



# CESOP TRAINING

## CATALOGO DELL'OFFERTA FORMATIVA



“ LA MENTE NON È  
UN VASO DA RIEMPIRE,  
MA UN FUOCO  
DA ACCENDERE ”

PLUTARCO

La **Formazione a Catalogo Cesop Training** è la risposta operativa alle esigenze formative e di aggiornamento di chiunque necessiti di migliorare le performance lavorative e accrescere la propria professionalità attraverso lo sviluppo di competenze distintive.

L'offerta formativa è il risultato di un'attenta rilevazione e analisi dei trend di mercato e delle richieste espresse dalle Aziende in termini di sviluppo delle proprie risorse umane.

I singoli programmi formativi sono progettati e sviluppati dal nostro team di docenti e consulenti, professionisti con elevata seniority sugli specifici contenuti e sulle tecniche e gli strumenti didattici da mettere in campo.

La metodologia **Cesop Training** è fortemente interattiva e si basa sull'utilizzo di casi e benchmark tratti da settori e contesti differenti, con l'obiettivo di coinvolgere e sollecitare i partecipanti attraverso il ricorso a tecniche didattiche esperienziali quali lavori di gruppo, case histories, role plays ed esercitazioni.

**Tutti i corsi inseriti a Catalogo sono interamente finanziabili attraverso l'utilizzo dei Fondi Interprofessionali.**

Queste le aree professionali a cui fanno riferimento i corsi inseriti a Catalogo:

- **MANAGEMENT E GESTIONE D'IMPRESA**
- **AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE**
- **RISORSE UMANE**
- **MARKETING E VENDITE**
- **DIGITAL**
- **LEGAL & COMPLIANCE**
- **COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS**
- **LINGUE STRANIERE**
- **INFORMATICA**
- **SICUREZZA, IGIENE E SALUTE SUL LAVORO**

## INDICE

Area <b>MANAGEMENT E GESTIONE D'IMPRESA</b> .....	Pag. 6
<ul style="list-style-type: none"><li>• Direzione d'impresa</li><li>• Organizzazione e controllo dei processi aziendali</li><li>• Strategy Management</li><li>• Change Management – Come gestire i cambiamenti nelle organizzazioni</li><li>• Lean Management – L'approccio Lean nelle aziende</li><li>• Design Thinking</li><li>• Canvas Business Model</li><li>• Blue Ocean</li><li>• Project Management</li><li>• Pianificazione strategica e sviluppo di nuove aree di business</li><li>• Internazionalizzazione</li></ul>	
Area <b>AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE</b> .....	Pag. 12
<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisi di Bilancio</li><li>• Elementi di contabilità generale</li><li>• Elementi di contabilità analitica</li><li>• Fatturazione elettronica verso le PA e conservazione sostitutiva</li><li>• Strumenti e tecniche di controllo di gestione</li><li>• Finanza aziendale per non finanziari</li><li>• La predisposizione del Business Plan</li><li>• Strumenti e tecniche di Fundraising</li></ul>	
Area <b>RISORSE UMANE</b> .....	Pag. 17
<ul style="list-style-type: none"><li>• La valutazione delle prestazioni e l'analisi del potenziale</li><li>• Analisi organizzativa e job description</li><li>• La formazione e lo sviluppo delle risorse umane</li><li>• Formazione Finanziata – Progettazione e gestione di piani formativi</li><li>• Il recruiting e la selezione delle risorse umane</li><li>• Tecniche di selezione avanzata attraverso linkedIn e Social Media</li><li>• L'intelligenza emotiva nei processi decisionali e valutativi</li><li>• HR Vision – come migliorare le performance dei Team di lavoro</li><li>• HR Specialist – percorso formativo per la gestione delle risorse umane</li><li>• La gestione amministrativa del personale – Livello Base</li><li>• La gestione amministrativa del personale – Livello Avanzato</li><li>• La gestione delle relazioni sindacali</li><li>• Job act e nuovi contratti: aggiornamenti e nuovi adempimenti normativi</li><li>• Welfare aziendale</li></ul>	

Area **MARKETING E VENDITE** ..... Pag. 22

- Marketing Mix e Piano Marketing
- Web Social Marketing
- Employer Branding
- Strumenti e tecniche di E-Commerce
- Team Development – Organizzazione e sviluppo della rete di vendita
- Tecniche di vendita – livello base
- Tecniche di vendita – livello avanzato
- Negoziazione efficace nei processi di vendita
- Telemarketing – La gestione telefonica del cliente
- Business Writing – La comunicazione scritta efficace in azienda

Area **DIGITAL** ..... Pag. 28

- Digital R-Evolution - Idee e strumenti per vivere e lavorare meglio nell'era digitale
- Facebook come strumento di Business Marketing
- Social Media B2B: LinkedIn e dintorni
- Brand Reputation Online
- Google+ for Business
- SEO – Come farsi trovare su Google e ottimizzare la presenza digitale

Area **LEGAL & COMPLIANCE** ..... Pag. 30

- Nuova normativa sulla Privacy (GDPR)
- Formazione per Data Protection Officer (DPO)
- Introduzione al D.Lgs 231/01 e alla responsabilità amministrativa d'impresa
- La costruzione di modelli organizzativi coerenti con il D.Lgs 231/01
- Organismo di Vigilanza - funzioni e responsabilità
- La norma ISO 37001:2016 “Sistemi di Gestione Anticorruzione”
- Nuovo Codice sugli Appalti e aggiornamenti normativi
- Contratti di compravendita, agenzia, procacciamento e distribuzione internazionale
- Contratto di appalto internazionale
- Aspetti legali dell'E-commerce

Area **COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS** ..... Pag. 35

- Comunicazione efficace – strumenti e tecniche
- Leadership - Sviluppare stili di leadership efficaci
- Teambuilding - Motivare e gestire i collaboratori
- Teamworking - Cooperare all'interno di gruppi di lavoro
- Time Management - Gestire efficacemente il proprio tempo
- Public Speaking - Convincere e parlare in pubblico
- Self Empowerment e proattività
- Listening & Communication - Comunicazione assertiva e ascolto attivo
- Strumenti e tecniche per la gestione dei conflitti
- Cooking Teambuilding
- Sailing Teambuilding – Outdoor Training in barca a vela
- Orienteering Teambuilding

Area **LINGUE STRANIERE** ..... Pag. 41

- Inglese – livello base
- Inglese – livello intermedio
- Inglese – Business English
- Francese – livello base
- Francese – livello intermedio
- Spagnolo – livello base
- Spagnolo – livello intermedio
- Cinese – livello base
- Arabo – livello intermedio

Area **INFORMATICA** ..... Pag. 45

- MS Word Creativo
- MS Word Avanzato
- MS Excel intermedio
- MS Excel avanzato
- MS PowerPoint
- MS Access
- Introduzione alla Cyber Security
- Cyber Security: minacce e criteri di protezione

Area **SICUREZZA, IGIENE E SALUTE SUL LAVORO** ..... Pag. 48

- Formazione di base per i lavoratori in materia sicurezza, igiene e salute sui luoghi di lavoro
- Formazione aggiuntiva per i preposti
- Formazione per i dirigenti
- Formazione per il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS)
- Strumenti e tecniche di lotta antincendio e gestione delle emergenze
- Strumenti e tecniche di primo soccorso
- Sicurezza Comportamentale (BBS)
- Prevenzione del rischio stress lavoro correlato

# MANAGEMENT E GESTIONE D'IMPRESA

## DIREZIONE D'IMPRESA

**Destinatari** Amministratori, CEO, dirigenti, general manager, manager, aspiranti direttori che desiderano padroneggiare i principali strumenti e le tecniche per la direzione d'impresa

- Contenuti**
- La Direzione di un'impresa o di un'area d'impresa:
    - Individuare gli adempimenti e le responsabilità della propria area direzionale
    - Piano degli incarichi e KPI
    - Evidenziare i rischi d'impresa o dell'area di direzione
    - L'audit e le azioni per il controllo dell'impresa
    - Disposizioni civilistiche in tema di Controllo Interno
    - D.Lgs 231/01: Codice Etico e Responsabilità delle persone giuridiche
    - L. 262/05: disposizioni per la tutela del risparmio
    - Istituzione dei mercati finanziari e controlli
    - Sistema di Sicurezza sul lavoro ex D.Lgs. 81/08 e collegamento con il D.Lgs. 231/01
    - Testo unico sulla Privacy
  - La gestione del rischio:
    - Valutare il clima etico dell'organizzazione, la conformità alle politiche in aree specifiche, la qualità del reporting e l'adeguatezza del sistema di controllo interno
    - La valutazione dei rischi (probabilità ed impatto)
    - La mappatura dei processi
    - Identificazione dei rischi e punti di controllo
    - L'assessment del Sistema di Controllo e le priorità d'intervento
    - RAD Risk Assessment Document
  - Attività di direzione e internal audit:
    - Internal auditing
    - Il controllo dei dati: i sistemi ERP o di controllo e la consultazione dei data base
    - Il monitoraggio dell'area ICT: il sistema ICT, i sistemi ERP
    - Operating e Financial Audit
    - Definire gli obiettivi di direzione e misurare i propri strumenti (budget)
    - Prendere una decisione e tradurla in azione
    - Il confronto ed il coordinamento, azioni di una gestione strategica delle priorità
    - Come costruire un albero delle priorità in riferimento alle decisioni da prendere
    - I sistemi di misurazione delle performance aziendali: il controllo di gestione
    - Misurare la performance personale, dei propri dipendenti e della propria area di direzione con le KPI
    - Costruire "Key Performance Indicators"
    - Costruire un "dashboard" di controllo
    - Costruire le funzioni ed i ruoli sulla base delle aree aziendali direzionali
    - Applicare un modello di "decision making"
  - Le aree di direzione:
    - Procedure aziendali: acquisti, vendite, tesoreria, payroll, investimenti
    - La gestione del cash flow per le politiche aziendali
    - Posizionamento organizzativo delle direzioni (ruoli, mansioni e responsabilità)
    - Gli altri enti di controllo esterno dell'azienda ed il controllo contabile
    - Lettura del bilancio ed esposizione degli indicatori e dei risultati
    - Il report trimestrale/semestrale/annuale
    - Le relazioni alla proprietà o agli amministratori
    - La costruzione del GEC (Group Executive Council)
    - Le relazioni con gli stakeholders

**Durata** 40 ore

## ORGANIZZAZIONE E CONTROLLO DEI PROCESSI AZIENDALI

**Destinatari** Dirigenti, quadri e responsabili di funzione che hanno un ruolo attivo in progetti di ridisegno e/o di riorganizzazione dei processi aziendali

- Contenuti**
- Gli strumenti di rappresentazione e disegno dei processi aziendali:
    - le tecniche di identificazione e di classificazione dei processi
    - le modalità di definizione della mission e degli obiettivi di processo
    - l'elaborazione della carta d'identità di processo
    - l'analisi delle relazioni tra processo e sistema organizzativo
  - Le metodologie di misurazione delle prestazioni dei processi aziendali:
    - l'identificazione delle misure di risultato dei processi
    - l'identificazione dei process performance driver
    - l'analisi comparata (benchmarking) interna ed esterna delle prestazioni
    - le modalità di condivisione del collegamento tra risultati di processo e risultati aziendali
    - le tecniche di controllo statistico dei processi
  - La creazione di un efficace contesto di controllo organizzativo dei processi aziendali:
    - la gestione dell'assetto organizzativo dei processi aziendali
    - la progettazione del sistema di controllo dei processi aziendali
    - la process scorecard ed il legame con la responsabilizzazione economica
    - la definizione degli incentivi process-based
    - la messa a regime del sistema di management dei processi

**Durata** 24 ore

## STRATEGY MANAGEMENT

**Destinatari** Amministratori, CEO, general manager, manager di PMI, Mid-corporate e Amministrazioni Pubbliche e, più genericamente, tutti coloro che desiderano approfondire le tematiche dello strategy management e del "decision making process"

- Contenuti**
- Cos'è una strategia: molte soluzioni per ciascun problema:
    - La visione strategica della gestione aziendale
    - Il pensiero strategico: soluzioni, risorse, obiettivi
    - Le teorie della "strategy management"
  - Come costruire un piano strategico:
    - Il piano strategico ed il mercato: la vision dell'azienda
    - Il problem solving in ambito strategico
    - L'albero delle priorità
  - Modelli di conduzione strategica a soluzione:
    - La "visione strategica" vs "decision making process"
    - Costruire le soluzioni multiple
    - Il Rating decisionale
  - La strategia per competere:
    - La strategia di conduzione aziendale
    - La visione strategica per il mercato

**Durata** 24 ore



## CHANGE MANAGEMENT - COME GESTIRE I CAMBIAMENTI NELLE ORGANIZZAZIONI

**Destinatari** Dirigenti, quadri, responsabili delle funzioni Risorse Umane e Organizzazione e, più genericamente, tutti coloro che nella propria azienda o professione sono chiamati non solo a gestire, ma anche ad interpretare progetti di cambiamento, dall'ideazione all'attuazione

- Contenuti**
- Fasi ed elementi del cambiamento:
    - il cambiamento e le organizzazioni
    - cambiamento progettato e cambiamento desiderato
    - gli elementi coinvolti: persone, organizzazione, processi
    - perché è fondamentale il ruolo dei manager intermedi
    - la resistenza al cambiamento
  - L'Empowerment:
    - l'attuazione di un programma costante di empowerment come leva motivazionale attiva per promuovere, sostenere e gestire il cambiamento
    - focus sullo sviluppo delle capacità professionali dei collaboratori
    - gli approcci individuali che favoriscono o inibiscono il cambiamento: attribuzione di causa, hopefulness, l'auto-efficacia personale, il pensiero operativo positive
    - le azioni di empowerment per attivare il cambiamento e favorire l'azione
    - capire e gestire la zona di influenza e la zona di preoccupazione propria e dei collaboratori
    - la definizione di una strategia di comunicazione
  - Metodi e strumenti per i "changing manager":
    - l'analisi degli atteggiamenti dei collaboratori verso il cambiamento
    - la comunicazione nelle diverse fasi del processo di cambiamento
    - aspetti pratici per la comunicazione della vision del cambiamento
    - la leadership: stili diversi per la gestione del cambiamento

