

CATALOGO
CORSI DI FORMAZIONE
ANNO 2015-2016

Sommario

| | |
|---|-----------|
| Area Risorse Umane..... | 6 |
| BUDGET E PIANIFICAZIONE DEL PERSONALE | 6 |
| LE RELAZIONI INDUSTRIALI | 7 |
| LA RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE..... | 9 |
| IMPLEMENTARE E GESTIRE LA FUNZIONE FORMAZIONE..... | 11 |
| PERSONNEL BASE LANGUAGE | 12 |
| COME IMPLEMENTARE UN SISTEMA INTEGRATO DI GESTIONE DELLE RISORSE UMANE..... | 13 |
| STRUMENTI PER LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI IN AZIENDA | 17 |
| MONITORARE LA PEOPLE SATISFACTION ATTRAVERSO L'ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE..... | 21 |
| MOBBING: ASPETTI GIURIDICI UTILI ALLA GESTIONE DEL PROBLEMA IN AMBITO AZIENDALE..... | 23 |
| LA VALUTAZIONE DELLA PRESTAZIONE | 24 |
| LE POLITICHE RETRIBUTIVE: COMPENSATION & BENEFITS | 26 |
| MASTER SERALE IN GESTIONE RISORSE UMANE..... | 28 |
| MASTER BREVE IN AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE | 31 |
| MASTER FORMAZIONE FORMATORI | 33 |
| Area Vendite, Marketing e Comunicazione | 37 |
| IL TELEFONO NELLA VENDITA | 37 |
| VENDITA E CONSULENZA AL CLIENTE | 39 |
| MARKETING TERRITORIALE..... | 41 |
| IL PIANO DI MARKETING E IL LANCIO DI UN NUOVO PRODOTTO SUL MERCATO.. | 43 |
| STRUMENTI DI MARKETING PER UNA RELAZIONE CONTINUA CON IL CLIENTE | 45 |
| IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE | 47 |
| ORGANIZZARE UN UFFICIO STAMPA | 49 |
| ORGANIZZARE UN EVENTO | 52 |
| COME POTENZIARE IL SISTEMA DI COMUNICAZIONE INTERNA..... | 54 |
| SALES SKILLS E TEAM MANAGEMENT | 56 |
| MARKETING..... | 59 |
| NETIQUETTE - IL GALATEO IN RETE | 60 |
| SCRIVERE PER LAVORO CON CHIAREZZA ED EFFICACIA | 61 |
| CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE..... | 63 |
| CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE PER IL MONDO WELLNESS | 64 |

| | |
|---|------------|
| Area Sviluppo Capacità Manageriali | 65 |
| LA GESTIONE DELLE RIUNIONI | 65 |
| LA GESTIONE DEI GRUPPI DI LAVORO | 67 |
| LA PRESENTAZIONE EFFICACE | 69 |
| LA LEADERSHIP SITUAZIONALE E GLI STILI DI GUIDA..... | 71 |
| LA LEADERSHIP EFFICACE | 73 |
| LA DELEGA | 75 |
| NEGOZIARE CON SUCCESSO..... | 77 |
| PROBLEM SOLVING E PRESA DI DECISIONE IN TEMPI RAPIDI..... | 79 |
| GESTIRE COLLOQUI DI ORIENTAMENTO | 81 |
| COMUNICARE PER ESSERE PERSUASIVI ED EFFICACI | 83 |
| STRATEGIA IN MOVIMENTO | 85 |
| COMUNICARE CON IL TEATRO | 86 |
| CONTROLLO MANAGERIALE..... | 87 |
| ALLA SCOPERTA DEL PROPRIO STILE PERSONALE..... | 89 |
| HUMOR BUSINESS..... | 91 |
| IL MANDALA - COLORIAMO IL NOSTRO UNIVERSO | 93 |
| Area Sviluppo Competenze Specialistiche | 95 |
| START UP D'IMPRESA | 95 |
| BUSINESS PLAN | 97 |
| FONDAMENTI DI PM..... | 99 |
| CORSO PER SEGRETARIE JUNIOR | 101 |
| MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' DI SEGRETERIA..... | 103 |
| MS OFFICE E LA COMUNICAZIONE PER LA SEGRETARIA EFFICIENTE..... | 107 |
| OPERATORE DI CLINICA DENTARIA..... | 109 |
| PRIVACY: IL PROCESSO DI GESTIONE DEI DATI PERSONALI IN AZIENDA..... | 111 |
| ENERGY MANAGEMENT: IL RUOLO DELL'ENERGY MANAGER..... | 112 |
| AUDIT ENERGETICO..... | 114 |
| STAGED HOMES PROFESSIONAL..... | 115 |
| Area Amministrativa | 117 |
| APPLICATIVO PAGHE E CONTRIBUTI IN AMBIENTE WINDOWS | 117 |
| APPLICATIVO ADHOC REVOLUTION - MODULO BASE | 118 |
| FINANZA | 119 |
| ANALISI DI BILANCIO | 120 |
| RECUPERO CREDITI (ENTRY LEVEL) | 121 |

| | |
|---|------------|
| CONTABILITÀ ANALITICA, BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE..... | 123 |
| GESTIONE TESORERIA E FLUSSI FINANZIARI, TESORERIA EXTENDED | 124 |
| ANALISI DATI (DATAWAREHOUSE) | 125 |
| Area Produzione | 126 |
| GESTIONE DISTINTA BASE E CONTO LAVORAZIONE | 125 |
| GESTIONE DELLA PRODUZIONE (MRP1, MRP2) E LOGISTICA ESTESA | 125 |
| LOGISTICA SU PALMARE_..... | 125 |
| Area Qualità..... | 129 |
| SISTEMA QUALITA' | 125 |
| Area Nuove Tecnologie | 130 |
| CORSO DI BASE PER UN UTILIZZO ORIENTATO AL BUSINESS DI MOTORI DI RICERCA E SOCIAL MEDIA | 130 |
| LINKEDIN & BUSINESS..... | 132 |
| Area Linguistica | 134 |
| CORSO BASE DI LINGUA INGLESE | 134 |
| CORSO BASE DI LINGUA FRANCESE | 135 |
| CORSO BASE DI LINGUA SPAGNOLA | 137 |
| Area Informatica..... | 138 |
| CORSO MICROSOFT OFFICE BASE..... | 138 |
| ITIL V3 FOUNDATION | 139 |
| Speciale Avvocati | 140 |
| CORSO DI DIRITTO COMPARATO FRANCIA/ITALIA CON ELEMENTI DI LINGUA GIURIDICA FRANCESE..... | 140 |
| CORSO BASE DI SPAGNOLO GIURIDICO PER AVVOCATI..... | 144 |
| Area Sicurezza sul lavoro..... | 146 |
| FORMAZIONE DEI LAVORATORI D.LGS 81/08 | 146 |
| FORMAZIONE RLS - RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA ... | 148 |
| FORMAZIONE DEI PREPOSTI | 149 |
| FORMAZIONE DEI DIRIGENTI | 150 |
| FORMAZIONE ADDETTI SERVIZIO ANTINCENDIO | 152 |
| FORMAZIONE ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO | 154 |
| FORMAZIONE RSPP RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE DATORE DI LAVORO..... | 156 |
| FORMAZIONE IN AMBITO ALIMENTARE HACCP..... | 158 |
| FORMAZIONE DEL PERSONALE AZIENDALE INCARICATO AL TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI..... | 159 |

FORMAZIONE SULLA RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA DELLE IMPRESE (PARTE GENERALE) LEGGE 231/2001 OBBLIGATORIA..... 160

Area Risorse Umane

BUDGET E PIANIFICAZIONE DEL PERSONALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Compito principale della Direzione del Personale è assicurare nel tempo un adeguato flusso di operatori aziendali, pianificando la loro ottimale distribuzione ed utilizzazione tra le varie attività aziendali. Predisporre un corretto Budget del personale è il punto di partenza per raggiungere senza sprechi gli Obiettivi azienda.

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di fornire un modello di riferimento che faciliti la formulazione degli scenari evolutivi tattici e strategici che l'azienda si pone da un punto di vista quantitativo e qualitativo sul personale, passando attraverso l'analisi dei dati storici; parallelamente qualificare e quantificare l'impatto costistico dei piani formulati sulle politiche di bilancio aziendale nonché definire il budget del personale.

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Responsabili del personale di PMI
- Specialisti funzionali dell'area Personale (selezione, formazione, sviluppo, payroll)

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il sistema informativo del personale
- Le 4 fasi della pianificazione del personale
- L'analisi dei dati storici
- La preparazione del Piano di Gestione Risorse Umane

Esercitazione

- Dalla retribuzione al costo del lavoro (costo orario: CLUT, CLUP, mensile, standard)
- Le componenti del costo del lavoro (esogene, endogene)
- La rilevazione del costo del lavoro
- La definizione del budget ed il controllo degli scostamenti

Esercitazione

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LE RELAZIONI INDUSTRIALI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso ha come obiettivo quello di fornire una preparazione necessaria alla gestione e allo sviluppo delle relazioni industriali, approfondendo la normativa che regola il diritto sindacale in Italia, il sistema delle relazioni sindacali in azienda e la conoscenza delle rappresentanze sindacali.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili di Stabilimento e di Unità Produttive. Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Definizione e "frame" di riferimento

- Gli attori
- I metodi e gli strumenti
- I luoghi

Il diritto del lavoro

- La questione sociale
- Le fonti del diritto del lavoro
- Il contratto di lavoro

Diritto sindacale e relazioni sindacali

- Dell'attività sindacale

Il Sindacato in azienda

- Diritti di organizzazione
- Diritti di partecipazione
- Diritti dei dirigenti sindacali
- Condotta sindacale

Il sistema delle relazioni sindacali

- Diritto all'informazione

Quali sono i poteri d'intervento della Rappresentanza Sindacale nella gestione del rapporto di lavoro

- Nella fase costitutiva del rapporto di lavoro
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa
- Coinvolgimento in materia di sicurezza sul lavoro
- La partecipazione al contenzioso disciplinare

Attraverso quali azioni la RS interviene nella definizione delle politiche aziendali

- Quali poteri ha la RS in caso di mutamenti organizzativi
- Gestire le situazioni di crisi
- Mobilità e licenziamenti

La gestione del conflitto sindacale

- Le fonti e l'innescio
- Modi di essere del conflitto

Come condurre una trattativa sindacale efficiente

- Ma è un obbligo trattare?
- Individuare le strategie per una efficace gestione della trattativa
- La pianificazione della trattativa
- Le tecniche e gli strumenti utilizzati nella trattativa
- Il risultato negoziale

Come si attua il confronto sindacale in azienda e qual è il ruolo dei Negoziatori

- Quali sono i soggetti coinvolti: mandato al negoziatore
- Come si compone la Delegazione Sindacale: mandato, comunicazione aziendale negoziazione interna
- Gestire i comportamenti da adottare

Esercitazioni

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso mira a presentare in maniera approfondita l'intero processo di selezione del personale, partendo dall'analisi dei principi fondamentali e delle finalità di questa attività, passando attraverso le diverse fasi del processo e la illustrazione teorico-pratica degli strumenti e delle metodologie utilizzate, fino a giungere a focalizzare l'attenzione dei partecipanti sulla novità professionale rappresentata dalla possibilità di operare del recruitment tramite l'utilizzo degli strumenti legati alle nuove tecnologie (Internet, webcam, ecc.).

Destinatari

Il corso si rivolge a laureandi e neolaureati e a figure junior delle direzioni del personale che desiderano approfondire conoscenze e competenze sul tema trattato.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il processo di selezione tradizionale e il processo di selezione on-line a confronto
- Le fasi del processo di selezione e reclutamento del personale:
 - *Definizione del job profile*
- analisi della posizione e dei bisogni in relazione al clima organizzativo (i vari tipi di "cultura" organizzativa) - individuazione delle caratteristiche della posizione e del ruolo da ricoprire
- determinazione delle conoscenze e competenze e delle caratteristiche comportamentali personali indispensabili per il ruolo ricercato
- individuazione e coinvolgimento dei soggetti interessati al processo di reclutamento e selezione
- descrizione del profilo del candidato ideale
- *Esercitazione*
 - role-playing: simulazione di un'intervista al Human Resources Manager e all'uomo di "Linea" dell'azienda cliente per la definizione del profilo da ricercare
 - stesura in gruppo di un job profile e brainstorming sul lavoro svolto
- *Ricerca, sperimentazione delle fonti e comunicazione al mercato del lavoro*
- Domande spontanee/Archivio
- Presentazione attraverso altri candidati
- Job posting
- Annunci in bacheche, negozi
- Stage
- Università e scuole
- Head Hunter
- Inserzione attraverso media (quotidiani, settimanali...)
- Internet: come costruire un annuncio di successo su Internet
- *Esercitazione*
 - costruzione e stesura di un annuncio di ricerca del personale su Internet a partire dal job profile precedentemente stilato
- *Pre-selezione e screening dei Curricula*
- L'interrogazione del data-base: il match-mail dei Curricula con il job profile
- Come leggere i Curricula e le lettere di presentazione tradizionali:
 - Il curriculum scolastico
 - Il curriculum lavorativo
 - Motivazioni lavorative
 - Interessi extralavorativi
 - Analisi della situazione familiare
 - Aspetti caratteriali
- I "format" delle società di ricerca e selezione on-line
- *Esercitazione*
- lettura e corretta catalogazione di diversi Curricula
- classificazione di diversi Curricula sulla base di un job profile
- *Screening telefonico delle candidature*

- *Esercitazione*
- role-playing: simulazione di interviste telefoniche per studiare le diverse fasi di questo particolare strumento di screening e le informazioni da trarre dal colloquio telefonico
- *Convocazione dei candidati*
- *Selezione delle candidature*
- Quale metodologia adottare per la valutazione dei candidati?
- I test: quali adottare (di intelligenza, di personalità, attitudinali...) e come usarli correttamente
- Le dinamiche di gruppo: quando ricorrervi e su quale tipologia di candidati
- Il colloquio individuale: l'intervista libera e l'intervista strutturata
- *L'intervista di selezione e le sue fasi*
- Preparazione
- Accoglienza e presentazione al candidato
- Conduzione e scelta dello stile migliore (amichevole, professionale, stress interview...)
- Chiusura
- Valutazione del candidato
- Errori da evitare durante l'intervista e durante la valutazione
- I meccanismi di difesa del candidato
- Definizione della rosa dei candidati idonei e presentazione alla "linea"
- *Accoglimento e inserimento dei nuovi assunti*
- Gli strumenti per l'orientamento
- I piani di inserimento
- Le visite e gli incontri con le varie funzioni aziendali
- La valutazione del periodo di prova
- *Feedback ai candidati non idonei*
- *L'intervistatore ideale:*
- *Come parlare al candidato (domande aperte, semi aperte, chiuse...)*
- *Saper ascoltare*
- *La comunicazione non verbale (sguardo, gestualità, postura, mimica, prossemica, stretta di mano, ecc.)*
- *Esercitazione*
- Gioco sull'ascolto attivo
- Gioco sulla comunicazione non verbale

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

IMPLEMENTARE E GESTIRE LA FUNZIONE FORMAZIONE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La funzione Formazione di un'organizzazione, una volta recepite le esigenze del business aziendale, ha l'incarico di analizzare le tendenze dei macro-bisogni formativi, di definire le strategie di intervento, di pianificare e progettare la Programmazione, di coordinare l'erogazione dei moduli formativi, presidiando e valutando l'attività svolta. E' inoltre, strumento di integrazione culturale e di rinforzo all'appartenenza aziendale. Durante le due giornate, verranno forniti gli strumenti e le metodologie per l'implementazione e la gestione della funzione Formazione.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Introduzione alla funzione Formazione**
- Ai partecipanti verrà proposto un questionario di autodiagnosi volto a definire il proprio ruolo all'interno della propria organizzazione
- Primo confronto fra i partecipanti sulle diverse realtà aziendali
- **Organizzare la funzione Formazione**
 - Scopo, finalità e attività del Responsabile della Formazione
 - Confronto fra diversi modelli organizzativi
 - Le interazioni con le altre funzioni HR
- **Le competenze dello Specialista della Formazione aziendale**
 - I fondamenti del mestiere
 - Quali professionalità sviluppare
- **Il Piano annuale della Formazione**
 - Le fasi di raccolta ed elaborazione dei bisogni formativi
 - Come armonizzarlo e integrarlo con le politiche di gestione delle Risorse Umane (in particolare con i modelli delle Competenze e con i Piani di sviluppo) e con il Piano di Gestione dell'organizzazione in generale
 - Costruire e gestire il budget per la formazione
 - Ottimizzare i costi salvaguardando la qualità
 - La formazione finanziata: fonti e tempi
- **Come valorizzare la funzione Formazione**
 - Definire gli indicatori di efficacia dei processi formativi
 - Le strategie di comunicazione interna verso i Responsabili di funzione e verso i discendenti

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

PERSONNEL BASE LANGUAGE

Operare oggi nel settore delle Risorse Umane implica il continuo interfacciarsi con realtà straniere; diventa quindi necessario avere una buona conoscenza delle terminologie tecniche da utilizzare all'interno della funzione del personale.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire la terminologia tecnica base utilizzata nelle funzioni del personale dove viene richiesta l'elaborazione in lingua inglese del Piano di Gestione del personale e la reportistica ad esso relativa. Verranno presentate le principali attività che fanno capo ad una direzione del personale, attraverso il lessico in uso, gli strumenti e le modalità base utilizzate per gli scopi che ci si propone, accompagnate da esercitazioni mirate a rafforzare quanto appreso.

Destinatari

Il corso si rivolge a figure operanti all'interno della funzione del personale e a coloro che desiderano perfezionare le proprie conoscenze della lingua inglese inerente il settore delle risorse umane. Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **HR Function**
 - Role in organisation
 - Structure
 - Job/person specifications
- **Recruitment & selection**
 - Preparing for interview
 - Language for interview
- **Appraisal**
 - Appraisal form
 - Appraisal interview
 - Feed-back
- **Training Human Resources Plan**
 - Aims and structure of a process
 - Methodology

Metodologia Didattica

I docenti proporranno numerose esercitazioni, in alternanza ai momenti di lezione interattiva.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COME IMPLEMENTARE UN SISTEMA INTEGRATO DI GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Le imprese investono nel rafforzamento di strumenti per la gestione delle Risorse Umane, affinché costituiscano dei punti di riferimento organizzativi efficaci nel guidare ed orientare il comportamento delle risorse. Il ciclo di incontri fornisce alcuni strumenti necessari alla progettazione e implementazione di un modello integrato e integrabile con gli altri sistemi aziendali.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

1° giorno

- Introduzione ai sistemi, modelli e strumenti per la Gestione Integrata delle Risorse Umane.
- Definizione, applicazioni ed esempi

ANALISI, DESCRIZIONE E VALUTAZIONE DELLE POSIZIONI

- **Finalità dell'analisi e della descrizione delle posizioni**
- **Le metodologie di analisi e descrizione**

- Acquisire un metodo efficace per la descrizione di una mansione
- La raccolta dei dati inerenti l'azienda:
 - business, dimensioni, mercato

storia, Obiettivi di sviluppo, struttura interna

- La raccolta dei dati inerenti alla posizione:
- Il disegno organizzativo della posizione
- Le aree di responsabilità
- La descrizione dell'attività
- I rapporti interfunzionali
- Le risorse a disposizione
- Le condizioni retributive e di inquadramento
- Le prospettive di sviluppo e di carriera
- Differenze di analisi e descrizione per i ruoli manageriali (Quadri e Dirigenti) e ruoli impiegatizi
- *Esercitazione pratica: descrivere una posizione lavorativa*

I partecipanti potranno attivamente esercitarsi nella stesura di una descrizione sulla base delle posizioni presenti nella propria organizzazione. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

- **Organizzare il processo di raccolta e validazione delle informazioni**
 - Come formare i team che condurranno la mappatura
 - Descrizione da parte dei singoli dipendenti? da parte dei responsabili? intervista?
 - Come procedere per la validazione delle informazioni
- **Migliorare la propria capacità di conduzione di un'intervista per l'analisi delle mansioni svolte e di descrizione del "processo" coinvolto**
 - Quali le domande più efficaci da porre per procedere alla descrizione
 - Dotarsi di una guida per la descrizione dei "processi"
 - Dotarsi di una guida per condurre efficacemente l'intervista organizzativa
 - Quali le domande da porre per ottenere informazioni significative e controllabili
 - Come redigere una scheda d'analisi efficace
 - *Esercitazione Pratica: L'intervista di rilevazione della posizione*

Role Playing. I partecipanti potranno esercitarsi in un'intervista di rilevazione della posizione. I partecipanti simuleranno a turno i ruoli dell'intervistato e dell'intervistatore, per poter migliorare i propri

punti di forza e correggere i punti di debolezza. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

Utilizzare differenti approcci alla descrizione delle attività svolte e delle funzioni attribuite o esercitate, in relazione ai diversi Obiettivi di sviluppo e gestione delle Risorse Umane

- Analizzare i presupposti in termini di meccanismi di coordinamento, di interdipendenze, di contributo cognitivo, di criteri classificatori
- Conoscere le differenti tipologie di descrizione:
- Descrivere le funzioni per raggrupparle in mansioni-tipo
- Descrivere le funzioni per individuare e valutare gli "attivatori" di risultato
- Descrivere le funzioni per gestire l'organizzazione
- Descrivere le funzioni all'interno di uno schema di classificazione predeterminato
- *Esercitazione pratica: redigere la descrizione di un "processo"*

I partecipanti potranno attivamente esercitarsi nella descrizione in base a processi conosciuti, presenti nella propria azienda. I risultati verranno poi discussi insieme al Docente per trarne spunti e suggerimenti

o **La valutazione delle posizioni**

Le finalità e Obiettivi della valutazione

- Metodi di valutazione: job ranking, job grading/classification, metodo del punteggio, comparazione dei fattori
 - Limiti e vantaggi dei diversi metodi
 - Approfondimento del Metodo Hay: caratteristiche del sistema, fattori di valutazione, limiti e vantaggi
- o **Il risultato della valutazione delle posizioni: come utilizzarli e quali vantaggi ne può trarre l'azienda**
- Esempi applicativi
 - Gli attori ed il processo di valutazione dei ruoli
 - Il collegamento con i processi di selezione, formazione e sviluppo

2° giorno

LA VALUTAZIONE E IL MIGLIORAMENTO DELLA PRESTAZIONE

Obiettivi

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
 - Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
 - Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
 - Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
 - Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback
- **Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione**
 - Finalità della valutazione della prestazione
 - L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti
 - **Come e cosa valutare**
 - Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
 - Definire comportamenti organizzativi e gestionali
 - Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti
- **Gli attori del processo di valutazione della prestazione**
 - La popolazione di dipendenti da valutare
 - I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
 - Qual'è il ruolo della Direzione del Personale
 - **Scegliere la tecnica di valutazione più idonea**

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
 - La valutazione a 360°
 - Le valutazioni "one over one" e "multiple"
- **Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura**
 - Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati

- Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"
- **Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi**
 - Confrontare i risultati attesi e conseguiti
 - Come attenuare il problema degli errori di valutazione
 - Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
 - Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
 - La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
 - L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi
- **Il colloquio di valutazione o di Feedback**
 - Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
 - Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione
- **Preparare il colloquio**
 - L'informazione e la formazione preliminari
 - La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
 - La predisposizione del materiale
 - La scelta del luogo e dell'ambiente fisico
- **Come condurre efficacemente il colloquio**
 - Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
 - L'apertura: costruire il clima più favorevole
 - L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
 - L'analisi complessiva
 - Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
 - La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
 - Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
 - Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
 - Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
 - Come concludere l'incontro
- **Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback**
 - Criticare costruttivamente
 - Elogiare
 - Motivare
 - Rassicurare
 - Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento
- **Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori**
 - I test
 - Le simulazioni
 - Il role playing
 - I filmati
 - L'affiancamento

3° giorno

PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN MODELLO DI MAPPATURA E GESTIONE DELLE COMPETENZE

○ **Il rapporto tra creazione del valore in azienda e gestione per competenze**

- I vantaggi e le opportunità dei sistemi per competenze:

Capacità di orientamento dei comportamenti necessari al sostegno di strategie ed Obiettivi di business

- Valorizzazione del capitale umano come fattore di vantaggio competitivo
- Quali sono e come si possono superare i vincoli e le criticità nella gestione per competenze

○ **Introduzione ai sistemi di gestione per competenze**

- Definizione e caratteristiche delle competenze
- Le competenze come dimensione organizzativa
- Le competenze come dimensione individuale

○ **Definire l'approccio da utilizzare**

Quali Obiettivi si intendono perseguire

- Quali impatti ci si attende:

- favorire cambiamenti di lungo periodo attraverso la gestione e lo sviluppo delle risorse e delle famiglie professionali strategiche;
- incrementare nel breve periodo il commitment e le capacità delle persone, mappando e divulgando i comportamenti messi in atto dai best performer
- Cases histories: alcuni modelli reali per orientare la scelta del nuovo modello
- **Mappare le competenze**
 - Come classificare, raggruppare e misurare le competenze:
 - gli approcci bottom up e top down
 - Quali gli strumenti di rilevazione più efficaci: interviste individuali, gap analysis, test, esercitazioni individuali o di gruppo, valutazione a 360 gradi
- **Caso studio relativo alla scelta dell'approccio e degli strumenti per mappare le competenze**
- **Come utilizzare il sistema delle competenze nei processi gestionali delle risorse umane**
 - Selezione
 - Formazione
 - Sviluppo organizzativo
 - Tavole di rimpiazzo e percorsi di carriera individuali e collettivi
 - Compensation
- **Esempi e casi di studio sui percorsi di carriera**

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

3 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota di partecipazione

Euro 1.200,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 1.000,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 700,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota di partecipazione comprende il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 80% delle ore di formazione previste.

STRUMENTI PER LA VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI IN AZIENDA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Introduzione ai sistemi, modelli e strumenti per la Valutazione delle Risorse Umane e delle Relazioni aziendali. Definizione, applicazioni ed esempi

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Risorse Umane, Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

1° giorno

LA VALUTAZIONE E IL MIGLIORAMENTO DELLA PRESTAZIONE

Obiettivi

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
- Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
- Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
- Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
- Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback
- **Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione**
 - Finalità della valutazione della prestazione
 - L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti
- **Come e cosa valutare**
 - Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
- Definire comportamenti organizzativi e gestionali
- Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti
- **Gli attori del processo di valutazione della prestazione**
 - La popolazione di dipendenti da valutare
 - I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
 - Qual'è il ruolo della Direzione del Personale
- **Scegliere la tecnica di valutazione più idonea**

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
- La valutazione a 360°
- Le valutazioni "one over one" e "multiple"
- **Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura**
 - Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati
 - Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"
- **Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi**
 - Confrontare i risultati attesi e conseguiti
 - Come attenuare il problema degli errori di valutazione
 - Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
 - Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
 - La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
 - L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi

- **Il colloquio di valutazione o di Feedback**
 - Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
 - Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione
- **Preparare il colloquio**
 - L'informazione e la formazione preliminari
 - La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
 - La predisposizione del materiale
 - La scelta del luogo e dell'ambiente fisico
- **Come condurre efficacemente il colloquio**
 - Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
 - L'apertura: costruire il clima più favorevole
 - L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
 - L'analisi complessiva
 - Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
 - La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
 - Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
 - Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
 - Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
 - Come concludere l'incontro
- **Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback**
 - Criticare costruttivamente
 - Elogiare
 - Motivare
 - Rassicurare
 - Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento
- **Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori**
 - I test
 - Le simulazioni
 - Il role playing
 - I filmati
 - L'affiancamento

2° giorno

PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN MODELLO DI MAPPATURA E GESTIONE DELLE COMPETENZE

- **Il rapporto tra creazione del valore in azienda e gestione per competenze**

- I vantaggi e le opportunità dei sistemi per competenze:

Capacità di orientamento dei comportamenti necessari al sostegno di strategie ed Obiettivi di business

- Valorizzazione del capitale umano come fattore di vantaggio competitivo
- Quali sono e come si possono superare i vincoli e le criticità nella gestione per competenze

- **Introduzione ai sistemi di gestione per competenze**

- Definizione e caratteristiche delle competenze
- Le competenze come dimensione organizzativa
- Le competenze come dimensione individuale

- **Definire l'approccio da utilizzare**

Quali Obiettivi si intendono perseguire

- Quali impatti ci si attende:
 - favorire cambiamenti di lungo periodo attraverso la gestione e lo sviluppo delle risorse e delle famiglie professionali strategiche;
 - incrementare nel breve periodo il commitment e le capacità delle persone, mappando e divulgando i comportamenti messi in atto dai best performer

- Cases histories: alcuni modelli reali per orientare la scelta del nuovo modello

- **Mappare le competenze**

- Come classificare, raggruppare e misurare le competenze:
 - gli approcci bottom up e top down
 - Quali gli strumenti di rilevazione più efficaci: interviste individuali, gap analysis, test, esercitazioni individuali o di gruppo, valutazione a 360 gradi

- **Caso studio relativo alla scelta dell'approccio e degli strumenti per mappare le competenze**
- **Come utilizzare il sistema delle competenze nei processi gestionali delle risorse umane**
 - Selezione
 - Formazione
 - Sviluppo organizzativo
 - Tavole di rimpiazzo e percorsi di carriera individuali e collettivi
 - Compensation
- **Esempi e casi di studio sui percorsi di carriera**

3°/4° giorno

LA NEGOZIAZIONE

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
 - Riconoscere le principali situazioni negoziali

Individuare gli Obiettivi e i bisogni dell'altra parte coinvolta

- Riconoscere i personali stili di negoziazione
- Agire i comportamenti più adeguati alle diverse situazioni negoziali
- Verificare quanto e come le abilità negoziali sono in relazione alle competenze di comunicazione e alla capacità di stabilire legami
- **Senza comunicazione non c'è negoziazione**
- **L'ascolto attivo**
 - Il feed-back
 - Gli atteggiamenti delle relazioni
- **Esercitazione**
- **Cenno alla teoria dei giochi**
- **Esercitazione**
- **La negoziazione**
 - Il conflitto
 - Le fonti del conflitto
 - Tipologie di conflitto
- **Elementi che caratterizzano l'arena negoziale**
 - Le parti negoziali
 - La struttura dei rendimenti
 - Lo spazio di utilità individuale e condiviso
- **Le fasi negoziali**
 - Convocazione
 - Tesi
 - Temi
 - Tempi
 - Stallo negoziale
 - Fine della trattativa
- **I comportamenti negoziali**
 - Contesa vs problem solving
- **Le categorie negoziali**
 - Negoziazione cooperativa
 - Negoziazione distributiva
 - Le strategie e le tattiche negoziali
- **Gli stili di negoziazione**
- **Trappole cognitive nei negoziati**
 - Le scelte con "dotazione"
 - I vincoli delle decisioni passate
 - Utilizzare posizioni di ancoraggio
 - La disponibilità delle informazioni e della similarità
 - Negoziare troppo sicuri di sé
- **La negoziazione assistita**
 - La funzione dell'arbitro
 - La funzione del mediatore
- **Esercitazione**

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.200,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 1.800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 80% delle ore di formazione previste.

