Catalogo Corsi

consorzio formaitalia

Indice

Governance e compliance	Pag. 03
Innovazione dell'organizzazione	Pag. 12
Export management e internazionalizzazione	Pag. 21
Lingue straniere	Pag. 35
Amministrazione e controllo di gestione	Pag. 45
Marketing e social media	Pag. 54
Processi produttivi	Pag. 63
Sviluppo personale e sociale	Pag. 70
Organizzazione e gestione delle risorse umane	Pag. 80
Digitalizzazione dei processi aziendali	Pag. 87
Sicurezza e lavoro	Pag. 95

GOVERNANCE E COMPLIANCE

Area tematica relativa alle tematiche dei sistemi gestionali, privacy, qualità, cyber security, compliance e responsabilità amministrativa.

Normativa ISO e gestione della qualità Pag. 05

GDPR e Privacy Pag. 06

Responsabilità amministrativa e ex D.Gls. 231/01 Pag. 07

Compliance aziendale Pag. 08

Cybersecurity, Data Protection e Data Breach Pag. 09

Internal Auditing Pag. 10

Sistema di gestione ambientale ISO 14001:2015 Pag. 11

Normativa ISO e gestione della qualità

L'aggiornamento e l'allineamento alle norme sono obiettivi prioritari e fondamentali per poter migliorare la competitività aziendale e mantenere posizioni di leadership sul mercato. Il corso "Normativa ISO e gestione della qualità" vuole trasferire ai partecipanti le conoscenze fondamentali legate alla normativa ISO 9001:201, nella prospettiva di una introduzione o un miglioramento del proprio sistema qualità .

Destinatari: amministratori, responsabili qualità

Contenuti del corso:
- La politica e gli obiettivi della qualità
- Analisi del contesto aziendale e applicazione degli strumenti ISO 9001:201
- Pianificazione del sistema di qualità
- Analisi dei rischi e delle opportunità
- Processi di Supporto e Attività Operative
- Valutazione delle prestazioni
- Miglioramento continuo

Obiettivi del corso: migliorare e ottimizzare l'organizzazione aziendale sulla base della normativa ISO. Individuare ed applicare i principi base della qualità in un sistema di gestione.

Durata: da 9 a 15 ore

GDPR e Privacy

Il corso intende fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per il processo di adeguamento alla disciplina e agli adempimenti in tema di privacy e sicurezza nel trattamento dei dati personali.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi

Contenuti del corso:
- Introduzione alla privacy
- Principi, diritti e attori della privacy
- Il titolare e il responsabile del trattamento
- Data protection officer e codici di condotta
- Misure di sicurezza e sanzioni
- Sicurezza dei dati personali e valutazione d'impatto
- Trasferimenti di dati personali
- Le autorità di controllo
- Il Comitato europeo per la protezione dei dati
- Mezzi di ricorso, responsabilità e sanzioni

Obiettivi del corso: Il corso GDPR analizza il General Data Protection Regulation UE 2016/679, il nuovo Regolamento europeo sul trattamento dei dati personali, fornendo una panoramica strutturata dei nuovi requisiti di legge e delle implicazioni per le organizzazioni. Inoltre intende delineare finalità e principi della nuova normativa, individuare attori, adempimenti e tempistiche per l'adeguamento alle nuove disposizioni, specificare le sanzioni previste.

Durata: da 8 a 15 ore

Responsabilità amministrativa e ex D.Gls. 231/01

Il corso “Responsabilità amministrativa e D.Lgs. 231/01” si propone di illustrare la normativa di riferimento italiana - D.Lgs 231/01 - che attribuisce un profilo di responsabilità alle persone giuridiche in tutto assimilabile a quella penale normalmente imputata alle persone fisiche.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, responsabili area legal e risorse umane

Contenuti del corso:

- Finalità e attualità del D.Lgs. 231/01
- La natura della responsabilità 231 e il sistema sanzionatorio
- Profili di responsabilità degli Amministratori in caso di mancata adozione del Modello 231
- La mappatura dei rischi e le modalità di individuazione e suddivisione dei reati sensibili da quelli residuali
- Quando il Modello 231 si può ritenere idoneo a prevenire i reati presupposto 231 ed esimente dalla responsabilità 231
- Il ruolo dell’organismo di Vigilanza

Obiettivi del corso: Individuare e definire i codici di comportamento per adottare i modelli più adeguati di organizzazione e gestione, per permettere la progettazione e l’implementazione del modello organizzativo area legal e risorse umane.

Durata: da 8 a 15 ore

Compliance aziendale

La crescita di un'impresa in un contesto globalizzato e fortemente dinamico richiede la capacità di evolvere nel rispetto dei vincoli esterni quali leggi e regolamenti, policy, standard volontari e procedure definite internamente. Il corso "Compliance aziendale e risk management" vuole fornire conoscenze e abilità tali da individuare e presidiare soluzioni che garantiscano il rispetto di requisiti definiti e all'interno dell'azienda, in linea con le più importanti normative di gestione interna (D. Lgs. 231/2001; D. Lgs. 81/2008; D.Lgs. 196/2003).