**Durata** 24 ore

## LEAN MANAGEMENT - L'APPROCCIO LEAN NELLE AZIENDE

**Destinatari** Persone che hanno un ruolo attivo in progetti di ridisegno/riorganizzazione dei processi aziendali o, più genericamente, figure professionali che in azienda hanno specifiche responsabilità di processo

- Contenuti**
- Lean management e performance aziendale
    - Cambio di paradigma
    - Obiettivi principali dell'approccio lean
    - Le 3 fasi della trasformazione lean
    - Lean management, i fattori di successo: creare valore, rendere fluidi i processi, ridurre dispersioni (MUDA), coinvolgere l'organizzazione e i team
  - Tecniche e strumenti dell'approccio Lean
    - Bilanciare i flussi produttivi
    - Produzione in base alla domanda del cliente: takt time
    - Riduzione dei tempi di set up: SMED, LTR ed indice di flusso
    - Affidabilità degli impianti: TPM e kaizen
    - Miglioramento della qualità: poka yoke e 6 sigma
    - Eliminare gli sprechi: 5S
  - Ruolo delle persone nel miglioramento continuo delle performance
    - L'importanza dei team leader come promotori del miglioramento continuo
    - I concetti di polivalenza e polifunzionalità delle persone
    - L'importanza del lavoro di squadra e del perseguimento degli obiettivi della squadra

**Durata** 24 ore



## DESIGN THINKING

**Destinatari** Dirigenti, manager, responsabili di funzione e più genericamente tutte quelle figure professionali che desiderano acquisire un metodo funzionale alla presa di decisioni strategiche in scenari dinamici, instabili e mutevoli migliorando la capacità di innovazione e di comprensione del mercato, aumentando le performance di competitività ed efficacia

- Contenuti**
- Il design thinking
    - Cos'è il Design Thinking
    - Fondamenti storici e concettuali
    - Vantaggi e benefici del Design Thinking per le aziende
    - La creazione del Team di progetto
  - Metodo di ricerca analitica e metodo etnografico
    - Il normale metodo analitico di marketing
    - Il metodo etnografico
    - Esempi di analisi etnografica
    - L'approccio al metodo e l'impatto dell'atteggiamento: left and right brain thinking
  - La struttura e le fasi di un processo di design thinking
    - Emphatize – Entrare in “empatia” con i destinatari
    - Define – Analizzare e definire il “problema”
    - Ideate – Generare idee senza porre limiti
    - Rapid prototype – “Sperimentare” quello che si vuole creare
    - Test – “Testare” il prototipo creato
  - Gli strumenti e I metodi del design thinking
    - Collage tematico
    - Visualizzazione
    - Storytelling
    - Mind mapping
    - Concept development
    - concept co-creation

**Durata** 24 ore

## CANVAS BUSINESS MODEL

**Destinatari** Dirigenti, manager, responsabili di funzione e più genericamente tutte quelle figure professionali che desiderano acquisire un metodo funzionale per riformulare il business entro scenari dinamici, migliorando la capacità di innovazione e di comprensione del mercato.

**Contenuti**

- Il Canvas Business Model
  - Cos'è il Canvas Business Model e a cosa serve
  - Fondamenti concettuali e toll per l'azienda
  - Business model VS Business Plan: la creazione di valore
- Promuovere valore: come usare il Canvas
  - Il pensiero laterale come mezzo per compilare il Canvas
  - I 9 elementi costitutivi
  - Clienti: chi sono, modalità di individuazione, comprensione dei bisogni
  - Valore: definizione del valore offerto ai clienti
  - Canali: comunicazione, distribuzione e vendita
  - Relazione: definire la tipologia di relazione che si vuole instaurare con il cliente
  - Ricavi: definizione del prezzo e valore offerto
  - Risorse: individuazione delle risorse per produrre valore
  - Attività: produrre, inventare, pubblicizzare
  - Partner: l'importanza dell'alleanze strategiche
  - Costi: gestione dei costi

**Durata** 24 ore

## BLUE OCEAN

**Destinatari** Dirigenti, manager, imprenditori, amministratori delegate, responsabil marketink e più genericamente tutte quelle figure professionali che desiderano acquisire un metodo funzionale per riformulare il business entro scenari dinamici, migliorando la capacità di innovazione e di individuazione di spazi di mercato inesplorati.

**Contenuti**

- Strategia Blue Ocean
  - Cos'è e a cosa serve: logica e caratteristiche
  - Le buone prassi: il caso Cirque du soleil
  - Metodo: l'analisi della domanda
- Le tecniche
  - Analisi del mercato: nuovi bisogni e evoluzioni
  - Universo del business: red oceans vs blue oceans
  - Analisi settoriale e storica del mercato e della concorrenza
  - Dai bisogni alle domande del mercato
  - Ridefinizione dei problemi: la prospettiva ricostruzionista
  - Definizione del valore

**Durata** 16 ore

## PROJECT MANAGEMENT

**Destinatari** Tutti coloro che gestiscono attività di progetto o gruppi di progetto all'interno di contesti aziendali.

**Contenuti**

- I progetti e le caratteristiche del lavoro per progetti
- Le competenze del project manager
- Modello di autodiagnosi delle competenze e descrizione dei gap
- Gli strumenti: diagramma di Pareto, WBS, diagramma reticolare e Gantt
- Monitoraggio dello stato di avanzamento dei progetti: il feedback
- La gestione delle variazioni: identificazione aree critiche, identificazione azioni correttive
- I report e gli indicatori di efficienza: prodotti servizi, progetti commesse, funzioni svolte per l'organizzazione
- Indicatori di efficacia: qualità del prodotto-servizio, flessibilità, adattabilità
- La verifica dei risultati
- Tradurre gli errori in opportunità
- Piano di azione per lo sviluppo delle proprie competenze di project management

**Durata** 24 ore

## PIANIFICAZIONE STRATEGICA E SVILUPPO DI NUOVE AREE DI BUSINESS

**Destinatari** Dirigenti, quadri e responsabili di funzione che desiderano acquisire competenze strutturate e aggiornate in materia di pianificazione strategica e sviluppo di nuovi business

**Contenuti**

- Elementi di strategia d'impresa
- Applicare il modello di analisi e sviluppo di un nuovo business
- Analisi del settore e dei concorrenti
- Scelte di posizionamento competitivo
- Analisi delle attività creatrici di valore
- Strategie di ingresso, attacco e difesa
- Corporate strategy: logiche prevalenti
- Analisi delle sinergie tra le diverse aree d'affari
- Pianificazione strategica e strategie economico-finanziarie

**Durata** 16 ore

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

**Destinatari** Imprenditori, quadri, project manager, responsabili marketing ma anche a professionisti e consulenti aziendali che assistono le imprese nei processi di internazionalizzazione

**Contenuti**

- Pianificazione dei mercati internazionali
- Il processo di internazionalizzazione per le imprese italiane
- Legislazione e agevolazioni
- Aspetti doganali e dei trasporti
- Il marchio made in Italy e la protezione del brand
- Fiere e opportunità

**Durata** 16 ore

# AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

## ANALISI DI BILANCIO

**Destinatari** Responsabili e impiegati con funzioni amministrative (ma anche commercialisti, personale di studi professionali, referenti di pubbliche amministrazioni, aziende partecipate e municipalizzate, associazioni di categoria, etc.).

**Contenuti**

- Analisi di bilancio: finalità e utilizzo strategico
- Bilancio, controllo e programmazione aziendale
- Riclassificazione del bilancio aziendale
- Struttura patrimoniale, reddituale e finanziaria
- Analisi strutturale, per indici, per flussi
- EBIT EBITDA
- Interpretazione del bilancio
- Strumenti correttivi
- Casi aziendali

**Durata** 16 ore

## ELEMENTI DI CONTABILITÀ GENERALE

**Destinatari** Impiegati amministrativi e più genericamente tutti coloro che desiderano acquisire gli elementi di base relativi alla gestione amministrativa e contabile.

**Contenuti**

- La funzione amministrativa in azienda
- Front office e gestione amministrativa
- Le vigenti normative sulla privacy
- La produzione e conservazione dei documenti
- Lo sviluppo delle capacità di gestione di un archivio cartaceo
- I software e gli applicativi per la gestione dell'archivio elettronico
- Elementi e nozioni di contabilità generale
- Le principali operazioni di esercizio: scritture relative alle operazioni di acquisto
- Operazioni di vendita e operazioni relative al personale dipendente
- La disciplina IVA: i libri obbligatori e gli adempimenti contabili
- Le scritture contabili
- La redazione del bilancio di esercizio: lo schema di conto economico e stato patrimoniale

**Durata** 24 ore

## ELEMENTI DI CONTABILITÀ ANALITICA

**Destinatari** Responsabili di funzione, responsabili di centri di costo, responsabili edp, personale non esperto in ambito amministrativo che deve, però padroneggiare per motivi professionali le tematiche.

- Contenuti**
- Contabilità direzionale
    - Il rapporto tra contabilità direzionale e contabilità generale
    - Le finalità della contabilità direzionale: a cosa serve e come si realizza
  - Gli elementi di costo
    - La definizione di costo
    - La classificazione dei costi
    - La variabilità dei costi
    - Le configurazioni di costo
  - I sistemi di rilevazione dei costi
    - Costi per commessa
    - Costi per processo
    - Costi effettivi vs costi standard
    - Direct Costing e Full Costing: peculiarità e applicazioni
  - Il sistema informativo
    - Il piano dei conti, i centri di costo, le schede costo
    - La definizione dei centri di responsabilità
    - La scelta delle basi di imputazione
    - L'imputazione dei costi agli oggetti di calcolo
    - L'analisi dei costi come strumento di controllo
    - I costi standard
    - L'analisi degli scostamenti
  - Strutturare i Report
    - I dati e la struttura
    - La costruzione e lo sviluppo dei report
    - Le finalità, la forma e la presentazione dei report
    - Introduzione a metodi innovativi: la balanced scorecard
  - I costi del prodotto a supporto del processo di decisione
    - Le decisioni di prezzo
    - L'analisi del break even point
    - Le decisioni di mix
    - Le decisioni di make or buy

**Durata** 32 ore

## FATTURAZIONE ELETTRONICA VERSO LE PA E CONSERVAZIONE SOSTITUTIVA

**Destinatari** Responsabili e impiegati con funzioni amministrative (ma anche commercialisti, personale di studi professionali, referenti di pubbliche amministrazioni, aziende partecipate e municipalizzate, associazioni di categoria, etc.) interessati ad acquisire conoscenze in materia di fatturazione elettronica a seguito dell'entrata in vigore del DPCM del 3 dicembre 2013.

**Contenuti**

- Fatturazione elettronica verso la PA
  - Obbligo di fatturazione elettronica normativa di riferimento
  - Sistemi di Interscambio (SdI) e trasmissione delle fatture elettroniche (FatturaPA)
  - Fattura elettronica (FatturePA) nel formato XML
  - Procedura prevista per l'emissione
  - La firma digitale e la trasmissione via PEC della Fattura PA alla Pubblica Amministrazione
- Conservazione sostitutiva
  - La conservazione elettronica dei documenti fiscali
  - Il Responsabile della Conservazione
  - Il Manuale e le verifiche dell'Agenzia Entrate
  - Aspetti Tecnici della Conservazione Sostitutiva

**Durata** 8 ore

## STRUMENTI E TECNICHE DI CONTROLLO DI GESTIONE

**Destinatari** Responsabili e impiegati con funzioni amministrative (ma anche commercialisti, personale di studi professionali, referenti di pubbliche amministrazioni, aziende partecipate e municipalizzate, associazioni di categoria, etc.).

**Contenuti**

- Centri di costo e oggetti di controllo
- Activity based costing
- Voci di controllo
- I criteri per la gestione ed per il controllo
- Conto economico: come interpretarlo
- Modelli di costing: direct costing e full costing
- Analisi dei dati: interpretazione
- Consuntivi contabili e extracontabili
- Preconsuntivi
- Budget
- Gli strumenti per l'elaborazione
- Il reporting

**Durata** 16 ore

## FINANZA AZIENDALE E PER NON FINANZIARI

**Destinatari** Manager, direttori di area non AFC, quadri e impiegati interessati dal “change management” nell’area AFC e più genericamente tutti coloro che ricoprono all’interno dell’azienda posizioni apicali non dell’area Amministrazione, Finanza e Controllo (direttori acquisti, direttori commerciali, direttori dell’area marketing, direttori produzione, direttori logistica, direttori supply chain ed altre funzioni non finanziarie)

**Contenuti**

- Il bilancio
  - Introduzione al bilancio civilistico, fiscale e finanziario
  - Il bilancio: il Conto Economico, lo Stato Patrimoniale, la nota integrativa, il rendiconto finanziario
  - La lettura del bilancio
  - L’analisi finanziaria (la riclassificazione dello stato patrimoniale e del conto economico)
  - Il bilancio civilistico, finanziario e fiscale.
  - L’analisi economico-finanziaria del Bilancio
  - I principali indicatori economico-finanziari
  - La finalizzazione del bilancio e i principi del bilancio
  - Come fornire i propri indicatori d’area al CFO e al Board of Director
- Altri strumenti economico-finanziari per la gestione dei risultati economico-finanziari
  - Utilizzo del Budget costi
  - Utilizzo del Budget ricavi
  - L’analisi come criterio delle valutazioni di bilancio e del rischio economico-finanziario;
  - Funzione informativa, completezza della nota integrativa e delle altre informazioni;
  - Il bilancio per gli stakeholders
  - il bilancio per il rating finanziario
- Il report semestrale e annuale
  - Indici di liquidità; Indici di struttura; Indici di rotazione; Indici di redditività;
  - Il report annuale
  - Il Rating bancario e la valutazione degli indicatori economico-finanziari
- L’analisi finanziaria prospettica
  - Il business Plan: un piano economico-finanziario in cui si manifesta la “vision”
  - Gli indicatori prospettici: il TIR, l’IRR, il WACC ed il VAN
  - L’importanza di una visione strategica del proprio bilancio: il benchmarking economico-finanziario

**Durata** 32 ore

## LA PREDISPOSIZIONE DEL BUSINESS PLAN

**Destinatari** Imprenditori, responsabili amministrativi e finanziari ma anche a professionisti e consulenti aziendali che assistono le imprese nelle attività di analisi e pianificazione finanziaria

**Contenuti**

- Analisi di settore
- Segmentazione del mercato
- Stima del mercato potenziale
- Ciclo di vita del prodotto
- Analisi strategica
- Calcolo punto di pareggio (break even analysis)

**Durata** 16 ore



## STRUMENTI E TECNICHE DI FUNDRAISING

**Destinatari** Junior fundraiser, responsabili della comunicazione, coordinatori e imprenditori che operano in organizzazioni no profit (associazioni di promozione sociale, cooperative sociali, fondazioni, Ong, Onlus, organizzazioni di volontariato e imprese sociali) e più genericamente tutti coloro che desiderano introdursi al mondo del fundraising.

