono durante le fasi di lavorazione, ottimizzando le performance, riducendo la dispersione le non conformità nel processo produttivo, incrementando la qualità dei servizi/prodotti e la produttività.</p> <p>Il percorso prevede il trasferimento delle seguenti conoscenze:</p> <p>L'approccio statistico al controllo di processo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - i benefici - concetti base - preparazione (comprendere il processo) - avviamento (raccolgere i dati) - azione (analizzare e decidere) - i passi per l'implementazione - diagramma di flusso - raccolta dati sulle cause <p>La variabilità dei processi: cause comuni e cause speciali</p> <p>Le tecniche per tenere sotto controllo il processo produttivo in ottica qualità</p> <p>Data Collection e Data Analysis: schede, capitolati di controllo e supporti al controllo</p> <p>Campionamento a giudizio, semplici, multipli ed altri avanzati</p> <p>Carte di controllo e per dati a giudizio</p> <p>Indici di capacità reale e potenziale di prodotto ed impianti</p> <p>Indici di servizio per le forniture</p> <p>Carta di controllo Moving Range</p> <p>Carte di controllo statistico di processo per attributi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carta "p" - Carta "np" - Carta "c" - Carta "u" <p>Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analizzare gli elementi interni ed esterni all'azienda connessi con le sue performance - costruire un sistema di indicatori di prestazione che permettano di valutare i risultati di gestione - utilizzare gli strumenti propri del CSP

	<ul style="list-style-type: none"> - identificare le cause di varianza nei processi - applicare quanto appreso per ridurre la dispersione e le non conformità dei processi produttivi - incrementare la produttività ed il livello di servizio <p>I docenti coinvolti nella didattica saranno esclusivamente professionisti in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno quinquennale, nel settore. Si prediligeranno docenti provenienti dal mondo del lavoro, o docenti universitari, in possesso di qualifica tecnica. Ad esempio: Responsabili e tecnici R&S, ingegneria di processo e di produzione; tecnici del Controllo Qualità e laboratorio</p>
destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Amministratori • Responsabili e coadiutori • Capi Reparto <p>Minimo 4 partecipanti – massimo 15</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni • Simulazioni <p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli ed interpretarli. Esercitazioni, simulazioni e case studies permetteranno ai discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro- Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla. Successivamente il docente provvederà a commissionare project work ed esercitazioni a fine di ciascun modulo quale verifica degli apprendimenti acquisiti. Ad esempio redigere analisi periodiche dei processi aziendali utilizzando gli indicatori di efficienza ed efficacia di un processo</p> <p>Un test finale, compreso di prova pratica, concluderà il percorso.</p>
Modalità formative	<p>Aula – 30 ore</p> <p>Action Learning – 10 ore</p>
Tematiche formative	Qualità, Tecniche di produzione

AMBITO C

C.2 – Problem Solving Creativo

Codice corso	C.2
Titolo corso	Problem solving creativo
Durata corso	20 h
Descrizione del corso	<p>Scopo del corso è fornire gli strumenti operativi per gestire le criticità e i problemi complessi che si presentano in sede di lavoro attraverso un approccio creativo e innovativo, favorendo e stimolando la libertà di espressione e la nascita di visioni originali.</p> <p>Il percorso formativo affronterà i temi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metodi per affrontare problemi complessi, scomponendoli in problemi più elementari e gestibili; - Problem setting: definire i confini del problema; - Trasformare i problemi in opportunità; - Tecniche di problem solving; - Brainstorming: fase divergente e fase convergente; - Tecnica dei “sei cappelli”; - Tecnica delle mappe mentali; - Sinettica: definizione del problema; fase creativa; selezione, definizione e perfezionamento delle idee; formulazione delle soluzioni. <p>I docenti saranno esperti nelle tecniche di mental coaching e di problem solving, con esperienza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Quadri; - Responsabili di settore.

Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.
Modalità formative	Aula corsi interna: 16 h Action Learning: 4 h
Tematiche formative	Abilità personali

C.4 – Strategie e tecniche di decision making

Codice corso	C.4
Titolo corso	Strategie e tecniche di decision making
Durata corso	24 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è volto a trasferire competenze in materia di strategie decisionali da adottare in contesti professionali e relazionali complessi e con elevato grado d'incertezza. Obiettivo è quello di sviluppare la capacità di analizzare le fasi problematiche di un processo o di un progetto, visualizzando rapidamente schemi e tecniche di elaborazione di soluzioni al fine di selezionare le opzioni più strategiche e vincenti.</p> <p>Contenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistemi complessi e organizzazioni; - Il processo decisionale; - Il ruolo delle emozioni nel processo di decisione; - Pianificare un processo di Decision Making efficace; - Delimitare il problema, raccogliere informazioni sull'oggetto e sul contesto, valutare le opzioni percorribili, scegliere; - Creatività e problem solving; - Brainstorming; - Pensiero laterale; - Casi di studio ed esercizi. <p>I docenti dovranno possedere competenze nell'ambito delle tecniche di problem solving & decision making, con esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.</p>

C.4 – Problem Solving & Design Thinking

Codice corso	C.4
Titolo corso	Problem Solving & Design Thinking
Durata corso	32 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è orientato al miglioramento della capacità di individuare e diagnosticare un oggetto/processo problematico nel contesto della propria organizzazione, sviluppando un approccio collaborativo alla progettazione, incentrato sulla risoluzione dei problemi con team multidisciplinari. Il processo di design thinking si configura infatti come una rimodulazione delle tecniche di problem solving focalizzata sull'identificazione dei bisogni e dei problemi che ne ostacolano il soddisfacimento e sulla ideazione creativa di soluzioni possibili, anche alternative e originali. Fondamentale sarà la stimolazione di interazioni continue tra i partecipanti, nella ricerca delle soluzioni, in una alternanza tra apprendimento e sperimentazione delle opzioni possibili.</p> <p>Il programma verterà su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definizione del problema: come individuarlo partendo dai bisogni e delimitarne i confini; - Analisi del problema: identificare i possibili fattori causali e valutare le conseguenze della loro eliminazione; - Visualizzare gli obiettivi e i mezzi utilizzati per raggiungerli; - Tecniche di problem solving (tecnica dei sei cappelli; mappe mentali; sinettica); - Brain storming: fase divergente e fase convergente; - Value Stream Map; - Matrice Causa-Effetto. - Design thinking: introduzione teorica all'approccio; - La generazione di idee in collaborazione;

	<ul style="list-style-type: none"> - Il ruolo delle emozioni di fronte al problema; - Empatia e cooperazione; - Progettare e definire la design challenge; - Selezione e implementazione delle azioni correttive; - Valutazione dei risultati delle azioni correttive implementate. <p>I docenti saranno esperti nel campo delle tecniche di problem solving e design thinking, con comprovata esperienza di formazione almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili di azienda; - Responsabili di area; - Responsabili di progetto; - Team Leader; - Quadri aziendali.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le lezioni verranno tenute ai docenti attraverso la classica modalità frontale, in aula, in cui trasferiranno direttamente i contenuti ai discenti, ricorrendo a simulazioni e a sessioni di role-playing. Ad integrazione, si prevede il ricorso a modalità di apprendimento in action learning, al fine di testare pragmaticamente e collettivamente l'avvenuta interiorizzazione delle nozioni apprese in aula, sperimentando le tecniche di problem solving in situazioni e scenari di lavoro.</p>
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>I docenti verificheranno 'in itinere' l'apprendimento dei partecipanti per mezzo di esercitazioni alla fine di ogni modulo formativo. Alla fine del corso, verrà somministrato un test finale di valutazione.</p>
Modalità formative	<p>Aula corsi interna: 24 h</p> <p>Action learning: 8 h</p>
Tematiche formative	Abilità personali

C.5 - Tecniche per il miglioramento continuo

Codice corso	C.5
Titolo corso	Tecniche per il miglioramento continuo
Durata corso	20 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è far acquisire ai partecipanti gli strumenti per costruire delle routine quotidiane di miglioramento continuo, maturando la capacità di riflettere sul proprio percorso lavorativo e valutare analiticamente progressi e aree di miglioramento. Risultato atteso dell'attività formativa sarà la strutturazione di abitudini personali che stimolino retroattivamente lo sviluppo di una cultura aziendale orientata al miglioramento continuo.</p> <p>Il programma del corso sarà incentrato su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il processo di abitualizzazione: dalla vita quotidiana al contesto professionale; - Routine personali e routine organizzative; - Identificare le aree di miglioramento; - Strategie di auto-apprendimento; - Deming e Ciclo PDCA; - Analisi SWOT; - Diagramma di Ishikawa; - Il fattore tempo. <p>I docenti saranno esperti in materia di mental coaching con esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione aziendale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 persone, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Team leader; - Dipendenti.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>La modalità formativa principalmente utilizzata sarà la lezione in aula, in cui i docenti trasferiranno direttamente i contenuti ai partecipanti che verranno coinvolti attraverso simulazioni ed esercitazioni. La partecipazione dei discenti verrà ulteriormente stimolata nel corso di un apposito modulo svolto in action learning, finalizzato ad</p>

	implementare su una dimensione pragmatica le conoscenze acquisite in aula.
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	Al termine del corso i partecipanti saranno sottoposti a un test di valutazione dei propri apprendimenti.
Modalità formative	Aula corsi interna: 16 h Action learning: 4 h
Tematiche formative	Abilità personali

C.5 - Self efficacy: realizzare gli obiettivi migliorando

Codice corso	C.5
Titolo corso	Self efficacy: realizzare gli obiettivi migliorando
Durata corso	20 h
Descrizione del corso	<p>Il corso ha lo scopo di trasferire ai partecipanti le nozioni utili al fine di generare autoefficacia, intesa come capacità che permette un solido raggiungimento degli obiettivi a fronte dei mezzi disponibili, agendo positivamente in maniera retroattiva sul proprio atteggiamento e sul contesto sociale e lavorativo. Nel corso delle lezioni, verranno approfonditi i seguenti contenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immagine personale e percezione di sé; - Autoefficacia: principi di base; - Motivazione personale e feedback interni/esterni; - Obiettivi individuali e obiettivi aziendali; - Valutazione e sguardo analitico sul percorso personale in ambito professionale: individuare criticità e potenzialità, obiettivi raggiunti e aree di miglioramento; - Delimitare il problema, definire gli obiettivi e ideare soluzioni d'intervento; - Tecniche e strumenti per facilitare la gestione delle emozioni; - Perfezionare il livello di efficacia per un raggiungimento sinergico dei propri obiettivi e di quelli aziendali. <p>I docenti dovranno essere esperti di tecniche motivazionali e mental coaching, con comprovata esperienza almeno quinquennale nella formazione aziendale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 15 partecipanti, potranno essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Responsabili d'area;