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, responsabili area legal e risorse umane

Contenuti del corso:
- Il Decreto Legislativo 231/2001: gli scopi, soggetti interessati, presupposti oggettivi e soggettivi
- Il Modello Organizzativo: requisiti, criteri, progettazione e costruzione
- Mappatura delle aree aziendali e dei processi a rischio
- Identificazione e valutazione del rischio
- Normativa e protocolli
- Organismo di Vigilanza: individuazione e caratteristiche minime richieste per la sua definizione
- Alcune ipotesi di identificazione dell'Organismo; Le attività principali a cui è deputato; I poteri di iniziativa e controllo; L'operatività dell'Organismo di Vigilanza
- Il Codice Etico
- Le sanzioni pecuniarie ed interdittive
- L'accertamento dei reati
- Analisi dei reati previsti dal Decreto

Obiettivi del corso: Fornire competenze solide rispetto alla Compliance Aziendale fornendo competenze utili per l'implementazione di nuovi modelli organizzativi e per la gestione dei rischi in azienda, al fine di accompagnare e sostenere le imprese in una nuova modalità di gestione che mira a perfezionare l'organizzazione interna.

Durata: da 8 a 15 ore

Cybersecurity, Data Protection e Data Breach

Capire la dimensione digitale in cui vengono trattati i dati, conoscerne i rischi, saperli prevenire e gestire sono oggi un asset fondamentale. La diffusione delle tecnologie, dei social network, dei dispositivi mobili e dei servizi cloud ha infatti portato ad una maggiore esposizione agli attacchi informatici. Il corso “Cybersecurity, Data Protection e Data Breach” vuole fornire le competenze per valutare i rischi informatici e stabilire le principali procedure per la sicurezza dei dati informatici in azienda.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, IT manager, responsabili area legal e risorse umane

Contenuti del corso:
- Introduzione: i cambiamenti nel modo ICT e nella sicurezza
- Le principali minacce e vettori di attacco
- Il perimetro aziendale e lo smart working
- Il quadro normativo
- GDPR e sicurezza dei dati informatici
- Risk assessment e Software Assessment Management
- Data Breach

Obiettivi del corso: Acquisire e migliorare la capacità di valutazione dei rischi del sistema informativo rispetto a minacce e profili di vulnerabilità; introdurre standard di sicurezza e programmare interventi per ridurre i rischi e/o eliminarli; adeguare metodologie e comportamenti alle Best Practice internazionali.

Durata: dalle 10 alle 18 ore

Internal Auditing

Come definito dagli Standard Internazionali, l'Internal Auditor deve possedere un bagaglio di competenze professionali che riguardano la padronanza nell'applicazione di procedure e tecniche di analisi dei processi. La dimestichezza con i metodi statistici nell'applicazione e interpretazione delle verifiche a campione; ma anche capacità di ascolto e comunicazione efficace nei confronti del management dell'organizzazione in tutte le varie fasi: pianificazione delle attività, incontri di discussione nel corso dell'attività e confronti sui risultati degli audit.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, quality manager, responsabili area legal e risorse umane

Contenuti del corso:

- Evoluzione della Corporate Governance e del Controllo Interno
- Quadro normativo nazionale e internazionale di riferimento
- Disposizioni civilistiche in tema di Controllo Interno
- D.Lgs 231/01: Codice Etico e Responsabilità delle persone giuridiche
- Legge n. 262 del 28 dicembre 2005: disposizioni per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari
- Sistema di Sicurezza sul lavoro ex D.Lgs. 81/2008 e collegamento con il D.Lgs. 231/01
- Testo unico sulla Privacy
- La tutela ambientale
- Normativa Internazionale: Sarbanes Oxley Act (Sox) e Foreign Corrupt Practices Act (FCPA)

Obiettivi del corso: Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti gli strumenti per essere in grado di utilizzare le metodologie e le tecniche più idonei nelle varie fasi di un intervento di audit (pianificazione, testing e reporting); supportare la standardizzazione dei processi di audit attraverso l'implementazione di una metodologia allineata alle best practices professionali; contribuire, attraverso l'utilizzo di strumenti operativi efficaci ed efficienti, alla creazione di valore aggiunto dell'organizzazione.

Durata: da 12 a 20 ore

Sistema di gestione ambientale ISO 14001:2015

Il corso “Sistema di gestione ambientale ISO 14001:2015” si propone di illustrare i requisiti della norma e i principali cambiamenti della nuova edizione della ISO 14001, analizzando tutti gli aspetti legati ai sistemi di gestione ambientale

Destinatari: amministratori, responsabili dei Sistemi di Gestione Ambientale

Contenuti del corso:
- I Sistemi di Gestione Ambientale: termini e definizioni
- Analisi puntuale della Norma ISO 14001:2015
- Perché l’analisi del contesto: Requisiti delle norme (UNI EN ISO 14001:2015; Reg. CE 1221/2009 “EMAS”); i vantaggi
- Metodologia: pianificazione, acquisizione ed elaborazione dei dati, stesura del rapporto
- Individuazione e valutazione degli aspetti ambientali.

Obiettivi del corso: Il corso si pone gli obiettivi di fornire competenze chiave relative al nuovo standard ISO 14001:2015, oltre a fornire un supporto per l’impostazione e la realizzazione del sistema di gestione ambientale in accordo alla nuova norma ISO 14001:2015.

Durata: da 12 a 20 ore

INNOVAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE

Area tematica relativa alla trasformazione digitale e dell’innovazione applicata al contesto aziendale e ai processi produttivi.