**Contenuti**

- Definizione del fundraising e suoi trend evolutivi
- I concetti di Donatore e Donazioni
- Il ciclo del fundraising: ideare, progettare, realizzare e valutare la raccolta fondi
- Obiettivi, metodologie, strumenti dei programmi di raccolta fondi
- La raccolta fondi da Individui
- La raccolta fondi da Aziende e Fondazioni
- Fundraising e responsabilità sociale di impresa
- Sponsorizzazioni, filantropia, partnership
- La procedura di ideazione e progettazione del corporate fundraising
- Come contattare individui, imprese e fondazioni
- Come impostare una campagna di direct mailing
- Come organizzare un evento per il fundraising
- Aspetti fiscali delle donazioni da persone fisiche e persone giuridiche
- La valutazione e il follow up del fundraising

**Durata** 24 ore

# RISORSE UMANE

## LA VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI E L'ANALISI DEL POTENZIALE

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane e più in generale tutti coloro che desiderano approfondire gli strumenti per individuare il potenziale e valorizzare i talenti, utilizzando così la crescita delle persone come strumento di sviluppo aziendale.

**Contenuti**

- Obiettivi, finalità e vantaggi della valutazione in azienda
- I concetti di prestazione e di potenziale
- L'elaborazione di piani di cambiamento e valorizzazione individuale
- L'integrazione dei processi valutativi con il percorso di sviluppo professionale
- L'analisi delle posizioni di lavoro
- Metodi, strumenti e modalità operative per la valutazione delle risorse umane
- L'intervista di valutazione delle prestazioni e del potenziale
- Il Piano Personale di Miglioramento: costruzione di un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento

**Durata** 16 ore

## ANALISI ORGANIZZATIVA E JOB DESCRIPTION

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane e più in generale tutti coloro che desiderano approfondire gli strumenti per individuare l'analisi dei ruoli e dell'organizzazione aziendale.

**Contenuti**

- Conoscenza dell'organizzazione e posizionamento strategico
- Individuazione del mercato
- Definizione di mission e vision
- Definizione dei ruoli e delle funzioni
- Job analysis: processi e step
- Job description: compiti e mansioni
- Job evaluation: il singolo entro l'organizzazione
- Organizzazioni efficaci ed efficienti

**Durata** 16 ore

## LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane e/o all'ufficio Formazione che desiderano acquisire competenze elettive in materia di formazione e processi formativi, con particolare riferimento all'utilizzo dei fondi pubblici per il finanziamento di piani formativi.

**Contenuti**

- La formazione come investimento e non come costo
- Gli attori del sistema Formazione nelle aziende
- Il processo formativo
- La rilevazione e l'analisi dei fabbisogni formativi
- La progettazione del piano formativo aziendale
- L'erogazione della formazione
- Modalità didattiche ad apprendimento teorico e pratico-esperienziale
- Modalità di monitoraggio e valutazione degli interventi realizzati

**Durata** 24 ore

## FORMAZIONE FINANZIATA - PROGETTAZIONE E GESTIONE DI PIANI FORMATIVI

<b>Destinatari</b>	Responsabili e impiegati addetti alla funzione HR e/o all'ufficio Formazione che desiderano conoscere come accedere ai finanziamenti per la realizzazione di piani formativi aziendali nonché ad acquisire competenze sulle modalità di progettazione, gestione e rendicontazione.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'utilizzo di fondi pubblici per il finanziamento del piano formativo aziendale</li><li>• Principali strumenti di finanziamento per la formazione continua: Fondi Interprofessionali, FSE, etc.</li><li>• Il panorama dei Fondi Interprofessionali: fondi per dipendenti e per dirigenti</li><li>• Le modalità di accesso ai finanziamenti: conto aziendale vs bandi e avvisi pubblici</li><li>• La normativa sugli aiuti di Stato alla formazione e il regolamento sul "de minimis"</li><li>• La progettazione di piani formativi finanziabili: dall'analisi del fabbisogno al budgeting</li><li>• Come costruire un budget: le tipologie di voci ammissibili e non ammissibili all'interno dei budget</li><li>• La gestione di piani formativi finanziati: linee guida, manuali, utilizzo delle piattaforme dedicate</li><li>• Monitoraggio delle attività formative: caricamento presenze, invio calendari, comunicazioni con i fondi</li><li>• La rendicontazione di piani formativi finanziati: rendiconti a costi e reali o standard</li></ul>
<b>Durata</b>	24 ore

## IL RECRUITING E LA SELEZIONE DELLE RISORSE UMANE

<b>Destinatari</b>	Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane e/o all'ufficio Selezione e più in generale tutti coloro che desiderano approfondire gli strumenti legati alla selezione del personale.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Risorsa umana in azienda e il suo ruolo nell'organizzazione</li><li>• Elementi concettuali inerenti la selezione</li><li>• Il processo di Selezione</li><li>• Analisi del contesto organizzativo</li><li>• Analisi della posizione e stesura Job profile</li><li>• Analisi degli strumenti che si utilizzano nei processi di selezione</li><li>• Il Colloquio di selezione: caratteristiche e tipologie</li><li>• L'Assessment Center nel processo di selezione</li><li>• La valutazione del processo di selezione</li><li>• Report e feedback</li></ul>
<b>Durata</b>	24 ore

## TECNICHE DI SELEZIONE AVANZATA ATTRAVERSO LINKEDIN E SOCIAL MEDIA

<b>Destinatari</b>	Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane e più in generale tutti coloro che utilizzano i social per individuare potenziali candidati.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le funzioni di LinkedIn, facebook e google plus: recruitment 2.0</li><li>• Dalla promozione aziendale alla ricerca dei candidati</li><li>• I gruppi di discussione come strumento di individuazione del candidato</li><li>• Parole chiave e ricerca avanzata</li><li>• Referenze vs segnalazioni</li><li>• Risorse in rete</li></ul>
<b>Durata</b>	8 ore

## L'INTELLIGENZA EMOTIVA NEI PROCESSI DECISIONALI E VALUTATIVI

**Destinatari** Manager, executive, project leader, professionisti e più genericamente chiunque fa del processo decisionale la propria carta del successo professionale.

**Contenuti**

- Decidere: un compito complesso
- Il flusso emotivo tra il problem solving e il decision making
- Le vie neurologiche della cognizione.
- Interferenza emotiva nelle decisioni: un ostacolo o una risorsa?
- Intelligenza emotiva, un fattore critico di successo
- Intelligenza emotiva come guida verso la decisione giusta
- Strumenti e tecniche per utilizzare l'intelligenza emotiva nel processo decisionale

**Durata** 12 ore

## HR VISION - COME MIGLIORARE LE PERFORMANCE DEI TEAM DI LAVORO

**Destinatari** Responsabili delle risorse umane – e altri HR Specialist – che desiderano padroneggiare strumenti strutturati e innovativi per “allineare” le risorse umane con la strategia aziendale al fine di:

- migliorare le competenze delle risorse umane
- aumentare le loro performance
- tenere alta la loro motivazione
- creare un clima favorevole in azienda e nel team di lavoro
- consentire ad ogni risorsa di esprimersi al meglio

**Contenuti**

- Definizione di Mission e Vision
- Modalità di realizzazione di una Survey di analisi e verifica della vision e delle priorità aziendali
- La definizione dei driver e loro modalità di comunicazione
- Sviluppo di un Action Plan per rendere concreta la mission aziendale
- L'allineamento tra la strategia aziendale e le risorse umane
- Strumenti innovativi per aumentare la motivazione e l'engagement delle risorse umane

**Durata** 16 ore

## HR SPECIALIST - PERCORSO FORMATIVO PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

**Destinatari** Figure professionali che desiderano acquisire le competenze necessarie per svolgere la funzione del “responsabile delle risorse umane” in modo innovativo e aggiornato

- Contenuti**
- La gestione strategica delle RU:
    - Strategia e vantaggio competitivo
    - Le competenze della funzione HR
    - Le competenze necessarie per una leadership HR autorevole
    - Il business partner HR
    - L’assetto organizzativo della funzione risorse umane
    - Il portafoglio servizi HR
    - I comportamenti individuali
  - Gli strumenti di gestione delle RU:
    - Analisi progettazione del lavoro
    - Organizzare l’ambiente di lavoro
    - La pianificazione
    - Il reclutamento
    - Employer Branding
  - Il processo di selezione delle RU:
    - l’evoluzione del processo di selezione
    - la scelta del candidato
    - la valutazione
    - l’inserimento in azienda
  - La valutazione del contributo delle RU:
    - La valutazione della prestazione
    - La valutazione delle competenze
    - La valutazione del potenziale
    - Pianificare e gestire le carriere
    - Dal coaching al mentoring, passando per il counseling
  - Lo sviluppo delle competenze delle RU:
    - Leadership e intelligenza emotiva
    - Consapevolezza resilienza e ascolto
    - La gestione dei gruppi
    - La gestione internazionale

**Durata** 80 ore

## LA GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PERSONALE - LIVELLO BASE

**Destinatari** Impiegati addetti all'amministrazione e gestione del personale che necessitano di acquisire competenze di base in materia di gestione amministrativa del personale (ad esempio: neo assunti)

- Contenuti**
- Elementi introduttivi alla gestione del personale:
    - fonti di diritto del lavoro
    - costituzione del rapporto di lavoro e tipologie contrattuali
    - inquadramento, mansioni e retribuzione
    - gli orari di lavoro in azienda
    - ferie, permessi, congedi, maternità, infortuni, malattie e altre ipotesi di sospensione
  - Adempimenti preliminari e periodici:
    - i libri obbligatori e i documenti di lavoro
    - le assunzioni e gli adempimenti conseguenti l'assunzione
    - apertura e gestione delle posizioni INPS e INAIL
    - gestione periodica del personale
  - Gestione amministrativa del personale:
    - gestione del libro paga e rilevazione delle presenze
    - gli elementi della retribuzione: le voci variabili
    - la busta paga: struttura e calcolo
    - calcolo delle ritenute contributive e fiscali
    - l'assegno nucleo familiare e rimborsi a piè lista
  - La cessazione del rapporto di lavoro:
    - la risoluzione del rapporto di lavoro
    - i licenziamenti
    - indennità sostitutiva di preavviso
    - il T.F.R.: nuove modalità di calcolo

**Durata** 24 ore

## LA GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PERSONALE - LIVELLO AVANZATO

**Destinatari** Impiegati addetti all'ufficio personale già in possesso di una maturata esperienza lavorativa in ruoli di amministrazione del personale

- Contenuti**
- Gestione amministrativa avanzata del personale:
    - la previdenza complementare
    - il budget e il costo del lavoro: la contabilizzazione delle paghe
    - le voci di retribuzione nella determinazione degli imponibili
    - il contenzioso del lavoro e la risoluzione del rapporto di lavoro
    - la sicurezza sui luoghi di lavoro e gli adempimenti ex D.Lgs. 81/08
    - la gestione della Privacy sul luogo di lavoro
  - Il collocamento obbligatorio e la gestione dell'inserimento lavorativo:
    - obblighi di assunzione e requisiti dimensionali
    - strumenti per ottemperare all'obbligo e costruzione dei piani di inserimento
    - la Legge 12 marzo 1999, n. 68 "Norme per il diritto al lavoro dei disabili"
  - Elaborazione della busta paga:
    - le variabili di competenza relative ai singoli casi ed eventuali conguagli di fine anno
    - i modelli CUD e i quadri del modello 770 relativi al rapporto di lavoro
    - il modello di autoliquidazione INAIL ed i modelli INPS e GLA

**Durata** 32 ore

## LA GESTIONE DELLE RELAZIONI SINDACALI

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane che desiderano acquisire conoscenze strutturate ed aggiornate sul tema della gestione delle relazioni sindacali

**Contenuti**

- Il Quadro normativo di riferimento
- La rappresentanza sindacale all'interno dell'azienda: le RSA., gli accordi interconfederali e la RSU
- L'attività sindacale in azienda e diritti dei lavoratori: l'Assemblea, i permessi per i rappresentanti sindacali, il Referendum, lo sciopero
- I poteri del Datore di lavoro
- Le sanzioni disciplinari: il licenziamento disciplinare, la repressione della condotta antisindacale: limiti e tutela

**Durata** 16 ore

## JOB ACT E NUOVI CONTRATTI: AGGIORNAMENTI E NUOVI ADEMPIMENTI NORMATIVI

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane che desiderano acquisire conoscenze strutturate ed aggiornate sul tema del job act.

**Contenuti**

- Il Quadro normativo di riferimento
- Nuove tipologie contrattuali
- Classificazione per settori
- Aggiornamento normativo

**Durata** 16 ore

## WELFARE AZIENDALE

**Destinatari** Responsabili e impiegati addetti alla funzione Risorse Umane che desiderano acquisire conoscenze necessarie per la promozione del welfare aziendale.