MONITORARE LA PEOPLE SATISFACTION ATTRAVERSO L'ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere i vantaggi di una buona analisi del clima
- Capire come scegliere il momento migliore per condurre l'indagine
- Apprendere come scegliere il metodo di misura più adatto alla propria azienda
- Apprendere la metodologia di definizione dei principali fattori di indagine
- Padroneggiare le fasi di rilevazione, elaborazione e analisi dei dati raccolti
- Saper utilizzare i risultati dell'analisi per intervenire sullo sviluppo e sul coinvolgimento delle Risorse Umane
- Saper valorizzare le informazioni fornite dall'indagine per prendere decisioni relative alla soddisfazione del personale o allo sviluppo delle risorse

Destinatari

Il corso si rivolge a Direttori del Personale, Responsabili Gestione Risorse Umane, Responsabili Pianificazione e Sviluppo Organizzativo, Responsabili Formazione e Sviluppo.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Perché il "Clima Aziendale"?**
 - Il concetto di clima aziendale: alcune definizioni
 - Gli approcci teorici
 - I fattori che determinano il clima
 - La cultura aziendale
 - Il rapporto tra clima e cultura aziendale
 - Clima e soddisfazione lavorativa
 - Clima e socializzazione al lavoro
 - Clima e successo aziendale

- **Progettare il clima: "sogno o realtà"?**

I vantaggi e gli Obiettivi di una buona indagine di clima aziendale

- Feedback di verifica dell'efficacia delle politiche gestionali
- Motivazione al lavoro
- Autostima dei dipendenti
- Miglioramento della performance aziendale
- Trasparenza e comunicazione
- **Quando fare un'analisi del clima aziendale: presupposti e condizioni**
 - "Autorevisione critica"
 - Fasi di transizione
 - Cambiamenti dell'assetto aziendale
 - Sintomi di insoddisfazione da parte dei dipendenti

- **La scelta dei metodi di misura**

La definizione degli Obiettivi

- Il campione
- Le aree tematiche
- Le dimensioni
- Gli indicatori
- **La scelta degli strumenti: questionario o intervista?**
 - Quando utilizzare il questionario e quando l'intervista
 - I "Sistemi misti"
 - Punti di forza e punti di debolezza dei diversi sistemi
 - La strutturazione e la sequenza delle domande
 - Costruire il questionario

- Definire il "canovaccio" dell'intervista
- **Gli attori coinvolti**
 - I Committenti
 - La Direzione Risorse Umane
 - Gli intervistati
 - Le società di consulenza
- **La rilevazione, l'analisi e l'elaborazione dei dati**
 - Come comunicare che si procederà ad un'indagine di clima
 - La somministrazione del questionario
 - L'intervista: aspetti critici
 - E se non tutti rispondo ai questionari? Stime, varianti, indici di posizione
 - Definizione delle aree di miglioramento, di potenziamento e di sviluppo
 - Come sintetizzare i risultati: identificare le modalità più idonee
- **Pianificare le attività di miglioramento**
 - Come utilizzare i dati per ottenere il "clima progettato"
 - Identificazione degli strumenti per il miglioramento
 - Fissare delle iniziative di monitoraggio continuo
 - Stabilire eventuali azioni correttive all'intero processo
- **Dare il feedback dei risultati**
 - Come organizzare il piano di comunicazione
 - Gli strumenti da utilizzare
- **Le risorse umane come fattore d'eccellenza**
 - L'importanza delle risorse umane per migliorare la qualità del servizio e la fidelizzazione del cliente
 - Rapporto cliente interno /cliente esterno
 - Leve di marketing al servizio della "Employee Satisfaction"
- **Il processo di rilevazione della "People Satisfaction"**
 - Definizione modalità di applicazione (cosa si vuole raggiungere, chi coinvolgere, come, quali aspetti sondare...)
 - Interviste e/o distribuzione e raccolta dei questionari
 - Analisi dei risultati
 - Feedback
 - Pianificazione attività di miglioramento
- **Presentazione di alcuni modelli**
 - Il modello SMILES (Studio e Monitoraggio Integrato del Livello della Employees Satisfaction)
 - Il modello E.F.Q.M. (European Foundation for Quality Management)

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100elle ore di formazione previste.

MOBBING: ASPETTI GIURIDICI UTILI ALLA GESTIONE DEL PROBLEMA IN AMBITO AZIENDALE

In presenza di quali situazioni ed elementi concreti la giurisprudenza recente ritiene sussistente il mobbing? Come si può prevenire, affrontare e gestire un caso di mobbing nella realtà aziendale? Rispondere ai quesiti non è semplice ed è necessaria un'analisi concreta della più recente giurisprudenza onde fornire risposte appropriate ed efficaci.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si prefigge lo scopo di analizzare la situazione normativa e le pronunce giurisprudenziali maggiormente significative sia in ambito penale sia in ambito civile sull'argomento nonché di fornire elementi utili a coloro che operano in ambito aziendale per riconoscere ed affrontare le situazioni di rischio.

Destinatari

Il corso si rivolge ai Responsabili e Specialisti Relazioni Industriali, Responsabili Contenzioso del lavoro, Responsabili Risorse Umane e del Personale di Staff e di Stabilimento, Responsabili Ufficio Legale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 4 a un massimo di 12.

Programma

- Quando si può parlare di mobbing in ambito giuridico
- Analisi della tematica dal punto di vista civilistico e della relativa giurisprudenza
- Il reato di cui all'art. 572 c.p. ambito di applicazione e giurisprudenza
- Cosa succede negli altri paesi, punti di divergenza e punti di contatto
- Analisi e commento di casi pratici

Metodologia Didattica

La Docente proporrà Case Histories in alternanza a momenti di lezione interattiva.

Docente

Livia Chiara Mazzone ha conseguito il titolo di avvocato a Milano nel maggio del 2006 dove esercita la propria attività professionale. Dopo un periodo di pratica in diritto del lavoro opta per una specializzazione nel **diritto penale di impresa** con particolare riguardo ai reati tributari, societari ed alla responsabilità amministrativa degli enti di cui al Decreto legislativo 231/2001. Dal gennaio 2011 si mette in proprio e, riallacciandosi all'attività svolta all'inizio della professione, affronta in chiave penalistica le tematiche giuslavoriste specializzandosi in particolare nell'attività di consulenza in ambito di sicurezza del lavoro e nella redazione di modelli organizzativi.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso ha una durata di 4 ore, dalle 9.30 alle 13.30.

Quota d'iscrizione

Euro 350,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA VALUTAZIONE DELLA PRESTAZIONE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Capire come implementare un sistema di valutazione della prestazione
- Individuare e segmentare la popolazione oggetto della valutazione
- Sviluppare una serie di strumenti pratici e operativi per la valutazione della prestazione
- Comprendere le modalità per costruire un'efficace scheda di valutazione
- Sviluppare competenze e capacità per condurre brillantemente un colloquio di valutazione e di feedback

Destinatari

Il corso si rivolge a Direttori e Responsabili Risorse Umane, Direttori e Responsabili del Personale, Responsabili della Selezione del Personale, Responsabili Formazione e Sviluppo, Quadri e Dirigenti a tutti i livelli.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Perché implementare un sistema di valutazione della prestazione**
 - Finalità della valutazione della prestazione
 - L'importanza della valutazione non solo per le aziende ma anche per i dipendenti
- **Come e cosa valutare**
 - Come strutturare efficacemente un processo di valutazione della prestazione

Definire Obiettivi generici e specifici

- Quali sono le aree di responsabilità
- Definire comportamenti organizzativi e gestionali
- Cosa significa valutare attitudini, capacità e atteggiamenti
- **Gli attori del processo di valutazione della prestazione**
 - La popolazione di dipendenti da valutare
 - I valutatori: quali regole devono seguire e quali comportamenti devono sviluppare
 - Qual'è il ruolo della Direzione del Personale
- **Scegliere la tecnica di valutazione più idonea**

Le valutazioni per fattori e per Obiettivi

- I sistemi misti
- La valutazione a 360°
- Le valutazioni "one over one" e "multiple"
- **Come costruire la griglia di valutazione e gli indici di misura**
 - Definire i criteri relativi alla persona, ai comportamenti e ai risultati
 - Quali le informazioni chiave contenute nel manuale di supporto per i Capi e gli "uomini della linea"
- **Le modalità di raccolta, sintesi e interpretazione dei dati emersi**
 - Confrontare i risultati attesi e conseguiti
 - Come attenuare il problema degli errori di valutazione
 - Quali i trabocchetti da evitare (fatti e non opinioni, pregiudizi, simpatie e antipatie)
 - Misurare e valutare una prestazione "non misurabile"
 - La rilevazione dei punti e delle aree di miglioramento
 - L'autovalutazione: come formare i dipendenti ad autovalutarsi
- **Il colloquio di valutazione o di Feedback**
 - Come gestire il confronto Capo/Collaboratore
 - Tempestività del colloquio rispetto alla conclusione del processo di valutazione
- **Preparare il colloquio**
 - L'informazione e la formazione preliminari

- La convocazione: avvertire con sufficiente anticipo il valutato e informarlo sullo scopo e il significato dell'incontro
- La predisposizione del materiale
- La scelta del luogo e dell'ambiente fisico
- **Come condurre efficacemente il colloquio**
 - Chi sono gli attori e qual'è il loro stato d'animo
 - L'apertura: costruire il clima più favorevole
 - L'analisi dei risultati e la diagnosi dei problemi gestionali
 - L'analisi complessiva
 - Metodi della gestione dei colloqui (esempi e filmati)
 - La comunicazione integrativa: tecniche, stili e fattori di successo
 - Come mettere un collaboratore nella condizione di parlare liberamente
 - Gestire i colloqui difficili: discussione di una prestazione insoddisfacente
 - Quali linguaggi utilizzare e quali evitare
 - Come concludere l'incontro
- **Sviluppare e orientare la prestazione: Come utilizzare il Feedback**
 - Criticare costruttivamente
 - Elogiare
 - Motivare
 - Rassicurare
 - Riorientare le prestazioni: costruire con il valutato un efficace piano d'azione e di miglioramento
- **Quali strumenti utilizzare per formare i valutatori**
 - I test
 - Le simulazioni
 - Il role playing
 - I filmati
 - L'affiancamento

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LE POLITICHE RETRIBUTIVE: COMPENSATION & BENEFITS

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di esaminare gli aspetti caratteristici e critici dell'implementazione di un sistema di Total Reward; definire una politica di Compensation & Benefits che sia in linea con gli Obiettivi di business.

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Human Resource, Responsabili Gestione e Sviluppo Organizzativo, Compensation & Benefit Manager, Responsabili Pianificazione Strategica, Line Manager.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Concetti di base del total rewards

Tipologie di strutture retributive:

- Struttura per step
- Tradizionale
- Broad Bands
- Curve retributive

I sistemi di job evaluation:

- Pay for job
- Pay for performance
- Pay for competence

Cenni sulle indagini retributive

Variable Pay:

- A cosa serve
- Forme di Variable Pay
- Elementi chiave
- Trends

Le strategie di total rewards e i deal tra persona ed azienda

Trends delle strategie retributive:

- retribuzione
- benefit
- formazione e sviluppo
- ambiente di lavoro

Comunicare il sistema di total rewards

Come impostare una strategia retributiva

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, l'analisi di casi pratici, momenti di confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MASTER SERALE IN GESTIONE RISORSE UMANE

VALORIZZARE LE PERSONE PER ATTRARRE E TRATTENERE I TALENTI IN AZIENDA

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Al termine del master i partecipanti avranno:

- acquisito le principali nozioni dei sistemi di gestione e sviluppo delle Risorse Umane
- appreso l'importanza della funzione Risorse Umane per il raggiungimento dei risultati economici dell'azienda
- sviluppato una visione integrata della Gestione delle Risorse Umane rispetto alle altre funzioni aziendali

Destinatari

Il master si rivolge a laureandi, neolaureati e a figure junior delle direzioni del personale che desiderano approfondire conoscenze e competenze sul tema trattato.

Programma

La gestione strategica delle risorse umane: evoluzione e modelli integrati

- Le teorie organizzative: un po' di storia
- Nuove logiche e nuovi paradigmi: da funzione di controllo a marketing interno
- Nuove tecnologie al servizio delle metodologie tradizionali

La pianificazione del personale

- Analisi dei bisogni quantitativi e qualitativi delle Risorse Umane
- Inventario delle risorse presenti
- Piani e Budget

La ricerca e selezione del personale

- Il processo di selezione tradizionale
- Le fonti del reclutamento
- Le tecniche di intervista

La formazione del personale

- Analisi dei fabbisogni
- Progettazione
- Metodologie attive
- Tecniche di Public Speaking e gestione dell'aula

Le relazioni con le rappresentanze dei lavoratori

Normativa del lavoro

Il rapporto di lavoro: costituzione, gestione e risoluzione

Il Job Act

L'Outplacement

La valutazione integrata delle risorse umane

- Introduzione alle 3 P: Posizione, Prestazione, Potenziale
- La valutazione della Posizione
- La valutazione del Potenziale

- La valutazione della Prestazione
- Il modello delle competenze: mappatura e gestione

I piani di sviluppo e i percorsi di carriera

- Tavole di rimpiazzo e sentieri di carriera
- Job rotation, Job enlargement, Job enrichment, Coaching, Mentoring, Tutoring
- Development Center

La comunicazione interna e i suoi strumenti

People Satisfaction e analisi del clima aziendale

- Vantaggi ed obiettivi di una buona analisi di clima aziendale
- Presupposti e condizioni per fare una analisi di clima aziendale
- Scelta dei metodi di misura e degli strumenti
- Attori coinvolti
- Rilevazione, analisi ed elaborazione dei dati
- Presentazione di alcuni modelli

Knowledge Management

Compensation e sistema premiante

- Il Total Reward

CSR - La responsabilità sociale d'impresa

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Sede del corso

Il master si terrà presso le nostre aule didattiche in via Larga 8 a Milano (Duomo).

Articolazione del Master

1) AULA – 108 ORE

Il **Master**, attraverso la formula “serale + sabati”, si articola in un programma di 30 lezioni (24 serate e 6 sabati full time).

Le lezioni infrasettimanali (martedì e giovedì) si svolgeranno dalle ore 18,30 alle 21,00, mentre quelle del sabato dalle 9,30 alle 17,30.

2) ATTIVITA' ED ESERCITAZIONI INDIVIDUALI – circa 60 ore (facoltative)

Oltre alle attività ed esercitazioni di gruppo che vengono proposte durante le ore d'aula, i Docenti assegneranno delle esercitazioni individuali, che i Partecipanti dovranno consegnare entro la fine del Master.

3) PROJECT WORK e TESINA - circa 120 ORE (facoltativi)

Nelle prime giornate del Master, il Coordinatore proporrà un elenco di argomenti e temi, relativi ad un argomento specifico o ad una materia, da sviluppare come:

- **Project Work**, all'interno della propria azienda o presso un'azienda proposta da Omnia Gestione Risorse Umane, con la stesura di un elaborato finale
- **Tesina**, compilativa, di ricerca o sperimentale.

4) VERIFICA FINALE (facoltativa)

Al termine del Master è prevista una verifica finale delle competenze acquisite, con domande aperte e chiuse (risposta multipla), brevi temi e commenti.

5) STAGE – minimo 480 - massimo 960 ORE (a richiesta del Partecipante)

Omnia Gestione Risorse Umane, propone degli stage da svolgersi, per un periodo minimo di tre mesi e massimo di sei, presso le Direzioni Risorse Umane di Aziende pubbliche e private o presso Società di consulenza, APL, ecc., sia a Milano e provincia che in altre città italiane.

Modalità di Ammissione

Il Master è a numero chiuso (massimo 16 Partecipanti) e l'ammissione è condizionata al superamento di un colloquio conoscitivo con il Coordinatore del Master. Il colloquio ha lo scopo di comprendere le aspirazioni e motivazioni del Partecipante, oltre a valutarne le conoscenze di base rispetto agli argomenti trattati durante il Master.

E' necessario fissare un appuntamento.

Attestato di partecipazione

Al termine del master, previa **frequenza non inferiore al 75% delle lezioni d'aula**, verrà rilasciato un attestato di partecipazione.

L'attestato di partecipazione riporterà anche la votazione (espressa in centesimi), qualora il Partecipante svolga con successo le attività facoltative proposte dal Coordinatore e dai Docenti (è escluso l'eventuale Stage).

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota di partecipazione

Euro 1.800,00 + IVA a partecipante

Agevolazioni:

Euro 1.500,00 + IVA a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 1.000,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

È possibile iscriversi ai singoli moduli che terremo nelle giornate di sabato sui seguenti temi di approfondimento:

- La pianificazione del personale
- Le tecniche di intervista di selezione
- Tecniche di Public Speaking e gestione dell'aula
- La valutazione della Prestazione
- People Satisfaction e analisi del clima aziendale
- Compensation e sistema premiante

Singoli incontri: **Euro 400,00** + IVA a Partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al master e il materiale didattico.

MASTER BREVE IN AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Formare professionisti in grado di operare in completa autonomia nella gestione degli aspetti amministrativi del personale. Durante il percorso formativo, saranno illustrate le diverse tipologie di contratti di lavoro da applicare, le metodologie utilizzate per presidiare l'intero sviluppo del rapporto di lavoro dall'assunzione alla sua cessazione, le modalità di elaborazione delle buste paga e di tutti gli adempimenti previdenziali, assistenziali e fiscali ad esse collegate, la gestione dei rapporti con gli Enti pubblici deputati in materia di contratti di lavoro (INPS, INAIL, ecc.), la definizione del costo del lavoro. Per completare il bagaglio di conoscenze, in grado di rendere autonomi sul lavoro i partecipanti, verranno fornite nozioni in materia di diritto e normativa del lavoro, e di relazioni sindacali.

Destinatari

Il Master breve, si rivolge in generale a tutte le persone interessate ad approcciare le tematiche e le modalità operative per poter operare nell'amministrazione del personale. Inoltre, in relazione alle tematiche sviluppate offre a tutti coloro che già professionalmente vi operano, l'opportunità di approfondire le proprie conoscenze e consolidare la propria preparazione.

Numero di partecipanti: da un minimo di 6 a un massimo di 12.

Programma

Modulo 1

Le forme di lavoro e le tipologie contrattuali (4 ore)

1. Subordinato, parasubordinato, di agenzia, autonomo, ecc.
2. Indeterminato, determinato, part-time, intermittente, apprendistato, ripartito, a progetto, occasionale e somministrato
3. Lo stage
4. Il collocamento obbligatorio ex lege 66/1999

Modulo 2

La costituzione del rapporto di lavoro (4 ore)

1. Visita medica pre-assuntiva
2. La lettera di assunzione: inquadramento, mansioni, periodo di prova
3. Gli adempimenti e le comunicazioni agli Enti pubblici: denuncia inizio attività, centri per l'impiego, INPS, INAIL, l'accantonamento contributivo
4. Libri e scritture obbligatorie
5. Un caso particolare: i lavoratori stranieri
6. Le assunzioni agevolate

Modulo 3

Lo svolgimento del rapporto di lavoro (8 ore)

1. Diritti e obblighi dei contraenti
2. Orario di lavoro: normale, straordinario, banca delle ore, ore viaggio
3. Ferie e permessi
4. Maternità
5. Congedi parentali
6. Malattia e infortunio
7. Comporto
8. Cambio mansioni, trasferimenti
9. Trasformazione del rapporto di lavoro
10. Diritto allo studio

Modulo 4

I rapporti in azienda (4 ore)

1. Norme disciplinari
2. Contestazioni e provvedimenti
3. Licenziamenti individuali

Modulo 5

La cessazione del rapporto di lavoro (4 ore)

1. Preavviso
2. Dimissioni e licenziamenti
3. Indennità di fine rapporto
4. Comunicazione agli Enti pubblici
5. Denuncia fine attività
6. Rinunce e transazioni

Modulo 6

Paghe e contributi (12 ore)

1. La retribuzione: concetto, struttura e voci
2. Retribuzione variabile e differita
3. Fringe Benefits
4. Imponibile contributivo e fiscale
5. Detrazioni contributive e fiscali
6. Il costo del lavoro
7. Elaborazione del cedolino paga
8. Conguaglio fiscale e calcolo addizionali
9. Le denunce contributive e fiscali mensili (DM10, F24)
10. Le denunce annuali: CUD, autoliquidazione INAIL, modello 770
11. L'azienda sostituto d'imposta
12. Le verifiche ispettive
13. Pensioni complementare

Modulo 7

La rappresentanza sindacale in azienda (4 ore)

1. Diritto del lavoro e relazioni sindacali
2. Ruolo del sindacato in azienda
3. Contrattazione collettiva nazionale e integrativa aziendale
4. Cassa integrazione Guadagni
5. Licenziamenti collettivi e mobilità
6. La gestione del contenzioso
7. DL 81/2008: sicurezza e salute sui luoghi di lavoro
8. Gli enti bilaterali

Test Finale

Metodologia didattica

Il percorso formativo è strutturato in lezioni d'aula, con l'ausilio di supporti informatici e cartacei, e nelle quali sono previste esercitazioni pratiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata e sede del corso

Il Master è un percorso di formazione della durata di 40 ore, strutturato in 7 moduli formativi.

Le lezioni si terranno il venerdì pomeriggio e il sabato mattina presso le nostre aule didattiche site a Milano, Via Larga 8. (Zona Duomo)

Quota d'iscrizione

Euro 1.500,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al Master e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 75% delle ore di formazione previste.

Progetto Chirone

MASTER FORMAZIONE FORMATORI

Edizioni

Sono previste 2 edizioni nella città di Milano.

Obiettivi:

Al termine del Master i partecipanti saranno in grado di:

- identificare e impostare il percorso formativo più idoneo alla realtà aziendale
- analizzare i bisogni formativi aziendali ed elaborare progetti di formazione adeguati e congruenti con gli Obiettivi da raggiungere
- identificare e avvalersi dei principali metodi di valutazione dei risultati
- conoscere i trend formativi più innovativi e saperli utilizzare per accrescere e rendere più efficace l'attività formativa
- conoscere e saper gestire le principali variabili relative all'organizzazione e realizzazione di un intervento formativo
- gestire l'aula animando con professionalità e trasferendo in modo valido i contenuti del corso

Destinatari

Il Master si rivolge a coloro che desiderano lavorare nella funzione "Formazione" di organizzazioni pubbliche e private, di enti preposti alla formazione professionale o come formatori free-lance.

Numero di partecipanti: da un minimo di 6 a un massimo di 12.

Programma

Modulo 1

· Logiche e metodi didattici

- Il processo di apprendimento: le teorie e i meccanismi di apprendimento degli adulti
- Il gruppo come risorsa per l'apprendimento
- Le discipline tradizionali alla base del sapere della formazione:
 - Psicologia
 - Psicosociologia
 - Psicologia del lavoro e dell'organizzazione
 - Sociologia
 - Sociologia del lavoro e dell'organizzazione
 - Organizzazione
 - Pedagogia
- I metodi didattici:
 - Il metodo espositivo
 - Il metodo dimostrativo
 - Il metodo interrogativo
 - Il metodo attivo
 - Il metodo psicosociologico

· Modulo 2

○ La formazione nell'organizzazione

- Teorie organizzative e culture manageriali
- Modelli di strutture organizzative a confronto
- Lo sviluppo organizzativo e la learning organization
- Il Knowledge Management nella learning organization
- La formazione come strumento di cambiamento e miglioramento
- Il ruolo del formatore
- Deontologia professionale dei formatori
- Il ruolo del tutor
- I programmi comunitari nel campo della formazione

· Modulo 3

○ Progettazione ed Organizzazione degli interventi formativi

- La progettazione: le fasi del processo
- I vari livelli di progettazione:

La macro progettazione: definizione degli Obiettivi di apprendimento e costruzione dell'impianto formativo

La micro progettazione: definizione degli Obiettivi didattici, articolazione dei contenuti, scelta delle metodologie

- Progettare un corso breve
- Progettare un corso di lunga durata con più docenti
- Progettare un intervento all'interno di un corso di lunga durata
- Adattare pacchetti didattici predisposti da altri
- L'analisi dei bisogni formativi:
 - Come definire i bisogni di formazione
 - Bisogni dell'organizzazione e bisogni degli individui
 - Analisi delle attività
 - Analisi del ruolo
 - Analisi degli eventi critici
 - Analisi del sistema di attese

Gli Obiettivi del processo:

Gli Obiettivi del committente

Gli Obiettivi degli utenti

Gli Obiettivi dei formatori

Bilanciare gli Obiettivi con il tempo a disposizione

Creare Obiettivi attraenti da "vendere" all'interno dell'azienda

Traduzione degli Obiettivi didattici in programmi

- Altre variabili della progettazione:
 - Il tipo di partecipanti
 - Il n. dei partecipanti
 - La residenzialità
 - La logistica, i tempi, la durata
 - Aspetti amministrativi
 - Scelta di un titolo efficace

• **Modulo 4**

○ **La gestione degli interventi formativi**

- Struttura del calendario delle attività formative
- Preparazione della sessione formativa:
 - Contenuti
 - Metodologia
 - Supporti didattici
 - Tempistica
- Strumenti e tecniche di gestione dell'aula

Come Programmare e alternare fasi teoriche ed esercitative

- Progettare una lezione:
 - Pro e contro
 - Scelta dei contenuti
 - Schema della lezione e lista di controllo
 - Supporti per la lezione
- Le esercitazioni e i casi:
 - Tipologia e criteri per la progettazione
 - Adattare e scrivere esercitazioni
 - Scegliere, preparare e condurre un roleplaying
 - Adattare e creare un case study
- Le simulazioni:
 - Le simulazioni addestrative
 - Le simulazioni su casi
 - Le simulazioni dimostrative
 - Le simulazioni di analisi
- Disposizione dell'aula e dei laboratori
- I supporti audiovisivi: quali scegliere e perché

Il comportamento del Docente:

- Verbale, paraverbale, non verbale
- Stili di docenza

- L'uso dello spazio
- L'interazione con i partecipanti:
 - Le domande
 - Le discussioni
- I problemi più comuni nella conduzione di sessioni formative
- Gli affiancamenti

• **Modulo 5**

- **La valutazione ed il controllo del processo di formazione**
 - La valutazione della formazione: caratteristiche, oggetti, soggetti
 - La valutazione iniziale, in itinere, finale
 - Gli strumenti della valutazione: il questionario e il colloquio come strumenti di analisi/intervento
 - Metodologie e tecniche di valutazione
 - La valutazione delle reazioni e del gradimento dei partecipanti
 - La valutazione dell'apprendimento
 - La valutazione di mutamento degli atteggiamenti e dei comportamenti
 - La valutazione del gradimento del committente
 - Tecniche di valutazione: test, prove strutturate, esami scritti e orali, questionari di gradimento, interviste
 - La valutazione economica della formazione
 - Le giornate di follow up
 - Il feedback alla committenza

• **Modulo 6**

- **Cross Cultural Team Building**
 - Il concetto di cultura
 - Culture a confronto
 - Linee guida e metodologie per la gestione e lo sviluppo di gruppi di lavoro caratterizzati da provenienze multiculturali
 - Il ruolo del facilitatore nel processo formativo

• **Modulo 7**

- **Nuove metodologie e nuovi ambienti per la formazione**
 - Oltre l'aula:
 - Outdoor training
 - E-learning
 - Coaching
 - Teatro d'impresa
 - Psicodramma
 - Cooperative Learning
 - La formazione come empowerment
- **Giornate di laboratorio e workshop:**
 - Saper utilizzare PowerPoint
 - Tecniche di Public Speaking
 - Creare il gruppo di lavoro
 - L'arte di comunicare
 - Corso di lingua inglese

Durata e sede del corso

Il Master è un percorso di formazione della durata di 1200 ore e prevede 4 momenti formativi:

- Didattica d'aula – 6 ore giornaliere da lunedì a venerdì -
- Laboratorio
- Stage aziendale
- Project Work -
- Project Research – ricerca su uno o più temi affrontati nelle fasi precedenti del Master

Metodologia Didattica

Al fine di un corretto sviluppo delle capacità saranno utilizzati metodi attivi di insegnamento, così da stimolare una proficua dinamica individuale e di gruppo. Numerosi gli strumenti utilizzati a tale fine, fra questi: simulazioni e role playing, esercitazioni, case history e questionari di autovalutazione.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 4.500,00 + I.V.A. a Partecipante per l'intero Master.

E' possibile iscriversi ai singoli moduli con una quota di partecipazione di **Euro 1.000,00 + IVA** a Partecipante.

La quota di iscrizione include la partecipazione al Master e il materiale didattico.

L'ammissione al master è subordinata al superamento di un colloquio con il comitato di selezione al fine di approfondire le motivazioni e le aspettative dei partecipanti.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno il 75% delle ore di formazione previste.