Modelli per l'ottimizzazione dei processi produttivi Pag. 14

Change management - Gestione del cambiamento in azienda Pag. 15

Innovation Management e digital transformation Pag. 16

Organizzazione dell'ufficio commerciale Pag. 17

Design Thinking Pag. 18

Tecniche per il controllo dei costi nella produzione industriale Pag. 19

Agile Project Management Pag. 20

Modelli per l'ottimizzazione dei processi produttivi

Il Corso ha l’obiettivo di far conoscere ai partecipanti le logiche e le metodologie per il miglioramento dei processi produttivi. Presenta un'introduzione completa ad alcune principali tecniche di controllo e ottimizzazione dei processi produttivi con lo scopo di fornire ai partecipanti la terminologia, le nozioni e gli strumenti fondamentali per ottimizzare, controllare e migliorare i processi di produzione.

Destinatari: amministratori, ITC manager, responsabili della produzione

Contenuti del corso:
- Il concetto di processo produttivo
- Processi locali e trasversali
- Concetto di miglioramento continuo
- Critical to Quality e fattore “k” nei processi come elementi centrali dei processi
- Classificazione dei processi produttivi
- Il concetto di valore ed i 7 sprechi in produzione
- Come identificare il valore aggiunto nei processi
- Come identificare gli sprechi: osservazioni puntuali, mappature, analisi quantitative, etc.
- Il flusso del valore
- Il Value Stream Mapping

Obiettivi del corso: A fine corso si sarà acquisita la capacità di individuare l’approccio più efficace rispetto ai processi della propria azienda; analizzare e descrivere correttamente i processi; approfondire la metodologia per perseguire il miglioramento dei processi produttivi.

Durata: dalle 15 alle 18 ore

Change Management - Gestione del cambiamento in azienda

Il corso Change Management Awareness si rivolge in particolare a coloro che desiderano avere un quadro organico e metodologicamente strutturato delle modalità di gestione dei progetti di cambiamento strategico ed operativo. Il corso si concentra sulle logiche del cambiamento in azienda individuando le leve, i percorsi e le criticità da gestire. In particolare affronta le dinamiche che possono produrre resistenze al cambiamento ed individua gli stili e le modalità per orientare i comportamenti.

Destinatari: amministratori, middle e top management, responsabili HR, dipendenti di ogni ruolo e livello

Contenuti del corso:

- Persone ed organizzazione: il rapporto tra ruolo, strutture, processi, relazioni interpersonali, clima e cultura
- Definizione, classificazione e caratteristiche dei cambiamenti in azienda
- Diversi approcci al change management
- Fasi di un processo di cambiamento organizzativo
- Principali caratteristiche dei programmi di trasformazione di successo

Obiettivi del corso: Identificare i principali elementi che consentono o ostacolano la realizzazione di un piano di change management; conoscere ed analizzare gli impatti del cambiamento organizzativo sulle persone; comprendere le logiche necessarie per una gestione efficace del cambiamento organizzativo; comprendere come i middle manager possono contribuire concretamente ai progetti di cambiamento organizzativo.

Durata: dalle 12 alle 18 ore

Innovation Management e digital transformation

Il corso mira a far comprendere i vantaggi competitivi della digitalizzazione dei processi produttivi, organizzativi, distributivi e di marketing. Verranno approfonditi i principali temi della Digital Transformation, dalla centralità del cliente all'importanza della Business Intelligence e dei Big Data; dai temi legati al Cyber Risk che può interrompere la Continuity aziendale, ai cambiamenti nell'organizzazione e nei processi aziendali, fino alle strategie operative per gestire la trasformazione in azienda.

Destinatari: amministratori, middle e top management, IT manager, responsabili HR, dipendenti di ogni ruolo e livello

Contenuti del corso:

- Problemi e metodi della gestione dell'innovazione
- Come migliora una innovazione tecnologica nel tempo
- Come si diffonde una innovazione tecnologica nel tempo
- Qual è il valore di una innovazione, con riferimento anche ai mercati caratterizzati da esternalità di rete positive
- Come si gestisce un'innovazione all'interno dell'impresa
- Come la digital trasformation e le distruptive technologies impattano sulle strategie delle imprese.

Obiettivi del corso: Il corso fornisce una panoramica dei vantaggi e delle criticità di implementazione di sistemi di gestione aziendale digitalizzati e votati all'innovazione tecnologica, con l'obiettivo di mettere a fuoco i processi di innovazione e i migliori metodi per gestire il cambiamento in azienda.

Durata: dalle 12 alle 18 ore

Organizzazione dell'ufficio commerciale

Per mantenere tutte le componenti commerciali in moto nella stessa direzione è necessario dotarsi di un piano di lavoro che, in modo semplice, chiaro e organizzato, fornisca indicazioni concrete ed efficaci per raggiungere gli obiettivi di business.
Il corso si propone di fornire ai partecipanti, attraverso numerosi esempi ed esercitazioni pratiche, gli strumenti per organizzare al meglio l'ufficio commerciale.

Destinatari: amministratori, responsabili commerciali, responsabili di area, impiegati ufficio commerciale

Contenuti del corso:

- Compiti e ruoli all'interno dell'ufficio commerciale
- Terminologia tecnica e documenti commerciali
- Sistemi informatici per l'ufficio commerciale: il CRM
- Analisi dei dati commerciali, statistiche e reportistica
- Gestire la comunicazione interna all'ufficio commerciale
- Elementi di comunicazione efficace
- Digital skills per l'ufficio commerciale

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire competenze tecniche e trasversali per la corretta gestione dell'ufficio commerciale, con il fine di ottimizzarne funzioni e attività.