	- Quadri aziendali.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	L'azione formativa verrà erogata in modalità aula, in cui i docenti trasferiranno direttamente i contenuti teorici ai partecipanti. Questi verranno coinvolti attivamente attraverso simulazioni ed esercitazioni pratiche in cui i discenti parteciperanno a sessioni di role-playing.
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	Alla fine del corso, durante il quale i docenti valuteranno i progressi dei partecipanti per mezzo di simulazioni ed esercitazioni, verranno somministrati dei test finali per verificare le conoscenze apprese.
Modalità formative	Aula corsi interna: 20 h
Tematiche formative	Abilità personali

C.5 - Self empowerment: come valorizzare il proprio potenziale

Codice corso	C.5
Titolo corso	Self empowerment: come valorizzare il proprio potenziale
Durata corso	20 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti gli strumenti per individuare le aree di miglioramento personale, nel proprio percorso di vita professionale e privata, e imparare a lavorare su di sé sia per adottare strategie di cambiamento adeguate al contesto specifico sia per incrementare il proprio livello di autostima. Essenziale sarà il lavoro sulle leve motivazionali dei discenti, attraverso un percorso di riflessione sulle competenze maturate e sui risultati raggiunti in contesti professionali incerti e mutevoli come quelli attuali, rendendo più efficaci le performance personali e di gruppo.</p> <p>Contenuti del corso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il concetto di “empowerment”; - Persona, ruolo e contesto; - La gestione del cambiamento; - Il fattore emotivo e la gestione dello stress; - Fiducia ed empowerment; - Il significato dell’autostima; - Variabili interne ed esterne che incidono sul livello di autostima; - Flessibilità relazionale e self-efficacy; - Il metodo ACT (Acceptance and Commitment Therapy). <p>Il corso sarà svolto da docenti esperti di tecniche motivazionali e mental coaching, con esperienza di insegnamento almeno di 5 anni.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 15 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Responsabili di progetto;

	- Quadri aziendali.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	L'azione formativa verrà erogata in modalità aula, in cui i docenti trasferiranno direttamente i contenuti ai partecipanti. Questi, durante le lezioni, verranno coinvolti attivamente attraverso esercitazioni in cui avranno modo di rielaborare riflessivamente le proprie esperienze professionali, cogliendo lacune e possibili margini di miglioramento personale.
Tipo di certificazione	Altro- Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	Alla fine del corso, durante il quale i docenti valuteranno i progressi dei partecipanti per mezzo di simulazioni ed esercitazioni, verranno somministrati dei test finali per verificare le conoscenze acquisite.
Modalità formative	Aula corsi interna: 20 h
Tematiche formative	Abilità personali

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: L'IDENTITÀ PERSONALE E AZIENDALE

Codice corso	C5 – A2
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: L'IDENTITÀ PERSONALE E AZIENDALE
Durata corso	24h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi: Il corso ha la finalità di valorizzare il percorso di vita personale e professionale dei partecipanti attraverso la scrittura di sé, con particolare attenzione alla creazione di un terreno identitario condiviso tra le singole soggettività e l'azienda. Il corso ha l'obiettivo di fornire competenze per la creazione di sinergie tra i valori identitari individuali e aziendali: l'allineamento valoriale genera una buona qualità relazionale e l'incontro tra i valori identitari del singolo e dell'azienda favorisce il benessere lavorativo.</p> <p>Figure professionali coinvolte: -Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative.</p> <p>-Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.</p>
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 8. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	L'azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata Allegato 9 dell'Avviso - "Altro";

Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none">- competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi e professionali, sulla rappresentazione dell'identità individuale e aziendale e sulla percezione delle proprie competenze relazionali.- competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.
Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: INCLUSIVITÀ

Codice corso	C5 – A2
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: INCLUSIVITÀ
Durata corso	16h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi:</p> <p>Il corso ha la finalità di fornire strumenti per l’attivazione di pratiche di inclusione e di superamento di pregiudizi e stereotipi: la condivisione delle storie di vita attraverso la scrittura autobiografica, infatti, genera un rispecchiamento che favorisce la co-costruzione di contesti aperti all’accoglienza e al rispetto delle diversità (di genere, generazionali, interculturali). Il corso ha l’obiettivo di sviluppare le competenze interpersonali necessarie alla creazione di un clima inclusivo in azienda.</p> <p>Figure professionali coinvolte:</p> <p>-Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative.</p> <p>-Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.</p>
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 8. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell’azione formativa	L’azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata Allegato 9 dell’Avviso - “Altro”;

Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none">- competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi e sulla percezione e rappresentazione delle diversità.- competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.
Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: LA NEGOZIAZIONE COLLABORATIVA

Codice corso	C5 – A2
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: LA NEGOZIAZIONE COLLABORATIVA
Durata corso	24h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi: Il corso ha la finalità di potenziare le capacità di lavoro in team e di cooperazione necessarie all’attivazione del processo interpersonale di negoziazione. Attraverso la scrittura autobiografica e la condivisione delle narrazioni si sviluppa consapevolezza sugli stili individuali di gestione del conflitto attivando un approccio creativo per l’individuazione di strategie negoziali, con l’obiettivo di acquisire competenze comunicative ed espressive funzionali a un efficace lavoro di squadra.</p> <p>Figure professionali coinvolte: -Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative.</p> -Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 8. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell’azione formativa	L’azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata Allegato 9 dell’Avviso - “Altro”;

Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none">- competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi, sulla percezione delle proprie competenze negoziali e sulla rappresentazione di punti critici e punti di forza del proprio team.- competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.
Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: PENSIERO CREATIVO

Codice corso	C5 – A2
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: PENSIERO CREATIVO
Durata corso	16h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi: Il corso ha la finalità di sviluppare il pensiero creativo: attraverso la scrittura di sé si attiva un processo riflessivo e divergente orientato a far emergere punti di vista e prospettive nuove, per superare i procedimenti cognitivi di routine e potenziare capacità di problem solving. Il corso ha l'obiettivo di fornire competenze per attivare processi di ri-posizionamento cognitivo che promuovano un clima aziendale aperto e favorevole all'innovazione e al rinnovamento.</p> <p>Figure professionali coinvolte: -Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative. -Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.</p>
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 8. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	L'azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata Allegato 9 dell'Avviso - "Altro";

Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none">- competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi e sulle capacità di produrre di idee e pensieri creativi.- competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.
Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: I TALENTI

Codice corso	C5 – A2
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: I TALENTI
Durata corso	24h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi:</p> <p>Il corso ha la finalità di fornire strumenti e competenze per orientare e ri-orientare i propri talenti e le proprie motivazioni, con l’obiettivo di creare sinergie tra aspirazioni individuali ed esigenze aziendali. Attraverso la ricognizione autobiografica si evidenzia il patrimonio di competenze, esperienze e conoscenze del singolo, attivando così un processo di <i>empowerment</i> per un <i>self-management</i> orientato e consapevole. Il corso ha l’obiettivo di rendere visibili le capacità soggettive per costruire percorsi professionali efficaci per l’individuo e per l’organizzazione.</p> <p>Figure professionali coinvolte:</p> <p>-Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative.</p> <p>-Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.</p>
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 8. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell’azione formativa	L’azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata Allegato 9 dell’Avviso - “Altro”;

Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none">- competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi, sulla percezione delle proprie competenze negoziali e sulla rappresentazione delle aspirazioni individuali e aziendali.- competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.
Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.

C. 5 Modulo di scrittura autobiografica: WELLBEING

Codice corso	C5
Titolo corso	Modulo di scrittura autobiografica: WELLBEING
Durata corso	12h ore
Descrizione del corso	<p>Finalità e obiettivi: Il corso ha la finalità di promuovere il benessere sul luogo di lavoro, fisico e virtuale, attraverso il racconto autobiografico e l'espressione creativa della scrittura di sé. L'obiettivo del corso è di fornire competenze di scrittura narrativa per la trasformazione delle emozioni negative e dello stress e per la valorizzazione delle esperienze personali e professionali che generano <i>wellbeing</i>.</p> <p>Figure professionali coinvolte: -Isabella Tozza: Formatrice esperta in metodologie autobiografiche, accreditata presso la Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari con cui collabora come docente nei percorsi avanzati della Scuola Triennale di formazione. Progetta, realizza e conduce percorsi di orientamento lavorativo, con particolare attenzione alla ricostruzione biografica della propria storia professionale e al riorientamento dei propri bisogni, desideri, aspirazioni lavorative. -Flavia Rodriguez: Giornalista ed Esperta in Formazione autobiografica e delle scritture relazionali di cura, Referente Territoriale a Roma della Libera Università dell'Autobiografia di Anghiari. Progetta, realizza e conduce laboratori di scrittura autobiografica per aziende e privati in contesti sociali, educativi e culturali, utilizzando la metodologia narrativa autobiografica come strumento di crescita personale e di gruppo.</p>
destinatari	Numero massimo partecipanti 20, numero minimo di partecipanti 4. Il corso è destinato trasversalmente a profili con qualifiche professionali diversificate.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	L'azione formativa sarà erogata attraverso una didattica esperienziale, interattiva e partecipativa, con alternanza di momenti di lavoro individuale e di gruppo.
Tipo di certificazione	Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<ul style="list-style-type: none"> - competenze in ingresso: somministrazione in ingresso di un questionario sulle aspettative, sui bisogni formativi e sulla percezione del livello di <i>wellbeing</i> lavorativo. - competenze in uscita: somministrazione di un questionario con indicatori di valutazione sul processo di apprendimento e di soddisfazione degli esiti dell'azione formativa.