Area Vendite, Marketing e Comunicazione

IL TELEFONO NELLA VENDITA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Il telefono: a contatto diretto con il cliente

Usare il telefono nel proprio lavoro è fondamentale. Al telefono possiamo vendere, dare assistenza, fare promozione, gestire i reclami, in sintesi, possiamo essere “vicini” al nostro cliente, e la capacità di gestire la comunicazione telefonica ci permette, così, di integrare le abituali strategie aziendali con uno strumento in più, duttile e versatile. Ma anche al telefono e non solo in una relazione faccia a faccia siamo in grado di capire quando una persona “c’è” davvero con noi nella conversazione: il tono della voce, il sorriso, il silenzio partecipe ci testimoniano l’interessamento che l’altro nutre nei nostri confronti. Avere un atteggiamento positivo e disponibile, usare competenza e gentilezza nella relazione telefonica, utilizzare consapevolmente la voce come strumento di comunicazione, può condurci verso i più soddisfacenti risultati di vendita e di servizio al cliente.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Gestire una telefonata con atteggiamento positivo e disponibile
- Cogliere i segnali verbali e non verbali usati dal cliente
- Raccogliere le informazioni utili all’orientamento del cliente, per percepire e focalizzare le sue esigenze
- Gestire le obiezioni del cliente
- Concludere una trattativa telefonica
- Riconoscere il ruolo giocato dalla comunicazione paraverbale nella relazione al telefono

Destinatari

Il corso si rivolge a tutte le persone che non hanno esperienza nella gestione della comunicazione telefonica e nella vendita telefonica, e che desiderano sviluppare le competenze utili per migliorare le proprie performance.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Servire il cliente: desiderio o necessità?**
 - L’immagine dell’azienda nel contatto con i clienti
 - Creare un rapporto a lungo termine con i clienti
- **Il servizio al telefono e la qualità della relazione interpersonale**
 - Le tre dimensioni del servizio
 - Servizio, cortesia e...
- **I principi della comunicazione interpersonale**
 - Comunicare con efficacia: capire il nostro interlocutore e farsi capire
 - Regole, vincoli e il sapersi esprimere con creatività
 - La comunicazione verbale e non verbale
 - La relazione e il feed back
- **La comunicazione efficace al telefono**
 - Le caratteristiche di un messaggio telefonico
 - Il linguaggio al telefono e la comunicazione non verbali
 - L’ascolto attivo e la comprensione delle esigenze del cliente
- **Il telefono e le sue applicazioni**
 - I fattori di successo
 - La telefonata in bound: accoglienza, ascolto e orientamento alla soluzione del problema del cliente
- **La vendita per telefono**
 - Gestire il data base

Capire i bisogni del cliente e i suoi criteri di scelta per condurlo verso Obiettivi di vendita

- Fare le domande per identificare la soluzione possibile alle sue esigenze
- Rispondere alle obiezioni e saper reagire a un rifiuto
- Chiudere in positivo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

VENDITA E CONSULENZA AL CLIENTE

La vendita non è più una specie di azione di forza, volta a obbligare, in un certo senso, il mercato ad accettare qualcosa di cui non ha bisogno. La vendita diventa un'azione più complessa, tendente a far sì che il cliente scelga tra una molteplicità di prodotti/servizi analoghi, un prodotto/servizio piuttosto che un altro e che continui a rimanergli "fedele" il più a lungo possibile. Ma non basta, l'azione di vendita diventa sempre più un'azione di consulenza che l'azienda rende ai clienti attraverso il venditore. Questo venditore/consulente offre ai clienti la migliore utilizzazione del prodotto/servizio venduto e instaura con loro un rapporto di lungo periodo, all'interno del quale ricercare insieme i vantaggi reciproci. E' dal modo in cui scegliamo di comunicare con il nostro interlocutore che dipenderà la possibilità raggiungere gli Obiettivi di vendita e il successo della relazione con il cliente.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere e confrontare il proprio stile e metodo di vendita
- Acquisire conoscenze su alcuni strumenti di pianificazione e Programmazione dell'attività di vendita
- Programmare l'attività di vendita per Obiettivi
- Saper condurre con successo una trattativa di vendita
- Capire le motivazioni di interesse/desiderio del cliente e saper rispondere alle sue aspettative
- Rispondere e superare le obiezioni, e arrivare alla chiusura dei contratti
- Aumentare la capacità di chiusura positiva della proposta al cliente
- Acquisire nuove abilità pratiche nel riconoscere le fasi più tipiche e ricorrenti nella trattativa di vendita

Destinatari

Giovani agenti e rappresentanti di commercio che si avviano a una carriera nelle vendite di prodotti e servizi. Quadri intermedi dei Servizi Marketing e Vendite per un approfondimento professionale e per un'occasione di confronto.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- La figura del Venditore Professionista
 - o L'evoluzione della figura del Venditore
 - o Evoluzioni nelle procedure di vendita
 - o Vendita e consulenza

Le funzioni di competenza del Venditore di successo. Programmazione, conduzione e controllo delle operazioni.

- o Funzioni strategiche ed operative nella attività di vendita
- Gli strumenti operativi del Venditore
 - o Le fasi preliminari alla Vendita: .
 - o Il professionista della vendita: sostituisce allo stress emotivo penalizzante della non vendita un metodo di lavoro scientifico che lo supporta in tutte le fasi di vendita
 - o Pianificare la propria attività di vendita
 - o Il Venditore informatizzato e la gestione della Scheda-Cliente

La Programmazione per Obiettivi

- La comunicazione del cliente e con il cliente
 - o Comunicare con efficacia: capire il nostro interlocutore e farsi capire
 - o Regole, vincoli e il sapersi esprimere con creatività
 - o Saper osservare i segnali verbali e non verbali del cliente
 - o L'ascolto attivo e le domande aperte
 - o La relazione e il feed back
- Le fasi della vendita
 - o Preparare la visita al cliente
 - o Il contatto e l'approccio al cliente

- La dimostrazione
- L'introduzione delle soluzioni creative
- La gestione del prezzo
- Rispondere alle obiezioni
- La chiusura della trattativa
- Tecniche di vendita in azione
 - Conoscere le potenzialità del cliente e le motivazioni che lo spingono ad acquistare
 - Concentrarsi sul cliente e coinvolgerlo
 - L'uso di una corretta comunicazione come chiave di volta della trattativa
 - L'ascolto attivo e le domande

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MARKETING TERRITORIALE

strumento per conoscere, essere competitivi, attrarre risorse e vendere il proprio territorio

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Portare a conoscenza gli attori operanti sul territorio delle potenzialità del marketing applicato alla promozione territoriale.

Il corso di marketing territoriale è anche strategia di sviluppo e crescita dei propri cittadini e di chi opera nell'area:

- Investire in risorse turistiche e applicarne un modello di redemption economico
- Vendita del prodotto turistico e definirne un obiettivo di incremento di flusso
- Realizzare una azione di promozione dei prodotti del territorio legata alla promozione turistica

Destinatari

Enti, Province, Comuni, Associazioni

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Definizioni**
 - o Concetti di marketing territoriale
 - o Perché il marketing applicato alla promozione del territorio
- **Gli elementi di un marketing territoriale**
 - o Il marchio territoriale ad ombrello
 - o Come definire un progetto di marketing territoriale
 - o Il target e la segmentazione della domanda turistica
- **Analisi dei punti di forza e debolezza del territorio**
 - o La competitività del territorio
 - o Gli operatori del territorio intesi come attori
 - o Analisi swot: punti di forza e debolezza del territorio
 - o Strategie di sviluppo
- **Il marketing territoriale efficace**
 - o Creazione del piano di marketing territoriale
 - o Individuazione delle azioni di marketing territoriale
 - o Costruzione delle meccaniche promozionali del territorio
 - o Individuazione e composizione del paniere di promo-commercializzazione
 - o Azioni di PR e valutazione di impatto sui media
 - o Monitoraggio dei risultati di marketing territoriale e calcolo della redemption
- **L'ICT per il Marketing Territoriale**
 - o Marketing interattivo e ambiente Internet
 - o Conoscere il cliente: Customer analysis/ satisfaction
 - o Marketing relazionale (Customer service)

Metodologia Didattica

Seminari di formazione interattivi con l'obiettivo di coinvolgere i partecipanti attraverso un'attiva collaborazione, stimolando interventi, lo scambio di esperienze e risposte.

Per facilitare il processo di apprendimento, sono previsti casi pratici di progetti di consulenza (Regioni, Province, Unioni di Prodotto) di marketing territoriale riportati direttamente in aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

IL PIANO DI MARKETING E IL LANCIO DI UN NUOVO PRODOTTO SUL MERCATO

Dalla strategia alla redazione del piano - strategie e strumenti

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Il corso guida i partecipanti alla redazione del piano di marketing: dalla definizione degli Obiettivi, alla fase di analisi, alle tecniche di posizionamento, all'individuazione degli strumenti del marketing mix, fino al controllo sull'esecuzione del piano.

Destinatari

Ufficio marketing e Imprenditori.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **La strategia di business a monte del piano di marketing**
 - La ricerca del vantaggio competitivo e la definizione dei business aziendali
 - L'analisi strategica dell'arena competitiva

L'attribuzione delle missioni e degli Obiettivi ai business ed ai prodotti

- **La funzione del piano di marketing nella gestione aziendale**

Pianificazione marketing e Obiettivi del piano di marketing

- L'impatto operativo del piano di marketing
- Il piano di marketing come responsabilità multifunzionale
- Lo schema logico del piano di marketing
- **L'analisi esterna per la pianificazione di marketing**
 - Il mercato: dimensioni, segmentazioni e trend
 - La concorrenza: forze e debolezze, strategie
 - I canali di distribuzione: peso e ruolo
 - Il consumatore: atteggiamenti e comportamenti
 - I fattori chiave di successo del mercato
- **L'analisi interna per la pianificazione di marketing**
 - Schema di valutazione dell'ambiente interno
 - La valutazione della strategia in atto
 - La SWOT analisi: come individuare forze/debolezze e minacce/opportunità
 - Definizione delle aree di orientamento degli sforzi di marketing
- **Esercitazione: analisi critica di un piano di marketing**

Metodologia Didattica

Sarà illustrata a livello teorico la metodologia per realizzare un piano di marketing efficiente così da avere gli strumenti e le linee guida tornati in azienda per affrontare in modo pianificato e strategico lo sviluppo di un nuovo prodotto o l'implementazione del piano di tutta l'azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.
Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

STRUMENTI DI MARKETING PER UNA RELAZIONE CONTINUA CON IL CLIENTE

Pianificare gli strumenti di marketing per una comunicazione efficace con la clientela

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

- Ottimizzare il contatto con la clientela attraverso le tecniche di vendita e la conoscenza del consumatore, per facilitare l'interazione e rendere la trattativa profittevole e duratura.
- Fornire gli strumenti di marketing per un approccio alla vendita che crei una relazione nel tempo.

Destinatari

Reparto Commerciale e Addetti ufficio marketing.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Gli essenziali del marketing**
 - o Il comportamento d'acquisto del consumatore
 - o Segmentazione del mercato e posizionamento
 - o Gli strumenti operativi di marketing
 - o La soddisfazione del cliente
- **L'approccio al cliente in un ottica di marketing**
 - o Le diverse tipologie di consumatore;
 - o La comunicazione commerciale;
 - o Il processo di vendita: l'attenzione, l'interesse, il desiderio e l'azione;
 - o Il ruolo del venditore: il rapporto venditore/cliente;
 - o La funzione del venditore consulente (concentrarsi sul cliente e sulle sue esigenze);
 - o L'ascolto: strumenti per affrontare le trappole e gli ostacoli più frequenti;
- **Marketing relazionale**
 - o Fondamenti e benefici del marketing relazionale
 - o La gestione della relazione
 - o La relazione durante il ciclo di vita del cliente
 - o La costruzione della fedeltà del cliente
- **Gli strumenti operativi di marketing**
 - o Come creare una comunicazione efficace
 - o L'uso della newsletter e l'importanza del web
 - o Gli strumenti di raccolta dati: il questionario

Metodologia Didattica

Il percorso formativo è strutturato in modo tale che tutti i partecipanti siano parte attiva durante il corso, così da rendere immediatamente applicabili in azienda sia le nozioni che gli strumenti operativi di Marketing e Vendita dispensati all'interno del corso.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.
Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE

Esigenze di continua evoluzione e ridefinizione degli Obiettivi di business portano le aziende ad avere bisogno di professionisti esperti che pianifichino strategie di marketing e piani di comunicazione sempre più mirati per lo sviluppo dell'attività economica; monitorare costantemente le esigenze del mercato e dei consumatori diventa quindi fondamentale per permettere all'azienda il raggiungimento degli Obiettivi di business prefissati.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Il corso mira a fornire le competenze di base per orientarsi efficacemente nell'universo del Marketing e della Comunicazione.

Destinatari

Il corso si rivolge a tutte le figure professionali orientate al Marketing e alla Comunicazione e a chiunque desideri approfondire le tematiche in questione.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Cosa è il Marketing**
 - Definizioni
- **Il Marketing aziendale**
 - L'ambiente di marketing
 - La funzione del marketing aziendale
 - Gli schemi organizzativi di marketing
- **Pianificazione aziendale e ricerche di mercato**
 - La pianificazione aziendale
 - Analisi della situazione interna
 - Le ricerche di mercato
- **Segmentazione del mercato e scelta del mercato-obiettivo**
 - La stima della domanda
 - Come segmentare il mercato
 - La scelta del mercato-obiettivo
 - Le strategie di copertura del mercato
 - La valutazione del mercato-obiettivo
- **Le strategie di marketing nel ciclo di vita del prodotto**
 - Le strategie nella fase di introduzione
 - Le strategie nella fase di sviluppo
 - Le strategie nella fase di maturità
 - Le strategie nella fase di declino
- **Le politiche del Marketing Mix**
 - Cos'è il Marketing Mix
 - La politica del prodotto
 - La politica dei prezzi
 - La politica per i servizi alla clientela
 - La politica dei canali distributivi
 - La politica della comunicazione
 - La politica di vendita personale
- **Il piano annuale di marketing**
 - Cosa è un piano di marketing
 - Come formulare il piano annuale di marketing
- **Il controllo del piano di marketing**
 - Le azioni correttive
 - Il benchmarking
- **La Comunicazione**

- o La comunicazione efficace
- o L'Advertising
- o Le Relazioni esterne
- o L'Ufficio Stampa
- o Il Media Planner
- o La comunicazione Web

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ORGANIZZARE UN UFFICIO STAMPA

L' Ufficio Stampa di un'azienda ha come obiettivo *Comunicare*; comunicare per informare e comunicare per convincere.

Saper organizzare una buona conferenza stampa e saper mantenere buone relazioni pubbliche diventa un' esigenza di sempre maggior rilievo per attivare rapporti di fiducia e trasparenza con giornalisti e opinion leader.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Gestire l' intero Ufficio Stampa
- Conoscere strategie e tecniche
- Organizzare una comunicazione efficace
- Scegliere il Media più idoneo in base alla comunicazione da dare
- Organizzare una Conferenza Stampa

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Marketing, Responsabili Relazione Esterne, Responsabili Commerciali, Responsabili della Comunicazione e a tutti coloro che sono interessati ad apprendere le tecniche di gestione di un Ufficio Stampa.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **La catena della comunicazione**
 - o La comunicazione d'impresa
 - o I suoi pubblici
 - o La pubblicità
 - o Le relazioni esterne
- **L'ufficio stampa**
 - o Che cos'è

Compiti/Obiettivi

- o A chi si rivolge
- o Come costruire un rapporto valido con i media
- o Cosa ci si aspetta dall'ufficio stampa
- o Nuovi scenari
- o Le informazioni richieste dal mercato
- **Come organizzare il lavoro**
 - o Cosa comunicare
 - o A chi e in che modo
 - o Attraverso quali canali comunicare
 - o Quotidiani/periodici/radio/tv/agenzie stampa

La Programmazione dei tempi di diffusione

- o Il contatto diretto
- o Errori da non fare
- o Gli strumenti del mestiere
- o Le fonti informative
- o Le pubblicazioni utili
- o Telefono/mailling list
- **Il comunicato stampa**
 - o Cos'è
 - o Quando e perché farlo
 - o Come farlo

- Le regole
- A chi inviarlo
- I supporti al comunicato
- Lettera d'accompagnamento
- Il recall
- La raccolta delle notizie
- La rassegna stampa
- La cartella stampa
- **La comunicazione business to business e business to consumer**
 - La comunicazione nei vari modelli di scambio

Gli Obiettivi

- Gli strumenti
- **La comunicazione economico-finanziaria**
 - Valorizzare il patrimonio aziendale
 - La catena dei processi
 - La comunicazione finanziaria di una società quotata

Le attività e il Programma di Investor Relations

- Qualità, continuità e coerenza dell'informazione
- A chi comunicare
- La comunicazione in caso di crisi
- **La comunicazione nel settore ICT**
 - Information & Communication Technology
 - Le peculiarità
 - Le media relations nell'ICT
- **Giornalisti e uffici stampa**
 - I giornalisti oggi
 - I servizi richiesti agli uffici stampa
 - I rapporti con i giornalisti
 - Il decalogo per il buon addetto stampa
 - La gestione del rapporto con la stampa
 - Preparare un'intervista
- **La conferenza stampa**
 - Che cos'è
 - La differenza rispetto ad altri eventi
 - La preparazione
 - Il budget
 - Quando e dove svolgerla
 - Scelta e supporto a relatori e invitati
 - L'allestimento scenografico
 - Il personale di supporto
 - Il Desk Stampa
 - La lista di controllo
 - Lo svolgimento
 - Il servizio di rinfresco
 - L'omaggio
 - Il dopo conferenza e la durata del suo ricordo nel tempo
 - Gli errori da non fare

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ORGANIZZARE UN EVENTO

L'organizzazione di un evento aziendale è l'occasione per far conoscere la propria struttura e al contempo dimostrare la professionalità degli specialisti che ne sono parte. E' un "biglietto da visita" da utilizzare con cura ed efficacia; diventa quindi fondamentale studiare nei minimi particolari i dettagli organizzativi in modo da offrire un prodotto piacevole e coerente con lo stile aziendale.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Gestire in modo efficace ed efficiente l'organizzazione di un evento
- Scegliere l'evento più utile ed appropriato per ogni occasione
- Tradurre ogni evento in un veicolo di comunicazione aziendale

Destinatari

Il corso si rivolge a Responsabili Marketing, Responsabili Relazione Esterne, Responsabili Commerciali, Responsabili della Comunicazione, Responsabili Ufficio Stampa e a tutti coloro che sono interessati ad apprendere le tecniche di gestione di un evento aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Introduzione**

- Che cosa è un Evento Aziendale

Quali sono i suoi Obiettivi

- A chi si rivolge: l'evento per pubblici interni/ l'evento per pubblici esterni
- La coerenza con la mission aziendale

- **I diversi eventi: quale scegliere?**

- Eventi di marketing communication (conferenza stampa, open day, party, iniziative legate a sponsorizzazioni commerciali, eventi di entertainment per pubblici esterni, fiere)
- Eventi informativi per target specifici (convegni, congressi, workshop, educational visit)
- Eventi di comunicazione economico-finanziaria (road show, presentazioni)
- Eventi di comunicazione interna (convention, incentive, feste)
- Eventi istituzionali (anniversari, iniziative legate a sponsorizzazioni istituzionali)

- **Come si struttura l'Evento**

Ideazione: definizione degli Obiettivi, scelta della tipologia di evento in rapporto agli Obiettivi e al target)

Progettazione: stesura piano operativo di fattibilità, scelta dei contenuti, stesura Programma, scaletta, regia, individuazione data e location, impostazione creativa, stesura del piano di comunicazione/promozione dell'evento

- Stesura budget di previsione, stesura time table operativa con principali deadline
- Organizzazione: selezione fornitori e personale di supporto, selezione relatori, moderatori, artisti/ospiti, creazione mailing list, scelta allestimenti/soluzioni tecnologiche, realizzazione materiali informativi e di supporto alla presentazioni, aggiornamento budget
- Gestione: i dettagli tecnici, la comunicazione, le prove generali, la gestione degli eventuali imprevisti, l'organizzazione dell'evento
- Follow up: misurazione dei risultati, rassegne stampa, budget consuntivo

- **Come promuovere e chi invitare all'Evento**

- La promozione: momento fondamentale per farci conoscere
- Promozione diretta e indiretta
- L'Ufficio Stampa: il nostro alleato
- Eventuali patrocini e partnership
- Chi invitare: mailing mirato in base al "target"

- **I giornalisti**

- A chi rivolgersi

- Come stimolarli a partecipare
- **Il dopo evento e la durata del suo ricordo nel tempo**
 - La lista dei partecipanti
 - La rassegna stampa
 - Il budget consuntivo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COME POTENZIARE IL SISTEMA DI COMUNICAZIONE INTERNA

In relazione alla riconosciuta centralità delle Risorse Umane e alla stretta connessione tra personale motivazione e rendimento sul luogo di lavoro, nelle aziende di ciascun settore e di qualunque dimensione, un efficace sistema di comunicazione interna rappresenta il mezzo fondamentale per introdurre la cultura del cambiamento e dell'innovazione.

Un'efficace comunicazione interna all'azienda, consente di fornire alle persone che ne fanno parte la possibilità di identificare un proprio percorso individuale per giungere ad una identità collettiva coerente con gli Obiettivi aziendali.

Il corso ha l'obiettivo di migliorare ed ottimizzare la comunicazione in azienda, entrare in rapporto con i propri collaboratori con un ascolto più attento e una migliore focalizzazione degli Obiettivi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi:

- Incrementare la condivisione della conoscenza e ridefinire i processi di comunicazione interna in relazione agli altri canali di comunicazione (istituzionale e di marketing)
- Approfondire le conoscenze necessarie per la creazione e gestione di reti interne finalizzate alla cooperazione e alla condivisione di strategie, Obiettivi, progetti
- Migliorare la capacità di comunicare, in particolare durante fasi di cambiamento e riorganizzazione delle strutture, al fine di promuovere e migliorare un buon clima aziendale
- Sviluppare all'interno per diffondere all'esterno una vision e una mission comune aziendale
- Analizzare e approfondire le azioni e gli strumenti di comunicazione

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- responsabili delle risorse umane
- manager di azienda
- responsabili della comunicazione
- responsabili del knowledge management

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- COMUNICAZIONE INTERNA E PROCESSO ORGANIZZATIVO

- o **I contenuti e il contesto**

- La complementarità e l'interrelazione con la comunicazione istituzionale e il marketing
- Le differenze e le relazioni tra la comunicazione formale e informale
- Come decidere i messaggi, i valori e le immagini da trasmettere
- Sviluppare e diffondere la cultura del management aziendale

- o **Le relazioni interne**

Definire la situazione di partenza e gli Obiettivi da raggiungere:

- Creazione di un workshop e incontri individuali con i dirigenti, i quadri e i responsabili
- Individuare e valutare i livelli di target
- valutare la people satisfaction attraverso il clima aziendale
- Raccogliere e analizzare i feed back e le "voci di corridoio"
- Organizzare una campagna di comunicazione
- come costruire e diffondere una vision e una mission comuni:
- la promozione interna: incentive, meeting, convention
- strutturare lo scambio di informazioni interne top-down e bottom-up
- favorire il team building per la costituzione e il mantenimento di una cultura di gruppo:
- Realizzare un incontro diretto tra l'azienda e i dipendenti
- Sviluppare il senso di appartenenza e le motivazioni della popolazione aziendale al gruppo

- Sostenere i processi di cambiamento esplicitando e diffondendo i principi innovativi sui quali orientare le scelte operative

Creare un contesto ambientale che favorisca la traduzione degli Obiettivi aziendali in attività concrete

- **Metodologie di approccio comunicativo**
 - scelta dei canali di comunicazione adeguati al contesto
 - scegliere i codici, lo stile e il linguaggio appropriati
 - frequenza e forma di trasmissione delle informazioni
 - coinvolgimento delle cariche manageriali e dei responsabili delle risorse umane nella trasmissione delle informazioni alla popolazione aziendale
- **Gli strumenti della comunicazione interna:**
 - verbali: comunicazioni organizzative, riunioni, team briefing
 - scritti: house organ, cartellonistica, news letter, brown paper, report annuali, buzòn de sugerencias, opuscoli di accoglimento.
 - eventi: meeting informali, cene, open day, family days, formazione
 - *esercitazioni, simulazioni e role-playing*
- **Approfondimento: gli strumenti multimediali**
 - Cooperare, collaborare, interagire in tempo reale con i mezzi informatici
 - Come incentivare il lavoro di gruppo (workgroup computing):
 - Utilizzo di software specifici per creare reti locali intranet
 - Soluzioni professionali share-working: "documenti" non più considerati come proprietà privata
 - Come utilizzare il sistema operativo windows per favorire il groupware: servizi di messaggistica istantanea (msn messenger), workflow elettronici, MSI Solution for Intranets
 - Posta elettronica, internet
 - Teleconferenze, videoconferenze, riunioni in linea.
- **INVESTIRE SULLA FORMAZIONE**
 - motivare il personale: diffondere un senso di crescita professionale per se stessi e per l'azienda
 - organizzare seminari, corsi e interventi formativi
 - l'outdoor training
- **IL KNOWLEDGE MANAGEMENT**
 - Come le informazioni diventano conoscenza: dal valore dell'esperienza alla formazione della conoscenza
 - La gestione della conoscenza: un processo fondamentale dell'azienda
 - Modello per la gestione della conoscenza

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

SALES SKILLS E TEAM MANAGEMENT

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Il corso si struttura in 4 giornate:

1. la gestione del ciclo di vendita
2. la gestione del mercato e della rete di vendita
3. la gestione dei collaboratori
4. la gestione dei gruppi

Destinatari

Direttori commerciali, venditori che desiderano definire gestire e controllare la propria rete vendita in piena consapevolezza, venditori che vogliono acquisire uno stile consulenziale ed ottenere un approccio efficace al mercato.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Giorno1: Il Ciclo di Vendita – Sales Skills

Questa sessione formativa dà l'opportunità a chi lavora in ambito commerciale di collegare le proprie conoscenze e il proprio atteggiamento determinato e positivo con un insieme di abilità di vendita. Un volta acquisite queste abilità, si avrà la capacità di iniziare il ciclo di vendita a proprio vantaggio durante le trattative con i clienti.

Programma di dettaglio

- Le 3 Competenze Fondamentali: Conoscenza, Atteggiamento, Abilità
- L'impatto iniziale: incomincia il Ciclo della Vendita
- Domande Strategiche e Ascolto
- Opportunità e Bisogni: distinguere fa la differenza
- Prodotto/Caratteristiche/Beneficio
- Il Gran Finale: la vendita come logica conseguenza
- Follow UP: gli 8 bisogni del cliente

Giorno 2: Gestione e controllo del mercato e della forza vendita

L'organizzazione e la gestione della rete vendita non può prescindere dalla mission aziendale, dal mercato cui si rivolge e dal prodotto/servizio che offre.

L'obiettivo di questa sessione formativa è quella di avviare e condurre un processo formativo "top-down". La nostra missione è trasformare le aziende da organizzazioni che apprendono ad organizzazioni che insegnano.

Programma di dettaglio

- Business Plan
- Il Prodotto-Servizio (descrizione/il processo d'acquisto)
- Il Mercato: dimensioni, segmentazione, andamento, stima
- La Concorrenza: individuazione, analisi, valutazione, verifica

Il Cliente: targeting, segmentazione, Obiettivi

- Pricing: il prezzo "giusto": determinazione
- La Rete Vendita: scelta, organizzazione, costi
- HR: strumenti di ricerca e selezione
- Misurare la performance: redditività d'impresa, ROS, COGS, MDC
- Il Marketing: gli strumenti, l'identificazione, il database

Giorno 3: team working

Il lavoro di gruppo rappresenta un momento di fondamentale importanza per la gestione della complessità nelle organizzazioni. Gestire gruppi di lavoro richiede attenzioni che ben esercitate permettono risultati di grande efficacia ed efficienza oltre che di soddisfazione per tutti i ruoli che compongono il gruppo. Tuttavia l'efficacia e l'efficienza dei gruppi è condizionata dalla leadership di chi li coordina e li guida verso gli Obiettivi organizzativi ed istituzionali. Pertanto, il seminario darà l'opportunità

di acquisire una cultura orientata al lavoro in team, alla gestione delle risorse umane per Obiettivi, aumentando la consapevolezza del ruolo di leader.

Programma di dettaglio

- **Che cosa è un gruppo**
 - Le caratteristiche di un gruppo
 - Le diverse tipologie di gruppi in relazione al tempo ed allo spazio
- **Come un gruppo si trasforma in gruppo di lavoro**
 - Il gruppo spontaneo e amicale
 - Le caratteristiche e condizioni per un gruppo di lavoro
 - Le condizioni che permettono il lavoro di gruppo
- **Le variabili che strutturano un gruppo di lavoro**
 - La necessità dell'obiettivo
 - I ruoli che le persone esprimono all'interno di un gruppo
 - La comunicazione funzionale al lavoro del gruppo
- **Lavorare in gruppo**
 - Il rapporto tra le soggettività
 - Il possibile equilibrio tra il singolo ed il gruppo
 - I bisogni che le persone cercano di soddisfare all'interno di un gruppo di lavoro
 - Le condizioni che permettono al singolo di sviluppare appartenenza al gruppo
- **Il ruolo del leader**
 - Il leader come guida e collante dei membri del gruppo

Il presidio degli Obiettivi e la gestione delle relazioni

- Le tecniche per la gestione di un gruppo di lavoro

Giorno 4: La Gestione dei Collaboratori

I macrotemi che verranno affrontati andranno a sviluppare la capacità di Gestire i collaboratori.

Programma di dettaglio

- **Il ruolo del Responsabile commerciale**
 - La definizione organizzativa del ruolo di Capo

Le caratteristiche che definiscono il ruolo: responsabilità ed Obiettivi connessi alla propria posizione nel sistema aziendale

- Il Responsabile come "agente" di trasmissione della vision e della mission aziendale ai propri collaboratori
- **Prendere consapevolezza del proprio stile**
 - Sviluppare una diagnosi degli stili di Leadership
 - I punti di forza e di debolezza del proprio stile
 - I modelli di leadership: lo stile più adatto alla propria realtà aziendale
- **La leadership efficace**
 - Come costruire il proprio profilo di leader
 - La figura del leader come punto di riferimento dei propri collaboratori
 - La leadership: aspetti e approcci comportamentali
 - Gli elementi fondamentali per costruire la propria leadership
 - La leadership accentrata sul capo/manager e distribuita nel gruppo
- **Le competenze del leader: tipologie e finalità**
 - Le competenze strategiche (diagnosticare, decidere, innovare)
 - Le competenze relazionali (comunicare, motivare, interagire)

Le competenze operative (Programmazione, gestione, delegare)

- **La motivazione dei propri collaboratori**
 - Le leve motivazionali: efficacia attesa e realtà aziendale
 - Creare soddisfazione per stimolare motivazione ed efficienza nei collaboratori: la motivazione di bisogno e la motivazione d'interesse
 - Il Capo intermedio come agente di motivazione
 - La partecipazione alle decisioni e alle attività come strumento per ottenere l'eccellenza nella motivazione
- **I processi di delega per lo sviluppo dei propri collaboratori**
 - Attuare una delega corretta ed efficace
 - Gli ostacoli che ritardano o inibiscono i processi di delega
 - Le vie di controllo della delega

Il processo di controllo degli Obiettivi e compiti assegnati

- **La comunicazione Capo/collaboratore**
 - La comunicazione e le sue tecniche: conoscere e apprendere a sviluppare il proprio stile comunicativo
 - Le competenze di leadership in ottica di autorevolezza
 - Capire gli stili comunicativi degli altri: autopercezione ed etero percezione
 - Il feed-back positivo e negativo: conoscere e utilizzare uno strumento necessario per la comunicazione Capo/collaboratore
- **La gestione del colloquio con i propri collaboratori**
 - Le diverse tipologie di colloquio: di valutazione, di delega, di critica
 - Come gestire il colloquio one-to-one
 - Le condizioni propedeutiche alla gestione del colloquio
 - L'utilità delle tecniche di conduzione del colloquio
 - Preparazione del colloquio
 - La resistenza dell'interlocutore: il "problema" del Capo
 - L'ascolto attivo e la tecnica della "riformulazione": utilità, regole e risultato

Docenti

I docenti sono specializzati nell'area del commerciale e gestionale ed hanno al loro attivo molti anni di esperienza di aula e consulenza.

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti. Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.250,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

MARKETING

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

L'obiettivo del corso è trasferire le competenze tipiche di analisi, pianificazione, gestione e controllo di marketing fornendo al partecipante informazioni sui diversi attori, interni ed esterni all'azienda, coinvolti nei processi di marketing e sulle migliori modalità di relazione con gli stessi.