Durata: da 12 a 15 ore

Design Thinking

Il Design thinking è un approccio metodologico che ha come obiettivo quello di offrire soluzioni innovative e significative nei processi di una qualsiasi organizzazione o azienda, basandosi su di un processo suddiviso in precise fasi e che trae la propria forza dall'unione di processi di design e di business.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, quality manager, responsabili area legal e risorse umane

Contenuti del corso:

- Comprendere il contesto dove poter sviluppare il Design Thinking
- Le 5 fasi del Design Thinking
- La correlazione al modello delle 3 I
- Strumenti per l'analisi e la sintesi

Obiettivi del corso: Conoscere le basi della disciplina, i suoi modelli più noti e sapere come impostare nella pratica questo processo, utile per sfruttarne i principi nella tua azienda. Inoltre obiettivo sarà saper correlare il Design Thinking con il pensiero creativo, individuare il 'ponte' tra l'approccio del Design Thinking e lo stimolo al processo innovativo.

Durata: dalle 8 alle 12

Tecniche per il controllo dei costi nella produzione industriale

La conoscenza dei costi di prodotto/servizio è di fondamentale importanza per valutare i margini di contribuzione dei prodotti finiti, orientare i prezzi di vendita, effettuare scelte di gestione (valutazione di investimenti, scelte di make or buy, ecc.) e valorizzare le giacenze di magazzino. Durante il corso sarà illustrato come strutturare un sistema di calcolo dei costi corrispondente ai bisogni del controllo di gestione e come misurare i risultati.

Destinatari: amministratori, responsabili area produzione, responsabili amministrativi

Contenuti del corso:
- Determinazione, analisi e riduzione dei costi di produzione
- Analisi economiche e finanziarie in ambito produttivo
- Budget dei costi di produzione
- Monitoraggio delle prestazioni

Obiettivi del corso: Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di organizzare il sistema di controllo e gestione dei costi dei prodotti, razionalizzare i processi produttivi attraverso un controllo dei costi orientato ai processi, ridurre i costi di trasformazione attraverso l'individuazione delle attività non a valore aggiunto con il fine di implementare un programma di riduzione costi.

Durata: dalle 15 alle 20 ore

Agile Project Management

L’attuale mercato globale impone alle aziende di consegnare i prodotti sempre più velocemente. Quando i nuovi progetti vengono selezionati dall’organizzazione o dal management, è importante determinare se è più appropriato un approccio di project management tradizionale o “agile”.

Destinatari: amministratori, project manager, responsabili di area

Contenuti del corso:
- Definizione di Agile
- Il manifesto Agile, i principi
- L’evoluzione del Lean Thinking in Agile
- Agilità come nuovo approccio organizzativo
- Cultura Agile
- Il framework Scrum per lavorare in modo Agile: 3 artefatti, 5 eventi e 3 ruoli
- Come diventare Agile? Le considerazioni per il cambiamento organizzativo
- Agile project management
- I metodi tradizionali vs i metodi agile
- Fasi di un progetto agile
- Agile project skill
- PMBOK ® Guide: aree di conoscenza e gruppi di processi

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire tutte le competenze necessarie per gestire i progetti utilizzando metodologie agili a supporto dell’organizzazione aziendale e dell’innovazione dei processi. Nello specifico il discente acquisirà conoscenze e abilità atte a determinare quali competenze e caratteristiche siano necessarie per condurre un progetto “agile” e ad adottare approccio agile da parte di una organizzazione, team, cliente e project manager.

Durata: da 12 a 18 ore

EXPORT MANAGEMENT E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Area tematica riguardante i mercati internazionali, l'import-export, contabilità e fiscalità internazionale, DT per l'internazionalizzazione.

Marketing per lo sviluppo del mercato estero Pag. 23

Organizzazione aziendale per l'export Pag. 25

Fiscalità e import-export Pag. 26

Digital marketing per l'internazionalizzazione Pag. 27

Gestione delle spedizioni e del trasporto internazionale delle merci Pag. 28

Digitalizzazione, web marketing e e-commerce per l'export Pag. 29

Analisi del mercato, dei target e modalità di internazionalizzazione Pag. 30

Normativa IVA per la transazioni internazionali Pag. 31

Trasporti e dogane Pag. 32

Partecipazione alle fiere e agli eventi internazionali Pag. 33

Dallo stand al digitale Pag. 34

Marketing per lo sviluppo del mercato estero 1/2

Lo sviluppo delle tecnologie della comunicazione e dei trasporti ha reso il mondo interconnesso e il mercato unico e globale. In questo contesto, sempre più imprese si trovano di fronte alla scelta sul se e come provare ad estendere le proprie attività di marketing su scala globale.