Modalità formative	Il corso può essere erogato in aula corsi interna in modalità in presenza o a distanza su piattaforme digitali.
--------------------	---

C.7 - Time management: definire e ottimizzare i tempi

Codice corso	C.7
Titolo corso	Time management: definire e ottimizzare i tempi
Durata corso	24 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è rivolto a chi intende migliorare la propria capacità di gestione efficace del tempo, personale e lavorativo, apprendendo metodi di strutturazione di un planning delle attività da svolgere. Obiettivo delle lezioni sarà trasferire ai partecipanti gli strumenti e le tecniche funzionali alla rielaborazione razionale dei tempi, definendo le priorità ed elaborando strategie attraverso cui trarre il processo decisionale.</p> <p>I contenuti del corso saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definire il tempo: vincolo e risorsa; - Tempi e ruoli: Interconnessione tra modalità di scandire il tempo e relazioni sociali e professionali; - Il tempo della vita personale e il tempo della vita lavorativa: automatismi e tempi morti; - Il principio di Pareto; - Urgenze e priorità: mantenere il focus su ciò che è importante; - Dall'obiettivo al risultato; - Lo strumento di supporto della delega: capire come, cosa e a chi delegare; - Pianificazione a breve, medio e lungo termine; - Tecniche di gestione del tempo (matrice di Eisenhower; tecnica del pomodoro; metodo Posec; metodo Alps). <p>I docenti saranno esperti nell'ambito della gestione aziendale e del time management, con esperienza almeno quinquennale di formazione nelle aziende.</p>

destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 15 persone, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Capi reparto; - Capi Produzione; - Quadri aziendali.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>La modalità formativa principalmente utilizzata sarà la lezione in aula, in cui i docenti trasferiranno direttamente i contenuti ai partecipanti che verranno coinvolti attraverso simulazioni ed esercitazioni. La partecipazione dei discenti verrà ulteriormente stimolata nel corso di un apposito modulo svolto in action learning, finalizzato ad implementare su una dimensione pragmatica le conoscenze acquisite in aula.</p>
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>Le lezioni verranno tenute dai docenti nella classica modalità frontale, in aula. Ad integrazione, si prevede il ricorso a modalità di apprendimento in action learning, al fine di testare pragmaticamente e collettivamente l'avvenuta interiorizzazione degli insegnamenti, sperimentando le tecniche di gestione del tempo apprese in aula.</p>
Modalità formative	<p>Aula corsi interna: 16 h</p> <p>Action learning: 8 h</p>
Tematiche formative	Abilità personali/ Gestione aziendale

AMBITO D

D.1 - Tecniche di design thinking

Codice corso	D.1
Titolo corso	Tecniche di design thinking
Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti cognitivi e operativi finalizzati al miglioramento delle capacità di elaborazione di progetti legati agli ambiti di lavoro. Adottare tecniche di design thinking significa definire e impiegare un mindset che consenta di definire obiettivi, valutare vincoli e possibilità in modo creativo ed efficace.</p> <p>Nello specifico, i contenuti saranno articolati trattando i seguenti argomenti:</p> <p>Introduzione al design thinking:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cos'è il design thinking - Le fasi e i modelli - Lo human-centered design <p>L'analisi – explore:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explore: la fase di ricerca - Analisi delle personas - La user journey - Il contesto e i metodi di indagine <p>Generare nuove idee:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fase di design - Da dove nascono le buone idee - Metodi di valutazione delle idee <p>Prototipazione e test-make:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fase di realizzazione - Progettare l'errore - Prototipare un'idea

	<p>Al termine del percorso formativo i partecipanti avranno acquisito conoscenze e competenze su come pensare e sviluppare soluzioni in termini di innovazione di processo e impareranno a impiegare il design thinking nei contesti lavorativi con un impianto user centered, grazie all'analisi approfondita dell'utente, dei suoi bisogni e del contesto.</p> <p>I docenti coinvolti nella didattica saranno esclusivamente professionisti in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno quinquennale, nel settore. Si prediligeranno docenti provenienti dal mondo del lavoro, o docenti universitari, in possesso di qualifica specifica.</p> <p>Ad esempio: Esperti di design e project management, Docenti di psicologia, Consulenti esperti</p>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabili di area • Responsabili di progetto • Capi squadra <p>Minimo 4 partecipanti – massimo 15</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere le informazioni e le nozioni, elaborarle ed implementarle.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni attraverso attività di role playing, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni • Simulazioni
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla.</p> <p>Successivamente il docente provvederà a commissionare project work ed esercitazioni a fine di ciascun modulo quale verifica degli apprendimenti acquisiti.</p> <p>Un test finale, compreso di prova pratica, concluderà il percorso.</p>

Modalità formative	Aula: 20 h
Tematiche formative	Abilità personali

D.2 - Comunicazione interpersonale

Codice corso	D.2
Titolo corso	Comunicazione interpersonale
Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso si pone l'obiettivo di trasferire ai partecipanti gli strumenti utili a sviluppare capacità di sintesi e di analisi utili ad incrementare le abilità relazionali e comunicative negli ambienti lavorativi.</p> <p>Il percorso formativo tratterà temi legati al miglioramento delle capacità di relazionarsi con gli altri e di comunicare con loro in modo efficace e adeguato in riferimento al contesto e alla modalità attraverso cui si comunica. Nello specifico si tratteranno i seguenti temi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - principi della comunicazione: le regole base della comunicazione, i canali della comunicazione (verbale, paraverbale e non verbale), i tipi di linguaggio (verbale, simbolico, scientifico) - il feedback come regola principale nella comunicazione interpersonale - l'ascolto come strumento chiave per gestire la comunicazione - la riformulazione - come farsi ascoltare - iniziare un dialogo facendo dire subito "sì" all'interlocutore - l'utilizzo delle domande - elementi di base del public speaking: tono, ritmo, pause e gestualità <p>Al termine del corso, i partecipanti avranno acquisito le nozioni base comunicare in modo chiaro fenomeni, concetti, norme, procedure, atteggiamenti, stati d'animo ed emozioni utilizzando linguaggi consoni alla situazione.</p> <p>I docenti coinvolti nella didattica saranno esclusivamente professionisti in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno quinquennale, nel</p>

	settore. Si prediligeranno docenti provenienti dal mondo del lavoro, o docenti universitari, in possesso di qualifica tecnica. Ad esempio: psicologi del lavoro, esperti di comunicazione, consulenti esperti
Destinatari	È previsto un numero minimo di 4 partecipanti e un massimo di 15, individuabili tre: <ul style="list-style-type: none"> • Responsabili aziendali • Capi reparto • Responsabili Risorse Umane • Capi servizio • Addetti e operatori
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni <p>Le attività verranno svolte attraverso lezioni frontali in aula nel corso delle quali il docente illustrerà i contenuti teorici del corso e, a livello pratico, i partecipanti prenderanno parte a esercitazioni come <i>case studies</i> e <i>role play</i> grazie ai quali potranno mettere in pratica quanto appreso e perfezionare, mediante il confronto con gli altri, le reciproche modalità comunicative.</p>
Tipo di certificazione	Altro - Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla. Al termine di ciascun modulo, sono previste delle esercitazioni, prevalentemente basate su simulazioni (studi di caso e role playing), per la verifica degli apprendimenti conseguiti e la loro applicazione. A fine corso è previsto un test finale a risposta multipla per la verifica del raggiungimento degli obiettivi previsti dal corso in termini di apprendimento.
Modalità formative	Aula: 20 h
Tematiche formative	Abilità personali

D.3 – Gestione dei conflitti

Codice corso	D.3
Titolo corso	Gestione dei conflitti

Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le risorse cognitive e operative necessarie a riconoscere fonti e tipologie dei conflitti più comuni nei diversi contesti di lavoro. A livello operativo, l'obiettivo è quello di contribuire allo sviluppo di un team di lavoro efficiente, attraverso la gestione di conflitti mediante il perfezionamento degli strumenti di negoziazione, di problem solving e di soluzione creativa di conflitti, per ridurre lo stress e le tensioni interpersonali.</p> <p>Il programma del corso tratterà i seguenti temi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riconoscere il conflitto, riconoscere la propria modalità di entrare in conflitto, il conflitto nella prospettiva sistemica - Strategie per la gestione creativa e non violenta dei conflitti - La gestione dell'aggressività nelle relazioni di aiuto - L'assertività - Le tecniche di problem solving e l'uso della creatività per risolvere i problemi - La negoziazione: le fasi del processo negoziale, analisi della posta in gioco, previsione delle mosse e delle alternative, valorizzazione della propria posizione - Negoziare da una posizione di vantaggio o di svantaggio - La mediazione: dal vinco-perdi al vinco-vinci <p>Al termine del corso, i partecipanti avranno acquisito gli strumenti necessari a gestire situazioni di conflitto in ambiti lavorativi e a riconoscerne possibili origini e caratteristiche. In tal senso i partecipanti sapranno affrontare le tipologie di conflitto adottando comportamenti e atteggiamenti utili a ridurre la conflittualità.</p> <p>I docenti coinvolti nella didattica saranno esclusivamente professionisti in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno quinquennale, nel settore. Si prediligeranno docenti provenienti dal mondo del lavoro, o docenti universitari, in</p>

	<p>possesto di qualifica tecnica. Ad esempio: psicologi, esperti di comunicazione, consulenti esperti</p>
destinatari	<p>Il corso si rivolge a un minimo di 4 e un massimo di 15 partecipanti, individuati tra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabili d'area • Capi reparto • Responsabile Risorse Umane • Capi servizio
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<ul style="list-style-type: none"> • Aula • Esercitazioni <p>È prevista una parte di lezioni frontali in aula e una parte di esercitazioni pratiche al termine di ciascun modulo. Nelle lezioni frontali il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per acquisire le informazioni, elaborarle e interpretarle; le esercitazioni permetteranno ai partecipanti di applicare quanto appreso e di cimentarsi nella reale gestione dei conflitti in ambiti di lavoro e di vita quotidiana.</p>
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>La verifica delle conoscenze in ingresso avverrà tramite un test a risposta multipla. Al termine di ciascun modulo, sono previste delle esercitazioni, prevalentemente basate su simulazioni (studi di caso e role playing), per la verifica degli apprendimenti conseguiti e la loro applicazione. A fine corso è previsto un test finale a risposta multipla per la verifica del raggiungimento degli obiettivi previsti dal corso in termini di apprendimento.</p>
Modalità formative	Aula: 20 h
Tematiche formative	Abilità personali

AMBITO F

F.1/2/3 - Corso di inglese (con cert.)