Destinatari

Dirigenti – Middle Manager – Quadri – Imprenditori – Professionisti – Collaboratori con responsabilità – Consulenti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Introduzione al concetto di marketing
- Marketing strategico e marketing operativo
- Il Piano di Marketing
- Analisi del settore e della concorrenza.
- Approfondimento sulla Distribuzione
- Approfondimenti sulle ricerche di marketing.
- Creatività e Marketing
- Approfondimenti sulle strategie di price-management.
- Piano di Lancio Nuovi Prodotti
- Nuove tendenze nell'approccio al marketing
- Controllo di marketing

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

66 ore

Quota d'iscrizione

Euro 2.500,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

NETIQUETTE - IL GALATEO IN RETE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Letteralmente "galateo della rete", la netiquette è costituita da una serie di norme di comportamento sul web; lo scopo è di promuovere il rispetto reciproco e di evitare l'uso di pratiche fastidiose moleste.

Il corso mira a fornire una serie di informazioni su "cosa fare" e "cosa non fare" per una buona educazione nel web.

Destinatari

Tutti coloro che utilizzano quotidianamente il web per lavoro o nel tempo libero.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Principi fondamentali della netiquette
- Comportamenti palesemente scorretti
- Variazioni della Netiquette tra le varie comunità
- I comandamenti dell'e-mail
- Mailing list e newsgroup

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Euro 100,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

SCRIVERE PER LAVORO CON CHIAREZZA ED EFFICACIA

Laboratorio di scrittura di testi professionali

Premessa

Negli ultimi anni si è diffusa una maggiore attenzione per la chiarezza linguistica anche nei testi aziendali. Una comunicazione scritta corretta ed efficace acquista sempre più importanza perché attraverso la scrittura di avvisi, lettere, brochure, ma anche di e-mail, newsletter, pagine web e social network, si forniscono informazioni ai propri utenti e clienti e ci si rapporta con altri partner lavorativi. Attraverso i testi scritti che produce, un'azienda non solo dà un'immagine di sé e della sua attività, ma orienta il proprio lettore all'interno dell'organizzazione, evita di fargli perdere tempo e razionalizza così il lavoro nell'ottica di un rinnovato rapporto tra cliente e azienda e di un miglioramento della comunicazione organizzativa interna ed esterna.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso proposto intende far riflettere su questi aspetti della comunicazione e guida i partecipanti all'acquisizione degli strumenti di base per perfezionare le proprie abilità di scrittura e per adottare uno stile chiaro ed efficace nella redazione di testi tipici della specifica realtà professionale in cui operano (lettere ed e-mail, circolari, rapporti, relazioni, ecc.).

Destinatari

Il corso si rivolge a quanti all'interno dell'azienda scrivono testi per necessità professionali di diverso tipo. In base alle specifiche esigenze del committente e dei partecipanti sarà eventualmente possibile individuare percorsi differenziati.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il corso è prevalentemente pratico: dopo un'introduzione, i contenuti teorici saranno intercalati a **esercitazioni di tipo laboratoriale** sotto la guida del Docente. In questo modo i partecipanti potranno applicare immediatamente quanto appreso ed entrare fin da subito nel cuore dei problemi presentati.

Il corso è basato soprattutto sulla soluzione di problemi concreti e sulla rielaborazione di testi scritti tratti dalla realtà di lavoro dei partecipanti, in modo da stimolare una riflessione attiva e fornire dei modelli di buone pratiche di scrittura efficace applicabili nel proprio contesto lavorativo.

Accanto alle attività pratiche di laboratorio i **principali contenuti teorici** trattati riguardano:

1. I principi della scrittura professionale;
2. Le tecniche di scrittura professionale chiara ed efficace attraverso l'analisi delle criticità di esempi e studio di casi;
3. Le peculiarità e i problemi posti dalla redazione di testi aziendali;
4. Come selezionare e strutturare le informazioni nel modo più efficace;
5. Come scegliere la sintassi adeguata al tipo di testo;
6. Come usare parole semplici nel rispetto della terminologia tecnica;
7. Come dare una forma grafica efficace e un editing professionale al testo;

Particolari aspetti dei contenuti teorici e pratici affrontati nel corso saranno focalizzati anche in base a specifiche esigenze del committente e alla rilevazione preliminare dei bisogni formativi dei partecipanti.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE

per accrescere la capacità di comunicare efficacemente

Strategie, tecniche e strumenti per creare relazioni proficue, essere e risultare gradevoli e autorevoli, infondere fiducia e rispetto, fidelizzare e acquisire nuovi clienti, accrescere la capacità di negoziazione e migliorare la comunicazione interpersonale.

Edizioni

Sono previste 10 edizioni nelle città di Milano, Varese, Lecco, Monza, Como, Sondrio, Bologna e Roma.

Destinatari

Il corso si rivolge a coloro che lavorano a stretto contatto con colleghi, collaboratori e clienti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma e contenuti del corso

- Predisporre all'ascolto attivo: Conoscere l'interlocutore, il collega, il cliente.
- Imparare a formulare domande: Capire le esigenze, non subire o imporre ma guidare la relazione.
- Creare empatia e fiducia nella relazione interpersonale: Ethos, pathos, logos.
- L'arte della persuasione: diventare gradevoli e autorevoli
- Le 3 regole d'oro della comunicazione verbale: velocità, immagine, suono.
- Comunicare efficacemente: face-to-face, via telefono, via mail.
- La voce come strumento di comunicazione: La voce genera emozioni. I 4 colori della voce. L'utilizzo corretto della voce per infondere fiducia e rispetto.

“La competenza tecnica ti fa stare nel gioco, la comunicazione ti fa vincere il gioco”.

Comunicare significa creare e trasferire valore. Comunicare significa saper ascoltare, porre le domande nel modo giusto, parlare nel momento giusto, suscitare interesse, alimentare l'empatia. Comunicare bene vuol dire riuscire a presentare e vendere un prodotto o un servizio. Comunicare vuol dire riuscire a presentare al meglio se stessi. Comunicare efficacemente ci consente di raggiungere un obiettivo, di chiudere un contratto, di guadagnare la fiducia e il rispetto del nostro interlocutore. Comunicare correttamente ci fa risparmiare tempo, energie e soprattutto limita e previene fraintendimenti, equivoci e conflitti. Comunicare bene vuole dire essere e risultare credibili. Comunicare in modo adeguato è fondamentale per guidare un team, per motivare e valorizzare le persone che vivono o collaborano con noi. Aiuta ad accrescere e migliorare la capacità di relazionarsi con gli altri.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time.

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CORSO DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE PER IL MONDO WELLNESS

Strategie, tecniche e strumenti per creare relazioni proficue, essere e risultare gradevoli e autorevoli, infondere fiducia e rispetto, fidelizzare e acquisire nuovi clienti, accrescere la capacità di negoziazione e migliorare la comunicazione interpersonale.

Edizioni

Sono previste 10 edizioni nelle città di Milano, Bologna, Ferrara, Roma, Modena.

Destinatari

Il corso si rivolge a operatori del mondo fitness e personale di organizzazioni ed aziende interessate al mondo wellness.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma e contenuti del corso

- Predisporre all'ascolto attivo: Conoscere l'interlocutore, il collega, il cliente.
- Imparare a formulare domande: Capire le esigenze, non subire o imporre ma guidare la relazione.
- Creare empatia e fiducia nella relazione interpersonale: Ethos, pathos, logos.
- L'arte della persuasione: diventare gradevoli e autorevoli
- Le 3 regole d'oro della comunicazione verbale: velocità, immagine, suono.
- Comunicare efficacemente: face-to-face, via telefono, via mail.
- La voce come strumento di comunicazione: La voce genera emozioni. I 4 colori della voce. L'utilizzo corretto della voce per infondere fiducia e rispetto.

"La competenza tecnica ti fa stare nel gioco, la comunicazione ti fa vincere il gioco".

Comunicare significa creare e trasferire valore. Comunicare significa saper ascoltare, porre le domande nel modo giusto, parlare nel momento giusto, suscitare interesse, alimentare l'empatia. Comunicare bene vuol dire riuscire a presentare e vendere un prodotto o un servizio. Comunicare vuol dire riuscire a presentare al meglio se stessi. Comunicare efficacemente ci consente di raggiungere un obiettivo, di chiudere un contratto, di guadagnare la fiducia e il rispetto del nostro interlocutore. Comunicare correttamente ci fa risparmiare tempo, energie e soprattutto limita e previene fraintendimenti, equivoci e conflitti. Comunicare bene vuole dire essere e risultare credibili. Comunicare in modo adeguato è fondamentale per guidare un team, per motivare e valorizzare le persone che vivono o collaborano con noi. Aiuta ad accrescere e migliorare la capacità di relazionarsi con gli altri.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici, il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time.

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area Sviluppo Capacità Manageriali

LA GESTIONE DELLE RIUNIONI

La capacità di gestire riunioni è un fattore indispensabile per assicurare il coordinamento e l'integrazione delle risorse professionali.

Spesso le riunioni si rivelano momenti di frustrazione per l'impressione di non arrivare a punti fermi, chiari, condivisi e concreti.

Il seminario rappresenta un'occasione per acquisire le tecniche di progettazione e di gestione delle riunioni in modo efficace, produttivo ed utile.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Agire un modello concettuale e comportamentale per la gestione delle riunioni
- Progettare riunioni
- Gestire riunioni in maniera efficace e produttiva
- Mantenere alta l'attenzione dei partecipanti
- Monitorare l'effetto ottenuto

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che, a vario titolo, hanno la responsabilità di gestire riunioni di lavoro.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Tipologie di riunione**
 - o Considerare le riunioni come un investimento
 - o Riconoscere le diverse tipologie di riunione e adottare stili e strumenti funzionali a ciascuna
- **La progettazione**
 - o Perché e quando fare una riunione
 - o Non pensare solo alla riunione ma allo scopo da raggiungere
 - o Stabilire l'ordine del giorno e le priorità da affrontare
 - o Il materiale utile durante la riunione
 - o La pianificazione: dalla convocazione al congedo
- **La realizzazione**

L'importanza di presidiare gli Obiettivi

- o Come gestire le relazioni all'interno del gruppo
- o Saper stimolare l'attenzione dei partecipanti
- o Imparare a leggere i segnali deboli

La gestione del tempo in relazione agli Obiettivi e ai partecipanti

- o La verbalizzazione delle decisioni

- **La verifica**

- o Verificare la comprensione e/o il consenso
- o L'importanza di chiedere un feedback
- o Valutare le riunioni per assicurarne la produttività

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA GESTIONE DEI GRUPPI DI LAVORO

Il lavoro di gruppo rappresenta un momento di fondamentale importanza per la gestione della complessità nelle organizzazioni.

Gestire gruppi di lavoro richiede attenzioni che ben esercitate permettono risultati di grande efficacia ed efficienza oltre che di soddisfazione per tutti i ruoli che compongono il gruppo.

Tuttavia l'efficacia e l'efficienza dei gruppi è condizionata dalla leadership di chi li coordina e li guida verso gli Obiettivi organizzativi ed istituzionali.

Pertanto, il seminario darà l'opportunità di acquisire una cultura orientata al lavoro in team, alla gestione delle risorse umane per Obiettivi, aumentando la consapevolezza del ruolo di leader.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere gli ingredienti che fanno di un gruppo un gruppo di lavoro
- Agire la propria leadership con più consapevolezza
- Progettare e gestire il lavoro di un gruppo più efficacemente
- Utilizzare le tecniche per la gestione di un gruppo

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che, a vario titolo, hanno la responsabilità di coordinare e gestire gruppi di lavoro.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Che cosa è un gruppo**
 - o Le caratteristiche di un gruppo
 - o Le diverse tipologie di gruppi in relazione al tempo ed allo spazio
- **Come un gruppo si trasforma in gruppo di lavoro**
 - o Il gruppo spontaneo e amicale
 - o Le caratteristiche e condizioni per un gruppo di lavoro
 - o Le condizioni che permettono il lavoro di gruppo
- **Le variabili che strutturano un gruppo di lavoro**
 - o La necessità dell'obiettivo
 - o I ruoli che le persone esprimono all'interno di un gruppo
 - o La comunicazione funzionale al lavoro del gruppo
- **Lavorare in gruppo**
 - o Il rapporto tra le soggettività
 - o Il possibile equilibrio tra il singolo ed il gruppo
 - o I bisogni che le persone cercano di soddisfare all'interno di un gruppo di lavoro
 - o Le condizioni che permettono al singolo di sviluppare appartenenza al gruppo
- **Il ruolo del leader**
 - o Il leader come guida e collante dei membri del gruppo

Il presidio degli Obiettivi e la gestione delle relazioni

- o Le tecniche per la gestione di un gruppo di lavoro

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA PRESENTAZIONE EFFICACE

Parlare per sé o parlare per gli altri? La risposta in teoria è facile, ma non è altrettanto facile, nella realtà, riuscire a farsi capire dai nostri interlocutori, che sia al lavoro, a scuola o anche in famiglia, a interessarli e, quindi, a non annoiarli. Oggi l'arte di parlare bene in pubblico è un elemento molto importante per avere successo e per guadagnare credibilità. Come fare per farsi ascoltare in modo attento e coinvolto? Come fare per non cadere vittime dell'ansia e riuscire invece a veicolare con chiarezza e precisione il proprio messaggio al pubblico? La conoscenza dell'argomento è certamente importante ma da sola non basta. Saper strutturare il discorso, conoscere la tipologia dell'uditorio a cui ci stiamo rivolgendo, utilizzare lo stile di comunicazione più appropriato, sono gli ingredienti fondamentali del nostro successo. Il seminario, perciò, offrirà nelle due giornate di lavoro i suggerimenti e le tecniche necessari per ottenere più partecipazione, per mandare a segno il nostro messaggio e farsi ricordare.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
- Preparare un discorso di successo
- Scegliere lo stile di comunicazione più adeguato
- Gestire la presentazione efficace
- Saper affrontare obiezioni e interruzioni
- Preparare e gestire i supporti visivi (slides, diapositive, film,)
- Mandare a segno il messaggio e farsi ricordare

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi professionali o personali svolgono attività che li portano a relazionarsi con un pubblico, in occasione di convegni, convention, riunioni ecc.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

La presentazione efficace: la chiarezza degli Obiettivi e le aspettative del pubblico

- o Le regole fondamentali del processo di comunicazione
- o Cosa fare prima della presentazione: definire lo scopo, individuare le caratteristiche del pubblico, preparare la presentazione e il materiale di supporto, predisporre il luogo
- o Il messaggio che si vuole inviare
- o Tenere presente le aspettative e i bisogni del pubblico
- **Scegliere gli argomenti e strutturare la presentazione**
 - o Differenti tipi di discorso
 - o Preparare una presentazione: da dove cominciare?
 - o La ricerca delle argomentazioni
 - o La gestione del tempo: vincolo o...?
 - o Tecniche per ricordare il discorso e esporre con naturalezza
- **L'apertura del discorso e la prima impressione favorevole**
 - o Come si inizia a parlare in pubblico
 - o E se è la prima volta?
 - o Iniziare brillantemente per catturare l'attenzione e "rompere il ghiaccio"
 - o Interagire con i presenti
- **Adattare il proprio stile di comunicazione e mantenere vivo l'interesse del pubblico**
 - o La curva dell'attenzione del pubblico
 - o Creare un rapporto con chi ascolta
 - o Il tipo di linguaggio da utilizzare
 - o Focalizzare i punti chiave
- **I gesti, il movimento e la voce: l'importanza della comunicazione paraverbale e non verbale**

- Come mantenere vivo l'interesse tramite l'uso corretto della voce: ritmo, volume e velocità
- I movimenti del corpo e la gestione dello spazio
- Coinvolgere tutti attraverso il contatto con gli occhi
- **Preparare e gestire i supporti visivi**
 - Rafforzare i messaggi e rendere più chiara la comunicazione tramite l'uso dei mezzi di supporto visivi
 - Scegliere e realizzare i supporti visivi più idonei
 - Come gestirli
- **Le emozioni: riconoscerle e utilizzarle a proprio vantaggio**
 - Il pubblico: alleato o nemico?
 - L'origine dell'ansia: quali bisogni e quali preoccupazioni la sostengono
 - Acquisire sicurezza

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 300,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 200,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 130,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA LEADERSHIP SITUAZIONALE E GLI STILI DI GUIDA

L'aspetto più innovativo della teoria della leadership Situazionale elaborata da Hersey e Blanchard negli anni '70, è di aver superato gli schematismi affermando che non esiste un solo stile di leadership che sia coerente alle diverse possibili situazioni ma, al contrario, lo stile deve essere scelto nelle diverse situazioni che il capo si trova a gestire. L'utilizzo di uno stile di leadership appropriato al contesto consente di orientare il gruppo al raggiungimento degli Obiettivi, motivare le risorse, ottimizzare i tempi di lavoro, monitorare in maniera efficiente le diverse fasi di un progetto aumentandone le probabilità di successo. Lo stile di leadership deve tener conto, inoltre, della duplice dimensione del compito e della relazione per essere il più adatto a creare un clima di lavoro efficiente e a ottenere la collaborazione. Il "nucleo" della Leadership Situazionale è una visione sistemica del rapporto capo-collaboratore, nel quale il comportamento dell'uno è influenzato dal comportamento dell'altro e allo stesso tempo lo influenza, in relazione anche alle caratteristiche del contesto nel quale si sviluppa la relazione.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:
- Riconoscere il proprio stile di leadership
- Analizzare le diverse situazioni e scegliere lo stile più adeguato
- Riconoscere i diversi stadi di sviluppo dei collaboratori
- Orientare il collaboratore e il gruppo al raggiungimento degli Obiettivi
- Motivare i collaboratori
- Utilizzare i migliori strumenti per comunicare efficacemente

Destinatari

Il corso si rivolge ai Responsabili aziendali e a chiunque abbia la responsabilità di guidare un gruppo di lavoro o singoli collaboratori verso gli Obiettivi organizzativi.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il corso si propone di affrontare e sviluppare temi legati alla funzione di leader all'interno dei gruppi e delle organizzazioni

- **Definizione di leadership**

Guidare i collaboratori verso gli Obiettivi

- o Il leader come facilitatore della relazione e come punto focale del compito
- **Prendere consapevolezza del proprio stile di leadership**
 - o I punti forti e i punti deboli del proprio stile
 - o I rischi derivanti dall'uso prevalente di uno stile fondamentale
- **I comportamenti che modulano lo stile di leadership secondo il modello della leadership situazionale**
 - o Il comportamento direttivo
 - o Il comportamento di sostegno relazionale
 - o La flessibilità come caratteristica del leader
 - o Spiegare, indirizzare, ascoltare e sostenere
- **Come analizzare e definire le situazioni**
 - o I diversi stadi di sviluppo professionale dei collaboratori
 - o Il livello di competenze e le capacità necessarie per svolgere un lavoro
 - o Disponibilità ad assumersi le responsabilità che ne derivano

Fissarsi Obiettivi ambiziosi e raggiungibili

- **Quali sono i comportamenti e gli stili più coerenti**
 - o La coerenza tra maturità dei collaboratori e stile di leadership
 - o Il supporto e l'aiuto per ciò che riguarda il contenuto del lavoro e il comportamento di relazione

- Rassicurare, dare fiducia nelle proprie capacità, agevolare l'assunzione di decisioni da parte del collaboratore

- **Il processo di delega**

- L'autonomia del collaboratore
- Come attuare una delega efficace

Fissare gli Obiettivi all'interno delle linee di riferimento generali

- Controllare il processo di delega

- **La motivazione dei collaboratori**

- Gli elementi della motivazione
- Motivare e coinvolgere
- Il colloquio di motivazione

Tenere sotto controllo nel tempo gli Obiettivi strategici dell'azienda

- **I gruppi di lavoro**

- Definizione di gruppo
- Il livello di competenza del team di lavoro
- Guidare il team con efficacia

Metodologia Didattica

La metodologia utilizzata prevede l'alternarsi di momenti teorici e pratici (role playing, questionari di autovalutazione, esercitazioni e proiezione audiovisivi) per consentire ai partecipanti di sperimentare direttamente i processi comunicativi che sono oggetto di studio.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA LEADERSHIP EFFICACE

La Leadership è un insieme di capacità e di competenze che trovano espressione nella relazione con le persone e con i team, nella comprensione dell'ambiente e del contesto, nella definizione di strategie di azione e di comportamenti che permettono di gestire le risorse e di guidarle verso i risultati attesi. Complemento delle attitudini di Leadership sono la capacità di motivare i propri collaboratori e di stimolarne il senso di appartenenza ad un gruppo e ad un'azienda; l'abilità nel delegare compiti valorizzando le competenze di ognuno mobilitandone le energie verso gli Obiettivi dell'organizzazione; la capacità di comunicare con autorevolezza e in maniera assertiva, rappresentando un punto di riferimento certo per i propri collaboratori e colleghi. Il corso ha l'obiettivo di fornire un'occasione per prendere consapevolezza e verificare il proprio stile di esercizio dell'autorità, confrontandolo con le competenze che fanno di un Capo un vero Leader.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Definire il ruolo del capo intermedio all'interno del sistema aziendale
- Prendere consapevolezza, attraverso una serie di test di autodiagnosi, del proprio stile di leadership
- Individuare e sviluppare le competenze strategiche, relazionali ed operative che il leader deve possedere
- Comprendere come motivare e responsabilizzare, attraverso una delega efficace, i collaboratori
- Approfondire le tecniche di misurazione e controllo delle performance produttive del proprio team
- Apprendere e potenziare le competenze comportamentali per la conduzione di gruppi formalizzati
- Utilizzare i migliori strumenti per una comunicazione efficace tra capo e collaboratore

Destinatari

Quadri intermedi e Dirigenti e tutti coloro che si trovano a dover creare una squadra, stimolare e comunicare la vision aziendale, raggiungere risultati attraverso la propria autonomia decisionale e la delega nei confronti dei collaboratori.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Il ruolo del Capo Intermedio all'interno dell'azienda**

- o La definizione organizzativa del ruolo di Capo

Le caratteristiche che definiscono il ruolo: responsabilità ed Obiettivi connessi alla propria posizione nel sistema aziendale

- o Il Capo Intermedio come "agente" di trasmissione della vision e della mission aziendale ai propri collaboratori
- **Prendere consapevolezza del proprio stile**
 - o Sviluppare una diagnosi degli stili di Leadership
 - o Analizzare i risultati della diagnosi, i punti di forza e di debolezza del proprio stile
 - o I modelli di leadership: lo stile più adatto alla propria realtà aziendale
- **La leadership efficace**
 - o Come costruire il proprio profilo di leader
 - o La figura del leader come punto di riferimento dei propri collaboratori
 - o La leadership: aspetti e approcci comportamentali
 - o Gli elementi fondamentali per costruire la propria leadership
 - o La leadership accentrata sul capo/manager e distribuita nel gruppo
- **Le competenze del leader: tipologie e finalità**
 - o Le competenze strategiche (diagnosticare, decidere, innovare)
 - o Le competenze relazionali (comunicare, motivare, interagire)

Le competenze operative (Programmazione, gestione, delegare)

- **La motivazione dei propri collaboratori**
 - o Le leve motivazionali: efficacia attesa e realtà aziendale

- Creare soddisfazione per stimolare motivazione ed efficienza nei collaboratori: la motivazione di bisogno e la motivazione d'interesse
- Il Capo intermedio come agente di motivazione
- La partecipazione alle decisioni e alle attività come strumento per ottenere l'eccellenza nella motivazione

- **I processi di delega per lo sviluppo dei propri collaboratori**

- Attuare una delega corretta ed efficace
- Gli ostacoli che ritardano o inibiscono i processi di delega
- Le vie di controllo della delega

Il processo di controllo degli Obiettivi e compiti assegnati

- **La comunicazione Capo/collaboratore**

- La comunicazione e le sue tecniche: conoscere e apprendere a sviluppare il proprio stile comunicativo
- Le competenze di leadership in ottica di autorevolezza
- Capire gli stili comunicativi degli altri: autopercezione ed etero percezione
- Il feed-back positivo e negativo: conoscere e utilizzare uno strumento necessario per la comunicazione Capo/collaboratore

- **La gestione del colloquio con i propri collaboratori**

- Le diverse tipologie di colloquio: di valutazione, di delega, di critica
- Come gestire il colloquio one-to-one
- Le condizioni propedeutiche alla gestione del colloquio
- L'utilità delle tecniche di conduzione del colloquio
- Preparazione del colloquio
- La resistenza dell'interlocutore: il "problema" del Capo
- L'ascolto attivo e la tecnica della "riformulazione": utilità, regole e risultato

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LA DELEGA

Il fabbisogno organizzativo di delega esprime la necessità di un processo di decentramento decisionale. L'oggetto di riferimento della delega è sempre la presa di decisioni e non la semplice realizzazione di una o più attività.

Il cambiamento di responsabilità del delegante è spesso caratterizzato dalla necessità di operare una riduzione del coinvolgimento nelle decisioni più operative, anche critiche, per affrontare problemi emergenti e caratterizzanti il momento storico della vita dell'azienda

A fronte di questi nuovi fabbisogni il delegante dovrà probabilmente mettere in discussione le competenze fino a lì maturate e innescare un cambiamento nel modo di ricoprire il proprio ruolo.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Il corso è destinato a manager e capi che hanno responsabilità di gestione di un gruppo di persone.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

Aiutare i partecipanti a migliorare l'uso della delega, favorendone l'impiego sistematico per fini organizzativi e per il miglioramento della qualità della vita.

Programma

- Brain storming sul ruolo del Capo
- Esercitazione: Le leve gestionali
- Cosa ci si aspetta da un Manager
- Le competenze da sviluppare: strategiche, relazionali, operative
- Definizione di delega
- Abilità richieste
- Scuse per non delegare
- Le resistenze alla delega
- Esercitazione su esperienze di delega (1° parte individuale)
- Esercitazione su esperienze di delega (2° parte di gruppo)
- Vantaggi della delega
- Esercitazione: Le favole di Esopo
- Come delegare
- Il feed back
- Debriefing finale

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso ha una durata di 8 ore, dalle 9.30 alle 18.30.

Quota d'iscrizione

Euro 550,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 450,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 200,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

NEGOZIARE CON SUCCESSO

Una breve storia per incominciare

E' una bella giornata d'estate e il ragazzino sta camminando lungo la via. Ha in tasca una mela, grossa e bella ed è così rossa e succosa che gli fa venire l'acquolina in bocca. Ma ecco che improvvisamente vede il suo amico venire verso di lui e rapidamente pensa a cosa fare. Vuole mangiare la sua succosa mela ma, allo stesso tempo, non riesce a immaginarsi a mangiarla di fronte al suo amico. "Beh... forse potrei fare a metà con lui" pensa, e a questo punto decide. Quando si trova di fronte all'amico, estrae dalla tasca la mela e il suo coltellino tascabile e dice "Ciao, vuoi un po' di mela?" L'amico si illumina e gli risponde "Sì!" Porgendogli mela e coltello, il ragazzino dice all'amico "Tu tagli, io scelgo". I rapporti di cooperazione sono come questo e come questo si basano sull'accordo. La negoziazione presuppone una diversità di opinioni, atteggiamenti e convinzioni in coloro che la attuano. Sono queste differenze che costituiscono la sostanza del processo di negoziazione. Molto spesso, la negoziazione è considerata il rapporto antagonista nel quale due o più parti cercano di ottenere il massimo possibile l'una dall'altra. Nel contesto dei rapporti di cooperazione, invece, la negoziazione unifica le diverse parti allo scopo di ottenere un risultato superiore a quello che una parte da sola potrebbe raggiungere.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine dei corsi i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere le principali situazioni negoziali
- Individuare gli Obiettivi e i bisogni dell'altra parte coinvolta
- Riconoscere i personali stili di negoziazione
- Agire i comportamenti più adeguati alle diverse situazioni negoziali
- Verificare quanto e come le abilità negoziali sono in relazione alle competenze di comunicazione e alla capacità di stabilire legami

Destinatari

Quadri intermedi e Dirigenti che, per la loro funzione e posizione, utilizzano la negoziazione come strumento di lavoro.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Le situazioni negoziali e i "confini" della negoziazione**
 - o Le condizioni essenziali perché ci sia negoziazione
 - o Non tutte le situazioni sono gestibili attraverso una negoziazione
 - o La negoziazione è un "gioco" a somma diversa da zero
- **Dalla competizione alla cooperazione:**
 - o Raggiungere il massimo vantaggio reciproco insieme
 - o Considerare gli interessi delle persone coinvolte nella negoziazione
- **Gli elementi chiave e il quadro d'accordo della negoziazione**

Convergenza e divergenza degli Obiettivi

- o Il livello di consenso, di dissenso e i conflitti esistenti
- o Strategie e stili di negoziazione
- **Negoziare per conciliare gli interessi**
 - o Risalire dalle posizioni agli interessi
 - o Sottolineare la forza degli interessi condivisi e compatibili
- **Le intenzioni positive delle parti coinvolte**
 - o Separare il "problema" dalle persone
 - o Riconoscere che dietro le considerazioni individuali e le obiezioni ci sono intenzioni positive
 - o Accettarle per creare le basi dell'accordo
- **Negoziare all'interno del quadro d'accordo**
 - o I fattori da prendere in considerazione per giungere a una decisione
 - o Trovare le soluzioni soddisfacenti per ciascuna parte
- **Giungere all'accordo: un investimento verso il futuro**

- Rafforzare il processo e confermarne la validità
- La prima azione da compiere
- **Leggere il processo in senso sistemico**
 - L'importanza di porre attenzione alla trattativa nel suo complesso
 - La flessibilità e il controllo dei singoli comportamenti
- **Gli stili di comunicazione e di negoziazione più efficaci**
 - L'ascolto attivo e il feed back
 - L'uso della parafrasi
 - La comunicazione non verbale
 - La verifica dei personali stili di negoziazione
- **Le emozioni in gioco**
 - Legittimare i punti di vista e gli stati d'animo

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

PROBLEM SOLVING E PRESA DI DECISIONE IN TEMPI RAPIDI

ALLENAMENTO DA CAMPIONI PER MANAGER DA PODIO (CORSO DI FORMAZIONE ESPERIENZIALE ATTRAVERSO LA SCHERMA)

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

A fronte di alcuni Obiettivi quali l'aumento delle performances, l'analisi dei processi decisionali e comunicazionali, la presa di decisione in tempi rapidi, l'elaborazione delle emozioni, la gestione dello stress, la riformulazione degli Obiettivi personali, il trasferire a un gruppo uno stile omogeneo di utilizzo di alcune capacità, proponiamo di inserire una giornata e mezza, dove verrà utilizzata la disciplina sportiva della scherma, come metodologia esperienziale di apprendimento.

Metodologia e perché della scelta

.. dallo Sport al Management ..

L'utilizzo dello sport, con attività quali la scherma, il rugby, i competitive games, nella formazione permette di analizzare i principali comportamenti emersi durante le prove sportive e traslarli nelle realtà organizzative. Infatti, portare a termine un compito particolarmente impegnativo, misurarsi con un obiettivo aziendale complesso riuscendo a raggiungerlo con una prestazione eccellente, compiere un'impresa sportiva eccezionale battendo avversari agguerriti sono tutte attività che richiedono determinazione, volontà, motivazione, coraggio, tenacia, resistenza fisica e mentale. Nell'impresa sportiva come nella prestazione professionale eccellente, si riscontrano atteggiamenti, tratti, comportamenti del tutto simili.