Destinatari: amministratori, responsabili acquisiti/vendite, export manager, impiegati area export

Contenuti del corso:

- Country analysis e stima dei potenziali di mercato all'estero
- Le informazioni e le basi di dati per l'analisi dei Paesi e dell'andamento dei principali settori di attività sui mercati esteri
- Gli indici di competitività e l'analisi dei rischi
- I vantaggi (e svantaggi) competitivi delle nazioni, criteri per la valutazione del loro impatto sui settori di attività
- Valutazione dell'attrattività dei Paesi
- Stima dei potenziali di mercato all'estero sulla base di fonti di carattere secondario
- Valutazione dei fattori di successo competitivo all'estero, in funzione dei settori di attività e delle caratteristiche dei Paesi
- Linee guida per l'effettuazione di efficaci e poco costose ricerche sul campo
- L'importanza di un piano: come superare gli ostacoli alla sua formulazione
- Proiezione del profilo competitivo aziendale sui mercati esteri e implicazioni strategiche
- Valutazione e scelta delle strategie di ingresso e di presenza più promettenti, con particolare riferimento alle eventuali opportunità di adattamento o integrazione della gamma di offerte
- Sviluppo di strategie di prezzo coerenti con il profilo competitivo e con gli obiettivi di presenza sul mercato
- Valutazione e scelta delle strategie distributive più appropriate in funzione delle strategie di presenza e dell'assetto dell'organizzazione di vendita a supporto delle strategie distributive
- Linee guida per lo sviluppo di strategie di comunicazione, on e off-line
- Un cruscotto per il controllo strategico ed economico-finanziario multicountry e multibusiness.

Marketing per lo sviluppo del mercato estero 2/2

Lo sviluppo delle tecnologie della comunicazione e dei trasporti ha reso il mondo interconnesso e il mercato unico e globale.
In questo contesto, sempre più imprese si trovano di fronte alla scelta sul se e come provare ad estendere le proprie attività di marketing su scala globale.

Obiettivi del corso: Lo scopo del corso è quello di fornire nuovi strumenti concettuali e metodologici per sviluppare o consolidare la capacità di formulare piani di marketing internazionale, focalizzando l'attenzione sulle decisioni chiave per il successo.

Internet e la crescente sofisticazione dei motori di ricerca, insieme allo sviluppo di innovativi strumenti judgment-based di supporto alle decisioni, consentono di ideare ed elaborare piani di marketing internazionale con livelli di efficacia ed efficienza impensabili fino a pochi anni fa.

Durata: da 12 a 20 ore

Organizzazione aziendale per l'export

Il corso vuole potenziare le capacità manageriali e fornire alle imprese gli strumenti necessari per definire e sviluppare la propria strategia di inserimento in un contesto multinazionale, a livello di organizzazione dei processi produttivi, penetrazione dei mercati di vendita, relazioni con i fornitori.

Destinatari: responsabili acquisiti/vendite, export manager

Contenuti del corso:

- Export check-up: siamo pronti ad esportare? Analisi dei punti di forza e debolezza dell'azienda ai fini dell'internazionalizzazione
- Scenari e opportunità di business: nuovi scenari nell'economia globalizzata; metodi e strumenti per comprendere dove indirizzare gli investimenti; valutazione operativa delle proprie linee strategiche; come valutare il rischio geopolitico dei diversi paesi; le diversità esistenti tra i diversi paesi e le opportunità offerte
- Analisi del settore e del mercato ed esigenze conoscitive per lo sviluppo del piano: concetti chiave per lo sviluppo di un "international business plan"; struttura della domanda; caratteristiche della concorrenza; network e partnership attivabili
- Marketing, clientela internazionale e interculturalità
- La valutazione e il finanziamento degli investimenti

Obiettivi del corso: Il corso pone diversi obiettivi formativi:

- Definire il piano strategico
- Acquisire le metodologie per posizionarsi sui mercati più adatti e redditizi per l'azienda
- Trovare le informazioni pertinenti per selezionare i mercati e l'intermediario più adatto
- Definire gli obiettivi del team, sia per l'attività di back-office sia per l'attività commerciale sul campo
- Sviluppare motivazione e impegno
- Conoscere le differenti problematiche e criticità e trovare soluzioni idonee a evitarle

Durata: da 12 a 20 ore

Fiscalità e import-export

I temi e le norme relative alla gestione fiscale di importazioni ed esportazioni sono sempre soggette ad aggiornamento, anche a seguito dei continui cambiamenti dai quali il mercato internazionale è interessato. Il corso "Fiscalità e import-export" è un'occasione di perfezionamento per gli impiegati amministrativi.

Destinatari: responsabili amministrativi, impiegati ufficio commerciale, impiegati amministrativi

Contenuti del corso:

- Fiscalità internazionale, disciplina doganale ed Iva sulle operazioni con l'estero: novità e casi concreti
- Fonti normative comunitarie e nazionali
- Rapporto giuridico doganale
- Operazioni doganali
- Procedure di sdoganamento
- Classificazione, Valore, Origine della merce
- Commercio e trasporto internazionale
- Gestione del Contenzioso

Obiettivi del corso: Il corso mira alla formazione e all'aggiornamento dei professionisti che si occupano di questioni fiscali e doganali connesse agli scambi transnazionali fornendo tutte le competenze necessarie a:

- verificare la correttezza delle operazioni doganali al fine di prevenire irregolarità e relative sanzioni e di ridurre costi operativi e fiscali all'importazione e all'esportazione;
- gestire correttamente le principali problematiche IVA riguardanti le operazioni con l'estero, approfondendo la disciplina nazionale e comunitaria in vigore e tenendo conto non solo della prassi ma anche degli interventi della giurisprudenza nazionale e comunitaria;
- affrontare e gestire le questioni fiscali delle aziende che operano all'estero e di quelle che intrattengono rapporti con soggetti ivi residenti, analizzando sia gli aspetti teorici sia quelli pratici connessi a dette problematiche.