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Corso di Inglese
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Grammar</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Listening and Conversation</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Reading and Writing</i>). <p>I docenti saranno professionisti con almeno cinque anni di esperienza nell'insegnamento della lingua, scelti tra docenti universitari/scuola superiore secondaria o scuole di lingua</p>
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Certificazioni standard in lingue
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un

	test di verifica finale il cui esito verrà valutato e sarà oggetto di certificazione.
Modalità formative	Aula corsi interna: 40 h
Tematiche formative	Lingue
Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Corso di Francese
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Grammaire</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Écoute et conversation</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Lire et écrire</i>).
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Certificazioni standard in informatica e lingue
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato e sarà oggetto di certificazione.
Modalità formative	Aula corsi interni
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 - Corso di francese (con cert.)

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Corso di Francese
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Grammaire</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Écoute et conversation</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Lire et écrire</i>).
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Certificazioni standard in informatica e lingue
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato e sarà oggetto di certificazione.
Modalità formative	Aula corsi interna
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 - Corso di spagnolo (con certificazione delle competenze)

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Corso di spagnolo
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Gramática</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Escuchar y conversar</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Leyendo y escribiendo</i>).
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Certificazioni in lingue
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato e sarà oggetto di certificazione.
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 - Inglese base

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Inglese base
Durata corso	24 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Grammar</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Listening and Conversation</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Reading and Writing</i>).
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato.
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 - Francese base

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Francese base
Durata corso	24 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Grammaire</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Écoute et conversation</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Lire et écrire</i>). <p>I docenti verranno scelti tra professionisti con almeno cinque anni di esperienza nell'insegnamento: docenti universitari, scuola di lingua, scuola secondaria di secondo livello.</p>
destinatari	Il corso è destinato a tutti coloro che vogliono intraprendere un corso di lingua. Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato.
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 – Spagnolo base

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Spagnolo base
Durata corso	24 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Approfondire la conoscenza della lingua, sia nella forma scritta che nella forma verbale; - Migliorare le abilità di comprensione ed espressione orale; - Apprendere/consolidare/rivedere le strutture grammaticali di base; - Ampliare il lessico generale; - Elaborare documenti e comporre messaggi. <p>Il programma prevede la trasmissione di insegnamenti negli ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatica (<i>Gramática</i>); - Ascolto e Conversazione (<i>Escuchar y conversar</i>); - Leggere e Scrivere (<i>Leyendo y escribiendo</i>).
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato.
Modalità formative	Altro
Tematiche formative	Lingue

F.1/2/3 – Business English (con certificazione delle competenze)

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Business English
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è volto a trasferire competenze di comunicazione in lingua inglese nell'ambito commerciale, per favorire prospettive di crescita internazionale. Le lezioni riguarderanno dunque un contesto di business per affrontare in maniera strategica le situazioni di lavoro e valorizzando la propria offerta aziendale.</p> <p>Contenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction and pronunciation warm-up; - Business and Financial Vocabulary; - Presentation skills; - Meetings face-to-face; - Telephone calls and Video calls; - E-mail; - Negotiation in business and social contexts; - Strategy and management: case studies; - Final test. <p>I docenti saranno esperti qualificati nell'insegnamento della lingua inglese, con esperienza, almeno quinquennale, nell'ambito aziendale e commerciale.</p>
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 20 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Certificazioni standard in lingue
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato e sarà oggetto di certificazione.
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Marketing vendite/Lingue

F.1/2/3 – Business English – Base

Codice corso	F.1/F.2/F.3
Titolo corso	Business English - Base
Durata corso	24 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è volto a trasferire competenze di comunicazione in lingua inglese nell'ambito commerciale, per favorire prospettive di crescita internazionale. Le lezioni riguarderanno dunque un contesto di business per affrontare in maniera strategica le situazioni di lavoro e valorizzando la propria offerta aziendale.</p> <p>Contenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction and pronunciation warm-up; - Business and Financial Vocabulary; - Presentation skills; - Meetings; - Negotiation in business and social contexts; - Final test. <p>I docenti saranno esperti qualificati nell'insegnamento della lingua inglese, con esperienza, almeno quinquennale, nell'ambito aziendale e commerciale.</p>
destinatari	Il numero massimo di partecipanti è di 15 persone.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Il corso si svolgerà attraverso la modalità classica delle lezioni frontali, in aula, nel corso delle quali i partecipanti verranno coinvolti attraverso esercitazioni.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le conoscenze linguistiche pregresse verranno raccolte e valutate tramite somministrazione di un test d'ingresso. Alla fine del corso è previsto un test di verifica finale il cui esito verrà valutato.
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Marketing vendite/Lingue

AMBITO G

G.1.1. – Basi per operare: dal computer a internet

Codice corso	G.1.1
Titolo corso	Basi per operare: dal computer a internet
Durata corso	20 h
Descrizione del corso	<p>Attraverso un approccio esperienziale, il corso intende avvicinare gli utenti all'utilizzo del computer. Nello specifico gli obbiettivi del corso sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorire la comprensione dei concetti fondamentali riguardanti le Tecnologie dell'Informazione • Conoscere le basi di un personal computer a livello di struttura e di funzionamento, sapere cosa sono le reti informatiche, avere idea di come queste tecnologie impattano sulla società e sulla vita di tutti i giorni • Conoscere praticamente le principali funzioni di un personal computer e del suo sistema operativo nell'esecuzione delle attività essenziali di uso ricorrente, quali organizzare e gestire file e cartelle, lavorare con le icone e le finestre, usare semplici strumenti di editing e le opzioni di stampa • Eseguire attività essenziali di uso ricorrente quando si lavora tramite computer: organizzazione e gestione di file e cartelle, utilizzo delle icone e delle finestre, utilizzo di semplici strumenti di editing e le opzioni di stampa <p>Le figure professionali coinvolte saranno docenti in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>Tutte le persone interessate ad approcciare gli elementi base dell'informatica.</p> <p>Minimo 4 max 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>La didattica del corso sarà esperienziale e basata sull'approccio learning by doing: il docente affiancherà i partecipanti mostrando loro come operare al computer e proponendo loro simulazioni ed esercitazioni.</p>

Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	In ingresso i partecipanti verranno sottoposti ad un test di verifica pratico. In itinere, alla fine di ogni modulo formativo, verranno svolte simulazioni ed esercitazioni tracciate
Modalità formative	Action learning
Tematiche formative	Informatica

G.1 – ECDL FULL STANDARD

Codice corso	G.1
Titolo corso	ECDL FULL STANDARD
Durata corso	60 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso mira all'acquisizione di competenze tecniche e specifiche in merito a concetti fondamentali dell'informatica necessari per utilizzare un PC nelle sue applicazioni di base, con particolare riferimento ai software da ufficio, la gestione della posta elettronica e internet.</p> <p>In ottemperanza a quanto previsto da ECDL, i moduli didattici saranno così ripartiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computer Essentials (Concetti di base del computer). • Online Essentials (Concetti fondamentali della rete). • Word Processing (Elaborazione testi). • Spreadsheets (Foglio elettronico). • Presentation (Strumenti di presentazione). • Online Collaboration (Collaborazione in rete). • IT Security (Sicurezza informatica). <p>Più nello specifico, i contenuti sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza di base della struttura e del funzionamento di un personal computer; • Cosa sono le reti informatiche; • Impatto delle tecnologie su società e vita quotidiana; criteri ergonomici; • Sicurezza dei dati e aspetti legali. • Funzionalità di base di un pc con sistema operativo Windows e gestione dei files; • Organizzare e gestire files e cartelle; • Lavorare con le icone e le finestre;

- Usare semplici strumenti di editing e le opzioni di stampa.
- Elaborazione testi – Word;
- Creare, formattare e rifinire un documento;
- Creare una tabella: introdurre grafici e immagini;
- Stampa di un documento;
- Invio ad una lista di destinatari.
- Foglio elettronico - Excel;
- Creare e formattare un foglio di calcolo elettronico;
- Utilizzare le funzioni aritmetiche e logiche di base;
- Importazione di oggetti nel foglio;
- Rappresentazione in forma grafica.
- Data base – Access;
- Capacità di creare una base di dati usando un software standard;
- Capacità di estrarre informazioni da una base di dati esistente usando gli strumenti di interrogazione, selezione e ordinamento disponibili, e generare i rapporti.
- Strumenti di presentazione - Power Point;
- Usare gli strumenti standard per creare presentazioni per diversi tipi di audience e di situazioni;
- Comporre il testo, inserire grafici e immagini, aggiungere effetti speciali.
- Servizi in rete - Internet e posta elettronica con Outlook;
- Internet per la ricerca di dati;

Le figure professionali coinvolte saranno docenti in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.

destinatari	<p>Il corso è rivolto a coloro che intendono conoscere i concetti di base della struttura e del funzionamento del PC.</p> <p>Minimo 4 partecipanti, massimo 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività prevederanno un mixed Method: svolte tramite lezioni frontali il docente trasferirà le conoscenze di base, mostrando contestualmente l'applicazione. Tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>In ingresso i partecipanti verranno sottoposti ad un test di verifica di livello.</p> <p>In itinere, alla fine di ogni modulo formativo, verranno svolte simulazioni ed esercitazioni tracciate.</p> <p>In uscita i partecipanti verranno sottoposti a test a risposta multipla sui contenuti del corso.</p>
Modalità formative	<p>Aula</p> <p>AL</p>
Tematiche formative	Informatica