**Contenuti**

- Dimensione normativa/contrattuale: welfare aziendale come opportunità per aziende e lavoratori
- Dimensione organizzativa: conoscenza della popolazione aziendale e dei suoi bisogni
- Dimensione operative: progettazione, implementazione dei piani di welfare aziendale
- Dimensione economica: costi, benefici e strumenti (esterni e interni)
- Dimensione relazionale: comunicazioni e coinvolgimento del personale

**Durata** 16 ore



# MARKETING E VENDITE

## MARKETING MIX E PIANO MARKETING

**Destinatari** Lavoratori e lavoratrici inserite all'interno di funzioni commerciali e marketing incaricati alla predisposizione di un Piano Marketing e che necessitano di padroneggiare adeguati e aggiornati strumenti di marketing mix.

**Contenuti**

- Clustering e segmentazione del mercato
- Il posizionamento competitivo rispetto ai concorrenti
- La valutazione di opportunità e le minacce ambientali
- L'impostazione di una strategia di marketing
- Il sistema degli obiettivi: vendite, margini, quote di mercato
- Definire un piano di azione, valutarne la redditività, controllare i risultati
- Le 4 P del marketing mix: azioni relative a prodotto, prezzo, promozione e punto vendita
- La struttura dedicata al marketing e la relazione con le altre funzioni aziendali
- Tendenze evolutive del marketing

**Durata** 24 ore

## WEB SOCIAL MARKETING

**Destinatari** Figure professionali che intendono affrontare le logiche della comunicazione in Internet, utilizzare strategicamente gli strumenti di web marketing operativo (motori di ricerca, email, banner, sponsorizzazioni, newsletter, etc), pianificare attività di marketing e vendita, capire come gli utenti cercano le informazioni in internet e nei siti web, monitorare i risultati e le performance.

**Contenuti**

- Benchmarking online
- Studio dello scenario competitivo (sia legato all'offerta che al marketing mix)
- Online branding
- Incremento della notorietà di marca
- Database building
- Realizzazione di database per altre attività di marketing
- Lead generation
- Generazione di liste contatti altamente qualificati e motivati all'acquisto
- Vendita diretta
- E-commerce
- Formazione online del personale e dei partner
- Online customer support
- Assistenza clienti online

**Durata** 32 ore

## EMPLOYER BRANDING

**Destinatari** Tutti coloro i quali desiderano acquisire conoscenze specialistiche in materia di Employer Branding.

**Contenuti** Mod. 1 - L'EMPLOYER BRAND E IL MARKETING

- Cos'è l'Employer Branding
- Marketing ed Employer Branding
  - Kotler e la codifica del marketing
  - Adattare il marketing mix all'Employer Brand
- Origine dell'Employer Branding (dalla pratica alla teoria, il caso inverso)
  - Ambler, Barrow & Mosley
  - Mckinsey e la guerra dei talenti
  - I benefici economici dell'Employer Brand
  - Il caso italiano
- Employer Branding Laterale e di Guerrilla
  - Quando il branding tradizionale diviene meno efficace?
  - Branding laterale e non convenzionale
- Chi è il "cliente" (il nostro target è chiaro? Come pensa e cosa desidera?)
  - Anche noi siamo clienti
  - Come individuare il cliente adatto (il target di tutto)
  - Adeguare le nostre strategie al cliente
- Esercitazione sulla pratica di branding laterale e non convenzionale

Mod. 2 - LE RICERCHE E I DATI

- Le informazioni alla base di tutto (cosa si ha, cosa si deve avere e come ottenerlo)
  - Cosa ci occorre per iniziare a lavorare
  - Informazioni qualitative e informazioni quantitative
  - Come reperire le informazioni (ricerche di dati primari e di dati secondari)
  - Il dato e la parola: differenti ricerche a seconda delle differenti esigenze di conoscenza
  - Esercitazione sulla ricerca e l'interpretazione dei dati

Mod. 3 - LA COMUNICAZIONE

- L'Employer Branding come strumento di comunicazione (interna ed esterna)
  - Il processo di employer brand
  - Employee value proposition (il modello)
  - Bilancio delle competenze (strumento per l'employer branding)
  - Comunicazione interna e comunicazione esterna
- Strumenti di comunicazione in prospettiva di promozione del brand
  - Cosa è il brand
  - Tecniche di Brand Equity
- Comunicazione di mission, vision e valori d'impresa per una strategia di "attrazione" dei talenti
  - Strategia d'impresa (dall'analisi swot alla otsw)
  - L'immagine dell'azienda tra analisi e gestione
  - Comunicazione istituzionale e comunicazione mirata
  - Esercitazione sulla strategia di comunicazione

Mod. 4 - COSA FARE IN CONCRETO

- Strategie di employer branding, come si sviluppa una campagna di promozione del brand
  - campagne di marketing e pubblicitarie (il piano media)
  - cosa posso fare e cosa devo affidare all'esterno
- Valutare l'efficacia della campagna di employer brand (il feedback)
  - Come si valuta una campagna pubblicitaria
  - Qual è il valore da ricercare
  - I dati che occorre comparare
- Best practice
  - Cosa fare e cosa non fare
  - Case history / Esercitazione sulla strategia di employer branding di un'azienda a scelta con produzione di un documento

**Durata** 40 ore

## STRUMENTI E TECNICHE DI E-COMMERCE

<b>Destinatari</b>	Quadri, direttori marketing di aziende e tutte quelle figure interessate a sviluppare la tematica dell'E- Commerce.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'avvio di un sito di e-commerce:<ul style="list-style-type: none"><li>- Il mercato italiano dell'e-commerce: limiti ed opportunità, sito di vendita online</li><li>- Attenzioni di fronte alla scelta del software</li><li>- Usabilità del sito: gli errori più comuni</li><li>- Gestione della Logistica</li><li>- I sistemi di pagamento</li><li>- Customer care e capitalizzazione del cliente</li><li>- Costi e ricavi di un negozio virtuale</li></ul></li><li>• La promozione di un sito di e-commerce:<ul style="list-style-type: none"><li>- Strumenti di tracciamento e metriche di business</li><li>- Dal search engine marketing (SEO) al social media marketing</li><li>- Il pay-per-click e il pay-per-sale</li><li>- L'e-mail marketing e gli outlet online</li><li>- Il social commerce: tecniche di vendita online sui social media</li></ul></li></ul>
<b>Durata</b>	24 ore

## TEAM DEVELOPMENT - ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DELLA RETE DI VENDITA

<b>Destinatari</b>	Responsabili di funzioni commerciali e marketing o neoincaricati che desiderano acquisire competenze per migliorare le prestazioni commerciali della rete di vendita attraverso gli strumenti di pianificazione, definizione e monitoraggio del budget
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Modelli organizzativi e budget per la Rete di Vendita:<ul style="list-style-type: none"><li>- le diverse tipologie di rete di vendita</li><li>- disegnare, dimensionare e organizzare la rete commerciale</li><li>- portafoglio clienti e area territoriale</li><li>- gli strumenti per l'analisi, la pianificazione e il controllo degli obiettivi di vendita</li><li>- il budget: come definire obiettivi, monitorare gli stati di avanzamento e valutare i risultati</li></ul></li><li>• Motivare la Rete di Vendita:<ul style="list-style-type: none"><li>- gli strumenti di comunicazione, motivazione e coinvolgimento della forza vendita</li><li>- la presentazione e la condivisione degli obiettivi e del budget</li><li>- come svolgere efficaci riunioni con la rete e gestire le conflittualità</li><li>- come stimolare l'ambizione dei venditori e trasformarla in performance</li></ul></li></ul>
<b>Durata</b>	24 ore

## TECNICHE DI VENDITA - LIVELLO BASE

**Destinatari** Figure professionali da introdurre in funzioni commerciali e marketing e junior commerciali che hanno necessità di acquisire capacità comunicative finalizzate alla vendita di prodotti o servizi

- Contenuti**
- Il linguaggio e la comunicazione nella vendita: le regole e la ricerca del consenso
  - L'analisi dei processi aziendali
  - La trattativa commerciale: approccio e conquista dell'attenzione
  - Individuazione di esigenze e motivazioni di acquisto
  - Analisi e superamento degli ostacoli e delle obiezioni
  - Chiusura della trattativa
  - Gratificazione e fidelizzazione del cliente
  - La conquista della fiducia
  - Il venditore consulente
  - Il reporting aziendale: modelli, analisi, strumenti

**Durata** 32 ore

## TECNICHE DI VENDITA - LIVELLO AVANZATO

**Destinatari** Figure professionali già in possesso di competenze di base tecniche e comportamentali, le abilità relazionali per poter gestire con successo ogni tipo di trattativa

- Contenuti**
- Strumenti e tecniche avanzate di dinamica persuasiva e comunicazione efficace
  - Mirroring, pacing and leading: rispecchiare, andare a ritmo e guidare
  - Il sistema sensoriale: realtà o rappresentazione, accessi ocular
  - Autostima: tecniche di automotivazione
  - Il potere degli stati d'animo: come predisporre nello stato d'animo migliore per vendere
  - Le capacità del venditore: trasformare gli insuccessi passati in future opportunità di vendita
  - La gestione ottimale delle critiche e dei clienti "difficili"
  - Come trasformare lo stress da prezioso nemico a prezioso alleato
  - Le credenze dei top venditori

**Durata** 24 ore

## NEGOZIAZIONE EFFICACE NEI PROCESSI DI VENDITA

**Destinatari** Funzionari commerciali, professionisti e più genericamente tutti coloro i quali desiderano migliorare le proprie capacità di negoziazione attraverso l'acquisizione di strumenti di analisi e diagnosi per gestire le differenti situazioni negoziali, con attenzione alla negoziazione d'acquisto

- Contenuti**
- La dimensione razionale della negoziazione:
    - le situazioni negoziali fondamentali: distributive e integrative
    - gli approcci strategici fondamentali: competitivo e cooperativo
    - i concetti di prezzo limite e prezzo obiettivo, la zona di possibile accordo e la migliore alternativa al non accordo
    - le strategie e le tattiche di conduzione: l'apertura, l'offerta condizionata, il testo negoziabile, l'ultimatum
    - la valutazione del tempo, del rischio e la gestione dell'incertezza
  - La dimensione relazionale della negoziazione:
    - gli stili fondamentali di comunicazione
    - la capacità di ascolto e la comunicazione non verbale
    - le strategie e le tattiche di influenza nella relazione con i fornitori
    - la valutazione delle caratteristiche psicologiche delle controparti negoziali
    - gli stili fondamentali di negoziazione

**Durata** 12 ore

## TELEMARKETING - LA GESTIONE TELEFONICA DEL CLIENTE

**Destinatari** Lavoratori e lavoratrici con funzioni commerciali, addetti al telemarketing e al customer service e più in generale tutti coloro che intendono strutturare un'attività di telemarketing orientata alla promozione e alla vendita di prodotti e/o servizi in modo professionale ed efficace

**Contenuti**

- Il telemarketing: che cosa è e perché lo si utilizza, differenza tra telemarketing e teleselling
- Il concetto di "vendita consultiva"
- Gli strumenti per un'azione di telemarketing efficace: lo script, il target selezionato
- Il piano di una chiamata in uscita
- Gli ostacoli del telemarketing
- La gestione dei filtri e delle obiezioni: il "rifiuto all'ascolto", la paura del "no ... non mi interessa"
- L'ascolto partecipativo e la formulazione di "domande aperte"
- Gli errori più comuni nell'attività di telemarketing
- L'organizzazione dell'attività di telemarketing

**Durata** 16 ore

## BUSINESS WRITING - LA COMUNICAZIONE SCRITTA EFFICACE IN AZIENDA

**Destinatari** Tutte quelle figure professionali che hanno la necessità di effettuare comunicazioni scritte efficaci, quali e-mail e presentazioni

**Contenuti**

- Introduzione alla comunicazione scritta d'impatto
- La scelta del destinatario più adeguato nella comunicazione scritta
- La scelta del titolo/oggetto nelle e-mail: come invogliare alla lettura e catturare l'attenzione
- La scelta del linguaggio, del tono di scrittura e dei contenuti da esporre
- Tecniche per semplificare il messaggio e per renderlo più efficace e leggibile
- Tecniche per adattare il linguaggio ai canali comunicativi dell'interlocutore
- Tecniche per stilare un'agenda, i memos, i report e le informative
- Il layout grafico della comunicazione scritta: il visual appeal
- L'ortografia, la punteggiatura, l'uso delle maiuscole, paragrafi e interlinee, elenchi puntati
- Il corpo del testo, conclusioni e saluti

**Durata** 8 ore

# DIGITAL

## DIGITAL R-EVOLUTION

### IDEE E STRUMENTI PER VIVERE E LAVORARE MEGLIO NELL'ERA DIGITALE

**Destinatari** Manager, impiegati, professionisti e tutte quelle le figure professionali che sono interessati ad approfondire questa tematica e ad acquisire strumenti strutturati per una comprensione dell'innovazione portata in azienda dalla rivoluzione tecnologica

**Contenuti**

- Organizzazioni tecnologiche: i processi in atto nei cambiamenti tecnologici che investono le imprese e le organizzazioni in generale
- Evoluzione umana e sviluppo tecnologico: come e perché lo sviluppo tecnologico influenza l'evoluzione umana
- Vita da schermo: perché ci piace così tanto il mondo digitale?
- Utilizzo problematico di Internet: i fattori che ne prevengono gli effetti e che sviluppano un utilizzo funzionale del web
- Creativity: come sviluppare reti creative
- Robot e creatività: come e perché i robot possono supportare la creatività umana
- Networking e reti sociali

**Durata** 16 ore

## FACEBOOK COME STRUMENTO DI BUSINESS MARKETING

**Destinatari** Marketing manager, consulenti, operatori della comunicazione e più genericamente tutti coloro che desiderano avere una panoramica completa sul funzionamento e le potenzialità di Facebook per il business

**Contenuti**

- Scenario Social Media in Italia
- Come organizzare la tua comunicazione aziendale su facebook
- Strategia di presenza su Facebook: perché aprire una Fan Page?
- Set-up Fan Page: customizzazione grafica, applicazione, strategia di produzione contenuti
- Strumenti gratuiti per espandere la fan base: plugin sociali, eventi, messaggi, inviti
- Facebook Advertising: annunci, notizie sponsorizzate, offerte .F-Commerce
- Misurazione dei Risultati: Facebook Insight