Le metafore sportive più facilmente applicabili alla realtà organizzativa sono le seguenti:

- lo sviluppo personale attraverso competenza e allenamento
- il valore dell'allenamento
- la motivazione
- il mettersi alla prova e superare sempre nuove sfide

La scherma, in particolare, permette di sperimentare le proprie capacità di valutazione, presa di decisione, assunzione del rischio e controllo comportamentale, comportando per ciascun partecipante la necessità di fornire una prestazione individuale integrata in un contesto di squadra (staffetta).

Questa attività NON comporta alcun pericolo e può essere realizzata da chiunque. E' necessario esclusivamente un abbigliamento da palestra.

Destinatari

Manager e quadri di qualunque funzione aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Articolazione del Modulo Scherma

- **Prima giornata – Palestra (7 ore)**
 - Esercitazioni pratiche: acquisizione basi tecniche minime della disciplina
 - Pianificazione strategica delle performance e organizzazione delle singole prestazioni individuali nel contesto di quadra
 - Esercitazioni pratiche: sviluppo di situazioni competitive individuali e di gruppo
 - Debriefing esperienziale e analisi comportamentale
- **Seconda giornata – Aula (4 ore)**
 - **Dall'esperienza agita al ruolo professionale**
 - Modelli teorici di riferimento
 - Sistematizzazione delle acquisizioni agite nella sessione in palestra
 - Trasposizione nel contesto di ruolo



Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 1.500,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

GESTIRE COLLOQUI DI ORIENTAMENTO

I recenti sviluppi di una politica di intervento nell'area dei processi di transizione al lavoro stanno facendo crescere l'attenzione nell'ambito dell'orientamento. La maggior sensibilità nei confronti dell'azione orientativa è legata, oltre che ad un incremento e a una diversificazione dei bisogni espressi da varie categorie di utenza, anche ad un aumento di opportunità strategiche sul piano dei finanziamenti

Il contesto attuale - caratterizzato da un'elevata instabilità e complessità (conseguenti ai rapidi ed accelerati mutamenti del mercato del lavoro e della struttura delle professioni), dai nuovi elementi di carattere normativo e da nuovi processi, come quello relativo all'autonomia scolastica o alla diffusione delle agenzie di orientamento - obbliga tutti coloro che si occupano, o si vorrebbero occupare di counseling, ad approfondire la propria competenza per rendere efficace lo strumento del colloquio di orientamento. Il seminario sul counseling orientativo, mira a definire l'area di intervento del counselor e a sviluppare le competenze nella gestione dei colloqui sia individuali che di gruppo, fornendo stimoli per una riflessione di scenario sul counseling, ma anche suggerimenti pratici e tecniche concrete per rapportarsi al cliente con efficacia e per raggiungere gli Obiettivi specifici della relazione d'aiuto.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Riconoscere le caratteristiche del counseling di orientamento
- Gestire efficacemente un colloquio di counseling
- Applicare modelli, metodologie e tecniche per l'analisi dei diversi elementi soggettivi e di contesto che influenzano la scelta
- Ascoltare attivamente, mettendo al centro della relazione l'utente
- Mobilitare e coinvolgere l'utente verso processi di scelta consapevole

Facilitare nell'utente l'identificazione delle alternative di azione e la definizione di Obiettivi e progetti realistici, verificabili e completi

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi professionali siano interessati a supportare le proprie competenze nella gestione dei colloqui di counseling orientativo, all'interno di diversi contesti (centri di formazione professionale, centri per l'impiego, centri lavoro, scuole, ecc.,)

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **Approcci e modelli al counseling orientativo**
 - La consulenza tratto-fattore
 - La consulenza psico dinamica
 - La consulenza di tipo comportamentista
 - La consulenza centrata sulla teoria dello sviluppo vocazionale
- **Il modello di Limoges**
 - Un approccio formativo all'orientamento
 - Apprendere a scegliere
- **Analisi delle competenze del counselor**
 - Cos'è il counseling orientativo
 - Il setting del colloquio
 - Le fasi del colloquio
 - La comunicazione
- **La relazione di aiuto**
 - L'ascolto attivo
 - Le cornici
 - La consulenza che mette al centro l'utente
- **Le tecniche di counseling**

- La gestione efficace del colloquio individuale
- La gestione efficace del colloquio di gruppo
- La riformulazione
- Le metafore
- La ristrutturazione
- Domande aperte e chiuse
- **La progettazione dei percorsi di orientamento**
 - La logica degli strumenti di orientamento
 - La creazione e la scelta degli strumenti di orientamento

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COMUNICARE PER ESSERE PERSUASIVI ED EFFICACI

Nella vita di tutti i giorni e nel lavoro comunichiamo con gli altri: per convincere? Per informare? Per divertire? Per sedurre? Per far comprendere? Per allontanare? Per motivare? ...

Qualunque sia il nostro obiettivo, lo raggiungiamo?

Quante volte ci capita di dire delle cose giuste sbagliando il momento e le modalità, e di ottenere il risultato opposto alle nostre aspettative?

La competenza comunicativa è uno strumento personale e professionale fondamentale per la gestione delle relazioni e del proprio ruolo.

Progettare la comunicazione è il primo passo per costruire relazioni positive con gli altri e per poter esprimere appieno le proprie potenzialità.

In particolare, nell'esercizio del nostro lavoro, la comunicazione efficace consente di ridurre le conseguenze negative generate da una situazione critica e di aumentare i vantaggi di una situazione favorevole.

Sviluppare una comunicazione efficace è un apprendimento possibile oltre che una scelta strategica per sostenere e raggiungere i propri Obiettivi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Agire la propria comunicazione con più consapevolezza
- Riconoscere gli ingredienti di una comunicazione efficace
- Progettare e gestire le proprie comunicazioni più efficacemente
- Utilizzare le tecniche per una comunicazione efficace

Destinatari

Il seminario si rivolge a tutti coloro che per motivi personali e professionali sono interessati a sviluppare le proprie competenze comunicative.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- **La soggettività della comunicazione**
 - Il processo percettivo come strumento di conoscenza del mondo
 - La mappa non è il territorio
 - Riconoscere l'arco di distorsione
 - Le differenze tra descrizione, interpretazione e giudizio
 - Le interferenze, gli stereotipi ed i pregiudizi
- **Il processo di comunicazione**
 - Le comunicazioni ad una via e a due vie
 - L'importanza del contesto
 - Emittente e ricevente o emittente/ricevente?
- **Gli assiomi della comunicazione**
 - I cinque assiomi
 - L'applicazione pratica degli assiomi
- **La gestione del feedback**
 - La finestra di Johari
 - Saper dare e ricevere feedback
- **La progettazione della comunicazione**

Individuazione degli Obiettivi, dei contenuti e dei Destinatari

- Scegliere il momento ed il luogo opportuni
- La fase iniziale, intermedia e finale della comunicazione
- **Le comunicazioni aperte e le comunicazioni chiuse**
 - Comunicare per chiudere la relazione o per aprirla
 - Riconoscere le comunicazioni conflittuali
 - Individuare le opzioni risolutive del conflitto relazionale

- **Le posizioni esistenziali e le ruolizzazioni**
 - Alcuni cenni di analisi transazionale
 - La percezione di sé e dell'altro
 - I giochi psicologici

Metodologia Didattica

La formazione si svolgerà con una metodologia attiva fondata sul coinvolgimento, la valorizzazione e la capitalizzazione dell'esperienza dei partecipanti.

Si alterneranno esercitazioni individuali e di gruppo, analisi di spezzoni di film, analisi di casi reali, role playing, elaborazioni e input teorici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

STRATEGIA IN MOVIMENTO

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Lo scopo del percorso è quello di creare, attraverso un confronto costruttivo tra le parti dell'azienda un sistema semplice di gestione che consenta di sviluppare l'efficacia e l'efficienza aziendale interna, al fine di ottenere un'azienda solida e forte per il futuro in quanto certa e capace di utilizzare al meglio le proprie risorse interne. Per ottenere questo, è importante lavorare sia in termini di comunicazione e collaborazione, per ottenere una squadra unita, sia in termini organizzativi, per creare la condivisione necessaria del sistema di gestione attraverso la costruzione di strumenti idonei.

Destinatari

Top Management aziendale, Middle Management, Capi progetto.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Sintesi del corso:

"Il chiarimento del processo" ha come obiettivo quello di individuare i prodotti e i sottoprodotti di ogni singolo ruolo, da scambiare in un'ottica di missione comune, al fine di migliorare il flusso di produzione interno. Ciò significa ragionare per Obiettivi e soluzioni e sostituire, alla confusione e alla insicurezza, derivanti da informazioni massificate, la determinazione derivante dalla chiarezza del processo, per agire con tutta la propria intelligenza e grinta sulla scala ordinata delle attività di ogni ruolo, con un occhio all'obiettivo intermedio e a quello finale del processo.

Il tutto sarà fatto in un'ottica di condivisione di squadra per consentire all'azienda l'efficacia derivante da azioni concordate.

Migliorare la comunicazione interna per:

- sviluppare un forte e costante coinvolgimento al progetto aziendale
- definire un sistema di lavoro interno efficace e condiviso
- consolidare una squadra che contribuisce all'evoluzione aziendale

Programma

- Il flusso delle funzioni

Organizzare il lavoro per raggiungere Obiettivi comuni

- La definizione del proprio ruolo
- Contribuire ai collaboratori con il proprio prodotto
- Definire il prodotto di reparto e personale

Orientare i collaboratori agli Obiettivi con costanza

- Far crescere le prestazioni dei collaboratori

Il valore del Programmare Obiettivi motivanti

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 1.500,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

COMUNICARE CON IL TEATRO

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Riconoscere le barriere che impediscono di ascoltare l'altro ed entrare in empatia.
- Avere consapevolezza di sé nel rapporto con gli altri, individuando i propri punti di forza e di miglioramento.
- Progettare e gestire l'azione comunicativa in modo coerente rispetto ai propri Obiettivi comunicativi e gestionali.
- Gestire lo spazio come mezzo di comunicazione.
- Riconoscere e utilizzare i diversi canali della comunicazione, verbale e non verbale.
- Riconoscere gli stili di comportamento degli altri ed ottimizzare le interazioni interpersonali.
- Entrare in sintonia, adattarsi e sviluppare strategie di comunicazione che consentano di convivere con colleghi e clienti diversi da noi o addirittura "difficili" .
- Potenziare il riconoscimento e l'adeguamento al ruolo.
- Sviluppare il senso di adattamento e flessibilità alle diverse situazioni.
- Potenziare la rapidità nel prendere decisioni e nel rispondere adeguatamente all'evento e stimolare la prontezza nell'affrontare gli imprevisti in modo creativo.
- Stimolare il lavoro di equipe

Destinatari

Sales Manager, Accounts, Key Account.

Sintesi del corso

Questo percorso formativo, basato su tecniche di derivazione prettamente teatrale, è mirato a sviluppare le attitudini personali -rafforzando in modo strutturato le proprie motivazioni- e a migliorare le proprie dinamiche relazionali- rendendo più efficace il personale stile comunicativo con clienti e colleghi-.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 10.

Principali argomenti

- Esercizi di approccio e formazione del gruppo
- Esercizi di ascolto e percezione di sé e dell'altro
- Esercizi di relazione di Improvvisazioni teatrali:
- Tecniche di improvvisazione per sviluppare la flessibilità e la capacità di gestire gli imprevisti e le obiezioni del cliente..
- Esercizi d'Improvvisazione per entrare in sintonia con il cliente
- Simulazioni di situazioni tipo

Metodologia

Attività ludico didattica su base esperienziale

Tecniche di base della comunicazione teatrale

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Numero di incontri: 20 incontri bisettimanali

Durata del singolo incontro: 1 h ½

Quota d'iscrizione

Euro 2.300,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

CONTROLLO MANAGERIALE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si propone, innanzi tutto, di fornire ai partecipanti una visione allargata e moderna sulle principali tematiche connesse al cosiddetto "controllo manageriale". Verranno conseguentemente analizzate le diverse modalità di controllo che i manager possono in concreto utilizzare per implementare efficacemente la strategia aziendale. Sebbene l'ottica accolta sia sufficientemente allargata – tanto da abbracciare esplicitamente tutte le forme di controllo – un'attenzione particolare sarà rivolta ai cosiddetti "sistemi di controllo diagnostico", che costituiscono la struttura portante dei tradizionali sistemi di controllo di gestione. Verranno conseguentemente studiate le logiche e gli strumenti impiegati dalle imprese per misurare e migliorare le "performance economiche e finanziarie" relative ad ambiti particolari della gestione, quali le unità organizzative, i prodotti, i clienti, i canali, i mercati o qualunque altra entità che sia reputata rilevante dai manager ai fini di una migliore gestione aziendale. Saranno, inoltre, prese in considerazione le direttrici evolutive lungo le quali si stanno muovendo le ricerche e le prassi più evolute in tema di controllo. Saranno, pertanto, analizzati i modelli di misurazione delle prestazioni manageriali che impiegano in forma estesa le variabili di tipo non monetario, che vengono affiancate e/o abbinate alle tradizionali variabili economico-finanziarie. Inevitabile, inoltre, una riflessione finale sul ruolo e l'importanza che i cosiddetti "sistemi di controllo interattivo" sono destinati a rivestire, in prossimo futuro, per moltissime aziende anche medio - piccole.

Destinatari

Dirigenti – Middle Manager – Quadri – Imprenditori – Professionisti – Collaboratori con responsabilità – Consulenti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Principali argomenti

INTRODUZIONE AI SISTEMI DI CONTROLLO MANAGERIALE

- Sistemi di controllo diagnostico
- Sistemi barriera
- Sistemi di valori
- Sistemi di controllo interattivo

LOGICHE E STRUMENTI DI MISURAZIONE DELLA REDDITIVITÀ AZIENDALE

- L'analisi dell'equilibrio economico d'azienda
- Lo studio della variabilità del risultato economico e delle sue parti
- La determinazione di risultati di oggetti particolari
- Il problema dell'attribuzione dei componenti di reddito indiretti
- I driver di costo e di ricavo

LOGICHE E STRUMENTI DI MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE AZIENDALI

- Il budget e il reporting tradizionale
- La misurazione e il controllo delle variabili finanziarie
- La misurazione e il controllo delle performance non monetarie
- La "Balanced Scorecard"

Durata

80 ore

Modalità di erogazione

2 FULL WEEK: da lun a ven dalle 09 alle 18

4 LONG WEEKEND: giovedì dalle 11.00 alle 18.30, venerdì dalle 09 alle 18, sabato dalle 09.00 alle 13

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 2.250,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

ALLA SCOPERTA DEL PROPRIO STILE PERSONALE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Valorizzare ed elevare il livello di motivazione del personale
- Offrire uno spazio per riflettere sugli elementi che concorrono a creare una performance professionale eccellente
- Rafforzare lo spirito di squadra per essere una squadra vincente anche al lavoro
- Scoprire: “In che ruolo giochi?”. Alla scoperta dello stile personale di lavoro (punti di forza ed aree di miglioramento)
- Identificare per ciascuno gli elementi di una performance eccellente

Destinatari

Titolari d'azienda - Responsabili commerciali e marketing – Manager e quadri di qualunque funzione aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

La giornata di formazione verrà supportata da una preliminare analisi delle competenze possedute e da sviluppare dei singoli partecipanti, attraverso la somministrazione di uno strumento certificato (assessment). Tale strumento diagnostico permette di riconoscere le preferenze comportamentali e le motivazioni necessarie per un'ottimale resa lavorativa o per rivestire un determinato ruolo professionale; consente di delineare lo stile di base della persona e l'effetto che gli altri hanno sul comportamento. Permette di stendere un profilo comunicazionale-comportamentale della persona offrendo spunti per identificare le sue modalità comunicative, la sua tipologia comportamentale e le sue caratteristiche comportamentali.

Questo percorso ha lo scopo di rendere cosciente di se stesso il Partecipante e, comprendendo meglio altri, migliorare la propria performance e il proprio contributo al lavoro. L'assessment, della durata di circa 20 minuti al massimo, da fare presso il proprio ufficio, restituirà al singolo partecipante un profilo che lo aiuterà a comprendere quali tratti lo contraddistinguono e di conseguenza poter valutare che stile ha di vendita, di comunicazione, di management, di leadership, rispetto alla focalizzazione sugli obiettivi, all'attenzione al dettaglio, ai timori e alle leve motivazionali, ecc.

Nel dettaglio, il progetto prevede 3 fasi :

1. Somministrazione dello strumento certificato, (15-20 min per ogni partecipante on line, qualche giorno precedente alla data del corso).

Ogni partecipante al programma dovrà rispondere on-line ad una serie di domande (15 minuti circa) che porteranno alla definizione del suo profilo e della sua analisi di dettaglio (dalle 15 alle 30 pagine). L'analisi di dettaglio sarà accompagnata da un grafico, che identificherà il profilo del partecipante.

2. Mezza giornata d'aula (mattina)

Alla scoperta del proprio stile personale di lavoro

- Le basi scientifiche dello strumento certificato
- I 4 tipi base e tutti gli altri!
- Conoscere meglio se stessi e imparare a conoscere gli altri
- la percezione che abbiamo di noi: come vedo me stesso, come mi vedono gli altri
- Imparare a “leggere” chi mi sta di fronte
- Interessi personali, atteggiamenti e valori
- Dove nasce e come migliorare la nostra performance

3. Mezza giornata d'aula (pomeriggio)

- La conoscenza
- Sapere/Essere/Saper fare/Divenire
- Il mare della tranquillità e il mare dell'agitazione
- I fondamentali del Marketing Operativo
- Il raggiungimento di un Obiettivo

- Gestione del tempo (cenni)
 - I tre livelli di pianificazione
 - Cosa vuol dire dare fiducia o non dare fiducia?
- Esercitazione: Quattro personalità sotto stress (“Comunicare con.....”)
- Fatti-Opinioni-Sentimenti
 - Triangolo delle tre variabili incociliabili

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

HUMOR BUSINESS

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

I corsi di Humor Business sono la più moderna interpretazione dell'arte umoristica applicata, attraverso la quale i partecipanti possono, nello stesso tempo: approfondire argomenti utili al proprio lavoro e alla propria realtà sociale e aziendale, sperimentare il piacere di ridere in modo non passivo e con modalità nuove e differenti dalla classica comicità televisiva, acquisire nozioni fondamentali sulle possibili applicazioni del Pensiero Umoristico al marketing, alla comunicazione creativa, alla gestione dei conflitti, al team building, al problem solving. L'azione efficace di un intervento formativo di Humor Business non termina con il finire del corso stesso, ma continua ad agire nel tempo, consentendo di attivare e sviluppare facoltà e risorse che si ritenevano sopite o che si credevano di non possedere.

Destinatari

Top Manager, Team Manager, Project Manger

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Sintesi del corso

Il workshop avrà una durata di 54 ore che saranno così articolate:

I° sessione (durata 24 ore) - Tematiche: comunicazione umoristica efficace e creatività, abilità umoristiche per la leadership, humor public speaking

II° sessione (durata 24 ore) Tematiche: gestione dei conflitti interpersonali e gestione delle emergenze e dello stress da lavoro correlato attraverso le tecniche dell'umorismo

III° sessione (durata 6 ore) Aggiornamenti e confronto: verifica delle competenze acquisite. dell'efficacia del corso e dell'effettiva applicabilità degli strumenti forniti

In tutto sono previsti 27 incontri della durata di due ore ciascuno con date e frequenza mensile da concordare.

Principali argomenti

- **COMUNICAZIONE UMORISTICA EFFICACE E CREATIVITA'**
 - Allenare il pensiero e il linguaggio umoristico per migliorare se stessi, incrementare elasticità e flessibilità nella comunicazione interpersonale e trovare la giusta sintonia umoristica con il proprio lavoro
- **LEADERSHIP E COMPETENZA UMORISTICA**
 - Le principali tecniche dell'intelligenza umoristica per potenziare la propria leadership, guidare e motivare personale e collaboratori, gestire clienti e gruppi di lavoro
- **HUMOR PUBLIC SPEAKING**
 - Condividere informazioni, idee ed emozioni, rendere persuasivo il proprio messaggio, ampliare le proprie capacità espressive di fronte ad un uditorio attraverso l'uso dell'umorismo
- **GESTIONE DEI CONFLITTI IN AZIENDA: LA SOLUZIONE UMORISTICA**
 - Il conflitto come opportunità di conoscenza, crescita e cambiamento: tecniche umoristiche per resistere alle provocazioni, risolvere incomprensioni, frenare pretese, gestire positivamente litigi inutili e critiche ingiuste
- **HUMOR EMERGENCY MANAGEMENT**
 - Tecniche di adattamento emotivo, cognitivo e comportamentale alle situazioni critiche e strategie umoristiche per gestire inconvenienti e imprevisti e superare contrarietà nella gestione del cambiamento
- **HUMOR ANTI STRESS**
 - Gestione umoristica dello stress: governare la propria emotività e il livello di stress correlato al mondo del lavoro, dominando se stessi e ricodificando la realtà attraverso l'autoironia e l'uso intelligente dell'umorismo

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 1.800,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

IL MANDALA - COLORIAMO IL NOSTRO UNIVERSO

La Magia del cerchio e dei colori

“Un'attività a colori per colleghi non in bianco e nero”

Un pensiero orientale dice: "Se guardi da dove nasce il tutto, ritorni nel centro e puoi

trovare il centro di te stesso e l'armonia del mondo”

Il Mandala

In sanscrito (lingua indiana) il termine Mandala significa ruota o cerchio.

Il simbolo del Mandala viene ritenuto Universale considerando che è presente in varie culture e in diversi ambiti che vanno dalla psicologia (Carl Gustav Jung), alla filosofia, alla religione e all'arte.

Anche in natura si trovano spesso figure mandaliche, nei fiori, tra gli alberi e in cielo.

Il Mandala è un cerchio con all'interno delle figure geometriche quali, il triangolo, il punto, il cerchio e il quadrato. Solitamente sono queste le forme più utilizzate per creare un Mandala.

Finito il Mandala i monaci tibetani lo distruggono, spazzando via la sabbia di cui è composto, questo per far comprendere che “ nulla è per sempre”. Secondo i Buddhisti il Mandala è il processo mediante il quale il cosmo si è formato dal suo centro, attraverso un articolato simbolismo consente una sorta di viaggio che permette di crescere interiormente.

Questo tipo di pratica viene utilizzata come strumento di meditazione e di visualizzazione, uno strumento Universale praticato da tutti e oggi inserito anche in ambito lavorativo.



Edizioni

Sono previste 2 edizioni nelle città di Milano.

Obiettivi

- Sollecitare la creatività, stimolare la curiosità e l'esplorazione
- Entrare in uno stato meditativo
- Trovare il proprio equilibrio, ascoltare i propri bisogni e desideri
- Star bene con se stessi e con gli altri
- Sperimentare i benefici dei colori e del Mandala
- Conoscere materiali e tecniche diverse per la sua realizzazione

Destinatari

Il corso, della durata di 8 ore, si rivolge agli adulti, per un numero massimo di 5/10 partecipanti a sessione. Il corso è aperto sia ai principianti che a coloro che sanno disegnare.

Programma

- Storia del Mandala e coloritura di Mandala prestampati scelti con cura dai partecipanti

La colorazione del Mandala sarà effettuata con la tecnica delle matite colorate.

Realizzazione e colorazione del proprio Mandala: In questa fase ogni partecipante realizzerà il proprio disegno su supporto cartaceo con la supervisione del Docente, la coloritura sarà effettuata con la tecnica delle matite colorate

- Condivisione dell'esperienza fatta con il Mandala e il colore

Benefici

Colorare il Mandala può aiutare a ridurre l'ansia e lo stress, ad imparare a gestire i confini e i limiti, a stare nel momento presente, a sperimentare la pace e l'armonia.. Aiuta a ritrovare il proprio centro,

accettare quello che siamo, imparare a riconoscere i propri limiti e ad affrontare le proprie paure ritrovando la gioia.

Questo tipo di pratica è stimolante per la creatività, favorisce il riconoscimento dei propri talenti e incoraggia a mettersi in gioco. Può inoltre favorire la concentrazione e l'ordine sperimentando il silenzio e sviluppando la pazienza.

Docente

Leila Tramballi ha una formazione artistica ed è appassionata di culture orientali.

Negli anni '90 incomincia ad occuparsi di guarigione olistica (reiki) continuando con la pratica dello yoga, per poi intraprendere lo studio e la pratica dell'Ayurveda attraverso la tecnica del massaggio.

Il concetto della filosofia Ayurvedica è quello di donare benessere e salute stabilendo un buon rapporto tra l'essere umano e la natura. In base a questo concetto l'uomo e la natura vengono considerati un tuttuno, e l'armonia dell'uomo non può prescindere dall'equilibrio della dell'Universo. Grazie alla passione del disegno e del colore si avvicina alla pratica del Mandala, di origine buddhista, che si avvale dello stesso principio.

La Docente ha esperienza sia nell'incontro individuale che nella conduzione del gruppo.

Quota d'iscrizione

Euro 100,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota di iscrizione prevede la partecipazione al corso e il materiale didattico (Mandala prestampati, matite colorate).

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Logistica e durata

Gli incontri, 4 di 2 ore alla settimana, si terranno presso la nostra sede di Via Larga 8, Milano.

Location: Spazio luminoso con tavoli e sedie e con la possibilità di lavorare anche a terra.

Materiale: Mandala prestampati su fogli A4, matite colorate, fogli fabriano F4 semiruvidi, matita da disegno 2b, gomma.

Area Sviluppo Competenze Specialistiche

START UP D'IMPRESA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La costituzione di un'impresa è la realizzazione dell'intuizione, dell'idea imprenditoriale. Proprio per questo il leader del progetto deve essere preparato ad affrontare tutti i passi necessari, stabilendo il suo ruolo all'interno dell'azienda, scegliendo le persone che lo affianchino nella predisposizione della documentazione e nella presentazione agli investitori.

Obiettivo del corso è consapevolizzare il neo imprenditore delle fasi necessarie per la strutturazione dell'impresa e di tutti i passi da compiere per partire con il piede giusto.

Destinatari

Aspiranti imprenditori e giovani creativi, che siano in possesso di un'idea che desiderano trasformare in un progetto dal quale far nascere realmente un'iniziativa imprenditoriale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Lo start up di impresa: analisi del percorso

- Valutazione dell'idea imprenditoriale

Tipologia dell'idea: spin off universitario, nuova impresa

Business plan

Round di finanziamento

Costituzione dell'azienda

Corporate Governance

Avviamento

Business idea

- Swot analysis

Analisi di mercato

Analisi di fattibilità

Concorrenza

Business plan

- Raccolta dati finanziari

Redazione del business plan

Analisi

Round di finanziamento

- Identificazione dei possibili finanziatori e del loro impatto sulla struttura

Verifica delle opportunità di finanziamento agevolato

Presentazione agli investitori

Chiusura di accordi di finanziamento

Costituzione dell'azienda

- Scelta della struttura giuridica

Eventuale newco, conferimento, acquisizione azienda preesistente

Documenti costitutivi: statuto, patti parasociali, iscrizione registro imprese, documentazione specifica a seconda della tipologia giuridica scelta, inps, inail)

Corporate Governance

- Il ruolo del leader di progetto nell'azienda

Ruolo degli investitori

Scelta delle figure professionali della start up

Avviamento

- Consigli per avviare la start up

Business case e case history (possibile testimonianza diretta di imprenditore che ha lanciato un progetto di start up di successo)

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Slides di approfondimento preparate per il corso e case history.

Sarà prestata particolare attenzione alle esigenze dei singoli partecipanti simulando direttamente nella parte di esercitazione, gli elementi imprescindibili per la nascita delle loro start up e verificandone la fattibilità.

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 600,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

BUSINESS PLAN

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La prima valutazione richiesta dai finanziatori di ogni genere (Banche, Fondi) o clienti e fornitori in contesti strutturati è basata sul documento chiamato Business Plan, essenziale anche come strumento di autogoverno di una impresa e tanto più nella fase di start up della medesima.

La strutturazione del documento Business Plan è di primaria importanza per supportare l'imprenditore nelle diverse fasi della vita dell'impresa, dalla start up alla sua crescita nel tempo.

La conoscenza della sua strutturazione da parte di coloro che sono chiamati ad agevolare l'attività imprenditoriale sul territorio regionale e nazionale si rivela una chiave di fondamentale importanza per diversi ordini di motivi:

- agevolare la crescita di un'imprenditoria ben strutturata sul territorio
- aiutare il tessuto imprenditoriale locale a svilupparsi partendo da solide basi di previsione economica
- saper "leggere" l'andamento dell'impresa in modo da poter essere d'aiuto all'imprenditore nelle sue specifiche esigenze
- diventare un punto di riferimento per il tessuto imprenditoriale locale (comprenderne le esigenze, strutturare delle risposte adeguate sia dal punto di vista formativo che di accesso al capitale finanziario, ecc.

Destinatari

Manager, Professionisti, Imprenditori che vogliono comprendere i fattori critici di successo di una nuova iniziativa imprenditoriale, mediante lo sviluppo di competenze per la definizione di un Business Plan strategico ed un proprio piano di Sviluppo Personale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il progetto si concretizza in un supporto metodologico su:

- che cos'è un Business Plan
- indicazioni per comprendere l'elaborazione e redazione del Business Plan
- executive summary
- la società, i suoi prodotti e servizi, la strategia di marketing, il management
- analisi del mercato e della concorrenza
- aspetti economico-finanziari e valutazione della forma giuridica.
- protezione e tutela delle informazioni più riservate
- scrittura delle cosiddette MILESTONES

A questi elementi imprescindibili si aggiungeranno:

- analisi di casi pratici
- un modello guida da seguire per la stesura del business plan
- un tipo di accordo di riservatezza da usare come modello
- una tabella standard di compilazione del business plan

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Slides di approfondimento preparate per il corso e case history.

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 600,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

FONDAMENTI di PM

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Il corso prevede 2 moduli della durata complessiva di 3 giornate.

MODULO 1 - Metodologie di pianificazione, tempi e costi di progetto

Obiettivi

Il piano di progetto è un lavoro corale: il corso si prefigge di mettere in grado i partecipanti di contribuire attivamente a, o direttamente produrre, un piano di progetto redatto secondo gli **standard internazionali** di settore (linee guida del PMBoK® del PMI®).

I partecipanti al termine del corso avranno già sviluppato un **proprio piano di progetto** secondo le tecniche e i template proposti nel corso.

Destinatari

Ruoli: Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa, membri del gruppo di progetto – chiunque partecipi con il PM alla pianificazione del progetto o di attività che ne fanno parte.