G.1.3 - Software gestionali e applicativi

Codice corso	G.1.3
Titolo corso	Software gestionali e applicativi
Durata corso	60 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso intende fornire i principi degli applicativi gestionali che consentono una gestione più organizzata e agevole delle informazioni, ma soprattutto rendono possibile l'automatizzazione di alcuni processi aziendali. Fornire i principi di sicurezza dei dati: evitare la dispersione di dati utili; di rapidità: consultazione dei dati; di efficienza: dati ordinati e snellimento delle procedure. Promuovere l'estrazione di analisi e di report per la crescita aziendale.</p> <p>I principali contenuti Analisi dei processi aziendali in tutte le loro componenti organizzative ed informative (attività; report prodotti; sistemi coinvolti; dati trattati; tempistiche di produzione; esigenze di monitoraggio non coperte; frequenza di aggiornamento dati etc.); definizione dei layout del report di controllo e le procedure organizzative di supporto ad un'efficiente ed efficace implementazione del sistema; applicazioni del gestionale; incremento e efficacia dei database; consultazione e reportistica.</p> <p>Le figure professionali coinvolte saranno docenti in possesso di qualifiche tecniche (ingegneri, informatici ecc) ed esperienza di docenza almeno decennale.</p>
destinatari	Tutti i dipendenti che si trovano ad
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	"Altro"
Certificazione degli esiti	<p>In ingresso i partecipanti verranno sottoposti ad un test di verifica di livello.</p> <p>In itinere, alla fine di ogni modulo formativo, verranno svolte simulazioni ed esercitazioni tracciate.</p>

G.1.3 - Excel: funzioni automatizzate

Codice corso	G.1.3
Titolo corso	Excel: funzioni automatizzate
Durata corso	32 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso intende fornire le nozioni fondamentali per la programmazione in VBA per la creazione di applicativi complessi capaci di operazioni come la creazione di Pivot, l'esportazione e l'importazione di informazioni, la formattazione del foglio di calcolo, il controllo dei dati</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificare le possibilità di automatizzazione delle cartelle di lavoro • Programmare in VBA Excel in base a specifiche esigenze di automazione e controllo • Ottimizzare e velocizzare attività nell'uso di fogli di calcolo <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'interfaccia del compilatore VBA in Excel • La programmazione ad oggetti • Le librerie • Gli eventi degli oggetti Workbook Worksheet • L'inserimento di form e la descrizione dei controlli • Inserimento di moduli • La dichiarazione di variabili e di costanti • Il comando IF..THEN..ELSE, i cicli FOR.. NEXT, FOR EACH...NEXT, DO..WHILE • La programmazione ad oggetti e la classe Workbook • Worksheet l'oggetto ActiveWorkbook e ActiveSheet • La collezione WorkBooks e Worksheets, l'oggetto Application • I principali oggetti • Proprietà e azioni in Excel per la manipolazione dei contenuti (Cells, Range, Formulas,

G.1.3 - Power point e presentazioni efficaci

Codice corso	G.1.3
Titolo corso	Power point e presentazioni efficaci
Durata corso	32 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso intende fornire al partecipante, già a conoscenza degli strumenti minimi di Powerpoint e dell'ambiente Windows, le competenze tecnico pratiche necessarie per utilizzare le numerose funzioni presenti nelle librerie di Powerpoint. Ulteriori obiettivi sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificare le diverse funzioni d'uso delle librerie di Powerpoint • Applicare le funzioni avanzate di Microsoft Powerpoint • Creare presentazioni in funzione degli obiettivi di comunicazione • Elaborare presentazioni secondo gli standard aziendali <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettazione dell'aspetto di una presentazione: Visualizzare gli schemi, Controllare l'aspetto delle diapositive con gli schemi, Salvare un modello, Applicazione di un modello • Lavorare con le diapositive: Creare una presentazione personalizzata, Importare diapositive o presentazioni, Integrare un documento di word in una presentazione, Salvare le diapositive in un altro formato • Inserimento di oggetti: Tabelle, organigrammi, diagrammi • La grafica: Lavorare con immagini e figure, Modificare immagini e figure • Creare i grafici nelle diapositive: Inserire un grafico nella diapositiva, Inserire elementi

G.1.3 - Il Cloud Computing

Codice corso	G.1.3
Titolo corso	Il Cloud Computing
Durata corso	60 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso intende supportare il partecipante per l'acquisizione di metodi e strumenti per il pieno sviluppo di tutte le funzionalità e i modelli di distribuzione del Cloud Computing, tenendo anche in considerazione la governance dei sistemi e gli economics dei private cloud. In particolare, gli obiettivi del corso sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutare i possibili impatti economici legati al passaggio ad architetture basate sul Cloud; • Analizzare lo scenario di adozione del Cloud Computing in Italia e stimare le implicazioni sulla governance dei sistemi informativi; • Elaborare un piano strategico e operativo che sia un punto di riferimento per tutta l'azienda. <p>La formazione toccherà i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La genesi del Cloud; - L'esigenza di nuovi modelli IT per un mercato globale e dinamico; - Cloud pubblico, Cloud privato, Cloud Ibrido; - Lo scenario di adozione del Cloud; - Cloud: quali applicazioni; - Cloud: livelli di adozione e fattori economici; - Il Cloud Computing in prospettiva; - Gli "Economics" del Cloud; - Trasformare i costi fissi in variabili; - Limitare investimenti e rischi; - Trasparenza dei costi aziendali;

	<ul style="list-style-type: none"> - Economics adattabili ai momenti critici; - Gli "economics" del Private Cloud; - Implicazioni sulla governance dei Sistemi; - Variazione del perimetro di responsabilità della direzione IT; - La struttura dei costi delle soluzioni cloud; - I fornitori di soluzioni Cloud: analisi dei concorrenti; - Portabilità della soluzione tra diversi fornitori di servizi cloud; - Le piattaforme Open Source, Openstack, CloudStack; - Gestire i cambiamenti organizzativi, priorità e decisioni; - Visual thinking e gestione della complessità - Business Model Innovation <p>I contenuti del corso sono altamente tecnici, dunque, le figure professionali coinvolte saranno unicamente docenti in possesso di qualifiche tecniche (ingegneri, informatici ecc) ed esperienza di docenza almeno decennale.</p>
destinatari	<p>Il corso è rivolto ad amministratori, responsabili, IT manager.</p> <p>Minimo 4 partecipanti, massimo 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per approcciarsi al web.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	"Altro"
Certificazione degli esiti	<p>Essendo un corso altamente tecnico, in ingresso i partecipanti verranno sottoposti ad un test di verifica di livello con questionario strutturato a risposta multipla.</p> <p>In itinere, alla fine di ogni modulo formativo, verranno svolte simulazioni ed esercitazioni</p>

	<p>tracciate e/o test con questionario strutturato a risposta multipla.</p> <p>In uscita i partecipanti verranno sottoposti a test a risposta multipla sui contenuti del corso.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Informatica

G.1.3 - Excel

Codice corso	G.1.3
Titolo corso	Excel
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso intende fornire al partecipante le competenze tecnico pratiche necessarie per utilizzare le numerose funzioni presenti nelle librerie di Excel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificare le diverse funzioni d'uso delle librerie di Excel • Scrivere la sintassi di funzioni complesse • Elaborare dati combinando funzioni e tecniche a casi da analizzare • Utilizzare le tabelle pivot per creare tabelle riassuntive di analisi e di reporting <p>Le figure professionali coinvolte saranno docenti in possesso di qualifiche tecniche (ingegneri, informatici ecc) ed esperienza di docenza almeno decennale.</p> <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panoramica su Excel Base • I riferimenti relativi, misti e assoluti • La formattazione condizionale • Le funzioni logico-matematiche • Le funzioni condizionali • Le funzioni annidate • Una rassegna su tutte le funzioni disponibili: data e ora, testo, ricerca riferimento, etc. • Eseguire calcoli su dati • Modificare l'aspetto dei documenti (Formattazione delle Celle) • La protezione dei fogli e dei dati • I Filtri (visualizzazione, calcoli, definizione di intervalli) • Combinare dati da origini diverse (operazioni di riepilogo e raggruppamento)

G.2.2 – Il presidio del web 2.0

Codice corso	G.2.2
Titolo corso	Il presidio del web 2.0
Durata corso	60 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato ad acquisire le competenze tecniche e specifiche in merito alla gestione della comunicazione attraverso lo strumento informatico. Più nello specifico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di individuazione di nuovi mercati di sbocco e di nuovi potenziali clienti con la finalità di ampliare, nel breve periodo, il portafoglio clienti • Aumentare la capacità di "selling" del proprio prodotto/servizio • Dotarsi di nuovi strumenti di comunicazione interattiva rivolta a tutte le fasce di età • Comprendere il significato del termine Web 2.0 • Identificare gli aspetti innovativi del Web 2.0 nell'ambito dell'evoluzione di Internet • Riconoscere strumenti ed applicazioni del Web 2.0 • Apprendere le tecniche di gestione dei social network applicati ai processi di business • Addentrarsi in maniera semplice ma esaustiva nel panorama delle nuove tecnologie applicate alla comunicazione <p>I contenuti trattati saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La logica push e la logica pull • Web marketing e Content marketing • Come funzionano i motori di ricerca: in particolare SEO. SEM, Adwords, le parole chiave • Il sito web e la landing page • Il marketing video

	<ul style="list-style-type: none"> • I social network • Il concetto interactive • Il CRM attivo • Il P.E.O. Model • La strategia della reputazione • Contenuti: ragionare come un editore • Panoramica generale sul Web 2.0 • La tecnologia in aiuto al riuso e ridistribuzione di contenuti • Orientarsi nel web: la classificazione • La dimensione sociale dei contenuti • Uno sguardo agli strumenti più caratteristici del Web 2.0 • Il mondo dei social network • La geolocalizzazione diventa social • Le licenze per condividere contenuti <p>Le figure professionali coinvolte saranno docenti in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>Tutti gli utenti potenzialmente interessati a comprendere e applicare le dinamiche proprie degli strumenti Web 2.0</p> <p>Min 4 max 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per approcciarsi al web.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro – Attestazione rafforzata
Certificazione degli esiti	<p>In ingresso i partecipanti verranno sottoposti ad un test di verifica di livello.</p> <p>In itinere, alla fine di ogni modulo formativo, verranno svolte simulazioni ed esercitazioni tracciate.</p>

	In uscita i partecipanti verranno sottoposti a test a risposta multipla sui contenuti del corso.
Modalità formative	Aula Action Learning
Tematiche formative	Informatica, Marketing vendite