**Durata** 12 ore

## SOCIAL MEDIA B2B: LINKEDIN E DINTORNI

**Destinatari** Marketing manager, consulenti, operatori della comunicazione, imprenditori, startupper e più genericamente tutti coloro che desiderano acquisire tecniche operative per utilizzare i social media in ottica business to business

**Contenuti**

- Definire gli obiettivi della presenza social B2B e sviluppare una presenza social coerente
- Pubblicare informazioni utili ai propri target di Clientela creando un profilo LinkedIn, una pagina aziendale o un gruppo di discussione
- L'ascolto delle conversazioni online e l'individuazione dei luoghi di discussione per cogliere nuove opportunità di business
- Sviluppare al meglio la propria rete di contatti in ottica B2B
- Integrare le proprie strategie social monitorandone i risultati e inserirli nei sistemi di Social CRM

**Durata** 12 ore

## BRAND REPUTATION ONLINE

- Destinatari** Marketing manager, consulenti, operatori della comunicazione, imprenditori, startupper e più genericamente tutti coloro che desiderano acquisire tecniche operative per proteggere, monitorare e far crescere la brand reputation online su Google e sui social media
- Contenuti**
- Come verificare la propria immagine on line attraverso un check up reputazionale aziendale
  - Prevenire i rischi legati alla diffusione di informazioni che riguardano il brand aziendale
  - L'ascolto delle conversazioni online e l'individuazione dei luoghi di discussione dove si parla del tuo settore o di te
  - Come gestire ed operare nelle situazioni di crisi reputazionali
  - Ricerare proattivamente nuove opportunità di business o rilancio aziendale attraverso gli strumenti 2.0
- Durata** 12 ore

## GOOGLE+ FOR BUSINESS

- Destinatari** Marketing manager, consulenti, operatori della comunicazione e più genericamente tutti coloro che desiderano avere una panoramica completa sul funzionamento di Google+ come strumento di comunicazione e di business per l'azienda
- Contenuti**
- Scenario Social Media in Italia
  - Strategia di presenza su Google+: perché aprire una Business Page?
  - Set-up Account Google+: customizzazione grafica, profilo aziendale, strategia di produzione contenuti
  - Come far crescere le audience che seguono la nostra Business Page
  - Gli strumenti di comunicazione di Google+: Hangout, Eventi, Local
  - Misurazione dei Risultati (ROI)
  - Project work: Progettazione e realizzazione Account Google+
- Durata** 8 ore

## SEO - COME FARSI TROVARE SU GOOGLE E OTTIMIZZARE LA PRESENZA DIGITALE

- Destinatari** Communication manager, web master e più genericamente tutti coloro che desiderano cogliere nuove opportunità professionali nella comunicazione digitale attraverso i motori di ricerca
- Contenuti**
- È possibile non esserci? I motori di ricerca e il loro funzionamento
  - Posizionamento organico (SEO) e a pagamento (SEA)
  - Il processo base per l'ottimizzazione SEO di un sito internet o di un blog
  - Mercato digitale in Italia: le ragioni per avere una presenza nel web
  - Le logiche e le tecniche degli strumenti di pubblicità su Google
  - Come comunicare efficacemente su Google
  - Come interpretare I risultati di una campagna online
- Durata** 8 ore



# LEGAL & COMPLIANCE

## NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY (GDPR)

**Destinatari** Responsabili Privacy, IT Manager, Responsabili sicurezza informatica, Internal Audit, Amministratori di sistema, Consulenti Direzionali, Risk Manager aziendali, dirigenti, responsabili dei sistemi di gestione e più genericamente tutti coloro che intendono essere introdotti alla nuova normativa in materia di gestione dei dati personali.

**Contenuti**

- Quadro generale del nuovo Regolamento europeo (gdpr): aspetti salienti e adempimenti principali. Cosa cambia rispetto al D.Lgs. 196/2003
- Le figure soggettive disciplinate dal Regolamento Europeo: focus sul Data Protection Officer (dpo)
- Il trasferimento dei dati all'estero e la circolazione dei dati al di fuori dell'U.E.
- La gestione dei rapporti con i fornitori esterni
- Aspetti sanzionatori nel nuovo Regolamento Europeo
- I concetti di Privacy Impact Assessment e Risk management e lo standard ISO 27001
- Data breach e processo di gestione degli incidenti
- Il concetto di privacy by design
- Le responsabilità relative alla protezione dei dati in cloud
- La conformità al Regolamento attraverso i sistemi di gestione: aspetti alle possibili certificazioni

**Durata** 8 ore

## FORMAZIONE PER DATA PROTECTION OFFICER (DPO)

**Destinatari** Funzionari e/o dirigenti che svolgono - o svolgeranno - il ruolo di Responsabile Privacy, Data Protection Officer, Responsabile IT, Security Manager, Compliance Officer. Liberi professionisti che svolgono attività di consulenza.

**Contenuti**

Mod. 1 - LA NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY

- I principi introdotti dal Nuovo Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (reg. 2016/679). Regime sanzionatorio. Privacy, digital marketing e social network: cookie, profilazione on line e pubblicità comportamentale. Privacy e Diritto di Cronaca: diritto all'oblio e tutela dell'immagine e reputazione on line. l'impatto della disciplina della privacy sui rapporti di lavoro. Data Breach – comunicazione della crisi

Mod. 2 - LE ATTIVITÀ SPECIFICHE DEL DPO PREVISTE NEL NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO

- Designazione del DPO. Posizione del DPO. Compiti del DPO. Indipendenza e relazioni funzionali del DPO. Le Autorità di Controllo – DPO e rapporti con le autorità di controllo

Mod. 3 - IT GOVERNANCE RISK ANALYSIS

- Information Security, Confidentiality, Integrity, Availability, Standard e metodologie (Cobit, ISO 27001, NIST etc.)
- Service Continuity, Disaster Recovery Plan e Business Continuity.
- Misure minime ai sensi del D.Lgs 196/2003. DPIA documento di valutazione d'impatto
- Trasferimento dati all'estero, Privacy by Design – Privacy by default
- concetti di Cloud Computing ed Encryption

Mod. 4 - FORMAZIONE PRATICA

- Tecniche di redazione di lettere di incarico, policy e procedure
- Tecniche di redazione di segnalazioni, reclami, ricorsi, istanze

**Durata** 32 ore

## INTRODUZIONE AL D.LGS 231/01 E ALLA RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA D'IMPRESA

<b>Destinatari</b>	Lavoratori dipendenti e collaboratori che necessitano di essere introdotti alla normativa in materia di responsabilità amministrativa d'impresa e per i quali il Datore di Lavoro è obbligato a fornire le più basilari conoscenze legali, organizzative e tecnologiche relative al Modello Organizzativo 231 adottato.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inquadramento generale della normativa di riferimento e principali novità apportate dal D.Lgs 231/01</li><li>• Disciplina del D.Lgs. 231/01</li><li>• Soggetti interessati</li><li>• La responsabilità dell'Ente</li><li>• Individuazione delle aree e dei processi a rischio</li><li>• Tipologie di reati previsti dal D.Lgs. 231/01</li><li>• Come procedere alla mappatura delle attività sensibili</li><li>• Predisposizione di organigrammi e mansionari dettagliati e aggiornati</li><li>• Identificazione e valutazione del rischio</li><li>• Mappatura normativa e protocolli</li></ul>
<b>Durata</b>	8 ore

## LA COSTRUZIONE DI MODELLI ORGANIZZATIVI COERENTI CON IL D.LGS 231/01

<b>Destinatari</b>	Datori di lavoro, dirigenti, amministratori di società, tecnici della sicurezza, RSPP e ASPP, lavoratori con funzioni manageriali e professionisti interessati a vario titolo alla tematica.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introduzione al Modello di Organizzazione e Gestione previsto dal D. Lgs. 231:<ul style="list-style-type: none"><li>- Il D.Lgs. 231/01: la responsabilità amministrativa degli enti</li><li>- Il modello esimente: requisiti previsti nel D. Lgs. 231/01</li></ul></li><li>• La metodologia per lo sviluppo di un modello organizzativo e di gestione secondo D. Lgs. 231/01:<ul style="list-style-type: none"><li>- Metodologie di approccio allo sviluppo di un Modello di organizzazione e gestione</li><li>- Fasi per la formalizzazione del modello organizzativo 231:<ul style="list-style-type: none"><li>- analisi iniziale</li><li>- analisi dei processi decisionali</li><li>- mappatura del rischio e valutazione del rischio</li><li>- definizione dei protocolli di prevenzione</li></ul></li><li>- Il codice Etico e il sistema Sanzionatorio</li></ul></li><li>• L'integrazione del modello previsto dal D. Lgs. 231/01 con l'art. 30 del D. Lgs. 81/08:<ul style="list-style-type: none"><li>- Modello di organizzazione e controllo e sistema di gestione della sicurezza nei luoghi di lavoro</li><li>- Integrazione del Modello con le previsioni dell'art. 30 del D. Lgs. 81/08</li><li>- La politica della Sicurezza</li></ul></li></ul>
<b>Durata</b>	8 ore

## ORGANISMO DI VIGILANZA - FUNZIONI E RESPONSABILITÀ

<b>Destinatari</b>	Professionisti, dirigenti, quadri, impiegati amministrativi e più genericamente tutti coloro che desiderano acquisire gli elementi di base per l'adozione e la gestione di un corretto sistema di compliance aziendale
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nozione e composizione dell'OdV</li><li>• Funzioni e attività dell'OdV</li><li>• Responsabilità dell'OdV</li><li>• Flussi informativi gli altri organi/componenti aziendali</li></ul>
<b>Durata</b>	2 ore

## LA NORMA ISO 37001:2016 SISTEMI DI GESTIONE ANTICORRUZIONE

<b>Destinatari</b>	Dirigenti / Funzionari / Responsabili di Pubblica Amministrazione e Settore Privato, Settore ONG (ONLUS etc), Imprenditori, Avvocati, Managers e Responsabili di qualsiasi funzione organizzativa, Consulenti, Auditors interni.
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La definizione di corruzione e il campo di applicazione della ISO 37001</li><li>• Il quadro normativo di riferimento</li><li>• La struttura della norma, termini e definizioni</li><li>• Rischio corruzione nei gruppi societari nazionali e internazionali</li><li>• Requisiti, procedure, due diligence e attività operative</li><li>• La normativa whistleblowing</li></ul>
<b>Durata</b>	24 ore

## NUOVO CODICE SUGLI APPALTI E AGGIORNAMENTI NORMATIVI

<b>Destinatari</b>	Datori di lavoro, dirigenti, amministratori di società, lavoratori con funzioni manageriali e professionisti interessati a vario titolo alla tematica
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introduzione al D. Leg.vo 19/04/2017, n. 56</li><li>• Sintesi e testo del correttivo</li><li>• Principali modifiche</li><li>• Tabella analisi d'impatto per destinatari</li></ul>
<b>Durata</b>	8 ore

## CONTRATTO DI APPALTO INTERNAZIONALE

<b>Destinatari</b>	Responsabili e impiegati amministrativi e commerciali e più genericamente tutti coloro che si occupano all'interno dell'azienda della redazione e stipulazione dei contratti di appalto (d'opera e/o di servizi)
<b>Contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aspetti generali:<ul style="list-style-type: none"><li>- Appalto, vendita o contratto misto (inquadramento generale)</li><li>- Schemi contrattuali (EPC/Work Packages Structure)</li><li>- Modelli contrattuali (FIDIC, ICC, ORGALIME, ENAA)</li><li>- Consigli pratici</li></ul></li><li>• Elementi critici del contratto:<ul style="list-style-type: none"><li>- Prezzo fisso/revisione del prezzo</li><li>- Data certa/proroga dei termini</li><li>- Varianti/lavori extracontrattuali</li><li>- Obbligo di non sospendere i lavori in caso di controversia/mancato pagamento</li><li>- Forza maggiore</li><li>- Danni/limitazioni di responsabilità</li><li>- Penali</li><li>- Garanzia per vizi e difetti</li><li>- Testing/accettazione/passaggio di responsabilità</li><li>- Esperto indipendente</li><li>- Risoluzione delle controversie</li><li>- Scelta della legge applicabile</li></ul></li><li>• Subappalto</li></ul>
<b>Durata</b>	8 ore

## CONTRATTI DI COMPRAVENDITA, AGENZIA, PROCACCIAMENTO E DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE

**Destinatari** Responsabili e impiegati amministrativi e commerciali e più genericamente tutti coloro che si occupano all'interno dell'azienda della redazione e stipulazione dei contratti commerciali.

- Contenuti**
- Agenzia e procacciamento
    - Introduzione al contratto internazionale e alle modalità di internazionalizzazione
    - Definizione, caratteristiche e differenze fondamentali delle due tipologie contrattuali
    - Conclusione del contratto
    - Elementi del contratto e clausole ricorrenti
    - Indennità di fine rapporto
    - Legge applicabile
    - Giudice competente
  - Distribuzione commerciale
    - Definizione, caratteristiche del contratto di distribuzione
    - Differenze tra agente e distributore
    - Conclusione del contratto
    - Legge applicabile (scelta dalle parti o legge applicabile in mancanza di scelta)
    - Giudice competente in caso di controversia
    - Clausole ricorrenti
  - Compravendita internazionale
    - Definizione del contratto di compravendita
    - Perfezionamento del contratto
    - Elementi del contratto (es. prezzo, data di consegna della merce e trasporto, ecc.)
    - Incoterms (caratteristiche principali)
    - Legge applicabile alla vendita internazionale
    - La disciplina della Convenzione di Vienna del 1980
    - Caso fortuito e forza maggiore
    - Sistemi di risoluzione del contenzioso
    - Vendita con riserva di proprietà
    - Garanzia per vizi della cosa venduta (cenni)
    - Efficacia e requisiti di validità delle condizioni generali
    - Clausole ricorrenti
  - La fase delle trattative nei contratti commerciali
  - Non disclosure agreement
  - Lettera di intenti

**Durata** 12 ore (i singoli moduli sono separabili)

## ASPETTI LEGALI DELL'E-COMMERCE

**Destinatari** Responsabili e impiegati che si occupano all'interno dell'azienda del commercio elettronico e/o dei relativi contratti di vendita e degli altri aspetti legali / commerciali

- Contenuti**
- Adempimenti iniziali:
    - Consumatore, imprese e professionisti (B2B – B2C)
    - Adempimenti burocratici per iniziare l'attività di commercio elettronico (cenni)
    - Individuazione delle problematiche che dovranno essere affrontate (clientela intra o extra UE – mera vetrina o conclusione del contratto tramite sito)
    - Consigli pratici
  - Il contratto telematico:
    - Fase precontrattuale/trattative/obblighi informativi
    - La formazione e la conclusione del contratto (tramite email o tramite sito web)
    - Gli elementi essenziali del contratto
    - Point and click
    - Check list delle clausole contrattuali/clausole vessatorie
    - Obblighi informativi post contrattuali
    - Il contratto con il consumatore
  - La tutela della privacy
  - La responsabilità del produttore

**Durata** 8 ore

# COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS

## COMUNICAZIONE EFFICACE - STRUMENTI E TECNICHE

**Destinatari** Figure professionali con ruoli manageriali o commerciali e più genericamente tutti coloro che desiderano migliorare la propria efficacia comunicazionale e relazionale sia nei confronti dei colleghi sia verso l'ambiente esterno (client, fornitori, partner, stakeholder).