Durata: da 15 a 21 ore

Digital marketing per l'internazionalizzazione

Il corso è rivolto alle aziende che intendano cogliere le nuove sfide poste dal marketing digitale e dalla diffusione dell'e-commerce nell'ambito dei processi di internazionalizzazione.

Destinatari: responsabili vendite/acquisti, export manager

Contenuti del corso:

- Introduzione al panorama digitale globale e peculiarità dei vari mercati
- Guida ai principali strumenti di analisi dei mercati esteri
- Come preparare un digital country profile a supporto delle decisioni di business
- Comunicazione web multiculturale
- Il web design multiculturale: realizzare un sito efficace per differenti mercati
- Adattare design e contenuti del sito alla user experience multiculturale
- Sviluppare una content strategy sui social media per diversi mercati esteri

Obiettivi del corso: Il corso intende fornire le competenze di base per la comprensione delle potenzialità del digital marketing per le vendite a livello internazionale. In base alle necessità aziendali potranno essere approfonditi mercati specifici (ad esempio, EMEA, Asia, Stati Uniti, ecc...).

Durata: da 15 a 21 ore

Gestione delle spedizioni e del trasporto internazionale delle merci

Lavorare con aziende estere è più complesso che operare con le controparti italiane. Bisogna sempre essere aggiornati per gestire procedure, problemi e regole che riguardano l'origine delle merci e le restrizioni relative agli scambi commerciali internazionali.

Destinatari: responsabili vendite/acquisti, export manager

Contenuti del corso:

- La consegna delle merci: fattore critico di successo per l'impresa che esporta
- Gli Incoterms 2010 e il contratto di compravendita: massima chiarezza negli accordi
- La funzione trasporti e la relazione con le diverse aree della catena del commercio estero
- Aspetti normativi disciplinanti i trasporti e le spedizioni: il codice civile, il codice della navigazione, le convenzioni internazionali
- Il contratto di trasporto e la figura del vettore
- Il contratto di spedizione e la figura dello spedizioniere
- Obbligazioni e responsabilità del vettore e dello spedizioniere
- Le responsabilità vettoriali ed il risarcimento dei danni
- Scegliere lo spedizioniere più adatto alla nostra spedizione
- Chiedere ed ottenere le quotazioni per i servizi di trasporto e spedizione: il confronto
- La lettera di incarico allo spedizioniere ed i contratti per forniture di servizi continuativi
- Il controllo degli addebiti: come e dove generare risparmi sui costi di trasporti
- La determinazione dei costi del trasporto
- Cenni sulle coperture assicurative
- La fatturazione dei servizi di trasporto ed il riaddebito delle spese di trasporto in fattura
- La gestione degli acquisiti all'estero dal punto di vista doganale: determinazione del valore in dogana, barriere tariffarie e non tariffarie

Obiettivi del corso: Conoscere i principali aspetti da tenere in considerazione per impostare correttamente e proficuamente le spedizione internazionali; esaminare le disposizioni legislative che influenzano il rapporto con gli operatori del trasporto e delle spedizioni, dalla redazione del contratto di vendita fino alla rendicontazione amministrativa dei servizi di trasporto.

Durata: da 9 a 18 ore

Digitalizzazione, web marketing e e-commerce per l'export

La digitalizzazione della comunicazione e dei canali di vendita consente indubbiamente un aumento della competitività aziendale, soprattutto all'interno dei processi di internazionalizzazione.

Destinatari: responsabili vendite/acquisti, export manager

Contenuti del corso:

- Cosa vuol dire fare marketing con i social
- Il nuovo modo di fare targetizzazione
- Strategie di marketing internazionale e nazionale
- Creare un piano marketing: costi – benefici
- Digital marketing per il food&beverage
- Progettare il Sito web per l'internazionalizzazione
- Quali canali di comunicazione scegliere
- Implementazione strategia sui social e sui motori di ricerca
- E-commerce
- Come vendere: marketplace VS sito proprio
- Strumenti per la promozione: SEM, social media marketing, digital, pr, influencer

Obiettivi del corso:

- Acquisire le competenze strategiche e di base in ambito e-commerce, sia di prodotti che di servizi, sia su piattaforme proprie che portali esterni
- Comprendere il percorso d'acquisto del consumatore digitale nella sua customer journey arricchita con elementi innovativi di neuromarketing
- Aggiornare le proprie conoscenze rispetto ai nuovi strumenti di digital marketing, creazione dei contenuti digitali e di social media marketing
- Acquisire competenze trasversali a supporto delle competenze tecniche, come il change management a supporto del ruolo rivoluzionario che ha l'e-commerce in azienda

Durata: da 15 a 22 ore

Analisi del mercato, dei target e modalità di internazionalizzazione

Il corso fornisce le basi per effettuare analisi sulla potenzialità di vendita del proprio prodotto all'estero.
Sono tante le opportunità per i nostri prodotti Made in Italy ma solo una corretta impostazione della strategia permette realmente di controllare gli investimenti e di puntare ad obiettivi desiderati.