G.2 Sistemi cloud: gestione e utilizzo

Codice corso	G.2
Titolo corso	<u>Sistemi cloud: gestione e utilizzo</u>
Durata corso	<u>24 ore</u>
Descrizione del corso	<p>I sistemi Cloud permettono il pieno sviluppo dell'industria 4.0. È il cloud System a permettere la digitalizzazione dei macchinari, il pieno controllo dei dati e la conseguente applicazione dell'intelligenza artificiale con conseguenti risparmio di tempo e denaro. Il cloud garantisce potenza di calcolo sempre disponibile, con una certa attenzione all'ambiente, aprendo le porte al miglioramento delle performance su più livelli e alla riduzione dei fermi operativi. Il corso ha l'obiettivo di far acquisire conoscenze e tecniche d'uso per la gestione degli archivi sui principali sistemi cloud.</p> <p><u>Competenze da acquisire</u></p> <p>Tecniche d'uso per la gestione degli archivi sui principali sistemi cloud, SaaS, DaaS, IaaS, Office 365 applicazione e utilizzo.</p> <p>Programma</p> <ul style="list-style-type: none"> • i benefici e i rischi dell'adottare soluzioni cloud; • importanza delle informazione e della loro condivisione; • private Cloud; • SaaS (Software as a Service); • DaaS (Data as a Service), PaaS (Platform as a Service); • IaaS (Infrastructure as a Service); • gestione dei file e delle cartelle con il Cloud Computing: office 365, applicazioni, modalità di utilizzo, vantaggi e rischi; • il Cloud Computing quale fattore mitigante del rischio cyber. <p>Il corso sarà tenuto da docenti esperti in materia,</p> <p>Il corso prevede un tutor che supporterà lo studente nello studio delle lezioni e dei materiali</p>

G.3.1 Comunicazione virtuale e web marketing

- Codice corso	G.3.1
Titolo corso	Comunicazione virtuale e web marketing
Durata corso	32 ore
Descrizione del corso	<p>Inserito all'interno di una prospettiva di digital transformation, il corso si pone come obiettivo quello di illustrare ai partecipanti le potenzialità del web marketing così come tutti i nuovi strumenti della comunicazione bidirezionale per dialogare con il consumatore.</p> <p>approfondire le diverse modalità con cui l'azienda può integrare le attività di marketing e comunicazione tradizionali con quelle online.</p> <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principi di social media marketing - Social media marketing e digital transformation - Le leve del marketing digitale; L'evoluzione del marketing mix: e-Product, e-Price, e-Place - L'evoluzione dei mercati: la Long Tail; La comunicazione bidirezionale e il dialogo; - e-Promotion: il nuovo marketing basato sullo sharing e sul trust; e-People: le esigenze di chi comunica in rete; - e-Influencing: come influenzare i comportamenti - Progettare una visione integrata del piano di marketing - Dal mercato di massa alla personalizzazione; Integrare online e offline nel piano strategico di marketing; - Il consumatore digitale e l'interazione con l'azienda - La segmentazione dei consumatori; - La definizione e gestione del portafoglio prodotti;

G.3.1 Digitalizzazione e dematerializzazione dei processi

Codice corso	G.3.1
Titolo corso	Digitalizzazione e dematerializzazione dei processi
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze necessarie per gestire processi di digitalizzazione e di dematerializzazione dei documenti fornendo una panoramica completa di tutte le attività su metodologie, tecniche ed applicazioni presenti sul mercato, approfondendo inoltre l'aspetto normativo sia per quanto riguarda il valore legale del documento informatico che per quanto riguarda la gestione e la protezione dei dati personali (GDPR). La struttura del corso prevede un'introduzione relativa al quadro normativo di riferimento per proseguire con l'illustrazione delle metodologie relative all'organizzazione e alla gestione dei dati informatici. La firma elettronica, l'identità digitale, la trasmissione, archiviazione e conservazione dei documenti, i programmi di gestione e archiviazione documentale sono alcuni degli argomenti che saranno trattati unitamente alla conoscenza delle principali piattaforme di lavoro in condivisione (Office 365, suite Google)</p> <p>La competenza da acquisire è la Dematerializzazione dei processi e digitalizzazione, utilizzo delle principali applicazioni di archiviazione, gestione documentale e lavoro collaborativo.</p> <p><u>Conoscenze da acquisire</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • quadro normativo di riferimento (DI n.76/2020, GDPR); • Analisi dei linguaggi più importanti, cioè UML e BPMN • Studio approfondito su cos'è un dato e un'informazione. • Aspetti legali relativi alla gestione dei documenti e dei dati aziendali • Gestione del sistema informativo aziendale • Modalità e tecniche di acquisizione ed archiviazione dei documenti (file e delle cartelle)

G.4.2 Gestione dell'informazione e Digital Security Basics

Codice corso	G.4.2
Titolo corso	Gestione dell'informazione e Digital Security Basics
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>L'obiettivo del corso è quello di passare in rassegna le principali tecniche che possono essere utilizzate per proteggere la propria sicurezza e quella dell'organizzazione a cui si appartiene al fine di comprendere i punti di forza e i punti di debolezza dell'organizzazione medesima.</p> <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Gestione dell'informazione nell'ambiente aziendale •Gestione delle password •Autenticazione a due fattori •Informazioni strutturate e non strutturate •Sistema di gestione dell'informazione - ISMS •Standard e Best Practice internazionali: ISO 27000, COBIT, ERM, SOX, NIS •Framework Nazionale di Cyber Security, NIST, Cyber Essential •GDPR •Dos & Don'ts •Chiavi PGP e principali tecniche di crittografia <p>I docenti dovranno essere in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>Tutti gli utenti che utilizzano il pc per lavorare.</p> <p>Min 4 max 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per approcciarsi alla Digital Security.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro

G.4.2 Messaggistica, social media e privacy

- Codice corso	G.4.2
Titolo corso	Messaggistica, social media e privacy
Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>L'obiettivo del corso è quello di diffondere ai discenti le buone pratiche in materia di sicurezza dei social media andando a evidenziare nello specifico, i punti di forza e i punti di debolezza delle principali piattaforme di messaggistica comunemente utilizzate. Inoltre saranno forniti, all'interno del quadro giuridico e della privacy, gli strumenti per la valutazione dell'esposizione sul web e sui social network.</p> <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobile Security • Analisi delle piattaforme ed applicazioni di messaggistica e dei Social Network • Principali vulnerabilità dei sistemi di messaggistica e dei Social Network • Analisi della superficie di esposizione su Web e Social Media • Focus: App di dating ed esposizione alla minaccia • Quadro giuridico e tutela della privacy • La privacy nella rete • Strumenti difensivi per la tutela della privacy. <p>I docenti dovranno essere in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>Tutti gli utenti che utilizzano i social media per lavorare.</p> <p>Min 4 max 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per approcciarsi ai social media.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro

G.5.3 Controllo di gestione e reporting con Excel: l'analisi del bilancio per misurare la salute dell'azienda

- Codice corso	G.5.3
Titolo corso	Controllo di gestione e reporting con Excel: l'analisi del bilancio per misurare la salute dell'azienda
Durata corso	20 ore
Descrizione del corso	<p>La formazione mira a fornire ai partecipanti le conoscenze e metodi pratici per gestire i processi aziendali utilizzando excel, applicando azioni di miglioramento in ambito economico finanziario e patrimoniale per la lettura e l'interpretazione del conto economico, dello stato patrimoniale e dei principali indici di bilancio</p> <p>Il partecipante avrà modo di sviluppare le competenze informatiche per l'uso di Excel nei casi proposti per approfondire le diverse modalità con cui l'azienda può integrare le attività di marketing e comunicazione tradizionali con quelle online.</p> <p>I contenuti saranno i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'organizzazione e gli strumenti alla base del controllo di gestione • Il conto economico a "costo del venduto", quale report sull'andamento delle varie aree aziendali • Il conto economico a "margine di contribuzione", base per il calcolo del Break-Even Point • Lo stato patrimoniale "finanziario", per misurare e valutare l'equilibrio finanziario dell'azienda • I principali indici economici, finanziari e patrimoniali, per valutare lo stato di salute complessivo <p>I docenti dovranno essere in possesso di qualifiche tecniche ed esperienza di docenza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Operatori in amministrazione e controllo di gestione • Responsabili commerciali che desiderano acquisire conoscenze e strumenti operativi nell'area del controllo di gestione. <p>Min 4 max 20</p>
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per approcciarsi ai social media.

AMBITO H

H.1.1/H.1.2./H.1.4 - Strategie di marketing

Codice corso	H.1.1/H.1.2./H.1.4/ E.3
Titolo corso	Strategie di marketing
Durata corso	60 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è volto a sviluppare nei discenti metodi e strumenti per elaborare e presentare un piano di marketing strategico e operativo che sia un punto di riferimento per tutta l'azienda, valutandone preventivamente vincoli e fattibilità finanziaria.</p> <p>Il programma del corso prevede di affrontare i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti per l'analisi del mercato; - Analisi dello scenario competitivo: scenari attuali e prospettici; - Analisi della concorrenza: identificare il posizionamento dei concorrenti; - Customer Value Analysis; - Analisi interna dell'Azienda: punti di forza e debolezza per tipologia di segmentazione; - Analisi del portafoglio prodotti: relazione tra mercato e Business unit; - Company image e posizionamento; - Dall'analisi alla formulazione della strategia; - Definire le strategie vincenti, dalla segmentazione del mercato al posizionamento del prodotto; - Definire il piano d'azione e assicurarne la coerenza; - Definire previsione realistiche di fatturato; - Fissare gli obiettivi quantitativi e qualitativi per azione; - Misurare il ritorno delle azioni: indicatori chiave;

	<ul style="list-style-type: none"> - Misurare l'impatto delle azioni: indicatori chiave; - Stabilire le previsioni per periodi di vendita; - Budget, break even, margine, redditività; - Declinare il piano di marketing in attività commerciali; - Controllo delle performance come strumento di controllo e analisi per il futuro; - Come presentare con successo il piano di marketing; - Utilizzare il piano di marketing come strumento di pianificazione. <p>I docenti saranno specialisti nel campo dello sviluppo di strategie di marketing, con un'esperienza di formazione almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili d'azienda; - Responsabili marketing; - Addetti marketing.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>All'inizio del corso, verrà somministrato ai partecipanti un test orientativo per verificare le conoscenze pregresse nell'ambito dello sviluppo e del marketing. Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i</p>

	docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.
Modalità formative	Aula AL
Tematiche formative	Abilità personali/ Marketing vendite