Funzioni: R&D, Engineering, Project Management Office (PMO)

E' un corso fortemente indicato a tutti gli attori del progetto, ad esempio a tutto il team di commessa.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Gli standard internazionale di Project Management del PMI: A guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBok) e il PRINCE2®
- Il ciclo di vita della gestione del progetto
- Definire come pianificare il progetto (Project Management Plan)
- Sviluppare il Business Case
- Definire l'ambito (Scope) di progetto
- Elencare i risultati (deliverable) di progetto
- Creare la PBS/WBS, Work Breakdown Structure e Activity list
- Definire le risorse umane necessarie al progetto (Human Resource Plan)
- Stimare le risorse (quantità) e i costi delle attività (Effort/Cost Matrix)
- Sequenzializzare le attività (PERT/CPM)
- Sviluppare la schedulazione, milestone, calendario delle attività
- Completare il piano di progetto

Durata

2 giornate full time

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

MODULO 2 - Controllo e reporting di progetto

Obiettivi

Ruoli: Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa – chiunque partecipi con il PM al controllo del progetto e sia interessato alla valutazione del suo stato di avanzamento.

Funzioni: R&D, Engineering, Project Management Office (PMO), Project Controller.

Questo corso, diversamente dal modulo 1, potrebbe essere limitato ai soli gestori del progetto (Project Management team), ovvero PM e Team Leader, e al Controllo di Gestione.

Destinatari

Comprendere e potere utilizzare tutti gli strumenti a disposizione del gruppo di progetto per **misurare** lo stato del progetto (tempi, costi), anticipare le tendenze in atto e se necessario proporre alla committenza le opportune azioni correttive.

Compiuta l'analisi, **comunicare** in maniera efficace e sintetica lo stato del progetto a tutti gli stakeholder (reporting).

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Project stakeholder: come identificarli
- Communication Management Plan
- Distribuire le informazioni
- Issue Log
- Dirigere e gestire l'esecuzione (realizzazione dei risultati) del progetto
- Monitorare e controllare il lavoro di progetto- scope, time, cost
- Milestone Planning and Control
- Lo standard internazionale: il metodo dell'Earned Value
- Calcolare la cost baseline
- Indici di performance (prestazioni) del progetto e previsioni a finire
- Produrre report sulle prestazioni

Metodologia

Aula

Materiale didattico

Slides di approfondimento preparate per il corso e case history.

Durata

1 giorno full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Modulo 1: Euro 1.800,00 + I.V.A. per Partecipante

Modulo 2: Euro 1.100,00 + I.V.A. per Partecipante

Modulo 1 + Modulo 2: Euro 2.500,00 + I.V.A. per Partecipante

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CORSO PER SEGRETARIE JUNIOR

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Chiarire cosa significa attività segretariale svolta con competenza e professionalità
- Fornire nuove tecniche e conoscenze utili per essere un supporto preparato e qualificato per il manager nella soluzione dei problemi e delle situazioni difficili
- Migliorare la capacità di comunicare e di interagire con gli altri nelle situazioni quotidiane
- Migliorare la gestione del tempo e delle proprie attività

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- o Segretarie junior (limitata esperienza aziendale o al primo impiego)
- o Coloro che si apprestano al lavoro di segreteria dopo aver esercitato altre attività o altri compiti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- LA DEFINIZIONE DEL RUOLO DI SEGRETARIA
 - o Quali sono i compiti, il comportamento e le competenze che una segretaria deve sviluppare
 - o La conoscenza della propria azienda e della collocazione sul mercato
 - o La discrezione: elemento importante per il ruolo di segretaria
- CONOSCERE, PADRONEGGIARE E IMPERSONARE I VALORI DELLA PROPRIA AZIENDA
 - o · Qual è la vision e la mission dell'azienda e come si traducono nell'attività quotidiana
 - o · I valori dell'azienda
- INTERAGIRE CON IL PROPRIO CAPO E CON I COLLEGHI NEL MODO GIUSTO

Conoscere il ruolo, le responsabilità, gli Obiettivi del proprio capo

- o Instaurare un rapporto in relazione al suo stile e metodo
- o Gli elementi da prendere in considerazione per instaurare un rapporto positivo ed efficace
- o Come ottenere la stima e fiducia del capo e dei colleghi
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI DEL PROPRIO STILE COMUNICAZIONE
- *ESERCIZI SULLA PERCEZIONE, SULLA COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE, SULL'ASCOLTO ATTIVO, SULLA NEGOZIAZIONE*
- COME ORGANIZZARE IL PROPRIO LAVORO
 - o Come definire le priorità: stendere un piano di lavoro
 - o Tempificare la propria giornata
 - o Seguire più lavori nello stesso momento: come gestire le priorità
 - o Strumenti e metodologie per organizzare meglio il proprio lavoro
 - o Identificare gli ostacoli personali ad una corretta organizzazione del lavoro
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI DELLA GESTIONE DEL TEMPO
- *ESERCITAZIONE PRATICA: LA DETERMINAZIONE DELLE PRIORITA'*
 - o *I partecipanti svolgeranno un lavoro a coppie che permetterà di capire come determinare correttamente le priorità. I risultati verranno poi commentati con tutto il resto dell'aula.*
- FAR FRONTE ALLE SITUAZIONI DI TENSIONE E DI STRESS
 - o Comprendere le cause
 - o Trovare possibili soluzioni di uscita
 - o Come gestire richieste contrastanti
 - o Imparare a dire di "no" assertivamente
 - o Come gestire lo stress causato dalle scadenze rigide
 - o Stress positivo e negativo: qual è la differenza?
 - o Come trasformare lo stress negativo in energia positiva
- QUESTIONARIO DI AUTODIAGNOSI: COMPRENDERE IL LIVELLO DEL NOSTRO STRESS

I partecipanti svilupperanno, sotto la guida del Docente, un questionario di autovalutazione per comprendere il proprio livello di stress, commentandone poi i risultati con il resto dell'aula.

- **UTILIZZARE EFFICACEMENTE IL TELEFONO**
 - Tecniche per comunicare efficacemente: imparare a conoscere i propri interlocutori
 - Prendere un messaggio telefonico: gli elementi chiave da annotare
 - Saper filtrare le telefonate
 - La gestione di situazioni delicate
- **ESERCITAZIONE PRATICA: COMUNICARE EFFICACEMENTE**
 - *Gioco di ruolo: "Pronto chi parla?" e successiva discussione in plenaria.*
- **TECNICHE PER UNA COMUNICAZIONE SCRITTA EFFICACE**
 - Come rendere efficaci i principali strumenti di comunicazione scritta:
 - I memorandum
 - Le lettere per comunicazioni interne ed esterne
 - I fax
 - I verbali
 - I report e le relazioni
- **ESERCITAZIONE PRATICA: L'ARTE DI CRITICARE**

La Docente assegnerà un argomento e i partecipanti dovranno redigere una lettera il cui contenuto non sarà positivo per il Destinatario. Verranno, quindi, messe in pratica le tecniche assertive spiegate precedentemente. Lo scopo dell'esercitazione è quello di abituarsi a non utilizzare frasi fatte, espressioni generiche, che di solito irritano chi legge per la loro forma stereotipata.

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' DI SEGRETERIA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

- Chiarire cosa significa attività segretariale svolta con competenza e professionalità
- Fornire nuove tecniche e conoscenze utili per essere un supporto preparato e qualificato per il manager nella soluzione dei problemi e delle situazioni difficili
- Migliorare la capacità di comunicare e di interagire con gli altri nelle situazioni quotidiane
- Migliorare la gestione del tempo e delle proprie attività

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Segretarie junior (limitata esperienza aziendale o al primo impiego)
- Coloro che si apprestano al lavoro di segreteria dopo aver esercitato altre attività o altri compiti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

• **IL RUOLO DELL'ASSISTENTE DI DIREZIONE**

○ **La definizione del ruolo**

- L'analisi del Profilo dell'Assistente di Direzione

Quali gli Obiettivi e le funzioni della Segretaria/Assistente in relazione al ruolo, alle responsabilità e agli Obiettivi del proprio capo

- *Esercitazione Pratica: L'autovalutazione della Posizione*

- I partecipanti svolgeranno un test di autovalutazione del proprio modo di interpretare e svolgere il ruolo; i risultati di tale test determineranno il posizionamento sulla Griglia della Segretaria di Direzione, ponendo in risalto punti di forza ed eventuali punti deboli.

○ **L'impatto del cambiamento in atto**

- Il quadro del cambiamento in atto
- L'impatto del cambiamento continuo sul ruolo
- Nuovi contenuti e sviluppo del ruolo

○ **Il miglioramento personale e professionale**

- Quali capacità deve sviluppare una Segretaria/Assistente
- I presupposti del miglioramento: organizzazione personale e operativa, gestione del tempo, controllo dello stress, sviluppo della creatività e potenziamento mentale, sviluppo delle capacità relazionali

• **ASPETTI ORGANIZZATIVI DEL RUOLO DI SEGRETERIA**

○ **Come gestire più agende**

- La calendarizzazione delle proprie incombenze: l'agenda, un prezioso alleato per la memoria
- Cosa e come annotare
- Come interagire col responsabile per la gestione della sua agenda

○ **Gestire ed organizzare l'archivio**

- L'archivio accessibile: come organizzarlo, in modo che tutti trovino subito tutto
- Le regole e le metodologie per classificare ed archiviare in modo efficiente
- Tempi e modalità di conservazione dei documenti (sulla base della normativa fiscale, civilistica e delle esigenze aziendali)
- Regole e prassi per il periodico sfoltimento della documentazione
- Individuare e razionalizzare gli spazi adibiti ad archivio
- Esempi di alcuni archivi aziendali

○ **Come organizzare meeting e riunioni**

- L'organizzazione a monte: quali sono i punti da chiarire col proprio responsabile

- Come stendere un piano e una check list per prevedere tutto: tempi; documenti; prenotazioni; preparazione della sala; catering; ecc.
- E quando l'ospite e' uno straniero?
- Il saluto: molto più di una formalità
- **Organizzare i viaggi di lavoro pensando a tutto e risparmiando tempo**
 - Presentare un piano con valide alternative per facilitare la scelta
 - Quali sono gli aspetti da tenere in considerazione per evitare problemi per chi viaggia: itinerari; mezzi di trasporto; valute; visti; alloggio
- **Internet, Intranet e posta elettronica per comunicare e raccogliere informazioni**
 - Come reperire informazioni senza perdere troppo tempo
 - Quali informazioni sono reperibili sulla rete
 - Consigli per facilitare la navigazione: i motori nazionali ed internazionali di ricerca
 - Utilizzare la posta elettronica per comunicazioni interne ed esterne
 - Siti utili e newsletter elettroniche a cui abbonarsi per essere sempre aggiornati

• **LA GESTIONE DEL TEMPO**

Test di autodiagnosi della Gestione del tempo

Definire gli Obiettivi e le priorità

- Quali sono le principali cause di difficoltà nella gestione del tempo: eccesso di lavoro, dispersione propria e indotta, inadeguata ripartizione del tempo
- I metodi di miglioramento della gestione del tempo: delega, filtro, raggruppamento dei contatti, organizzazione della documentazione, planning settimanale, organizzazione delle riunioni, ripartizione dello sforzo
- *Esercitazione Pratica: Il controllo dell'utilizzo del tempo*
- I partecipanti dovranno identificare i principali compiti abitualmente svolti e il tempo dedicatovi. Tali compiti verranno poi classificati nelle quattro categorie fondamentali di attività, in modo tale da comprendere l'eventuale necessità di modificare la propria ripartizione temporale.

○ **Pianificare la propria attività**

Come organizzare l'attività: conoscenza reale degli Obiettivi, chiarezza dei compiti, gestione delle priorità, scelta dei tempi operativi

Assistere il Capo nella Programmazione del tempo

- Conciliare le varie priorità: proprie, del Capo, congiunte
- La gestione degli imprevisti
- **Come organizzare il proprio lavoro**
 - Strumenti e metodologie per organizzare meglio il proprio lavoro
 - Identificare gli ostacoli personali ad una corretta organizzazione del lavoro
 - *Esercitazione Pratica: La determinazione delle priorità*
 - I partecipanti svolgeranno un lavoro a coppie che permetterà di capire come determinare correttamente le priorità. I risultati verranno poi commentati con tutto il resto dell'aula.
- **Far fronte alle situazioni di tensione e stress**
 - Comprendere le cause
 - Trovare possibili soluzioni di uscita
 - Come gestire richieste contrastanti
 - Imparare a dire di "no" assertivamente
 - Come gestire lo stress causato dalle scadenze rigide
 - Stress positivo e negativo: qual è la differenza?
 - Come trasformare lo stress negativo in energia positiva

Esercitazione Pratica: Comprendere il livello del nostro stress

I partecipanti svilupperanno, sotto la guida del Docente, un test di autovalutazione per comprendere il proprio livello di stress, commentandone poi i risultati con il resto dell'aula.

• **LO SVILUPPO DELLE CAPACITÀ DI COMUNICAZIONE**

- **Migliorare la comunicazione interpersonale**
 - L'importanza della comunicazione interpersonale
 - I principi base della comunicazione
 - Capire e farsi capire
 - I diversi canali della comunicazione
 - Le varie fasi del processo comunicativo
 - Fattori di dispersione e tipi di interferenze

- Le condizioni di una comunicazione efficace
- Il diagramma della comunicazione

Case Study: La comunicazione interpersonale efficace

Il Docente presenterà un caso emblematico di comunicazione interpersonale efficace. I partecipanti saranno chiamati a commentare tale esempio ed a trarne preziosi spunti per il proprio lavoro.

- **Il linguaggio e lo stile**
 - Significato e funzione del linguaggio
 - Come sviluppare un vocabolario efficace
 - Quali le espressioni da eliminare
 - Come impostare lo stile
 - Utilizzare efficacemente il linguaggio non verbale
- **La gestione delle relazioni interpersonali**
 - I nostri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali
 - *Test di autovalutazione dei propri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali*
 - Le tecniche comportamentali più utili per il ruolo di segretaria/assistente
 - La funzione di filtro della segretaria/assistente
 - Le informazioni in uscita: quali far passare, quali no, e quali "informalmente sottintese"
 - Le informazioni in entrata: come porre le domande e come stimolare/incoraggiare l'apertura degli interlocutori
 - Il comportamento assertivo/autoritario e collaborativo/costruttivo nel colloquio

Gioco dei Ruoli: Come gestire una situazione molto delicata

Il Docente illustrerà una tipica situazione conflittuale, in cui la Segretaria/Assistente è al corrente di notizie riservate che non può rivelare e che potrebbero invece "salvare" altre persone in azienda. I partecipanti simuleranno il proprio comportamento in tale situazione.

- **Gestione dei rapporti e dei conflitti**
 - Gestire le situazioni difficili per la Segretaria/Assistente e le situazioni difficili per gli interlocutori
 - Come identificare le situazioni di conflitto e come agire di conseguenza in modo positivo
- **Come gestire il rapporto tra segretaria/assistente e capo**
 - Le caratteristiche fondamentali del rapporto: rispetto, stima, collaborazione, fiducia
 - Sviluppare le capacità di ascolto attivo
 - Gestire i punti forti e i punti deboli del rapporto
 - Come superare le difficoltà di rapporto con il Capo

Esercitazione Pratica. Comunicare efficacemente (1° parte)

Il Docente proporrà una serie di esercizi e giochi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione. Tali esercizi mirano a far comprendere alcuni errori da evitare nella comunicazione e nell'ascolto degli altri.

- **Utilizzare efficacemente il telefono**
 - Prendere un messaggio telefonico: gli elementi chiave da annotare
 - Saper filtrare le telefonate
 - La gestione di situazioni delicate
 - Capire quali informazioni far passare e come
 - Tecniche per comunicare efficacemente: imparare a conoscere i propri interlocutori

Esercitazione Pratica: Comunicare efficacemente (2° parte)

- Gioco di ruolo: "Pronto chi parla?" e successiva discussione in plenaria.
- Esercizi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 960,00 + I.V.A. a partecipante.

Agevolazioni:

Euro 800,00 + I.V.A. a partecipante per le società/studi iscritti a Fondo Professioni.

Euro 400,00 + I.V.A. a partecipante per coloro che si iscrivono a titolo personale.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

MS OFFICE E LA COMUNICAZIONE PER LA SEGRETARIA EFFICIENTE

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Segretarie junior (limitata esperienza aziendale o al primo impiego)
- Coloro che si apprestano al lavoro di segreteria dopo aver esercitato altre attività o altri compiti
- Segretarie con esperienza che vogliono migliorare l'utilizzo degli strumenti informatici e della comunicazione

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

- Migliorare l'uso degli strumenti informatici nella gestione quotidiana della propria attività segretariale
- Migliorare la capacità di comunicare e di interagire con gli altri nelle situazioni quotidiane

Programma

- 2 giornate dedicate a Word
- 2 giornate dedicate a Excel
- 1 giornata dedicata a Power Point
- 1 giornata dedicata allo Sviluppo delle capacità di comunicazione

MODULO WORD

- Unità didattica 1 – Concetti di base
- Unità didattica 2 – Formattazione del testo e visualizzazioni
- Unità didattica 3 – Inserimento di oggetti
- Unità didattica 4 – Strumenti

MODULO EXCEL

- Unità didattica 1 – Concetti e funzioni di base
- Unità didattica 2 – La gestione dei dati / funzioni statistiche
- Unità didattica 3 – Utilizzo dei grafici e delle immagini

MODULO POWER POINT

- Unità didattica 1 – Concetti e funzioni di base
- Unità didattica 2 – Gestione delle diapositive
- Unità didattica 3 – Layout diapositive e inserimento oggetti

LO SVILUPPO DELLE CAPACITÀ DI COMUNICAZIONE

- Migliorare la comunicazione interpersonale
 - L'importanza della comunicazione interpersonale
 - I principi base della comunicazione
 - Capire e farsi capire
 - I diversi canali della comunicazione
 - Le varie fasi del processo comunicativo
 - Fattori di dispersione e tipi di interferenze
 - Le condizioni di una comunicazione efficace
 - Il diagramma della comunicazione

Case Study: La comunicazione interpersonale efficace

Il Docente presenterà un caso emblematico di comunicazione interpersonale efficace. I partecipanti saranno chiamati a commentare tale esempio ed a trarne preziosi spunti per il proprio lavoro.

- Il linguaggio e lo stile
 - Significato e funzione del linguaggio
 - Come sviluppare un vocabolario efficace
 - Quali le espressioni da eliminare
 - Come impostare lo stile
 - Utilizzare efficacemente il linguaggio non verbale

- o La gestione delle relazioni interpersonali
 - I nostri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali
Test di autovalutazione dei propri atteggiamenti nelle relazioni interpersonali
 - Le tecniche comportamentali più utili per il ruolo di segretaria/assistente
 - La funzione di filtro della segretaria/assistente
 - Le informazioni in uscita: quali far passare, quali no, e quali "informalmente sottintese"
 - Le informazioni in entrata: come porre le domande e come stimolare/incoraggiare l'apertura degli interlocutori
 - Il comportamento assertivo/autoritario e collaborativo/costruttivo nel colloquio
Gioco dei Ruoli: Come gestire una situazione molto delicata

Il Docente illustrerà una tipica situazione conflittuale, in cui la Segretaria/Assistente è al corrente di notizie riservate che non può rivelare e che potrebbero invece "salvare" altre persone in azienda. I partecipanti simuleranno il proprio comportamento in tale situazione.

- o Gestione dei rapporti e dei conflitti
 - Gestire le situazioni difficili per la Segretaria/Assistente e le situazioni difficili per gli interlocutori
 - Come identificare le situazioni di conflitto e come agire di conseguenza in modo positivo
- o Come gestire il rapporto tra segretaria/assistente e capo
 - Le caratteristiche fondamentali del rapporto: rispetto, stima, collaborazione, fiducia
 - Sviluppare le capacità di ascolto attivo
 - Gestire i punti forti e i punti deboli del rapporto
 - Come superare le difficoltà di rapporto con il Capo

Esercitazione Pratica. Comunicare efficacemente (1° parte)

Il Docente proporrà una serie di esercizi e giochi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione. Tali esercizi mirano a far comprendere alcuni errori da evitare nella comunicazione e nell'ascolto degli altri.

- o Utilizzare efficacemente il telefono
 - Prendere un messaggio telefonico: gli elementi chiave da annotare
 - Saper filtrare le telefonate
 - La gestione di situazioni delicate
 - Capire quali informazioni far passare e come
 - Tecniche per comunicare efficacemente: imparare a conoscere i propri interlocutori

Esercitazione Pratica: Comunicare efficacemente (2° parte)

- Gioco di ruolo: "Pronto chi parla?" e successiva discussione in plenaria.
- Esercizi sulla percezione, sulla comunicazione verbale e non verbale, sull'ascolto attivo, sulla negoziazione

Metodologia Didattica

I docenti proporranno, in alternanza ai momenti di lezione interattiva, esercitazioni, questionari di autovalutazione, l'analisi di casi pratici e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Quota d'iscrizione

Euro 1.350,00 + I.V.A. a partecipante.

Euro 300,00 + I.V.A. /per giornata singola /per partecipante

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

OPERATORE DI CLINICA DENTARIA

Ogni settore del campo sanitario è in costante evoluzione e pretende professionalità a supporto sempre più qualificate. Tra le più richieste sul mondo del lavoro, quello di Operatore di clinica dentaria ha un ruolo strategico, è il riferimento per medici e pazienti.

Il suo ruolo è fondamentale e delicato perché è affidata una grande responsabilità che comprende l'accoglienza, il segretariato, la direzione dello studio e la contabilità.

A seconda della dimensione della clinica le sue attività possono essere accentrate anche nella figura dell'assistente alla poltrona, oppure all'addetto commerciale (che necessitano ovviamente di ulteriori e specifiche competenze).

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Receptionist, Addetti Commerciali, Assistenti alla poltrona.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

Fornire le competenze necessarie per svolgere al meglio il ruolo, imparare la terminologia medica, approfondire nozioni di contabilità, organizzare e gestire pratiche ed esami, accogliere il paziente.

Programma

- **Come funziona uno studio odontoiatrico**
- **Terminologia medica e sigle**
- **Rispondere ai bisogni dei pazienti:**
 - Assicurare l'accoglienza fisica o telefonica dei pazienti
 - Informare, rassicurare e fissare degli appuntamenti
 - Approfondimenti sulla comunicazione interpersonale per la gestione dei pazienti
 - La comunicazione aziendale scritta e telefonica
- **Gestire le pratiche mediche:**
 - Preparare le cartelle cliniche dei pazienti, passarle al medico e alla fine riportarle dopo la consultazione
 - Tenere aggiornato l'archivio dei pazienti e assicurarsi che tutti i documenti di ogni cartella siano registrati
- **Organizzare gli esami:**
 - Verificare la disponibilità dei medici e dei pazienti
 - Prenotare le attrezzature o i locali adeguati
 - Indicare ai pazienti le procedure preparatorie da seguire in caso di esami
- **Svolgere compiti amministrativi:**
 - Trascrivere le conclusioni e i risultati degli accertamenti
 - Occuparsi della corrispondenza con le compagnie di assicurazione, con i pazienti e con altri medici
 - Emettere le fatture in funzione dei pagamenti effettuati dai clienti

Metodologia Didattica

Aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

PRIVACY: IL PROCESSO DI GESTIONE DEI DATI PERSONALI IN AZIENDA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Destinatari

Il corso si rivolge ai titolari d'azienda, manager, consulenti e a tutti coloro che hanno necessita di adeguare la propria azienda alla normativa vigente in tema di Privacy.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Obiettivi

Il trattamento dei dati personali, sensibili e non, nelle organizzazioni, necessita l'adozione di specifici metodi e appositi strumenti di gestione, conformemente a quanto previsto nelle norme stabilite dalla legislazione italiana (DLgs. 193/2007) ed europea.

Le modalità di uso dei dati personali e la corretta informativa per il loro trattamento devono sottostare ad obblighi cogenti, cui non è possibile derogare, onde evitare di incorrere in sanzioni amministrative e penali.

Il corso qui proposto, seppur di breve durata, fornisce i fondamentali e la necessaria visione d'insieme per operare sulla materia, e offre una ampia casistica di confronto grazie alla sperimentata esperienza del Docente.

Programma

- Inquadramento legislativo
- Definizioni di Titolare, Responsabile, etc
- Responsabilità e sanzioni
- Dati sensibili
- Informativa e consenso
- Videosorveglianza
- Comunicazioni commerciali
- Trattamento dei dati

DPS (Documento Programmatico della Sicurezza)

- Misure minime di sicurezza
- Provvedimenti del garante

Docente

Dr. Stefano Gorla, Energy Manager e Responsabile Privacy di un gruppo multinazionale operante nel settore dei servizi e formatore.

Metodologia Didattica

Aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso ha una durata di 4 ore, dalle 9.00 alle 13.00.

Numero di partecipanti: da un minimo di 8 a un massimo di 12.

Quota d'iscrizione

Euro 200,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ENERGY MANAGEMENT: il ruolo dell'energy manager

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

PRIMO INCONTRO

Il risparmio energetico è ormai entrato in modo prepotente nella cultura delle persone e delle imprese. In tal senso, è di auspicio, che tutte le imprese, indipendentemente dalla dimensione e tipologia, possano disporre, se non una di funzione specifica, perlomeno di qualcuno che abbia conoscenze di base su come devono essere affrontati i problemi che attengono alla gestione delle fonti energetiche.

Obiettivi

- Illustrare gli strumenti di base che attengono l'operare in materia di Energy management.
- Definire il ruolo dell'Energy manager.
- Veicolare gli elementi culturali in materia di Energy management per far condividere a tutte le risorse aziendali, i vantaggi e le opportunità che derivano all'impresa quando si pone in una prospettiva di maggior sostenibilità eco-ambientale e quindi di responsabilità sociale.

Destinatari

Titolari di PMI, responsabili tecnici, responsabili di servizi generali, privati, che vogliono operare in tale ruolo.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il Contesto legislativo
- Lo Scenario Energetico
- Energy management e Ruolo dell'Energy Manager
- Caratteristiche personali dell'Energy manager

SECONDO INCONTRO

Con questo secondo incontro si completa l'intero percorso di base di Energy management.

Per poter incidere sul controllo e la compressione dei costi fissi quali sono quelli rappresentati dalle risorse energetiche devono essere adottate metodologie e impiegati specifici strumenti di lavoro. Non di rado, ci si rende consapevoli che alcuni interventi possono essere introdotti a costo zero, perché spesso connessi ad elementi di ordine culturale e non solo tecnico/tecnologico.

Obiettivi

- Veicolare le modalità operative in materia di Energy management per poter intervenire in azienda e massimizzare i vantaggi e le opportunità che derivano all'impresa quando si pone in una prospettiva di maggior sostenibilità eco-ambientale e quindi di responsabilità sociale.

Programma

- Come opera Energy manager
- Metodi e strumenti
- Esempi e casi di studio
- La norma UNI 16001 e la ISO 50001

Docente

Dr. Stefano Gorla, Energy Manager e Responsabile Privacy di un gruppo multinazionale operante nel settore dei servizi e formatore.

Metodologia Didattica

Aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Gli incontri sono della durata di 4 ore, dalle 9.00 alle 13.00.

Numero di partecipanti: da un minimo di 8 a un massimo di 12.

Quota d'iscrizione

Ci si può iscrivere alle singole giornate al costo di **Euro 150,00** + I.V.A. a partecipante.

Per l'iscrizione comprendente la totalità dell'evento, il costo è di **Euro 270,00** + I.V.A. a partecipante.

Al secondo partecipante di una stessa azienda, verrà applicato un ulteriore sconto di **Euro 60,00** per la sola partecipazione ad entrambi i moduli.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

AUDIT ENERGETICO

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Promuovere la cultura e la sensibilizzazione al risparmio energetico finalizzata alla riduzione dei costi delle fonti energivore.

Istituire una metodologia di controllo e verifica in grado di monitorare nel tempo l'evoluzione dei consumi.

Destinatari

Energy manager e liberi professionisti attivi nel settore dell'energia.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Il Contesto legislativo
- Energy management e Ruolo dell'Energy Manager
- Le fonti energivore: classificazione
- Come si effettua un check-up energetico
- La valutazione dei dati raccolti
- Il monitoraggio continuo degli indicatori di consumo
- Conto economico energetico
- Proposte di soluzioni per il risparmio energetico: investimenti e payback

Docente

Dr. Stefano Gorla, Energy Manager e Responsabile Privacy di un gruppo multinazionale operante nel settore dei servizi e formatore.

Metodologia Didattica

Aula.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

La durata del corso è prevista in 8 ore, e una parte si svilupperà in modalità "training on the job".

Quota d'iscrizione

Euro 1.200,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

STAGED HOMES PROFESSIONAL

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Impara l'arte di preparare la casa per la vendita o l'affitto – diventa Staged Homes Professional.

Il Percorso "Staged Homes Professional" è il trampolino di lancio ideale per scoprire tutte le opportunità offerte da una professione innovativa ed in grande crescita, quella dell'Home Stager.

Questo percorso offre una formazione completa e articolata in sette moduli distinti; ogni modulo affronta fasi specifiche dello staging (sopralluogo; tecniche di home staging; vendita del servizio; gestione delle obiezioni; redazione del rapporto; progettazione 3d; allestimento; servizio fotografico; ecc).

A conclusione del percorso, i partecipanti vengono associati a Staged Homes e possono usufruire dei benefici riservati agli iscritti. L'Associazione Italiana Home Stager riserva inoltre ai propri associati convenzioni ed agevolazioni per promuovere la loro attività di home staging.

Destinatari

- I professionisti che vogliono allargare il loro giro d'affari (agenti, architetti, ingegneri, geometri, arredatori, designers, etc.)
- Chi vuole avviare una nuova attività nel settore del design
- Chi cerca nuovi strumenti per ampliare e migliorare i servizi offerti
- Chi vorrebbe trasformare una passione in un lavoro

Numero di partecipanti: da un minimo di 5 a un massimo di 12.

Programma

1° giornata

Workshop Introduttivo all'Home Staging

- Introduzione all'Home Staging
- Tecniche di Home Staging
- Analisi delle foto del prima di un intervento di Home Staging
- Come si redige un rapporto di Home Staging
- Esercitazione con l'impiego di immagini di una prima visita
- Redazione dell'elenco interventi necessari per ciascun ambiente
- Redazione bozze di un preventivo/contratto

2° giornata

Home Staging Virtuale

- Usare i programmi gratuiti per modelli 3D – SketchUp e GIMP
- APP e nuove tecnologie per gli smartphone
- Esempi concreti per lo staging virtuale di una casa vuota
- Creazione di un mini progetto con i programmi

3° giornata

Lanciare l'attività di Home Staging

- Fattori chiave per lanciare il business di Home Staging
- Le basi di un piano di vendita per l' Home Staging
- Come superare le obiezioni e sensibilizzare i proprietari più diffidenti
- Come impostare al meglio l'attività e presentarsi in maniera professionale

Case Studies di Home Staging

- Analisi delle immagini di una prima visita
- Case Studies di interventi di Home Staging di successo – dall'incarico alla vendita
- Modalità di pagamento – varie formule per la collaborazione tra agente, proprietario e stager

4° giornata

Fotografia per Home Staging

- Esercitazione fotografica con un professionista nei vari ambienti con analisi e commenti

- Analisi dettagliata di esposizione, bilanciamento del bianco, luci e ombre
- Realizzare un piccolo progetto in autonomia
- Come scegliere le foto da inserire negli annunci, materiali promozionali

5° giornata

Pratica & Allestimento – progettazione portfolio

- Allestimento di diversi spazi e scenette
- Ottimizzazione dello spazio e utilizzo degli accessori
- Costruire l'immagine migliore e scegliere la giusta angolazione
- Creazione delle immagini prima e dopo per il proprio portfolio

Metodologia Didattica

I docenti proporranno diverse esercitazioni, oltre all'analisi di casi pratici e il confronto e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifici.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Il corso si tiene in 5 giornate di formazione nell'arco di due settimane (3 giornate consecutive in una settimana, 2 giornate consecutive nella settimana seguente).