- Contenuti**
- Nozioni di tecnica della comunicazione
  - La comunicazione come comportamento
  - Linguaggio verbale e linguaggio non verbale
  - Relazione fra convinzioni, atteggiamenti e comunicazione
  - La comunicazione efficace: strumenti e tecniche
  - Teoria e pratica della relazione interpersonale
  - La comunicazione assertiva
  - L'ascolto attivo
  - Principi base della programmazione neuro linguistica

**Durata** 16 ore

## LEADERSHIP - SVILUPPARE STILI DI LEADERSHIP EFFICACI

**Destinatari** Dirigenti, quadri e responsabili di funzioni aziendali che desiderino potenziare le proprie competenze nella gestione dei collaboratori/dipendenti attraverso un approccio finalizzato ad accrescere le capacità assertive di guida nonché le capacità di coinvolgimento, empatia e relazione

- Contenuti**
- I concetti di Leadership, autorevolezza e autoritarismo
  - Le caratteristiche di una guida autorevole dei collaboratori
  - Stili di Management e stili di Leadership: tassonomia e classificazioni
  - Tecniche e metodi per rilevare l'opportuno stile di guida in relazione al livello di preparazione e dedizione dei singoli collaboratori
  - Come e quando applicare gli stili "Addestramento", "Guida", "Supporto" e "Delega"
  - Tecniche di delega: a chi delegare, per ottenere cosa
  - Metodi di condivisione e di misurazione degli obiettivi da presidiare
  - Dalla delega all'empowerment: lo sviluppo del capitale umano
  - Il Piano Personale di miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione

**Durata** 16 ore

## TEAMBUILDING - MOTIVARE E GESTIRE I COLLABORATORI

**Destinatari** Dirigenti, quadri, responsabili di funzione e più in generale tutte le figure manageriali con incarichi di gestione di persone e gruppi che necessitano di competenze per ottimizzare il lavoro delle risorse a disposizione sfruttando al meglio le potenzialità del processo motivazionale

**Contenuti**

- Come influire sulla motivazione
- La motivazione interna e indotta dall'esterno
- I sistemi di fidelizzazione e motivazione
- Gli strumenti utilizzabili
- La politica retributiva aziendale
- La politica di sviluppo e di incentivazione dei collaboratori
- Tecniche per 'creare la fiducia'
- Caratteristiche di una delega efficace
- Gestione dei conflitti

**Durata** 16 ore

## TEAMWORKING - COOPERARE ALL'INTERNO DI GRUPPI DI LAVORO

**Destinatari** Lavoratori e lavoratrici che operano all'interno di team di lavoro e che desiderano acquisire metodologie e strumenti per lavorare in maniera collaborativa, non conflittuale e orientata all'obiettivo

**Contenuti**

- Le dinamiche di gruppo
  - Da gruppo a gruppo di lavoro
  - La dimensione motivazionale e la fiducia come presupposto al lavoro di gruppo
  - Stimolare la collaborazione e la comprensione
  - Implementare la capacità di integrazione delle diversità
- Modalità di lavoro efficace all'interno di un Team
  - Metodi e tecniche di problem setting e solving
  - Come elaborare decisioni razionali ed efficienti (decision making) nell'equipe
  - Partecipare ai lavori di gruppo comprendendo i ruoli delle diverse figure professionali e svolgendo le funzioni specifiche del proprio ruolo
  - Tecniche e strumenti per la gestione dei conflitti all'interno del gruppo di lavoro
  - Struttura dei ruoli nei gruppi
  - Processi di decisione di gruppo: riconoscere e risolvere problemi in gruppo, produrre soluzioni e risultati collettivi

**Durata** 16 ore

## TIME MANAGEMENT - GESTIRE EFFICACEMENTE IL PROPRIO TEMPO

**Destinatari** Tutte quelle figure professionali interessate ad ottimizzare l'organizzazione manageriale del proprio lavoro attraverso una gestione strategica del tempo

**Contenuti**

- Il tempo: risorsa limitata, non immagazzinabile
- Un rimedio: dedicare tempo al tempo (la leggenda del legnaiolo)
- Tecniche di ottimizzazione del tempo: come esso può essere controllato e suddiviso in macro box all'interno dei quali far convergere le diverse attività professionali e personali (teoria dei 4 quadranti)
- La distinzione delle cose da fare: importanti / poco importanti, urgenti / non urgenti
- La definizione e la gestione delle priorità
- La delega come strumento per disporre di maggior tempo
- La delega dei compiti, non delle responsabilità (non c'è delega senza controllo)
- Le differenze fra programmare e pianificare
- L'importanza della preventiva definizione degli obiettivi
- Esercizi pratici: ottimizzazione dell'agenda di lavoro, suddivisione delle proprie attività (attività produttive e attività strategiche), pianificazione.

**Durata** 12 ore

## PUBLIC SPEAKING - CONVINCERE E PARLARE IN PUBBLICO

**Destinatari** Dirigenti, quadri, responsabili di funzione e più genericamente tutti quelle figure professionali che intervengono all'interno di riunioni, meeting, platee e necessitano di strumenti strutturati per effettuare speech efficaci

**Contenuti**

- Analisi dell'uditorio
- Come rendere partecipe il pubblico
- Come riconoscere i segnali di gradimento e di rifiuto
- Come superare l'ansia e la paura del pubblico
- Il linguaggio non verbale: lo sguardo, la postura, la prossemica e la gestione dello spazio
- Il linguaggio paraverbale: i differenti tipi di pausa, tono, volume e ritmo
- Il linguaggio verbale: cosa dire e non dire, come dirlo
- Le fasi del discorso: saper iniziare e concludere tra gli applausi
- Il segreto dei grandi comunicatori: come convincere e sedurre la platea

**Durata** 12 ore

## SELF EMPOWERMENT E PROATTIVITÀ

**Destinatari** Tutte quelle figure professionali che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti pratici facilmente applicabili, per rendere più efficaci le proprie azioni, migliorare la propria performance e tenere sotto controllo pressioni e sfide quotidiane

**Contenuti**

- I tre step dell'empowerment: pianificare il superamento delle interferenze a livello operativo
- I principi del self coaching: raggiungere giorno per giorno i propri obiettivi di sviluppo proattivo
- Consapevolezza, scelta, fiducia: strumenti per comprendere come attivare la formula d'oro dell'efficacia personale
- Lo strumento degli strumenti: lo STOP personale
- Apprendimento, performance, clima: analizzare il proprio contesto di riferimento
- Il "to do" dell'efficacia: come costruire un piano di azione a partire da domani
- Motivare ed auto-motivarsi
- Strategie di gestione dello stress

**Durata** 12 ore



## LISTENING & COMMUNICATION - COMUNICAZIONE ASSERTIVA E ASCOLTO ATTIVO

**Destinatari** Dirigenti, quadri, responsabili di funzione e più genericamente tutti quelle figure professionali che coordinano e gestiscono team di lavoro e necessitano di approfondire lo stile comunicativo proprio della “comunicazione assertiva”

**Contenuti**

- Conoscenza di base dei meccanismi cerebrali
- La capacità di saper dire di NO senza sentirsi in colpa
- Strumenti e Tecniche di ascolto attivo
- Come assumersi la responsabilità di rischiare e ammettere i propri errori
- Come accettare le critiche e fare critiche costruttive
- Come difendere le proprie idee pur accettando il punto di vista degli altri
- Come chiedere ciò che si desidera senza aver paura di un rifiuto
- Come non sentirsi frustrati quando le proprie aspettative restano deluse
- L'utilizzo dell'ironia come strumento per reagire di fronte a certe situazioni
- Comunicazione empatica per riconoscere e rispettare i sentimenti altrui grazie alla maggiore capacità di riconoscere e rispettare i propri sentimenti

**Durata** 12 ore

## STRUMENTI E TECNICHE PER LA GESTIONE DEI CONFLITTI

**Destinatari** Dirigenti, quadri, responsabili di funzione e più genericamente tutti quelle figure professionali che coordinano e gestiscono team di lavoro e necessitano di acquisire strumenti per gestire correttamente i conflitti all'interno del proprio team e/o verso l'esterno

**Contenuti**

- Individuazione ed analisi delle diverse tipologie di conflitti
- L'incidenza dei conflitti sul clima interno all'ente
- Minimizzare il danno economico per l'azienda derivante dai conflitti interni
- Trasformare l'energia negativa dei conflitti in fattori motivanti
- Conflitti distruttivi e conflitti costruttivi: riuscire ad individuarli per scegliere la soluzione più adatta
- Autodiagnosi clima interno
- La negoziazione degli interessi contrapposti
- Il rispetto delle regole interne
- Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione

**Durata** 12 ore

## COOKING TEAMBUILDING

- Destinatari** Dirigenti, manager o component di un team di lavoro per i quali si intende attivare un intervento di team building con modalità cooking
- Contenuti** L'intervento è finalizzato al rafforzamento di capacità di team working e team building attraverso il cooking inteso come opportunità per approfondire e strutturare la propria conoscenza sulla gestione dei progetti e per potenziare le capacità di approccio metodologico per gestirli in modo efficiente ed efficace sperimentando allo stesso tempo capacità di relazione interpersonale.
- Le costruzioni delle relazioni verranno riprodotte in cucina attraverso:
- un unico obiettivo da raggiungere (il pasto finale) con l'assegnazione ai gruppi di compiti differenti (le varie portate)
  - vincoli di budget per acquistare gli ingredienti (ogni gruppo avrà il medesimo budget)
  - vincoli di tempo per creare il prodotto (un timing prestabilito e predefinito sulle varie fasi di attività in cucina)
  - vincoli di spazio e di contesto per realizzare il risultato (uno spazio comune e condiviso per cucinare)
  - allocazione delle risorse (spartizione degli ingredienti tra i gruppi) e la possibilità di collaborare tra gruppi per massimizzare la resa dei piatti (vs competizione)
  - problem solving (gestione di imprevisti quali ad esempio: l'introduzione di una portata in più all'ultimo momento, la fine di un ingrediente indispensabile a cui si deve trovare un'alternativa, un piatto riuscito male che occorre correggere prima di portarlo in tavola, etc.)
- Durata** La metodologia full immersion prevede che i partecipanti trascorrono una serata in cucina con un chef e un formatore i quali condurranno il gruppo verso un'approfondita consapevolezza delle dinamiche che governano una "brigata" come team.

## SAILING TEAMBUILDING - OUTDOOR TRAINING IN BARCA A VELA

- Destinatari** Dirigenti, manager o component di un team di lavoro per i quali si intende attivare un intervento di team building con modalità outdoor (necessaria per la costituzione di gruppi aziendali composti da un minimo di 6 partecipanti).
- Contenuti** L'intervento è finalizzato al rafforzamento di capacità di team working e team building e propone la sperimentazione di dinamiche di gruppo vissute con modalità interamente esperienziali al fine di raggiungere gli obiettivi specifici quali:
- Favorire la migliore conoscenza e l'affiatamento del gruppo in ambienti informali
  - Creare relazioni positive e proattive
  - Incrementare la collaborazione
  - Aumentare il livello di fiducia nei compagni
  - Motivare il gruppo di lavoro a creare coesione e integrazione
  - Facilitare la comunicazione
  - Stimolare la creatività
  - Far emergere la leadership
  - Favorire la concentrazione al lavoro per obiettivi
  - Sviluppare l'empatia e l'ascolto
  - Veicolare vision, mission e valori aziendali
  - Far emergere il potenziale e le attitudini
  - Avvicinare management e personale operativo
- Durata** La metodologia full immersion prevede che i partecipanti trascorrono tre giorni in barca a vela con uno skipper e un formatore che condurranno il gruppo verso un'approfondita consapevolezza delle dinamiche che governano un equipaggio come team.