H.1.1/H.2.4 - Innovazione e gestione delle reti commerciali

Codice corso	H.1.1/H.2.4
Titolo corso	Innovazione e gestione delle reti commerciali
Durata corso	32 h
Descrizione del corso	<p>Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le tecniche e gli strumenti per rendere più efficiente la rete di vendita attraverso il miglioramento delle performance e lo sviluppo di nuovi mercati con una struttura organizzata, supporti analitici e tecnologici, presentando la rete commerciale quale impianto organizzato di processi, uomini e infrastrutture che assume forme diverse in funzione delle variabili di contesto.</p> <p>Il programma verterà su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La pianificazione della rete nel governo d'impresa; - Rapporto fra pianificazione aziendale e commerciale; - Il processo di pianificazione delle vendite; <p>L'elaborazione degli obiettivi di vendita</p> <ul style="list-style-type: none"> - I fattori determinanti gli obiettivi di vendita; - I fattori interni ed esterni; - Tipologie di obiettivi; - La predisposizione del piano di vendita; - Lo studio dei potenziali di mercato e di vendita; - Le previsioni di vendita; - Lo sviluppo delle alternative; - I piani operativi commerciali; - Il controllo commerciale; - Il ruolo della forza vendita; - Ruolo e funzioni del manager delle vendite; - Ruolo e funzioni del capo intermedio; - Ruolo e funzioni del venditore; - La struttura organizzativa della rete;

- Rete diretta e rete indiretta;
- La scelta della rete ottimale;
- Il management della forza vendita;
- L'analisi della mansione e dei compiti del venditore;
- I metodi di vendita;
- Selezione e addestramento dei venditori;
- La zona di vendita;
- Il concetto di zona di vendita;
- La definizione delle zone di vendita;
- La copertura territoriale;
- Scelta del numero ottimale di venditori e altri problemi connessi;
- Il check-up della forza vendita;
- Le diverse aree di controllo;
- Analisi dell'attività di visita;
- Analisi di fidelizzazione e sviluppo della clientela;
- Analisi delle performance delle aree di vendita;
- Il controllo temporale della Forza Vendita;
- Il miglioramento e l'ottimizzazione della rete di vendita;
- Cosa fare per migliorare la redditività;
- Strategie per sviluppare le vendite;
- Tattiche e strategie per evitare la riduzione delle vendite;
- Come migliorare l'efficienza dei processi;
- Selling Control: modelli di applicazioni software e configurazioni del sistema;
- Target Model: modelli di applicazioni software e configurazioni del sistema.

I docenti saranno specialisti nell'ambito delle reti di vendita, con esperienza quinquennale di formatori.

destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili di progetto; - Responsabili Marketing e Vendite; - Addetti area marketing.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>All'inizio del corso, verrà somministrato ai partecipanti un test orientativo per verificare le conoscenze pregresse nell'ambito dello sviluppo e del marketing. Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.</p>
Modalità formative	<p>Aula AL</p>
Tematiche formative	Gestione aziendale-amministrazione/ Marketing vendite

H.1.5 – Management per la sostenibilità aziendale

Codice corso	H.1.5
Titolo corso	Management per la sostenibilità aziendale
Durata corso	40 h
Descrizione del corso	<p>Il corso ha l'obiettivo di sviluppare competenze trasversali nella gestione della sostenibilità dei processi e dei prodotti nell'ottica specifica della green economy, valutando le conseguenze delle attività imprenditoriali sulla società e sull'ambiente. Il programma sarà focalizzato sull'analisi del quadro normativo e politico in materia di sostenibilità ambientale e sull'individuazione di opportunità di creazione di valore green-oriented nell'ambito dei processi aziendali.</p> <p>Programma del corso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sostenibilità e creazione di valore nell'azienda; - Evoluzione di "sostenibilità": Charity, Corporate Social Responsibility, Shared Value; - Corporate governance e sostenibilità; - Finanza e bioetica; - Policy maker e misure: C.E., ONU, UN Global Compact; - Storia delle politiche ambientali, nel mondo, nella comunità europea e in Italia; - Il principio di precauzione nelle attività d'impresa; - Ridefinizione dei modelli di business verso modelli di green innovation; - Economia circolare: l'estensione del ciclo di vita dei prodotti; - Mappatura degli stakeholder; - Bilancio di sostenibilità e standard GRI;

	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicazione della sostenibilità e rischi reputazionali; - Studi di caso. <p>I docenti saranno esperti di management aziendale in ottica di green transition e circular economy, con esperienza almeno quinquennale nella formazione.</p>
destinatari	<p>Il numero massimo di partecipanti è 20 persone.</p> <p>I destinatari saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili d'azienda; - Responsabili di progetto; - Responsabili di attività produttiva.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni alla fine di ogni modulo formativo, volti a monitorare il progressivo apprendimento degli insegnamenti.</p> <p>Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Gestione aziendale-amministrazione/ Impatto ambientale

H.2.5 – Team management

Codice corso	H.2.5
Titolo corso	Team management
Durata corso	48 h
Descrizione del corso	Obiettivo del corso sarà lo sviluppo delle conoscenze relative alle dinamiche e ai meccanismi alla base di un team di successo, acquisendo le

	<p>abilità di un team leader e motivando i collaboratori per orientare le loro competenze verso un obiettivo comune.</p> <p>Il programma verterà su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vision aziendale; - Mission aziendale; - Rappresentazione e realizzazione dei valori aziendali; - Business Model; - Key Performance Indicator; - L' impianto di Comunicazione (riunioni); - La gestione del Conflitto; - L'etica del Team Manager per una responsabilità sociale diffusa; - Le caratteristiche del ruolo del Team Manager nel contesto della propria azienda: obiettivi, compiti, competenze e caratteristiche individuali; - Conoscere e gestire il Team: conoscenza dei membri e delle singole caratteristiche, definizione delle modalità di relazione (quando e dove) e degli stili più efficaci di gestione delle relazioni (che cosa e come); - Le competenze del Team Manager: il marketing e la comunicazione. <p>I docenti saranno specialisti delle tecniche motivazionali e di mental coaching nell'ambito aziendale, con comprovata esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 15 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amministratori; - Responsabili d'azienda; - Team leaders.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.</p>

Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	All'inizio del corso, verrà somministrato ai partecipanti un test orientativo per verificare le conoscenze pregresse nell'ambito del team management. Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.
Modalità formative	Aula AL
Tematiche formative	Abilità personali

H.2.5 - Il nuovo capo: manager, leader, coach

Codice corso	H.2.5
Titolo corso	Il nuovo capo: manager, leader, coach
Durata corso	32 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è sviluppare molteplici competenze affinché chi ricopre un ruolo direttivo possa essere nello stesso tempo manager, per garantire il raggiungimento dei risultati, leader, per guidare il team nei momenti di cambiamento, e coach, per motivare le persone e, soprattutto, supportare la loro performance e sviluppare la loro professionalità.</p> <p>Il programma del corso riguarderà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - I processi e le procedure tipiche dell'azienda; - Gli obiettivi dell'organizzazione; - La figura del capo in azienda e l'evoluzione del suo ruolo; - Cos'è un leader; - Cos'è un coach; - Cos'è un manager; - Come creare una visione e mantenerla nel tempo; - Identificare le azioni e portarle a termine ; - Come stimolare i lavoratori a comprendere pienamente il proprio ruolo; - Motivare il team; - Autorità e autorevolezza; - Obiettivi di prestazione e di sviluppo; - Confrontarsi su come raggiungere un obiettivo; - Come prendere decisioni; - Le conseguenze del nuovo ruolo e le competenze da acquisire; - L'importanza nel dare feedback per incoraggiare i comportamenti produttivi; - Come gestire adeguatamente un team. <p>I docenti saranno specialisti delle tecniche motivazionali e di mental coaching nell'ambito aziendale, con comprovata esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.</p>

destinatari	<p>I destinatari del corso, nel numero massimo di 15 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili aziendali; - Capi reparto; - Responsabili di progetto.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli e interpretarli. Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>Le competenze acquisite e sviluppate nel corso dell'azione formativa verranno valutate, verificate e attestate per mezzo di attestazioni rafforzate delle competenze.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Abilità personali

H.2.5 - Tecniche di vendita consulenziale e relazionale

Codice corso	H.2.5
Titolo corso	Tecniche di vendita consulenziale e relazionale
Durata corso	40 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è sviluppare la capacità di coinvolgere i potenziali clienti attraverso un processo di costruzione e valorizzazione della propria offerta aziendale, predisponendo strumenti utili a creare un layout espositivo efficace e a comunicare la personalità del marchio.</p> <p>I contenuti del corso saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoscere l'azienda e i suoi bisogni: La capacità d'ascolto, la chiave per una vendita riuscita, Utilizzare diversi tipi di domande per identificare i bisogni, Analizzare il ciclo della decisione d'acquisto; - Stabilire rapidamente una comunicazione di qualità: Tecniche per creare le condizioni di dialogo con il cliente, Costruire un clima di fiducia e di credibilità con atteggiamenti e comportamenti corretti, Identificare lo stile di acquisto del cliente; - Costruire, valorizzare e sostenere la propria offerta: Valorizzare le caratteristiche del prodotto e dell'offerta in termini di vantaggi per il cliente, Identificare le argomentazioni più adatte ai diversi interlocutori, Regole fondamentali per discutere, convincere e ottenere consenso, Creare un'argomentazione di vendita e svilupparla, Il linguaggio della vendita e il complesso dello stile; - Il momento della verità, ovvero come concludere per vendere: tecniche per concludere una vendita e condurre l'interlocutore ad una decisione, Un metodo pratico per presentare l'offerta ad un gruppo d'acquisto, Metodi per presentare il prezzo; - Come costruire e mantenere il rapporto con il cliente: Valutare e dare un seguito alle proprie azioni, Casi di insuccesso: soluzioni e proposte; - Laboratorio pratico: Sviluppare i comportamenti vincenti per vendere di più e meglio, Suscitare l'interesse del cliente o prospect, Analizzare in modo completo i bisogni del cliente, Personalizzare la propria proposta per rafforzare l'impatto sul cliente, Guidare il cliente verso la decisione;