Quota d'iscrizione

Euro 1.300,00 + I.V.A. a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico. Al termine del corso verrà rilasciato il certificato di partecipazione firmato dall'Associazione Italiana Home Stager.

Il corso include 12 mesi di iscrizione all'Associazione Italiana Home Stager, piattaforma che consente ai suoi associati di beneficiare di una serie di convenzioni, servizi e consulenze per lanciare e portare avanti la loro attività di Home Staging.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Area Amministrativa

APPLICATIVO PAGHE E CONTRIBUTI IN AMBIENTE WINDOWS

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire le informazioni necessarie per l'utilizzo dell'applicativo paghe Zucchetti. Saranno trattate le problematiche legate alla gestione del Personale sia dal punto di vista teorico che pratico. Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di utilizzare in piena autonomia tutte le funzioni previste dall'applicativo.

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro interessati all'utilizzo dell'applicativo.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Gestione tabelle: Enti contributivi, Aliquote previdenziali, Voci paga, gestione e personalizzazione contratti
- Gestione anagrafiche: anagrafico unico, anagrafico aziende, anagrafico dipendenti
- Gestione elaborazioni mensili: Registrazione presenze e voci di retribuzione, elaborazione LUL, calcolo e stampa contributi, generazione flusso Uniemens.
- Gestione contabilizzazione: come predisporre la contabilizzazione paghe
- Gestione centro dell'impiego: Instaurazione dei rapporti di lavoro e successive variazioni, produzione e gestione delle lettere annesse.
- Gestione Cassa Edile: Impostazione tabelle edilizia legate alle varie province.
- Gestione dichiarazioni annuali: Preparazione e gestione CUD, preparazione e gestione modello 770.
- Parcellazione: Registrazione movimenti, emissione parcelle pro-forma, emissione parcelle, gestione incassi.

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

24 ore

Quota d'iscrizione

Euro 1.500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

APPLICATIVO ADHOC REVOLUTION - MODULO BASE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Roma, Codogno (Lodi).

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire le informazioni necessarie per l'utilizzo dell'applicativo Adhoc Revolution Zucchetti. Saranno trattate le problematiche legate alla gestione delle Vendite, del Magazzino e della Contabilità generale sia dal punto di vista teorico che pratico. Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di utilizzare in piena autonomia tutte le funzioni previste dall'applicativo.

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro interessati all'utilizzo dell'applicativo.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Funzioni generali utilizzo procedura: tasti funzione, zoom, stampe

Archivi di base contabili, vendite e magazzino: piano dei conti, clienti/fornitori, pagamenti, codici iva, etc.

Archivi base gestione magazzino: causali, articoli, servizi, magazzini

Archivi base gestione vendite: causali documento, contratti di vendita, listini commerciali, categorie sconti/maggiorazioni

Gestione vendite: Documenti di trasporto, Fatture, Note Credito, generazione fatture differite; Gestione provvigioni agenti

Gestione Magazzino: Movimenti di magazzino, Visualizza e stampa schede articolo; Inventari fisici e a valore; Rettifiche inventariali; Controllo scorte

Archivi Contabilità generale: causali contabili, modelli contabili, Strutture di bilancio Ue

Gestione Contabilità generale: Contabilizzazione movimenti da modulo Vendite- Gestione movimenti di primanota iva e di generale

Stampa bilancio di verifica e Ue

Gestione adempimenti Iva

Operazioni annuali: chiusure/Aperture, scritture di assestamento, stampe bilancio per libro inventari

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

24 ore

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

FINANZA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso si propone di presentare i principali concetti della finanza d'impresa, affinché il partecipante possa comprendere le diverse dimensioni del concetto di valore e possa operare all'interno dell'azienda con l'obiettivo del suo perseguimento.

Per tale ragione, vengono mostrati i diversi concetti di flusso di cassa utili nella valutazione dei progetti d'investimento (e nella valutazione d'impresa), i criteri di scelta tra investimenti alternativi e la loro coerenza con il concetto di creazione di valore, le modalità per giungere all'identificazione dei tassi di attualizzazione delle capacità future dell'impresa (o del progetto) di creare flussi di cassa, l'utilizzo della struttura del capitale in una logica di creazione del valore, gli strumenti per il contenimento dei rischi finanziari, i principali modelli per la valutazione dell'impresa.”.

Destinatari

Dirigenti – Middle Manager – Quadri – Imprenditori – Professionisti – Collaboratori con responsabilità – Consulenti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Concetti di base di matematica finanziaria e di statistica
- Costruzione di portafogli di titoli
- Capital Assets Pricing Model, beta, Security Market Line, Capital Market Line
- Criteri di scelta degli investimenti (VAN, IRR, MIRR, DPBP, PI)
- Determinazione dei flussi di cassa (FCFF e FCFE)
- Costo del capitale proprio e costo medio ponderato del capitale (WACC)
- Modelli di determinazione del valore dell'impresa
- Variabile fiscale e finanza aziendale
- Fonti di finanziamento per l'impresa
- Costi di fallimento, costi di agenzia, POT e struttura ottimale del capitale
- Rating e securitization
- Strumenti finanziari derivati
- Pianificazione e creazione di valore

Docenti

I docenti sono specializzati nell'area amministrativa e di controllo di gestione ed hanno al loro attivo molti anni di esperienza di aula aziendale e di università.

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

58 ore

Quota d'iscrizione

Euro 2.500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

ANALISI DI BILANCIO

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire le basi dell'economia aziendale. L'elemento centrale è rappresentato dal bilancio inteso come strumento di controllo della performance aziendale: i partecipanti vengono messi in grado di utilizzare questo strumento per individuare eventuali sintomi di debolezza dell'azienda, quantomeno sul piano economico – finanziario.

Il corso si sviluppa perciò nel seguente modo: partendo dai concetti fondamentali di attività, passività, reddito, ricavi e costi, si giunge ad un quadro completo del contenuto del bilancio. Nella fase iniziale viene anche introdotto il metodo utilizzato per pervenire al bilancio (partita doppia): ciò, non allo scopo di formare dei "contabili", ma per consentire di capire la logica che ispira l'intero sistema e per affrontare più agevolmente, nel corso di "controllo", il budget. Successivamente, vengono introdotti i margini e gli indici fondamentali per interpretare la situazione aziendale, corredando l'analisi anche con lo strumento dei flussi di cassa. Quest'ultimo aspetto risulta a sua volta fondamentale per la comprensione dei contenuti del corso di "finanza".

Destinatari

Dirigenti – Middle Manager – Quadri – Imprenditori – Professionisti – Collaboratori con responsabilità – Consulenti

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

- Concetti fondamentali: attività, passività, patrimonio netto, costi, ricavi, reddito.
- Contenuto e strutture di Stato Patrimoniale, Conto Economico e Rendiconto Finanziario
- Il bilancio d'esercizio nella struttura civilistica e secondo i principi contabili internazionali (+ cenni al bilancio consolidato)
- La riclassificazione del bilancio per l'analisi dei risultati
- Ratio analysis: valutazione dello stato di salute dell'impresa

Docenti

I docenti sono specializzati nell'area amministrativa e di controllo di gestione ed hanno al loro attivo molti anni di esperienza di aula aziendale e di università.

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

58 ore

Quota d'iscrizione

Euro 2.500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

RECUPERO CREDITI (ENTRY LEVEL)

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti una preparazione mirata e specifica per affrontare l'attività di recupero crediti rapido ed efficace facendolo diventare un metodo applicativo utile e necessario alla vita aziendale. Il corso di recupero crediti è suddiviso sostanzialmente in 2 parti distinte. Una prima parte di formazione professionale del personale in cui si affronta in modo metodico tutta l'operatività, una seconda fase procedurale e modulistica.

Le attività (parte teoriche e parte pratiche) studiate sulla base di tanti anni di esperienze personali nel Recupero Crediti, fatto per molte aziende operanti in aree, settori e dimensioni diverse. Caratteristica essenziale del corso è l'immediata operatività di chi partecipa al corso, che quindi trova subito un riscontro pratico.

I plus di questo corso sono:

- preparazione tecnica di base e di orientamento aziendale;
- formazione di singole persone addette a pochi recuperi;
- impatto economico iniziale ridotto.

Destinatari

Amministrativi – Phone collector – Addetti al recupero interni – CFO – Professionisti – Junior e assistant Credit manager – Consulenti – Segreterie – Commercialisti – Studi paghe – Studi Legali.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Programma

Il corso è cumulativo per più aziende (con un minimo di 6 iscritti e un massimo di 12) ed è così strutturato:

- Cos'è il Recupero Crediti?
- Il metodo
- Le tecniche di Recupero
- La prevenzione e l'utilizzo degli strumenti operativi
- Il coordinamento tra la fase stragiudiziale e quella giudiziale. L'analisi dei costi
- Esempi di procedura e di modulistica
- Alcune casistiche affrontate

Docente

Fabrizio Almadori: Esperto gestione crediti.

Da molti anni si occupa di:

- assistere le aziende e i professionisti nella creazione e personalizzazione delle politiche creditizie in funzione del proprio business.
- supportare le risorse aziendali di vario ordine e grado in relazione alle politiche creditizie aziendali
- gestione stress finanziari e crisi aziendali.

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Euro 400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

CONTABILITÀ ANALITICA, BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti gli strumenti utili per rilevare costi e ricavi secondo destinazione e provenienza, riconoscere i costi da addebitare ad una unità produttiva, o macchina, o centro di lavoro o azione di progetto/servizio, per impostare correttamente ed efficacemente un sistema di controllo di gestione in azienda.

Destinatari

Personale aziendale che coordina progetti e commesse, personale amministrativo che necessita di acquisire competenze di contabilità analitica e controllo di gestione o che deve aggiornarsi in tema di contabilità analitica, budget e controllo di gestione.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6.

Programma

- Lo svolgimento "Duplice contabile" della contabilità analitica (principi)
- Impostazione e tabelle di base
- Il piano dei conti e le causali di CA
- Le entità elementari e le aggregazioni budget
- Le registrazioni di CA dalla contabilità, dal magazzino e dalla Prima Nota di CA
- La gestione dei timesheet
- Gli schemi budget ed i budget
- La consuntivazione e gli strumenti di controllo dei dati
- Ribaltamenti e drivers
- Ratei e risconti, chiusure di fine esercizio
- Le revisioni dei budget
- Esempio di gestione di un'azienda con controllo su divisioni, prodotti e centri di costo

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

3 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 2.100,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

GESTIONE TESORERIA E FLUSSI FINANZIARI, TESORERIA EXTENDED

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

fornire ai partecipanti la conoscenza necessaria per saper effettuare previsioni di tesoreria, prendere decisioni su finanziamenti e impieghi, gestire i rapporti con le banche, conoscere le principali scritture contabili relative alle operazioni di tesoreria, gestire le procedure di incasso, pagamento e le attività quotidiane di tesoreria.

Destinatari

Personale amministrativo addetto all'ufficio tesoreria e contabilità e tutti coloro che si occupano di gestione finanziaria dell'azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- I dati finanziari in azienda (rating, voci finanziarie, ecc)
- Impostazione delle tabelle e dei parametri nelle anagrafiche
- La rilevanza dello scadenziario contabile
- Lo scadenziario extra-contabile e l'estrazione dei dati finanziari da ordini e ddt
- L'analisi per banca e per rapporto bancario
- La disponibilità dei fidi
- I giri contabili standard per i vari tipi di operazioni finanziarie
- Gestire il portafoglio senza chiudere contabilmente il cliente
- Business intelligence per l'analisi finanziaria multidimensionale
- Il reporting avanzato di dati finanziari ed economici per cliente/fornitore

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 1.400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ANALISI DATI (DATAWAREHOUSE)

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Il corso è orientato a fornire ai partecipanti la conoscenza necessaria per poter definire ed impostare statistiche avanzate che, con l'integrazione di dati esterni e l'aiuto di strumenti grafici e di cruscotti, siano di supporto nel processo decisionale aziendale.

Destinatari

Addetti e responsabili controllo di gestione che devono acquisire padronanza nella definizione degli scenari per l'organizzazione e l'analisi dei dati aziendali.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- Impostazione e gestione di campi aggiuntivi nei vari scenari (contabilità, scadenziari, contabilità analitica etc.)
- Impostazione delle analisi dei dati gestionali per i vari scenari
- Impostazione dei filtri e inserimento nuove colonne calcolate (margini, ricarico)
- Personalizzazione in griglia dei dati estratti, spostare le dimensioni sulle righe o sulle colonne, escluderle, espandere e/o comprimere i totali (drill-down)
- Esportazione dei dati estratti su excel o word
- Stampa dati estratti
- Creazione Grafici

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

1 giorno

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area produzione

GESTIONE DISTINTA BASE E CONTO LAVORAZIONE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Il corso è orientato a fornire ai partecipanti:

- una conoscenza delle logiche sottostanti la definizione dei dati di una distinta base, dei concetti di distinta base aperta, di ciclo di lavorazione
- una panoramica dei problemi del conto lavorazione, nonché l'utilizzo delle funzioni di base pensate per la gestione del conto lavorazione
- conoscenza del modulo fattibilità impegni

Destinatari

Tecnici, addetti e responsabili produzione e tutti coloro che devono acquisire o approfondire le conoscenze dei processi di produzione per applicarle concretamente in azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- Gestione delle scorte
- Anagrafica articoli e tabelle
- Legami padre/figlio e time fences
- Distinta base – materiali
- Distinta base aperta e chiusa, varianti di gamma e di commessa
- Distinta base – i cicli di lavorazione
- Il flusso dei materiali
- La valorizzazione della distinta base
- La gestione dei carichi/scarichi di produzione
- Il conto lavoro attivo (senza sotto-terzisti) ed il conto lavoro passivo
- Il modulo fattibilità impegni

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 1.400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

GESTIONE DELLA PRODUZIONE (MRP1, MRP2) E LOGISTICA ESTESA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Il corso è orientato a fornire ai partecipanti:

- una visione approfondita delle tecniche di pianificazione e controllo della produzione, nelle varie tipologie di processo e pianificazione
- le conoscenze per l'utilizzo del modulo 'Produzione' nella gestione delle problematiche di cui sopra.
- le stesse conoscenze di cui sopra, anche per gli articoli gestiti a fase (logistica estesa)

Destinatari

Tecnici, addetti e responsabili produzione e tutti coloro che devono acquisire o approfondire le conoscenze dei processi logistici e di produzione per applicarle concretamente in azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- L'elaborazione dell'MRP
- Verifica della capacità produttiva
- L'analisi di capacità con project
- Le elaborazioni dalle proposte alle conferme d'ordine
- L'avanzamento delle fasi ed i versamenti a magazzino
- Valorizzazioni e rivalorizzazioni dei carichi di produzione
- Gli articoli gestiti a fasi
- Il conto lavoro attivo, su articoli gestiti a fasi, con i sotto-terzisti (cenni)
- La gestione delle ubicazioni dinamiche (cenni)

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

3 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 2.100,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

LOGISTICA SU PALMARE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Il corso è orientato a fornire ai partecipanti:

- le nozioni per affrontare le particolarità di una installazione di procedure su palmare
- le nozioni per affrontare le particolarità di una gestione del magazzino con il supporto di terminalini portatili, per il riscontro del materiale sia in ingresso che in uscita, al fine di automatizzare processi di acquisto, vendita e spostamento dei prodotti tra magazzini.

Analisi delle problematiche sulla riconciliazione del magazzino reale con quello memorizzato negli archivi, attraverso l'utilizzo di terminali portatili.

Destinatari

Tecnici, responsabili e addetti alla logistica e tutti coloro che devono acquisire o approfondire le conoscenze dei processi logistici automatizzati per applicarle concretamente in azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- Requisiti hardware e software del terminalino
- Differenze tra windows CE e Pocket PC
- Configurazione di base del palmare
- La codifica e la gestione delle ubicazioni logistiche
- I parametri per la gestione dei magazzini e degli articoli
- Il ricevimento merci nei vari scenari
- La gestione delle 'unità logistiche di carico e relative etichette

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

3 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 2.100,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Area Qualità

SISTEMA QUALITÀ

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano, Modena e Roma.

Obiettivi

Fornire conoscenze tecnico e sviluppare competenze pratiche necessarie per impostare e gestire sistemi di gestione per la qualità aziendale

Destinatari

Personale aziendale che necessita di formazione sul sistema di gestione aziendale in qualità

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 6

Programma

- Parametri per la gestione del sistema qualità
- Rintracciabilità lotti
- Impostazione e gestione dei controlli qualità
- Le stampe collaudi eseguiti/da eseguire
- Gestione ed emissione rapporti di non conformità, gestione degli status del RNC (emesso, disposto, eseguito, verificato) con le 4 relative firme
- Impostazioni e stampa statistiche sui collaudi effettuati, sulle difettosità rilevate e sui rapporti di NC emessi e trattati
- Valutazione dei fornitori (secondo la norma ISO 'sub-fornitori') assegnando loro valori per la determinazione del punteggio assegnato e pertanto del giudizio sintetico (es. A B o C)
- Gestione trasferimento automatico dei prodotti "non conformi" ad apposito magazzino
- Gestione materiali in attesa di controllo o in attesa di definizione

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni

Quota d'iscrizione

Euro 1.400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area nuove tecnologie

CORSO DI BASE PER UN UTILIZZO ORIENTATO AL BUSINESS DI MOTORI DI RICERCA E SOCIAL MEDIA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Obiettivo del corso è quello di conoscere al meglio i Motori di Ricerca e i Social Media così da trarne beneficio, in termini di:

- indicizzazione, posizionamento, branding awareness
- promozione di eventi e servizi collegati alle attività svolte dal professionista

Destinatari

Manager, imprenditori e tutti coloro che desiderano utilizzare la rete e i social network per farsi conoscere e promuovere il proprio business.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Google

- Google, cenni storici
- Google e il marketing pull
- Principi Base (la parola chiave)
- Principi Base (il traffico qualitativo)
- Principi Base (ottimizzazione, indicizzazione e posizionamento)
- Google e il Business (la classifica organica e le campagne PPC)
- L'ottimizzazione per la Vendita
- L'ottimizzazione per il Branding Awareness
- Le campagne PPC per la Vendita
- Le campagne PPC per il Branding Awareness
- Principi Base (strumenti di AdWords)
- Esercizio Base: ottimizzare il proprio sito
- Esercizio Base: predisporre la prima campagna on line

Social Media

- Facebook, cenni storici
- Facebook e il profilo aziendale
- Facebook per la comunicazione interna
- Facebook Adv
- Twitter, cenni storici
- Twitter e il mini bloggin'
- Twitter e la comunicazione aziendale, possibili soluzioni
- LinkedIn, cenni storici
- LinkedIn, e il business network
- LinkedIn, e la configurazione per profilo personale
- LinkedIn e il profilo aziendale
- LinkedIn e la partecipazione ai gruppi

Docente

Giorgio Michelangelo Fabbrucci

Digital Marketing Specialist

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

Un incontro di 8 ore

Quota d'iscrizione

Euro 400,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

LINKEDIN & BUSINESS

Come ottenere risultati di business dall'utilizzo di LinkedIn

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Durante il corso i partecipanti impareremo a:

- avere un profilo ottimizzato (la base per fare affari)
- saper costruire e gestire il proprio network
- saper utilizzare a livello professionale lo strumento
- ottenere risultati concreti dall'utilizzo di LinkedIn
- saper comunicare il brand personale e aziendale

Destinatari

Imprenditori, Liberi Professionisti, responsabili dell'area vendite, marketing e comunicazione interessati a utilizzare LinkedIn per sviluppare il business aziendale.

Numero di partecipanti: da un minimo di 5 a un massimo di 18.

Programma

- Costruzione e ottimizzazione del profilo. La base di partenza per ottenere risultati
- Impostazioni, Privacy, profili multi lingua, ...
- Esplorazione delle funzionalità di LinkedIn
- I 3 livelli del mio network LinkedIn
- Ricerche avanzate di persone, aziende, gruppi utili per il nostro business
- Fare branding attraverso pagine aziendali e aggiornamenti
- Come funzionano le campagne a pagamento su LinkedIn
- Costruire e gestire il proprio network e ottenere risultati di business, in altre parole Networking Efficace
- Come creare opportunità con i gruppi (come sceglierli, come partecipare, ...)
- Come mettere in evidenza il proprio profilo e ottenere dei risultati concreti e misurabili (visite al profilo, richieste di contatto, numero di ricerche in cui appare il tuo profilo, ...)
- Creazione della propria strategia personale e relativo piano d'azione.
- Gestione e pianificazione delle attività giornaliere e settimanali

Dopo il corso i partecipanti potranno usufruire di sessioni di consulenza e mentoring individuali e di gruppo.

Docente

Fabio de Vita

Social Selling Consultant, pensa e realizza strategie per lo sviluppo del business "fuori dagli schemi" utilizzando i social network professionali per aumentare e migliorare le vendite, cercare nuovi clienti e canali di vendita nazionali e internazionali (distributori, rivenditori, partner).

Più di 20 anni di esperienza in ambito Information Technology e Innovazione di cui più di 10 in area vendite e marketing.

LinkedIn Trainer, è ideatore e fondatore di MarcheIN il primo social business club delle Marche, appartenente alla Federazione dei ClubIN (oltre 22.000 iscritti).

Metodologia

Didattica

Il corso è molto interattivo, ogni partecipante è invitato a portare il suo notebook e/o tablet per massimizzare l'apprendimento e svolgere le esercitazioni e i compiti assegnati. Aula con accesso a rete wifi.

Materiale didattico

Slide del corso e altro materiale utilizzato (indagini, statistiche, ecc.).

Durata

8 ore

Quota d'iscrizione

Euro 300,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

Area Linguistica

CORSO BASE DI LINGUA INGLESE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Fornire gli strumenti basilari per arrivare ad una conoscenza sufficiente della lingua inglese, sia a livello scritto che orale.

- Conoscenza sufficiente della sintassi e della grammatica per corrispondere con l'estero e comprendere lettere e fax di tipo semplice e quotidiano.
- Conoscenza sufficiente della lingua per la conversazione e la comprensione di una telefonata di tipo semplice e quotidiano.

Destinatari

Il corso si rivolge alle persone con conoscenza della lingua a livello scolastico, e a tutti coloro che non hanno nessuna conoscenza della lingua inglese.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Present simple e present progressive dei verbi alla forma affermativa, interrogativa e negativa
- Cambiamenti ortografici di alcuni verbi alla terza persona singolare e alla forma progressiva
- Whquestions
- Sostantivi (singolare e plurale)
- Gli articoli
- I pronomi possessivi
- Gli aggettivi possessivi
- There is/there are, pronomi e gli aggettivi dimostrativi
- Pronomi, soggetti e complementi
- Gli aggettivi di nazionalità
- Lessico relativo ad attività della vita quotidiana, al luogo dove si abita, al cibo, ai negozi, alle ore, ai momenti della giornata, ai viaggi, alle nazionalità...

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, ecc.).

Durata

30 ore

Quota d'iscrizione

Euro 500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

CORSO BASE DI LINGUA FRANCESE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Fornire gli strumenti basilari per arrivare ad una conoscenza sufficiente della lingua francese, sia a livello scritto che orale.

Al termine del corso i discenti saranno in grado di esprimersi in modo semplice ed efficace, così da poter affrontare elementari situazioni di vita quotidiana (prenotazione di una stanza d'albergo, ordinazione di un pranzo, ecc.)

Destinatari

Il corso si rivolge a coloro che desiderano imparare la lingua Francese.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

JE ME PRÉSENTE

Contenuti comunicativi: presentarsi, dire la propria età, dire dove si abita, chiedere e fornire il numero di telefono, ...

Lessico: identità, numeri, giorni, mesi e stagioni

Morfologia: presente indicativo dei verbi del primo gruppo, la forma pronominale del verbo, la frase interrogativa semplice, i pronomi personali soggetto

Fonetica e ortografia: sensibilizzazione alla liaison, avviamento ai principali tratti del vocalismo

Cultura: i saluti, consuetudini conversazionali, elementi basilari di grammatica del comportamento

EN CONTACT

Contenuti comunicativi: entrare in contatto e congedarsi, avviare e chiudere una conversazione, chiedere e fornire orari

Lessico: il tempo cronologico

Morfologia: articoli determinativi e indeterminativi, formazione del plurale – aspetti di base, preposizioni articolate con à, usi di il y a, presente indicativo dei verbi in -ier e in -ouer, imperativo.

Fonetica e ortografia

Cultura: consuetudini conversazionali, elementi basilari di grammatica del comportamento (baci e saluti, consuetudini prossemiche)

INFOS PERSONNELLES

Contenuti comunicativi: chiedere e dare informazioni sul conto di qualcuno, parlare di qualcosa e dire a cosa serve, chiedere il prezzo di qualcosa

Lessico: le professioni, le nazionalità, le lingue

Morfologia: i presentativi, preposizioni di luogo, presente indicativo di allere venir, formazione del femminile – aspetti di base, qui c'est?/qu'est-ce que c'est?

Fonetica e ortografia

Cultura: simboli di Francia

FAMILLE / FAMILLES

Contenuti comunicativi: parlare della propria famiglia, descrivere qualcuno

Lessico: la famiglia, i tratti fisici principali

Morfologia: gli aggettivi possessivi, pronomi personali complementi, presente indicativo di Connaitre e dei verbi regolari in -IR

Fonetica e ortografia: consonanti finali non pronunciate

Cultura: famiglia e famiglie in Francia

GOÛTS INDIVIDUELS

Contenuti comunicativi: esprimere gusti, invitare qualcuno, accettare / rifiutare un invito

Lessico: colori, musica e passatempo

Morfologia: preposizioni articolate di de, presente indicativo di faire, aggettivi possessivi, est-ce que/qu' e qu'est-ce que/qu', presente indicativo dei modali pouvoir e vouloir, frase negativa semplice, negazione del nome / quantità zero, futur composé

Fonetica e ortografia

À MON AVIS...C'EST À MOI!

Contenuti comunicativi: chiedere e fornire un'opinione personale, esprimere preferenze, esprimere l'appartenenza e la frequenza

Lessico: la scuola

Morfologia: gli aggettivi con doppio maschile singolare, presente indicativo di dire / lire / écrire, aggettivi dimostrativi, espressione dell'appartenenza, indicativo e imperativo dei verbi pronominali

Fonetica e ortografia

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

30 ore

Quota d'iscrizione

Euro 500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

CORSO BASE DI LINGUA SPAGNOLA

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Fornire gli strumenti basilari per arrivare ad una conoscenza sufficiente della lingua spagnola, sia a livello scritto che orale.

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di esprimersi in modo semplice ma efficace per poter affrontare elementari situazioni di vita quotidiana (prenotazione di una stanza d'albergo, ordinazione di un pranzo, ecc.)

Destinatari

Il corso si rivolge a coloro che desiderano imparare la lingua Spagnola.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Alfabeto
- Articoli
- Nomi
- Aggettivi E Pronomi
- Genere E Numero
- Verbi "Ser Y Estar",
- Struttura Della Frase
- Aggettivi E Pronomi Possessivo
- Presente Indicativo Di Verbi Regolari
- Presente Indicativo Di Verbi Irregolari
- Verbi "Ser"
- "Estar" Y "Tener" Verbi Riflessivi
- Numeri

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

30 ore

Quota d'iscrizione

Euro 500,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Area Informatica

CORSO MICROSOFT OFFICE BASE

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti disporranno delle conoscenze di base per padroneggiare le funzioni principali di Microsoft Office al fine di poterli sfruttare al meglio nelle attività domestiche e lavorative.

Destinatari

Persone che desiderano acquisire le conoscenze basilari della suite Microsoft Office, approfondendo gli aspetti più importanti dei programmi Word, Excel, Power Point, Access, Internet e Outlook.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Il Programma del corso Office Base è costituito da 6 moduli (Word, Excel, PowerPoint, Access, Internet e Posta elettronica, Reti e sistemi operativi) di cui verranno elencate di seguito le principali unità didattiche.

Modulo Word

- Unità didattica 1 – Concetti di base
- Unità didattica 2 – Formattazione del testo e visualizzazioni
- Unità didattica 3 – Inserimento di oggetti
- Unità didattica 4 – Strumenti

Modulo Excel

- Unità didattica 1 – Concetti e funzioni di base
- Unità didattica 2 – La gestione dei dati / funzioni statistiche
- Unità didattica 3 – Le funzioni logiche
- Unità didattica 4 – Utilizzo dei grafici e delle immagini

Modulo Power Point

- Unità didattica 1 – Concetti e funzioni di base
- Unità didattica 2 – Gestione delle diapositive
- Unità didattica 3 – Layout diapositive e inserimento oggetti
- Unità didattica 4 – Inserimento grafici

Modulo Access

- Unità didattica 1 – Nozioni generali
- Unità didattica 2 – Creazione tabella
- Unità didattica 3 – Le maschere
- Unità didattica 4 – Le query
- Unità didattica 5 – I report

Modulo Internet e Posta Elettronica

Metodologia Didattica

Aula

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Durata

2 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 700,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito il 100% delle ore di formazione previste.

ITIL V3 FOUNDATION

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

ITIL (Information Technology Infrastructure Library), una raccolta di "Best Practice" per l'IT Service Management si propone di perseguire i seguenti Obiettivi:

- Principi e concetti della gestione dei servizi IT
- Benefici dell'implementazione ITIL in azienda
- Identificazione dei processi di gestione dei servizi e come si inseriscono nel ciclo di vita dei servizi medesimi
- Concetti di base del ciclo di vita dei servizi
- Identificare attività e ruoli legati al Ciclo di vita dei servizi
- Identificare le relazioni esistenti tra ogni componente il ciclo di vita dei servizi e come si inseriscono in altre attività
- Identificare i fattori che impattano sull'efficacia del ciclo di vita dei servizi

Destinatari

IT Management, IT Support Staff, IT Consultants, Business Managers, Business Process Owners, IT Developers, Service Providers, System Integrators

Numero di partecipanti: da un minimo di 2 a un massimo di 12.

Sintesi del corso

IT Infrastructure Library (ITIL) è un insieme di "Best Practices" per la gestione e l'erogazione dei servizi e delle infrastrutture IT. I processi ITIL sono adottati a livello mondiali e rappresentano di fatto, ad oggi, lo standard di riferimento per le organizzazioni IT. Il superamento dell'esame di certificazione è propedeutico per il corso ITIL v3 "Intermediate Level"

Principali argomenti

- Service Strategy
- Service Design
- Service Transition
- Service Operations
- Continual Service Improvement

Durata

3 giorni full time (9.00-13.00; 14.00-18.00)

Quota d'iscrizione

Euro 2.000,00 + I.V.A. a Partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso verrà rilasciato l'attestato di frequenza a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Speciale Avvocati

CORSO DI DIRITTO COMPARATO FRANCIA/ITALIA CON ELEMENTI DI LINGUA GIURIDICA FRANCESE

(corso svolto in lingua italiana. Docente: avvocato francese)

8 moduli di 3 ore ciascuno

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Gallarate.