## ORIENTEERING TEAMBUILDING

- Destinatari** Dirigenti, manager o component di un team di lavoro per i quali si intende attivare un intervento di team building con modalità orienteering
- Contenuti** L'intervento è finalizzato al rafforzamento di capacità di team working e team building attraverso la metafora dell'orienteering, disciplina che si svolge in outdoor, nei boschi ma anche nelle città, dove viene posta la problematica di orientarsi in un ambiente non familiare. Questa la sua articolazione:
- Briefing iniziale  
Durante il briefing iniziale verrà illustrata la mappa, la sua simbologia, e l'utilizzo delle bussole. Saranno descritte le attività da svolgere e spiegato come utilizzare il cartellino testimone. Verranno inoltre date indicazioni di attenzione e di lavoro rispetto al focus della giornata (da concordare relativamente all'analisi del fabbisogno formativo, per es. ruoli, gestione delle risorse, collaborazione, negoziazione, etc.).
  - Attività - Score a gruppi  
Le attività, ideate principalmente per incentivare la collaborazione all'interno di un gruppo, possono essere personalizzate e modificate in base alle esigenze del Cliente per meglio rispondere al fabbisogno formativo. Qualunque sia l'obiettivo delle attività, i gruppi saranno comunque formati da 5/6 persone e riceveranno una mappa con indicati molti punti di controllo da trovare nel minor tempo possibile. Verrà chiesto ai membri del gruppo di valorizzare le capacità e le competenze di ciascuno al fine di riuscire a completare il percorso senza incorrere in penalità.
  - Debriefing finale  
La valorizzazione dell'esperienza considererà retrospettivamente tutte le attività e gli input proposti per permettere:
    - delle valutazioni tecniche delle scelte effettuate dai vari gruppi/partecipanti;
    - esaminare le situazioni impreviste (per esempio, le motivazioni di azioni che non erano state richieste esplicitamente dal briefing, ma che si sono rese necessarie);
    - la riflessione finale su tutto ciò che è accaduto nel corso della giornata e l'analisi delle dinamiche proposte durante le attività rispetto (per es.: rispetto ai ruoli, alle tecniche di problem solving, allo sviluppo della leadership, alla gestione della comunicazione o alla gestione dello stress);
    - trasformare la metafora sportiva in chiave d'accesso per l'interpretazione del proprio lavoro in azienda.Verrà premiato il gruppo vincitore.
- Durata** La metodologia full immersion prevede che i partecipanti – muniti di mappe, bussole, chip/sicard – trascorrono una giornata intera in un ambiente boschivo adeguato con tecnici FISO (Federazione Italiana Sport Orientamento) e un formatore psicologo i quali condurranno il gruppo verso un'approfondita consapevolezza delle dinamiche che governano i team.

# LINGUE STRANIERE

## INGLESE - LIVELLO BASE

- Destinatari** Persone prive di competenze di lingua inglese ma desiderose di acquisirne una conoscenza di base, attraverso l'apprendimento di nozioni linguistiche relative al quotidiano e spendibili ad esempio in occasione di un viaggio occasionale all'estero
- Contenuti** All'interno del sessioni formative verranno approfonditi gli aspetti grammaticali, fonetici e sintattici della lingua inglese ad un livello base attraverso il ricorso ad una metodologia ad apprendimento pratico-esperienziale basato su lezioni frontali alternate a esercitazioni, role plays, letture di brani e conversazioni in lingua. Questi alcuni dei contenuti che verranno trattati in aula:
- Articoli "determinativi" e "indeterminativi"
  - Pronomi personali soggetto e complement
  - Aggettivi e pronomi possessivi e indefiniti (partitivo)
  - Numeri cardinali e ordinali, l'ora
  - Preposizioni di stato in luogo e il Genitivo Sassone
  - I "Comparativi" e i "Superlativi"
  - Il "Simple Present" e il "Present Continuous"
  - Il "Simple Past" e il "Past Continuous"
  - I "Verbi Modali"(Can/Must)
- Durata** 40 ore

## INGLESE - LIVELLO INTERMEDIO

- Destinatari** Persone già in possesso di competenze di base di lingua inglese ma desiderose di acquisire una conoscenza più approfondita, attraverso l'apprendimento di nozioni riguardanti ambiti più specifici e spendibili nei diversi settori sociali e professionali, oltre che volti a garantire una buona autonomia nella produzione scritta e orale della lingua
- Contenuti** All'interno del sessioni formative verranno approfonditi gli aspetti grammaticali, fonetici e sintattici della lingua inglese ad un livello intermedio attraverso il ricorso ad una metodologia ad apprendimento pratico-esperienziale basato su lezioni frontali alternate a esercitazioni, role plays, letture di brani e conversazioni in lingua. Questi alcuni dei contenuti che verranno trattati in aula:
- Il Futuro, il "Present Perfect" e il "Past Perfect"
  - Il verbo modale Will
  - I "Conditionals"
  - Il "Discorso indiretto"
  - Le "Subordinate relative"
  - Il "Passivo"
  - I "False Friends", "Idioms" e "Verbi fraseologici"
- Durata** 40 ore

## INGLESE - BUSINESS ENGLISH

**Destinatari** Persone già in possesso di nozioni di base di lingua inglese che abbiano la necessità di utilizzare l'inglese in un contesto lavorativo, sia in qualità di manager che di tecnici aziendali, per interagire con i colleghi, relazionarsi con i clienti e fornitori e/o rappresentare l'azienda verso l'esterno

**Contenuti** All'interno delle sessioni formative verranno approfonditi gli aspetti grammaticali, fonetici e sintattici della lingua inglese con un approfondimento specifico sulla terminologia legata al contesto professionale di riferimento dell'azienda di appartenenza nonché al linguaggio necessario per intavolare trattative commerciali. Questi alcuni dei contenuti che verranno trattati in aula:

- Social English: visite aziendali, ospitalità, interazioni con clienti e fornitori
- Telephoning: tecniche di apertura e chiusura, padroneggiare e governare una telefonata
- Job Interviews: aree da indagare durante un colloquio, intervista di selezione
- Discussions and meeting: come preparare una riunione di lavoro
- Business correspondence e business reports: definizione, caratteristiche, tipi di lettere aziendali
- Negotiations: terminologie e formule per trattative, offerte, rapporti con le banche
- Presentations Powerpoint Language: presentazioni aziendali con l'ausilio di Powerpoint

**Durata** 24 ore

## FRANCESE - LIVELLO BASE

**Destinatari** Persone prive di competenze di lingua francese ma desiderose di acquisirne una conoscenza di base, attraverso l'apprendimento di nozioni linguistiche relative al quotidiano e spendibili ad esempio in occasione di un viaggio occasionale all'estero

**Contenuti**

- Elementi grammaticali della lingua francese: accenti, articoli, pronomi e aggettivi, sostantivi
- Elementi di fonetica francese: alfabeto, pronuncia dei gruppi vocali, le liaisons tra le parole
- Elementi di sintassi: forma affermativa, interrogativa e negativa
- I verbi francesi: être, avoir, verbi regolari e irregolari
- Coniugazioni e tempi dei verbi: presente, imperfetto, passé composé
- Lessico di vita quotidiana e lessico commerciale: forme standard di corrispondenza

**Durata** 40 ore

## FRANCESE - LIVELLO INTERMEDIO

**Destinatari** Persone già in possesso di competenze di base di lingua francese ma desiderose di acquisire una conoscenza più approfondita, attraverso l'apprendimento di nozioni riguardanti ambiti più specifici e spendibili nei diversi settori sociali e professionali, oltre che volti a garantire una buona autonomia nella produzione scritta e orale della lingua

**Contenuti**

- La coniugazione dei verbi e uso del congiuntivo
- Pronome relativo dont e pronomi personali doppi
- Frasi ipotetiche ed espressioni tipiche francesi
- Organizzazione di appuntamenti, eventi ed incontri
- Comprensione delle comunicazioni di ufficio (report, lettere, memo, ecc.)
- Formulazione di richieste/prenotazioni/ordini

**Durata** 40 ore

## SPAGNOLO - LIVELLO BASE

**Destinatari** Persone prive di competenze di lingua spagnola ma desiderose di acquisirne una conoscenza di base, attraverso l'apprendimento di nozioni linguistiche relative al quotidiano e spendibili - ad esempio - in occasione di un viaggio occasionale all'estero

**Contenuti**

- Elementi grammaticali della lingua spagnola: accenti, articoli, pronomi e aggettivi, sostantivi
- Elementi di fonetica spagnola: alfabeto, pronuncia dei gruppi vocali
- Elementi di sintassi: forma affermativa, interrogativa e negative
- Aggettivi e pronomi possessivi, dimostrativi e interrogative
- Pronomi personali CD/CI, uso di muy/mucho, Verbi ser/estar/tener/haber
- Tempi verbali regolari e irregolari: presente indicativo, passato prossimo, estar più gerundio, imperfetto, futuro, passato remoto, perifrasi verbali

**Durata** 40 ore

## SPAGNOLO - LIVELLO INTERMEDIO

**Destinatari** Persone già in possesso di competenze di base di lingua spagnola ma desiderose di acquisire una conoscenza più approfondita, attraverso l'apprendimento di nozioni riguardanti ambiti più specifici e spendibili nei diversi settori sociali e professionali, oltre che volti a garantire una buona autonomia nella produzione scritta e orale della lingua

**Contenuti**

- Approfondimento della grammatica della lingua spagnola
- Approfondimento della sintassi della lingua spagnola
- Elementi di conversazione in lingua spagnola
- Formulazione di richieste, offerte, suggerimenti, presenza
- Descrizione di persone e situazioni
- Esercitazioni: lettura e ascolto di testi in lingua simulando situazioni di lavoro
- Esercitazioni: accoglienza di visitatori spagnoli

**Durata** 40 ore

## CINESE - LIVELLO BASE

**Destinatari** Persone prive di competenze di lingua cinese mandarino, desiderose di acquisirne una conoscenza di base attraverso l'apprendimento di nozioni linguistiche relative al quotidiano e spendibili - ad esempio - in occasione di un viaggio in Cina

**Contenuti**

- Elementi grammaticali della lingua cinese: accenti, articoli, pronomi e aggettivi, sostantivi
- Elementi di fonetica cinese: alfabeto, pronuncia e sistema di trascrizione pinyin
- Elementi di sintassi: forma affermativa, interrogativa e negative
- Scrittura dei caratteri: radicali, fonetiche, struttura e ordine dei tratti
- Uso del dizionario e note su tratti, radicali, origine e significato degli ideogrammi
- Numeri e determinanti di tempo
- Verbo avere/esserci, verbi di moto, verbo di esistenza "zai"
- La struttura tipicamente cinese dei verbi in serie
- Raddoppiamento dei verbi, classificatori, verbi modali ausiliari, predicati aggettivali
- Particella modale "le"
- Esercitazioni: formule di cortesia e linguaggio formale

**Durata** 40 ore

## ARABO - LIVELLO BASE

**Destinatari** Persone prive di competenze di lingua araba e desiderose di acquisirne una conoscenza di base, attraverso l'apprendimento di nozioni linguistiche relative al quotidiano e spendibili ad esempio in occasione di un viaggio all'estero

**Contenuti**

- Elementi grammaticali della lingua araba: accenti, articoli, pronomi e aggettivi, sostantivi
- Elementi di fonetica araba: alfabeto e pronuncia
- Elementi di sintassi: forma affermativa, interrogativa e negative
- Modelli di plurale fratto
- Declinazione triptota e diptota
- La proposizione nominale e altre preposizioni
- Accordo dell'aggettivo
- Declinazione dei 5 nomi
- I dimostrativi
- Coniugazione del verbo, Verbi di I - VI forma, Verbi hamzati di I forma
- Come rendere il verbo avere

**Durata** 40 ore

# INFORMATICA

## MS WORD CREATIVO

**Destinatari** Manager, imprenditori, dipendenti, amministrativi e tutti coloro che hanno bisogno di utilizzare creativamente il foglio di videoscrittura.

**Contenuti**

- Stili e paragrafi dinamici, tabulazioni, indici e sommario
- Tecniche di selezione del testo
- Impaginazione
- Iper testo
- Creazione e stampa di lettere, buste ed etichette
- Smart art e temi
- Immagini
- Creazione di volantini, carta intestata, flyer e molto altro ancora

**Durata** 8 ore

## MS WORD AVANZATO

**Destinatari** Manager, imprenditori, dipendenti, amministrativi e tutti coloro che hanno bisogno di perfezionare il programma di videoscrittura.

**Contenuti**

- Struttura testo in colonne
- Margini
- Dimensioni e orientamento foglio
- Interruzioni di pagina
- Filigrana, intestazioni e piè di pagina, inserire numeri di pagina
- Inserimento grafici, caselle di testo, collegamenti ipertestuali, figure e didascalie
- Tabelle: progettazione e incorporamento con MS Excel

**Durata** 8 ore

## MS EXCEL INTERMEDIO

**Destinatari** Manager, imprenditori, dipendenti, amministrativi e tutti coloro che hanno bisogno di perfezionare l'uso di MS Excel.

**Contenuti**

- Gestione dei dati
- Ordinamento dei dati
- Personalizzazione
- Filtri
- Collegamenti
- Uso delle funzioni
- Rapporto delle funzioni
- Tabella Pivot
- Analisi dei dati

**Durata** 12 ore



## MS EXCEL AVANZATO

**Destinatari** Manager, imprenditori, dipendenti, amministrativi e tutti coloro che hanno bisogno di perfezionare l'uso di MS Excel

**Contenuti**

- Funzioni aritmetiche e formule complesse
- Descrizione dei comandi e barre: utilizzo degli strumenti
- Formule e verifica delle formule: strumenti e modalità d'uso
- Funzioni: utilizzo e logica
- Analisi dei dati
- Formattazione e utilizzo avanzato degli elenchi
- Gestione dei dati
- Creazione grafici e analisi dei dati

**Durata** 16 ore

## MS POWERPOINT

**Destinatari** Il corso si rivolge a tutti coloro che desiderino approfondire la conoscenza degli strumenti che l'applicativo MS PowerPoint mette a disposizione per la produzione di presentazioni professionali.

**Contenuti**

- Lo schema: introduzione all'uso efficace di MS PowerPoint
- Impostazione diapositive: sequenzialità logiche e ipertestuali
- Formattazione
- Inserimento tabelle da MS Word ed MS Excel
- Inserimento oggetti
- Creazione di grafici
- Coordinamento di azioni animate multiple
- Pulsanti di azioni
- Inserimento di contributi video e vocali
- Gestione dei contenuti

**Durata** 12 ore

## MS ACCESS

**Destinatari** Manager, imprenditori, dipendenti, amministrativi e tutti coloro che hanno bisogno di progettare e utilizzare dei database.

**Contenuti**

- Introduzione al concetto di database: access
- Impostare il database: creazione, privacy, backup
- Stabilire le proprietà tra i campi: relazioni, dati, valori, regole, funzioni e ricerche
- Gestione delle tabelle: formattare, ordinare e filtrare le tabelle
- Usare le query
- Creazione e gestione delle maschere
- Creazione e gestione dei report
- Integrare Access con altri programmi di Office
- Gestire il database

**Durata** 30 ore

## INTRODUZIONE ALLA CYBER SECURITY

**Destinatari** Manager, impiegati, professionisti e più genericamente tutti coloro che desiderano essere introdotti al tema della sicurezza informatica.