	<p>- Il Responsabile Vendite: Budget e obiettivi, Ruolo e mission del Responsabile Vendite, Aree di decisione e autonomia, Aree di responsabilità;</p> <p>- Ottimizzare l'organizzazione della forza vendita: Strategie commerciali tipo e loro conseguenze in termini di organizzazione; Analisi delle competenze/performance dei venditori per strutturare la rete vendita in base ai risultati ottenuti;</p> <p>- Costruire il piano d'azione vendita: Selezionare le azioni per periodo temporale, priorità, target clienti, obiettivi di sviluppo.</p> <p>I docenti saranno esperti in consulenza e marketing con esperienza almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imprenditori e manager; - Responsabili Vendite; - Addetti area Vendita.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.</p>
Modalità formative	aula corsi interna 32 h action learning 8 h
Tematiche formative	Marketing vendite

H.3 – Project management

Codice corso	H.3
Titolo corso	Project management
Durata corso	32 h
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è sviluppare le conoscenze e i comportamenti per condurre i processi e le attività seguendo i principi del project management, comprendendone le logiche di gestione efficiente ed efficace.</p> <p>La competenza da acquisire sarà quella relativa alla elaborazione, implementazione e gestione di progetti di lavoro, focalizzando le lezioni dell'azione formativa su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione e Ruoli coinvolti in un progetto (stakeholders di progetto; strutture organizzative di riferimento; ruoli di progetto); - Avvio di progetto (definizione degli obiettivi di progetto; identificazione degli stakeholder; individuazione dei vincoli in termini di tempi, costi, qualità e rischi; costruzione del Project Charter); - Pianificazione di progetto (costruzione della Work Breakdown Structure; definizione delle attività da svolgere; costruzione della Organization Breakdown Structure; assegnazione delle responsabilità; pianificazione dei tempi; costruzione del Gantt; individuazione e allocazione delle risorse; stima dei costi di progetto e budget; pianificazione dei ricavi); - Piano di comunicazione e gestione del team (ruolo della leadership; gestione delle riunioni di progetto; gestione dei conflitti); - Monitoraggio del progetto (gestione delle issue del progetto; gestione delle richieste di modifica; rilevazione dei dati di avanzamento e analisi degli scostamenti; reporting di progetto); - Chiusura del progetto (analisi dei risultati; verifica con la committenza; redazione del Final Report). <p>I docenti saranno specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private, con esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.</p>

destinatari	<p>Il corso, per un numero massimo di 8 partecipanti, è rivolto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili d'area; - Responsabili di progetto; - Capi reparto.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli e interpretarli.</p> <p>Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>Le competenze acquisite e sviluppate nel corso dell'azione formativa verranno valutate, verificate e attestate per mezzo di attestazioni rafforzate delle competenze.</p>
Modalità formative	Aula
Tematiche formative	Gestione aziendale

H.3.2 - Change management: la gestione del cambiamento organizzativo

Codice corso	H.3.2
Titolo corso	Change management: la gestione del cambiamento organizzativo
Durata corso	40 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è finalizzato a fornire le linee guida del Change Management: dalla conduzione e implementazione attiva della strategia, al superamento delle resistenze, alla partecipazione al piano di cambiamento organizzativo.</p> <p>Il corso verterà sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definizione, classificazione e caratteristiche dei cambiamenti in azienda; - Diversi approcci al change management: dall'Organizational Development al Business Process Reengineering; - Fasi di un processo di cambiamento organizzativo; - Principali caratteristiche dei programmi di trasformazione di successo; - Impatto del cambiamento organizzativo sulle persone; - Impatto psicologico del cambiamento; - Resistenza al cambiamento, ostacoli e barriere; - Cambiamento organizzativo, vision, mission e strategia; - Impatto del cambiamento sul clima aziendale; - Impatto del cambiamento su prestazioni e motivazione; - Strumenti e metodi di gestione dei processi di change management; - Il progetto di cambiamento organizzativo: come rappresentarlo e monitorarlo; - Analisi dei vincoli e leve organizzative; - Mappatura della cultura organizzativa e delle leve di cambiamento culturale. <p>I docenti saranno specialisti delle tecniche di change management nell'ambito delle imprese private, con comprovata esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.</p>
destinatari	<p>Il corso è rivolto, nel numero massimo di 20 partecipanti a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabili d'area; - Responsabili di progetto; - Capi reparto;

Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Le attività verranno svolte tramite lezioni frontali in cui il docente trasferirà le conoscenze di base, necessarie per raccogliere i dati, elaborarli e interpretarli. Successivamente, tramite esercitazioni e simulazioni con case studies, i discenti avranno la possibilità di mettere in pratica quanto appreso.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le competenze acquisite e sviluppate nel corso dell'azione formativa verranno valutate, verificate e attestate per mezzo di attestazioni rafforzate delle competenze.
Modalità formative	Aula AL
Tematiche formative	Abilità personali/ Gestione aziendale

H.3.3 – Risk management

Codice corso	H.3.3
Titolo corso	Risk management
Durata corso	40 ore
Descrizione del corso	<p>Obiettivo del corso è quello di trasferire nei partecipanti le conoscenze e le abilità necessarie per identificare, analizzare, valutare e comunicare l'insieme di rischi che possono compromettere il raggiungimento dei risultati dell'impresa.</p> <p>Il programma del corso prevede un focus specifico sui seguenti aspetti del Risk Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definizione di rischio; - Particolarità dei rischi di progetto rispetto agli altri rischi d'impresa; - Relazione tra eventi rischiosi, cause, concause ed impatti; - Differenze tra rischi, incertezze, imprevisti; - I processi di gestione del rischio; - Identificazione dei rischi; - Tipologie di rischio; - La costruzione della Risk Breakdown Structure (documento RBS); - Metodi di analisi per fase, funzionalità, causa, origine; <p>Analisi qualitativa;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definizione delle scale di valutazione; - Valutazione della probabilità di accadimento; - Valutazione dell'impatto; - Matrici di rischio e Analisi quantitativa; - Strumenti logici e grafici (diagramma di influenza); - Simulazioni; - Le diverse modalità di risposta ai rischi: riduzione, trasferimento, eliminazione, accettazione; - L'individuazione di sintomi e triggers; - L'assegnazione delle ownership di gestione del rischio; - Piano di gestione: ruoli e responsabilità, le procedure di gestione dei rischi; - Le riserve e i budget per coprire i costi di gestione dei rischi; - Monitoraggio dei rischi; - Individuazione della comparsa dei rischi; - La gestione del registro dei rischi di progetto; - La gestione degli stati di avanzamento rispetto ai rischi.

	I docenti dovranno disporre delle necessarie competenze nel campo della gestione dei rischi d'impresa, con comprovata esperienza almeno quinquennale nel campo della formazione.
destinatari	Il numero massimo di candidati è di 15 persone. I candidati saranno: <ul style="list-style-type: none"> - Amministratori; - Dirigenti; - Capi reparto; - Responsabili di progetto.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	Le competenze acquisite e sviluppate nel corso dell'azione formativa verranno valutate, verificate e attestate per mezzo di attestazioni rafforzate delle competenze.
Modalità formative	Aula AL
Tematiche formative	Gestione aziendale

Codice corso	H.1.1/H.1.2./H.1.4/ E.3
Titolo corso	Strategie di marketing
Durata corso	60 h
Descrizione del corso	<p>Il corso è volto a sviluppare nei discenti metodi e strumenti per elaborare e presentare un piano di marketing strategico e operativo che sia un punto di riferimento per tutta l'azienda, valutandone preventivamente vincoli e fattibilità finanziaria.</p> <p>Il programma del corso prevede di affrontare i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti per l'analisi del mercato; - Analisi dello scenario competitivo: scenari attuali e prospettici; - Analisi della concorrenza: identificare il posizionamento dei concorrenti; - Customer Value Analysis; - Analisi interna dell'Azienda: punti di forza e debolezza per tipologia di segmentazione; - Analisi del portafoglio prodotti: relazione tra mercato e Business unit; - Company image e posizionamento; - Dall'analisi alla formulazione della strategia; - Definire le strategie vincenti, dalla segmentazione del mercato al posizionamento del prodotto; - Definire il piano d'azione e assicurarne la coerenza; - Definire previsione realistiche di fatturato; - Fissare gli obiettivi quantitativi e qualitativi per azione; - Misurare il ritorno delle azioni: indicatori chiave; - Misurare l'impatto delle azioni: indicatori chiave; - Stabilire le previsioni per periodi di vendita; - Budget, break even, margine, redditività; - Declinare il piano di marketing in attività commerciali; - Controllo delle performance come strumento di controllo e analisi per il futuro; - Come presentare con successo il piano di marketing;

	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare il piano di marketing come strumento di pianificazione. <p>I docenti saranno specialisti nel campo dello sviluppo di strategie di marketing, con un'esperienza di formazione almeno quinquennale.</p>
destinatari	<p>I destinatari, nel numero massimo di 20 partecipanti, saranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dirigenti; - Manager; - Responsabili marketing; - Addetti marketing.
Modalità di svolgimento dell'azione formativa	<p>Le attività formative avverranno attraverso lezioni frontali, in cui verranno illustrati i contenuti dal docente e i partecipanti avranno modo di interagire attivamente con esercitazioni di caso e simulazioni. Ad integrazione delle modalità formative d'aula, verrà implementata la modalità dell'action learning, in cui i partecipanti dovranno interagire pragmaticamente tra di loro per affrontare situazioni di lavoro reali, permettendo loro di acquisire consapevolezza riguardo il loro livello di acquisizione delle nozioni apprese.</p>
Tipo di certificazione	Altro
Certificazione degli esiti	<p>All'inizio del corso, verrà somministrato ai partecipanti un test orientativo per verificare le conoscenze pregresse nell'ambito dello sviluppo e del marketing. Durante il corso, i partecipanti verranno stimolati attivamente per mezzo di esercitazioni e simulazioni. Alla fine del percorso, i docenti valuteranno l'avvenuta acquisizione delle competenze attraverso un test finale.</p>
Modalità formative	<p>aula corsi interna 40 h</p> <p>action learning 20 h</p>
Tematiche formative	<p>Abilità personali</p> <p>Marketing vendite</p>