Destinatari: responsabili vendite/acquisti, export manager

Contenuti del corso:

- I processi di internazionalizzazione delle imprese e le modalità di ingresso nei mercati internazionali
- Ricerca ed Elaborazione delle informazioni per l'internazionalizzazione
- Gli strumenti pubblici di finanza agevolata per l'internazionalizzazione
- Elementi di contrattualistica internazionale
- Disciplina e tecnica doganale e dei trasporti nelle operazioni con l'estero
- La gestione del rischio di credito e i sistemi di pagamento internazionali

Obiettivi del corso: Il corso prevede la possibilità di approfondimenti per prodotti e per Paese. Offrendo un quadro completo di tutte le fasi che portano all'internazionalizzazione d'impresa, a partire dalle modalità di ingresso nei mercati internazionali, all'analisi dei dati per l'internazionalizzazione, fino alla descrizione degli strumenti pubblici di finanza agevolata per l'internazionalizzazione e alla contrattualistica internazionale.

Durata: da 12 a 18 ore

Normativa IVA per la transazioni internazionali

Il percorso illustra come affrontare la gestione amministrativa, contabile e fiscale delle operazioni commerciali internazionali, valutando le criticità correlate alla normativa dei differenti Paesi e le opportunità di semplificazione offerte dalla normativa Comunitaria, sia rispetto alla gestione clienti che fornitori.

Destinatari: responsabili amministrativi. responsabili vendite/acquisti, export manager

Contenuti del corso:

- Introduzione alla normativa relativa alle operazioni con l'estero
- Il regime fiscale dell'IVA in ambito Comunitario, la gestione della contabilità clienti comunitari e la fatturazione
- Scritture contabili delle operazioni di vendita comunitarie
- Il modello Intrastat: analisi e guida alla compilazione
- l regime fiscale dell'IVA nelle transazioni con Paesi extra UE
- Le esportazioni e la gestione delle vendite presso Paesi extra-UE
- Emissione di fatture verso clienti extracomunitari
- Le importazioni: la gestione dei rapporti con i fornitori

Obiettivi del corso: Il percorso illustra come affrontare la gestione amministrativa, contabile e fiscale delle operazioni commerciali internazionali, valutando le criticità correlate alla normativa dei differenti Paesi e le opportunità di semplificazione offerte dalla normativa Comunitaria, sia rispetto alla gestione clienti che fornitori.

Durata: da 8 a 15 ore

Trasporti e dogane

Il corso fornisce tutte le competenze necessarie a verificare la correttezza delle operazioni doganali al fine di prevenire irregolarità e relative sanzioni e di ridurre costi operativi e fiscali all'importazione e all'esportazione. Insegna inoltre ad agevolare i rapporti contrattuali con clienti e fornitori e a coordinare adeguatamente scambi intracomunitari e rapporti con i Paesi terzi.

Destinatari: amministratori, responsabili acquisti/vendite, export manager, responsabili amministrativi, impiegati area export

Contenuti del corso:

- Relazione con i contratti compravendita
- Relazione con i contratti di trasporto, spedizione e assicurazione merci
- Relazione con gli strumenti di pagamento
- Relazione con le obbligazioni doganali
- Relazione con i contratti compravendita: analisi delle regole come parte integrale dei contratti di compravendita internazionale
- Relazione con i contratti di trasporto, spedizione e assicurazione: saranno presi in esame i due aspetti fondamentali delle regole, cioè analisi dei rischi derivanti dalla movimentazione delle merci e i conseguenti costi, illustrando anche le procedure per la riduzione dei rischi e dei costi stessi
- Relazione con gli strumenti di pagamento che sono fortemente legate ai trasporti e spedizioni internazionali e, come ovvia conseguenza, alle regole Incoterms® 2020.

Obiettivi del corso:

- Conoscere e approfondire la logica giuridica procedurale, interpretare e applicare i principi del codice doganale comunitario modernizzato e delle nuove disposizioni di applicazione a seguito della promulgazione delle nuove norme comunitarie;
- Gestire le procedure amministrative secondo le più recenti istruzioni nazionali;
- Esaminare singole ipotesi operative concrete e suggerire le più idonee soluzioni.

Durata: da 9 a 18 ore

Partecipazione alle fiere e agli eventi internazionali

Il corso mira a fornire alle imprese le conoscenze, le competenze di base e gli strumenti per affrontare la programmazione degli eventi di promozione all'estero: fiere, incontri one2one, incoming, outgoing.

Destinatari: amministratori, responsabili acquisiti/vendite, export manager, responsabili amministrativi, impiegati area export

Contenuti del corso:

- Le fiere come strumento di internazionalizzazione del Made in Italy
- Il budget per l'estero, i paesi obiettivo, la programmazione e il monitoraggio
- La fiera: come sceglierla e non subirla
- Gli elementi utili ad una corretta programmazione delle azioni più idonee a fare promozione all'estero
- La preparazione della fiera: tempi e costi per attivare le reali economie di scala
- La gestione della fiera, obiettivi e risultati tangibili
- Il follow up della fiera, cosa fare per tempo
- Gli incontri one2one
- Le 10 domande da fare al buyer da incontrare
- Incoming: come prepararli e gestirli per una efficace realizzazione
- L'importanza di fare rete: contratti di rete e consorzi

Obiettivi del corso: Verranno declinati tutti gli elementi che, se pianificati e coordinati per tempo, possono fornire all'impresa l'elemento distintivo per essere scelta dal Buyer:

- Come prepararsi per tempo alla fiera
- Come condurre con successo gli incontri one2one
- Quali azioni nel dopo-fiera determinano l'efficacia commerciale
- Quali sono i fattori di successo che danno un ritorno reale in termini commerciali alle imprese

Durata: da 9 a 15 ore

Dallo stand al digitale

Il corso vuole fornire le competenze di base per la partecipazione e organizzazione di stand digitali in eventi fieristici online.