**Contenuti**

- Lessico e stato dell'arte: nozione di cyber-security e concetti ad essa collegati, presentazione dei principali stakeholders del dominio cibernetico
- Sfide future: discussione delle problematiche attuali riguardanti la cyber-security secondo la prospettiva multidisciplinare
- Problematiche: la trattazione delle rilevanti sfide che gli stakeholders del dominio cyber si troveranno ad affrontare nel futuro prossimo
- Il Cloud Computing; l'esame del Cloud Computing quale fattore mitigante del rischio cyber
- Soluzioni: la discussione delle soluzioni - sia esistenti che ancora da realizzare – alle problematiche attuali e sfide future

**Durata** 24 ore

## CYBER SECURITY: MINACCE E CRITERI DI PROTEZIONE

**Destinatari** Responsabili IT, Security Manager, specialist e più genericamente tutti coloro che si occupano di gestione dei dati informatici e che desiderano acquisire competenze avanzate su aspetti, normative e standard di riferimento in materia di sicurezza informatica nonché acquisire evidenze della situazione relativa alla dimensione del fenomeno, alle minacce, agli attacchi di tipo Cyber e ai criteri di protezione.

**Contenuti**

- Introduzione al problema della Cybersecurity: entità del problema; esempi di incidenti; rischi per le imprese; motivazioni dell'attaccante; impossibilità di soluzioni omnicomprensive
- Malware e Cyberattacks: definizioni; casi di studio, alcuni Malware noti
- Phishing, Ransomware e Social Engineering: la crescita esponenziale del phishing e lo Spear phishing. I Ransomware: la minaccia più temibile. Cos'è il Social Engineering
- Privacy nelle comunicazioni: canali criptati end-to-end; E-mail cifrate
- L'importanza delle Password: come gli hacker riescono a violare i nostri account
- Cyber Risk Management: approccio top-down e bottom-up al rischio; ISO 27001, NIST sp800-53 e altri standard; framework di cybersecurity; framework Nazionale per la Cybersecurity e controlli essenziali per PMI; contesto normativo italiano

**Durata** 24 ore

# SICUREZZA, IGIENE E SALUTE SUI LUOGHI DI LAVORO

## FORMAZIONE DI BASE PER I LAVORATORI IN MATERIA SICUREZZA, IGIENE E SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO

**Destinatari** Lavoratori e lavoratrici che svolgono mansioni classificate a rischio basso/medio/alto, per i quali il Datore di Lavoro ha l'obbligo di fornire conoscenze sui possibili danni e sulle conseguenti misure/procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore/comparto aziendale. Si tratta del percorso di formazione obbligatoria ai sensi del D.Lgs. 81/08 art. 37

**Contenuti** Il percorso di formazione di base per i lavoratori verrà realizzato in coerenza con quanto regolamentato dagli Accordi Stato-Regioni del 21 dicembre 2011.

I contenuti della formazione verranno pertanto sviluppati all'interno di due distinti moduli didattici, con durate differenti a seconda della classe di rischio delle mansioni dei lavoratori coinvolti):

Mod.1 FORMAZIONE GENERALE (4 ore, comune per tutti i settori, fruibile anche in fad)

- Concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro
- Valutazione dei rischi e attività di prevenzione
- Il funzionigramma della sicurezza nelle organizzazioni lavorative
- Obblighi di datore di lavoro, dirigenti e preposti
- Sistema sanzionatorio
- Organismi di vigilanza, controllo e assistenza

Mod. 2 FORMAZIONE SPECIFICA (4-8-12 ore)

- Individuazione e valutazione dei rischi rilevati nei processi lavorativi del settore di riferimento
- Modalità di prevenzione dei rischi tipici del settore e delle mansioni svolte dai lavoratori
- Modalità di utilizzo in sicurezza delle attrezzature da lavoro
- I dispositivi di protezione individuale (DPI) per la prevenzione dei rischi specifici
- Gli ambienti di lavoro: microclima e illuminazione
- Il piano delle emergenze e le procedure di evacuazione

**Durata** 8 ore - per lavoratori adibiti a mansioni/macrosettori Ateco classificati a Rischio Basso  
12 ore - per lavoratori adibiti a mansioni/macrosettori Ateco classificati a Rischio Medio  
16 ore - per lavoratori adibiti a mansioni/macrosettori Ateco classificati a Rischio Alto  
6 ore per l'aggiornamento quinquennale (durata comune per tutte le tipologie di rischio)

## FORMAZIONE AGGIUNTIVA PER I PREPOSTI

**Destinatari** Lavoratori incaricati dal Datore di Lavoro ad assumere il ruolo di “preposto” e che necessitano di un adeguato percorso formativo funzionale allo svolgimento del ruolo, come stabilito dall’art. 37 comma 7 del D.Lgs. 81/08. Specifichiamo che, essendo il “preposto” anche un lavoratore, la sua formazione deve comprendere anche la formazione di base per i lavoratori. Pertanto, il corso di 8 ore che stiamo proponendo rappresenta la formazione aggiuntiva e specifica per la figura del preposto.

**Contenuti**

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

**Durata** 8 ore per la formazione iniziale / 6 ore per l’aggiornamento quinquennale obbligatorio

## FORMAZIONE PER I DIRIGENTI

**Destinatari** Dirigenti che attuano le direttive in materia di sicurezza attribuitegli dal Datore di Lavoro organizzando l’attività lavorativa e vigilando su di essa (art. 3 del D.Lgs. 81/08)

**Contenuti** Il percorso formativo per dirigenti verrà realizzato in coerenza con quanto regolamentato dagli Accordi Stato-Regioni del 21 dicembre 2011 che prevede l’articolazione dei contenuti nei seguenti moduli:

- 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
  - La responsabilità civile e penale e la tutela assicurativa
  - la “responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di responsabilità giuridica” ex D.Lgs. n. 231/2001 e s.m.i.
- Modulo 2: GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLA SICUREZZA
  - Modelli di organizzazione e gestione della salute e sicurezza sul lavoro
  - Gestione della documentazione tecnico amministrativa
  - Organizzazione della prevenzione incendi, primo soccorso e gestione delle emergenze
  - Modalità di organizzazione e di esercizio della funzione di vigilanza delle attività lavorativa
  - 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 interferenziale e la gestione del rischio nello svolgimento di lavori in appalto
  - Le misure tecnico-organizzative di prevenzione e protezione in base ai fattori di rischio
  - I dispositivi di protezione individuale e la sorveglianza sanitaria
- Modulo 4: COMUNICAZIONE, FORMAZIONE E CONSULTAZIONE DEI LAVORATORI
  - Competenze relazionali e consapevolezza del ruolo
  - Informazione, formazione e addestramento quali strumenti di conoscenza della realtà aziendale
  - 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 RLS

**Durata** 16 ore per la formazione iniziale / 6 ore per l’aggiornamento quinquennale obbligatorio

## FORMAZIONE PER IL RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (RLS)

**Destinatari** Persone elette e nominate ad assumere il ruolo di Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS), istituite a livello territoriale o di comparto, aziendale e di sito produttivo, come stabilito all'art. 47 del D.Lgs. 81/08

**Contenuti**

- Identificazione del ruolo dell'RLS nel contesto della normativa vigente
- Diritti sindacali, compiti e responsabilità del RLS: il Comitato Paritetico Bilaterale
- Concetti base in materia di sicurezza: rischio, pericolo, danno, prevenzione, etc.
- Rischi riferiti alle mansioni e i possibili danni sui lavoratori
- Misure e procedure di prevenzione e protezione caratteristici del settore/comparto aziendale
- Il documento di valutazione dei rischi (DVR) come compito del datore di lavoro
- Modelli di valutazione dei rischi confrontabili con le valutazioni esistenti in azienda
- Criteri di scelta delle attrezzature di lavoro e dei dispositivi di protezione (DPI)
- Strumenti organizzativi: registro infortuni, relazione sanitaria del medico, riunione annuale
- Comunicazione con i lavoratori e rapporti con le varie figure della sicurezza aziendale

**Durata** 32 ore  
4 ore per l'aggiornamento annuale obbligatorio (per RLS di aziende con meno di 50 lavoratori)  
8 ore per l'aggiornamento annuale obbligatorio (per RLS di aziende con meno di 50 lavoratori)

## STRUMENTI E TECNICHE DI LOTTA ANTINCENDIO E GESTIONE DELLE EMERGENZE

**Destinatari** Datori di lavoro o lavoratori designati, ai sensi dell'art. 18 del D.Lgs. 81/08, per l'attuazione delle misure di prevenzione incendi ed evacuazione in contesti aziendali in cui si svolgono attività classificate a rischio incendio basso/medio/elevato come da D.M. 64/98

**Contenuti**

- Incendio e prevenzione: principi della combustione, sostanze estinguenti, etc.
- Misure di protezione antincendio, le vie d'esodo, le procedure da adottare in caso di incendio, allarme e evacuazione, i rapporti con i Vigili del Fuoco
- Procedure da adottare in caso di incendio: attrezzature e gli impianti di estinzione, i sistemi di allarme, la segnaletica di sicurezza, l'illuminazione di emergenza
- Addestramento pratico: esercitazione in area attrezzata (piazzale) sull'uso degli estintori portatili e fissi e modalità di utilizzo di naspi, idranti e attrezzature di protezione individuale

**Durata** 4 ore per addetti di aziende a rischio basso  
8 ore per addetti di aziende a rischio medio  
16 ore per addetti di aziende a rischio elevato  
2-5-8 ore per l'aggiornamento biennale (a seconda della classe di rischio dell'azienda)

## STRUMENTI E TECNICHE DI PRIMO SOCCORSO

- Destinatari** Operatori incaricati di attuare le misure di pronto soccorso (designati ai sensi dell'art. 18 del D. Lgs. 81/08) in aziende o unità produttive classificate nelle tre tipologie Gruppo A, B o C ai sensi dell'art. 1 del decreto ministeriale 15 luglio 2003, n. 388
- Contenuti**
- Modalità di comunicazione ai servizi di assistenza sanitaria di emergenza
  - Modalità di riconoscimento di un'emergenza sanitaria
  - Classificazione dei traumi in ambiente di lavoro
  - Classificazione delle patologie specifiche in ambiente di lavoro
  - Sollevamento, spostamento e trasporto del traumatizzato
  - Primo soccorso in caso di esposizione accidentale ad agenti chimici e biologici
  - Principali tecniche di intervento pratico: soccorso nelle sindromi cerebrali acute; rianimazione cardiopolmonare; tamponamento emorragico
- Durata** 16 ore (per addetti di aziende del Gruppo A)  
12 ore (per addetti di aziende del Gruppo B e C)  
6-4 ore per l'aggiornamento triennale (a seconda della classe/gruppo di rischio dell'azienda)

## SICUREZZA COMPORTAMENTALE (BBS)

- Destinatari** Lavoratori, lavoratrici, RSPP, ASPP e più genericamente tutte quelle figure professionali che intendono migliorare i livelli di prevenzione e protezione attraverso un approccio metodologico innovativo basato sulla sicurezza comportamentale (BBS), andando oltre quanto già previsto dal D.Lgs. 81/08
- Contenuti** La BBS (Behavior Based Safety) – o sicurezza basata sui comportamenti - rappresenta allo stato attuale la più efficace metodologia per ridurre gli infortuni sul lavoro esistente, attraverso la riduzione o l'azzeramento dei comportamenti e delle azioni insicure.
- Poiché è provato che ben oltre l'80% degli infortuni si verifica a causa di comportamenti inadeguati e non già per carenza di dispositivi o per condizioni insicure, è evidente l'enorme potenziale di una metodologia progettata per ottenere l'esecuzione costante dei comportamenti di sicurezza. La BBS ha dimostrato in ogni ambito lavorativo la sua efficacia in termini oggettivi, attraverso la riduzione o l'eliminazione degli infortuni in un gran numero di aziende in tutto il mondo.
- Sulla base di queste considerazioni, all'interno del percorso verranno approfonditi i seguenti contenuti
- Definizione e inquadramento della BBS
  - La motivazione dei comportamenti di sicurezza - mappa di gruppo
  - Falsi miti e teorie psicologiche sul comportamento di sicurezza in azienda
  - Metodologie e tecniche per la previsione e il controllo dei comportamenti
  - La distinzione tra comportamenti, performance e risultati di sicurezza
  - Le 5 fasi del processo per la costruzione dei comportamenti di sicurezza
  - Individuare i comportamenti di sicurezza rilevanti (Pinpointing)
  - Misurare i comportamenti su base parametrica (Assessment)
  - Analizzare le cause dei comportamenti sicuri/insicuri (Analisi funzionale)
- Durata** 12 ore

## PREVENZIONE DEL RISCHIO STRESS LAVORO CORRELATO

**Destinatari** Lavoratori e lavoratrici che necessitano di acquisire strumenti per prevenire e fronteggiare adeguatamente il rischio stress lavoro correlato, in coerenza con quanto previsto dal D.Lgs. 81/08 art. 37

**Contenuti**

- Il D.Lgs. 81/08 e i rischi da stress
- Lo stress lavoro-correlato: fondamenti bio-psico-sociali
- I fattori di rischio psico-sociale secondo il Testo Unico
- Il Protocollo SSR Standard per la valutazione dei rischi e l'adeguamento alla normative
- Le modalità di valutazione e di misura del rischio stress
- Le tabelle di riferimento ed i parametri di allerta
- Riconoscere i sintomi e ricondurli alle cause
- I principali strumenti di indagine e prevenzione
- Modalità di intervento per fronteggiare una situazione stressante
- Il ruolo di RSPP, ASPP, RSL, Medico competente su valutazione rischio psico-sociale

**Durata** 4 ore



CESOP HR CONSULTING COMPANY  
VIA SAN FELICE 13, BOLOGNA  
CORSO GARIBALDI 24, MILANO

AREA TRAINING  
TEL: 051272441  
TRAINING@CESOP.IT



[WWW.CESOP.IT](http://WWW.CESOP.IT)