Struttura del corso

Il corso è articolato in 8 moduli (di 3 ore ciascuno).

Ogni modulo tratterà una materia giuridica specifica, selezionata in base all'interesse che può suscitare nell'ambito comparatista e alle opportunità professionali che uniscono i due paesi. Oltre all'analisi di diritto comparato, il relatore trasmetterà ai partecipanti la terminologia giuridica essenziale per ottimizzare la comprensione della materia. I moduli saranno illustrati con esempi concreti, modelli di atti, corrispondenze, giurisprudenza, contratti, schemi, ecc. con lo scopo anche di creare un'interattività tra il relatore e i partecipanti.

Destinatari

Il corso di diritto comparato Francia/Italia è rivolto ai professionisti del diritto che, pur non avendo dimestichezza con la lingua francese, desiderano acquisire i principi base del diritto francese.

Numero di partecipanti: da un minimo di 5 a un massimo di 12.

Programma

MODULO 1 – INTRODUZIONE AL SISTEMA GIURIDICO E GIUDIZIARIO FRANCESE

Lo scopo del presente modulo è di trasmettere ai professionisti di diritto italiano un quadro generale del sistema giuridico e giudiziario francese al fine di familiarizzare con la tipologia di norme, di giurisdizioni, di organi e amministrazioni francesi, nonché con i professionisti che intervengono nella vita del diritto francese. Le maggiori differenze tra gli schemi procedurali italiani e francesi verranno altresì analizzati.

I. Presentazione del quadro normativo francese

- Struttura dell'organizzazione amministrativa e dei poteri in Francia
- La gerarchia delle norme in Francia
- Le fonti del diritto

II. Organizzazione della Giustizia in Francia (varie giurisdizioni, i professionisti del diritto)

- La dualità di ordini
- Le varie giurisdizioni (ordinarie e specializzate)
- I professionisti del diritto francese (magistrats, avocats, "avoués", huissiers, greffier, notaire, administrateur judiciaire, mandataire judiciaire, juristes, experts, ecc.)

III. Principi procedurali francesi

- Procedura civile francese
- Procedura penale francese
- Procedura amministrativa

MODULO 2 – INTRODUZIONE AL DIRITTO CONTRATTUALE FRANCESE

Il presente corso ha per obiettivo di introdurre i partecipanti al diritto contrattuale francese, trasmettendo loro i principi base dei contratti applicabili ad ogni tipo di contratto, dopo una breve analisi dell'evoluzione storica della materia, nonché gli elementi fondamentali relativi ai singoli contratti.

I. Definizioni, fonti e evoluzioni normative

- Il codice civile francese e le possibili prossime riforme
- Il ruolo della giurisprudenza

II. Principi generali del contratto

- I principi relativi alla formazione del contratto
- I principi relativi all'esecuzione del contratto- I principi relativi alla cessazione del contratto

III. I singoli contratti

- Il contratto di compravendita
- Il contratto di locazione- Altri singoli contratti

MODULO 3 – INTRODUZIONE AL DIRITTO SOCIETARIO FRANCESE

L'obiettivo del presente corso è di introdurre i partecipanti al diritto societario francese, trasmettendo loro i principi base applicabili alle società francesi, in generale, nonché le disposizioni specifiche ad ogni tipo di società, evidenziando le modalità di costituzione, le caratteristiche in materia di amministrazione e di esecuzione del contratto societario, nonché la cessazione della vita della società.

I. Definizioni, fonti normative e classifica dei vari tipi di società francesi

- le disposizioni del Codice del commercio e la giurisprudenza
- le ultime riforme

II. I principi generali applicabili ad ogni tipo di società (costituzione, gestione, cessazione)

- i principi relativi alla costituzione della società
- i principi relativi alla gestione della società
- le trasformazioni societarie
- le cause di cessazione della società

III. Principali caratteristiche dei vari tipi di società

- Les sociétés en nom collectif
- Les sociétés en commandite simple
- Les sociétés à responsabilité limitée
- Les sociétés anonymes
- Les sociétés en commandite par actions
- Les sociétés par actions simplifiées

MODULO 4 – INTRODUZIONE AL RECUPERO CREDITI IN FRANCIA

L'obiettivo del presente modulo è di trasmettere ai professionisti del diritto italiano gli strumenti giuridici per consentire di recuperare i crediti in Francia. Verranno successivamente analizzati gli strumenti preventivi, gli strumenti giudiziari e, in fine, gli strumenti di esecuzione.

I. Gli strumenti di prevenzione

- le garanzie ("acte de cautionnement", "garanties bancaires", etc)
- le clausole contrattuali
- les "sûretés"

II. Le procedure giudiziarie

- la "procédure d'injonction de payer"
- la "procédure de référé"
- la "procédure au fond"
- la "procédure d'injonction de payer européenne"

III. L'esecuzione forzata

- le "mesures conservatoires"- le "mesures d'exécution forcée"

MODULO 5 – INTRODUZIONE AL DIRITTO DELLE PROCEDURE CONCURSUALI FRANCESI

L'obiettivo del presente corso è di trasmettere ai professionisti del diritto italiano il quadro generale delle procedure concorsuali francesi, al fine di consentire loro di capire il funzionamento delle varie tipe di procedure esistenti in Francia in modo da poter tutelare nel migliore dei modi gli interessi dei loro clienti creditori di una società francese sottoposta ad una di suddette procedure.

I. La fase preventiva ("prévention", "mandat ad hoc", "procédure de conciliation")

- la "prévention"
- le "mandat ad hoc"
- la "procédure de conciliation"

II. I vari tipi di procedure concorsuali

- la "procédure de sauvegarde"
- la "procédure de sauvegarde accélérée"
- le "redressement judiciaire"
- la "liquidation judiciaire"

III. La tutela dei creditori

MODULO 6 – INTRODUZIONE AL DIRITTO DELLA FAMIGLIA FRANCESE

L'obiettivo del presente modulo è di introdurre i partecipanti al diritto della famiglia francese, paragonando con il diritto italiano i vari tipi di unione, e in particolar modo l'esistenza dell'unione civile e del matrimonio omosessuale in Francia. Un'attenzione specifica verrà portata anche alla disciplina del divorzio, stante le grandi differenze esistenti con la normativa italiana. Una parte del corso sarà dedicata al regime patrimoniale della famiglia secondo il diritto francese.

I. I vari tipi di unione: convivenza, PACS, matrimonio

- la convivenza
- l'unione civile: il PACS
- il matrimonio

II. Regime patrimoniale della famiglia

- la "communauté légale"
- la "communauté conventionnelle"

III. Il divorzio

- i vari tipi di divorzi
- la procedura di divorzio
- gli effetti del divorzio

MODULO 7 – INTRODUZIONE AL DIRITTO DEL LAVORO FRANCESE

L'obiettivo del presente corso è di trasmettere ai partecipanti un quadro generale del diritto del lavoro francese, presentando i vari protagonisti del mondo del lavoro nonché i vari tipi di rapporti contrattuali posti a servizio delle aziende e dei lavoratori. Infine, verranno analizzati i vari modi di cessazione del rapporto lavorativo.

I. Organizzazione del mondo lavoristico francese (rappresentanze dei lavoratori, sindacati, tribunali, ecc.)

- gli istituti di rappresentazione dei lavoratori
- le organizzazioni sindacali
- le giurisdizioni del diritto del lavoro

II. I vari tipi di rapporti lavorativi

- il contratto a durata indeterminata
- il contratto a durata determinata
- il "contrat de travail temporaire"
- altri "contrats de mise à disposition"

III. Cessazione del rapporto lavorativo

- le dimissioni
- il licenziamento
- la "rupture conventionnelle"
- la "prise d'acte de rupture"

MODULO 8 – INTRODUZIONE AL DIRITTO SUCCESSORALE FRANCESE

Lo scopo del presente corso è di trasmettere ai partecipanti un quadro generale del diritto successorale francese, con l'analisi successiva dei principi delle successioni e le successioni testamentarie e donazioni. Tale materia trova un interesse nel fatto che in caso di morte la legge applicabile è solitamente quella del luogo del decesso. Pertanto, le ipotesi di successioni riguardanti cittadini italiani in Francia sono frequenti.

I. Principi generali delle successioni

- le condizioni di apertura delle successioni
- gli eredi
- l'amministrazione della successione da un mandatario
- la divisione

II. Le successioni testamentarie e le donazioni ("libéralités")

- requisiti relativi alle donazioni e testamenti
- la "réserve héréditaire", la "quotité disponible", la "réduction"
- la disciplina delle donazioni
- la disciplina dei testamenti
- le "libéralités-partages"

Metodologia Didattica

Ogni modulo verrà illustrato con esempi concreti, modelli di atti, di contratti e di lettere, sentenze, slides e schemi spiegativi. Ogni argomento sarà analizzato tramite un confronto comparativo Italia/Francia.

Attestato di frequenza

Il corso è stato accreditato dal Consiglio Nazionale Forense con **24 crediti formativi**.

E' previsto il rilascio dell'**Attestato di frequenza** a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Docente

Avocat **Eva Mary BELINGUIER RAIZ**

Durata

N° 8 incontri di 3 ore ciascuno per un totale di 24 ore

Quota d'iscrizione

Euro 400,00 + IVA a partecipante.

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

CORSO BASE DI SPAGNOLO GIURIDICO PER AVVOCATI

La globalizzazione dei mercati e l'Unione Europea inducono gli operatori del diritto ad affrontare sempre più spesso problematiche legali in ambito comunitario e internazionale. L'esigenza, per tutti coloro che sono sempre più spesso a contatto con soggetti stranieri, è quindi quella di acquisire quelle conoscenze non soltanto giuridiche, ma anche linguistiche e terminologiche, necessarie per integrare la formazione legale tradizionale e acquisire un valore aggiunto sul mercato.

Edizioni

Sono previste 4 edizioni nelle città di Milano e Gallarate.

Obiettivi

Il corso permetterà ai professionisti di acquisire una maggiore padronanza della lingua giuridica sia scritta che orale, importante biglietto da visita per la propria crescita professionale, nonché per il confronto con colleghi o clienti stranieri, di origine ispanofona.

Destinatari

Il corso si rivolge ad Avvocati e Praticanti che desiderano migliorare la padronanza della lingua spagnola giuridica così da incrementare la terminologia tecnica, aumentare la capacità di comprensione di testi o riviste di diritto in lingua, sviluppare la competenza nel redigere contratti e ampliare il vocabolario specifico.

Numero di partecipanti: da un minimo di 5 a un massimo di 12.

Programma

Argomenti di Spagnolo generale (livello A2/B1 pre-intermedio-intermedio)

- Ripasso delle principali strutture grammaticali
- Potenziamento delle abilità di lettura e orale
- Esercitazioni di conversazione

Argomenti di Spagnolo Giuridico:

- Le fonti del diritto spagnolo
- Organizzazione giudiziaria spagnola
- Cenni di Diritto Civile, compravendita e diritto del lavoro
- Vocabolario giuridico, errori comuni e "falsos amigos"
- Traduzione giuridica
- Corrispondenza legale
- Confronto con la terminologia italiana

Metodologia Didattica

I docenti proporranno numerose esercitazioni, in alternanza ai momenti di lezione interattiva.

Attestato di frequenza

Il corso è stato accreditato dal Consiglio Nazionale Forense con **24 crediti formativi**.

E' previsto il rilascio dell'**Attestato di frequenza** a coloro che avranno seguito almeno l'80% delle ore di formazione previste.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula (slides, esercitazioni, case history, ecc.).

Docente

Cecilia Santos Escolano, Abogado iscritta all'Illustre Colegio de Abogados de Madrid.

Laureata in Diritto presso l'Università Autonoma di Madrid, ha studiato un anno presso l'Università di Diritto Internazionale di Aix en Provence in Francia e ha ottenuto un Master in Business Administration dell'Università di Henley on Thames.

Ha collaborato presso lo Studio Legale Ferrer Sama di Madrid e presso lo Studio Legale Toffoletto di Milano occupandosi di diritto di famiglia e successioni, diritto del lavoro e diritto della concorrenza.

Ha lavorato presso multinazionali quali Siemens in Germania (occupandosi di appalti pubblici in Sudamerica) e in Belgio (come Liaison officer con la Commissione Europea), Pirelli a Milano (ufficio relazioni industriali internazionali e studi economici), e infine in IBM, Global Value e Intesa a Milano e

Torino, in qualità di specialista di diritto del lavoro, delle risorse umane e delle relazioni industriali, e come responsabile del personale della filiale Intesa.
Attualmente collabora con uno studio legale di Milano e svolge attività di formazione aziendale in Diritto Spagnolo, Spagnolo Giuridico.

Durata

N° 10 incontri di 3 ore, per un totale di 30 ore.

Quota d'iscrizione

Euro 400,00 + IVA a partecipante.

La quota di iscrizione comprende la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Area Sicurezza sul lavoro

FORMAZIONE DEI LAVORATORI D.LGS 81/08

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 3 il datore di lavoro deve assicurare che ciascun lavoratore riceva una formazione sufficiente e adeguata rispetto ai rischi specifici. I corsi di formazione specifica vengono erogati tramite formazione in aula sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Lavoratori dell'azienda.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

I contenuti dei corsi di Formazione Specifica sono stabiliti in funzione dei rischi relativi alle mansioni, ai possibili danni e alle conseguenti misure di prevenzione e protezione caratteristiche del settore o comparto dell'azienda.

Pertanto gli argomenti trattati andranno ad analizzare nello specifico i diversi fattori legati all'ambiente di lavoro e alle mansioni.

Qui di seguito un elenco delle tematiche affrontate:

- ambiente di lavoro
- microclima e illuminazione
- DPI
- rischio chimico ed etichettatura
- movimentazione manuale dei carichi
- videotermini...

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di mansioni coinvolte negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata minima dei corsi di Formazione Specifica viene stabilita in base alla classificazione dell'azienda come individuata in base alle macrocategorie del Codice ATECO 2002-2007).

4 ore per i settori appartenenti al **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

8 ore per i settori appartenenti al **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

12 ore per i settori appartenenti al **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione generale: durata 4 ore

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio basso: durata 4 ore.

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio medio: durata 8 ore.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione specifica rischio alto: durata 12 ore.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE RLS - RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA

Ai sensi dell'Art. 37 comma 10 il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza ha diritto ad una formazione particolare in materia di salute e sicurezza concernente i rischi specifici esistenti negli ambiti in cui esercita la propria rappresentanza, tale da assicurargli adeguate competenze sulle principali tecniche di controllo e prevenzione dei rischi stessi.

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

La formazione affronterà i seguenti argomenti:

- a) principi giuridici comunitari e nazionali;
- b) legislazione generale e speciale in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- c) principali soggetti coinvolti e i relativi obblighi;
- d) definizione e individuazione dei fattori di rischio;
- e) valutazione dei rischi;
- f) individuazione delle misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- g) aspetti normativi dell'attività di rappresentanza dei lavoratori;
- h) nozioni di tecnica della comunicazione.

Destinatari

Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

La formazione affronterà i seguenti argomenti:

- a) principi giuridici comunitari e nazionali;
- b) legislazione generale e speciale in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- c) principali soggetti coinvolti e i relativi obblighi;
- d) definizione e individuazione dei fattori di rischio;
- e) valutazione dei rischi;
- f) individuazione delle misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- g) aspetti normativi dell'attività di rappresentanza dei lavoratori;
- h) nozioni di tecnica della comunicazione.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

32 ore.

Il corso sarà così organizzato: 4 giornate avente durata di 8 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 500,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEI PREPOSTI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 7 i preposti devono ricevere adeguata e specifica formazione in relazione ai propri compiti in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

I corsi di formazione per i preposti vengono erogati tramite formazione in aula da organizzare sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Preposti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Ai sensi dell'Accordo Stato Regioni del 21/12/2011 gli argomenti trattati sono i seguenti:

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

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di ruoli coinvolti negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

8 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 200,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEI DIRIGENTI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Ai sensi dell'Art. 37 comma 7 i Dirigenti devono ricevere adeguata e specifica formazione in relazione ai propri compiti in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

I corsi di formazione per i Dirigenti vengono erogati tramite formazione in aula da organizzare sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Destinatari

Preposti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Ai sensi dell'Accordo Stato Regioni del 21/12/2011 gli argomenti trattati sono i seguenti:

Modulo 1 - Giuridico-Normativo

- sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori
- gli organi di vigilanza e le procedure ispettive
- soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il D.Lgs. 81/08: compiti, obblighi, responsabilità e tutela assicurativa;
- delega di funzioni;
- la responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa;
- la "responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di responsabilità giuridica" ex D.Lgs. 231/2001 e s.m.i.;
- i sistemi di qualificazione delle imprese e la patente a punti in edilizia

Modulo 2 - Gestione e Organizzazione della Sicurezza

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

Modulo 3 - Individuazione e valutazione dei rischi

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

Modulo 4 - Individuazione e valutazione dei rischi

- competenze relazionali e consapevolezza del ruolo;
- importanza strategica dell'informazione, della formazione e dell'addestramento quali strumenti di conoscenza della realtà aziendale;
- tecniche di comunicazione;
- lavoro di gruppo e gestione dei conflitti;
- consultazione e partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;

- natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Al fine di personalizzare e adattare il materiale di formazione verranno presi contatti con l'Azienda Cliente per valutare le specifiche esigenze formative e verificare la tipologia di ruoli coinvolti negli interventi formativi.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

16 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 450,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE ADDETTI SERVIZIO ANTINCENDIO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

In azienda devono essere presenti lavoratori in grado di intervenire in caso di incendio. Pertanto è preciso dovere del datore di lavoro non solo identificare tali soggetti ma garantirgli una formazione adeguata.

Destinatari

Addetti servizio antincendio.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Corso a Rischio Incendio Basso:

1) L'incendio e la prevenzione (1 ora):

- principi della combustione;
- prodotti della combustione;
- sostanze estinguenti in relazione al tipo di incendio;
- effetti dell'incendio sull'uomo;
- divieti e limitazioni di esercizio;
- misure comportamentali.

2) Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio (1 ora):

- principali misure di protezione antincendio;
- evacuazione in caso di incendio;
- chiamata dei soccorsi.

3) Esercitazioni pratiche (2 ore):

- presa visione e chiarimenti sugli estintori portatili;
- istruzione sull'uso degli estintori portatili effettuata o avvalendosi di sussidi audiovisivi o tramite dimostrazione pratica

Corso a Rischio Incendio Medio:

1) L'incendio e la prevenzione incendi (2 ore):

- principi sulla combustione e l'incendio;
- le sostanze estinguenti;
- triangolo della combustione;
- le principali cause di un incendio;
- rischi alle persone in caso di incendio;
- principali accorgimenti e misure per prevenire gli incendi.

2) Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio (3 ore):

- le principali misure di protezione contro gli incendi;
- vie di esodo;
- procedure da adottare quando si scopre un incendio o in caso di allarme;
- procedure per l'evacuazione;
- rapporti con i vigili del fuoco;
- attrezzature e impianti di estinzione;
- sistemi di allarme;
- segnaletica di sicurezza;
- illuminazione di emergenza.

3) Esercitazioni pratiche (3 ore):

- presa visione e chiarimenti sui mezzi di estinzione più diffusi;
- presa visione e chiarimenti sulle attrezzature di protezione individuale;
- esercitazioni sull'uso degli estintori portatili e modalità di utilizzo di naspi e idranti.

Corso a Rischio Incendio Elevato:

1) L'incendio e la prevenzione incendi (4 ore):

- principi sulla combustione;
- le principali cause di incendio in relazione allo specifico ambiente di lavoro;
- le sostanze estinguenti;
- i rischi alle persone e all'ambiente;

- specifiche misure di prevenzione incendi;
 - accorgimenti comportamentali per prevenire gli incendi;
 - l'importanza del controllo degli ambienti di lavoro;
 - l'importanza delle verifiche e delle manutenzioni sui presidi antincendio.
- 2) La protezione antincendio (4 ore):
- misure di protezione passiva;
 - vie di esodo, compartimentazioni, distanziamenti;
 - attrezzature e impianti di estinzione;
 - sistemi di allarme;
 - segnaletica di sicurezza;
 - impianti elettrici di sicurezza;
 - illuminazione di sicurezza.
- 3) Procedure da adottare in caso di incendio (4 ore):
- procedure da adottare quando si scopre un incendio;
 - procedure da adottare in caso di allarme;
 - modalità di evacuazione;
 - modalità di chiamata dei servizi di soccorso;
 - collaborazione con i vigili del fuoco in caso di intervento;
 - esemplificazione di una situazione di emergenza e modalità procedurali - operative.
- 4) Esercitazioni pratiche (4 ore):
- presa visione e chiarimenti sulle principali attrezzature e impianti di spegnimento;
 - presa visione sulle attrezzature di protezione individuale (maschere, autoprotettore, tute ecc.);
 - esercitazioni sull'uso delle attrezzature di spegnimento e di protezione individuale.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata minima dei corsi di Formazione Specifica viene stabilita in base alla classificazione dell'azienda come individuata in base alle macrocategorie del Codice ATECO 2002-2007)

4 ore per le aziende classificate a **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

8 ore per le aziende classificate a **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

16 ore per le aziende classificate a **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione rischio basso: durata 4 ore.

Interaziendale: **Euro 150,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio medio: durata 8 ore.

Interaziendale: **Euro 250,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio alto: durata 16 ore.

Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

In azienda devono essere presenti lavoratori in grado di intervenire in caso di emergenza sanitaria (infortuni di lieve entità, piccoli malori ecc). Pertanto è preciso dovere del datore di lavoro non solo identificare tali soggetti ma garantirgli una formazione adeguata.

I corsi di formazione erogati sono:

- per addetti al primo soccorso di nuova nomina con durata di 12 ore
- per addetti già formati ma che devono effettuare il corso di aggiornamento (obbligatorio ogni 3 anni) che riguarda la parte pratica.

Destinatari

Addetti al primo soccorso.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

Corso Base per addetti di nuova nomina

MODULO A

Allertare il sistema di soccorso:

- Cause e circostanze dell'infortunio
- Comunicazione con i Servizi di Assistenza Sanitaria di Emergenza

Riconoscere un'emergenza sanitaria:

- Scena dell'infortunio
- Accertamento condizioni psicofisiche dell'infortunato
- Nozioni elementari di anatomia e fisiologia
- Tecniche di auto protezione del personale addetto al soccorso

Attuare gli interventi di Primo Soccorso:

- Sostenimento delle funzioni vitali
- Riconoscimento e limiti di intervento di primo soccorso
- Conoscere i rischi specifici dell'attività svolta

MODULO B

Acquisire conoscenze generali sui traumi in ambiente di lavoro:

- Cenni di anatomia dello scheletro, Lussazioni, fratture e complicanze
- Traumi e lesioni cranio-encefalici e della colonna vertebrale
- Traumi e lesioni toraco addominali.

Acquisire conoscenze generali sulle patologie specifiche in ambiente di lavoro:

- Lesioni da freddo e da calore
- Lesioni da corrente elettrica
- Lesioni da agenti chimici
- Intossicazioni
- Ferite lacero contuse
- Emorragie esterne

MODULO C

Acquisire capacità di intervento pratico:

- Principali tecniche di comunicazione con il sistema di emergenza del S.S.N.
- Principali tecniche di primo soccorso nelle sindromi cerebrali acute.
- Principali tecniche di primo soccorso nella sindrome respiratoria acuta.
- Principali tecniche di rianimazione cardiopolmonare.
- Principali tecniche di tamponamento emorragico. Principali tecniche di sollevamento, spostamento e trasporto del traumatizzato.
- Principali tecniche di primo soccorso in caso di esposizione accidentale ad agenti chimici e biologici.

Corso di Aggiornamento (per addetti che hanno già seguito il corso base)

Acquisire capacità di intervento pratico:

- Principali tecniche di comunicazione con il sistema di emergenza del S.S.N.
- Principali tecniche di primo soccorso nelle sindromi cerebrali acute.
- Principali tecniche di primo soccorso nella sindrome respiratoria acuta.
- Principali tecniche di rianimazione cardiopolmonare.
- Principali tecniche di tamponamento emorragico. Principali tecniche di sollevamento, spostamento e trasporto del traumatizzato.
- Principali tecniche di primo soccorso in caso di esposizione accidentale ad agenti chimici e biologici.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

12 ore per addetti di nuova nomina

4 ore per addetti che hanno già seguito il corso base di 12 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale 12 ore: **Euro 300,00** + I.V.A. a partecipante.

Interaziendale 4 ore: **Euro 100,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE RSPP

RESPONSABILE SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE DATORE DI LAVORO

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Qualora il datore di lavoro decida di ricoprire direttamente l'incarico di Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) è necessario che affronti il relativo percorso formativo normato dall'Accordo Stato Regioni del 21/11/2011.

Omnia eroga i relativi corsi di formazione per consentire al datore di lavoro di avere la giusta preparazione per tale ruolo.

Destinatari

Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

MODULO 1 GIURIDICO - normativo

- il sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori;
- la responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa;
- la "responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prove di responsabilità giuridica" ex D.Lgs. 231/2001 e s.m.i.;
- il sistema istituzionale della prevenzione;
- i soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il D.Lgs. 81/2008: compiti, obblighi, responsabilità;
- il sistema di qualificazione delle imprese.

MODULO 2 GESTIONALE – gestione e organizzazione della sicurezza

- i criteri e gli strumenti per l'individuazione e la valutazione dei rischi;
- la considerazione degli infortuni mancati e delle modalità di accadimento degli stessi;
- la considerazione delle risultanze delle attività di partecipazione dei lavoratori;
- il documento di valutazione dei rischi (contenuti, specificità e metodologie);
- i modelli di organizzazione e gestione della sicurezza;
- gli obblighi connessi ai contratti di appalto, o d'opera o di somministrazione;
- il documento unico di valutazione dei rischi da interferenza;
- la gestione della documentazione tecnico-amministrativa;
- l'organizzazione della prevenzione incendi, del primo soccorso e della gestione delle emergenze.

MODULO 3 TECNICO – individuazione e valutazione dei rischi

- i principali fattori di rischio e le relative misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione;
- il rischio da stress lavoro-correlato;
- i rischi ricollegabili al genere, all'età e alla provenienza da altri paesi;
- i dispositivi di protezione individuale;
- la sorveglianza sanitaria.

MODULO 4 RELAZIONALE – formazione e consultazione dei lavoratori

- l'informazione, la formazione e l'addestramento;
- le tecniche di comunicazione;
- il sistema delle relazioni aziendali e della comunicazione in azienda;
- la consultazione e la partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza.

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

La durata dei corsi varia a seconda del Codice Ateco dell'azienda:

16 ore per le aziende classificate a **Rischio Basso** (commercio all'ingrosso, alberghi, ristoranti ecc...)

32 ore per le aziende classificate a **Rischio Medio** (agricoltura, magazzinaggio, pesca...)

48 ore per le aziende classificate a **Rischio Alto** (estrazioni minerarie, concerie, smaltimento rifiuti...)

Quota d'iscrizione

Formazione rischio basso: durata 16 ore

Interaziendale: Euro **450,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio medio: durata 32 ore

Interaziendale: Euro **600,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

Formazione rischio alto: durata 48 ore

Interaziendale: Euro **900,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE IN AMBITO ALIMENTARE HACCP

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Anche nelle attività legate alla gestione e manipolazione degli alimenti è indispensabile formare adeguatamente i lavoratori al fine di evitare pericolose contaminazioni.

Destinatari

Addetti alla manipolazione degli alimenti.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Legislazione alimentare, obblighi e responsabilità dell'industria alimentare
- Sicurezza e igiene degli alimenti (contaminazione degli alimenti e loro prevenzione)
- Buone pratiche di lavorazione
- Igiene e manutenzione degli ambienti di lavorazione e delle attrezzature
- Norme igieniche per il personale
- Piano di autocontrollo e principi del sistema HACCP

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE DEL PERSONALE AZIENDALE INCARICATO AL TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Anche in materia di privacy è essenziale che l'azienda predisponga momenti di formazione per sensibilizzare il personale incaricato al trattamento circa le regole da osservare.

Destinatari

Personale incaricato al trattamento dei dati sensibili.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- Cenni introduttivi: il concetto di privacy
- Il Decreto Legislativo n 196 del 30 giugno 2003: Codice in materia di protezione dei dati personali
- Le diverse tipologie di dati: personali, sensibili, giudiziari
- Il trattamento dei dati personali
- Il consenso: modalità di manifestazione e casi di esclusione
- L'informativa
- Le figure coinvolte dal Decreto Legislativo 196/03: Titolare, Responsabile, Incaricato, Interessato
- Le misure di sicurezza: fisiche, logiche e procedurali.
- Profili di responsabilità penali, civili e amministrative
- Spazio di discussione

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

2 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 80,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.

FORMAZIONE SULLA RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA DELLE IMPRESE (parte generale) LEGGE 231/2001 OBBLIGATORIA

Edizioni

Sono previste 6 edizioni nelle città di Milano e Roma.

Obiettivi

Come per qualsiasi altro argomento anche in materia di 231 e quindi di responsabilità amministrativa delle imprese la formazione riveste un ruolo fondamentale per far prendere consapevolezza alle funzioni interessate del ruolo svolto al fine di attuare in concreto il Modello Organizzativo.

Omnia si occupa dell'erogazione di interventi formativi ad hoc in favore delle funzioni apicali dell'azienda e dei ruoli interessati sugli adempimenti previsti, i compiti, le responsabilità, il sistema sanzionatorio. I programmi, modi e tempi vengono concordati d'intesa con l'Azienda.

Destinatari

Manager, imprenditori e responsabili amministrativi di aziende, enti e soggetti giuridici.

Numero di partecipanti: da un minimo di 3 a un massimo di 12.

Programma

- il D.Lgs. 231/2001, contenuti ed esonero di responsabilità;
- ambito di applicazione: i reati
- apparato sanzionatorio;
- elaborazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo
- l'Organismo di Vigilanza;
- il Codice Etico
- il Codice Disciplinare

Sede del corso

I corsi di formazione specifica possono essere svolti sia presso la nostra sede sia presso la sede dell'Azienda.

Materiale didattico

Al termine del corso a tutti i partecipanti verrà fornito, in formato digitale, tutto il materiale utilizzato in aula.

Durata

4 ore

Quota d'iscrizione

Interaziendale: **Euro 250,00** + I.V.A. a partecipante.

Dal cliente: Chiedici un preventivo

La quota d'iscrizione include la partecipazione al corso e il materiale didattico.

Al termine del corso, superato il test finale, verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a coloro che avranno seguito almeno il 90% delle ore di formazione previste.