Destinatari: amministratori, responsabili acquisiti/vendite, export manager, responsabili amministrativi, impiegati area export

Contenuti del corso:

- Panoramica sullo scenario attuale e sulla situazione pre Covid
- Fiera digitale: fasi e strumenti per ottenere il massimo
- Cosa si può fare oggi per superare l'annullamento delle fiere?
- Casi studio di successo

Obiettivi del corso: I partecipanti al corso svilupperanno competenze di analisi e organizzazione rispetto ai principali digital tools per la gestione di eventi e fiere online a livello internazionale.

Durata: da 4 a 10 ore

LINGUE STRANIERE

Area tematica riguardante lo studio delle lingue straniere, con possibilità di personalizzazione dagli interventi (multilivello, lingua straniera specialistica).

Inglese Pag. 37

Francese Pag. 38

Tedesco Pag. 39

Spagnolo Pag. 40

Arabo Pag. 41

Cinese Pag. 42

Giapponese Pag. 43

Italiano per stranieri Pag. 44

INGLESE

La globalizzazione e la sempre maggiore necessità delle aziende di sviluppare rapporti duraturi e di qualità di import - export rendono la conoscenza professionale della lingua inglese fondamentale.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua inglese, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua.

Alcuni corsi già erogati:

- Business writing in English
- Lingua inglese per l'internazionalizzazione
- Business tools
- Telephone communication
- International communication tools for business and marketing

Durata: in base alle necessità aziendali

FRANCESE

All'interno dei processi di sviluppo commerciale e internazionalizzazione, la lingua francese resta uno strumento strategico per la gestione delle relazioni con il paese d'oltralpe e per la conduzione delle negoziazioni con i paesi arabi.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua francese, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua.

Alcuni corsi già erogati:

- Lingua francese per l'internazionalizzazione
- La langue française pour le commerce
- La langue française pour le tourisme

Durata: in base alle necessità aziendali

TEDESCO

La Germania è uno dei partner commerciali più influenti per le aziende italiane e un importante fonte per il turismo nel nostro Paese.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua tedesca, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua.

Alcuni corsi già erogati:

- Lingua tedesca per l'internazionalizzazione
- Deutsch in der Firma
- Deutsch fűr den Tourismus

Durata: in base alle necessità aziendali

SPAGNOLO

Lo Spagnolo è una delle lingue più parlate al mondo e la Spagna è un partner fondamentale per l'Italia a livello commerciale e turistico.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua spagnola, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua.

Alcuni corsi già erogati:

- Lingua spagnola per l'internazionalizzazione

Durata: in base alle necessità aziendali

ARABO

La lingua araba è parlata oggi da oltre 300 milioni di persone in tutto il mondo, nonché lingua nazionale di oltre 23 paesi della Lega araba ed è una delle sei lingue ufficiali utilizzate presso le Nazioni Unite.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua araba, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua o certificati.

I corsi verranno personalizzati sia a livello didattico che organizzativo.

Durata: in base alle necessità aziendali

GIAPPONESE

Il fascino del Giappone e l'innovazione che da sempre contraddistingue la sua cultura ha reso sempre più influente la conoscenza della lingua giapponese.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua giapponese, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua o certificati.

I corsi verranno personalizzati sia a livello didattico che organizzativo.

Durata: in base alle necessità aziendali

CINESE

Una persona su sei nel mondo parla cinese mandarino e la Cina è un partner fondamentale nel settore del commercio, del fashion e del lusso, delle nuove tecnologie.

Consorzio Formaitalia offre una vasta gamma di corsi di lingua cinese, suddivisi secondo il Framawork Europeo (da A1 a C2) avvalendosi di partner d'eccellenza e docenti madrelingua o certificati.

I corsi verranno personalizzati sia a livello didattico che organizzativo.

Durata: in base alle necessità aziendali

ITALIANO PER STRANIERI

Il corso vuole porre le basi linguistico-comunicative indispensabili per l'autopromozione (migliorare le abilità cognitive e di apprendimento utili alla realizzazione di sé nel contesto socio-culturale in cui ci si trova ad agire), la socializzazione (usare la lingua come principale strumento di interazione) e per la culturizzazione (descrivere modelli e valori propri del Paese di provenienza in un'ottica di comparazione con quelli della comunità di arrivo).

I corsi verranno personalizzati sia a livello didattico che organizzativo.

Durata: in base alle necessità aziendali

AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE

Area tematica legata alla pianificazione e corporate finance, del controllo di gestione, della contabilità, dell'amministrazione del personale.

Contabilità generale e costruzione del bilancio Pag. 47

Aspetti contabili, amministrativi e fiscali del magazzino Pag. 48

Controllo di gestione Pag. 49

La costruzione del business plan Pag. 50

Analisi di bilancio Pag. 51

Controllo delle attività finanziarie e del cash flow Pag. 52

Strumenti amministrativi e fiscali legati al welfare aziendale Pag. 53

Contabilità generale e costruzione del bilancio

Il percorso formativo si propone di presentare ai non esperti dell'area amministrativa, con il ricorso ad esercitazioni, i principi generali della rilevazione contabile per consentire una loro applicazione approfondita a fronte delle molteplici tipologie di operazioni che caratterizzano l'attività economica aziendale. Dopo l'analisi preliminare delle modalità di predisposizione di un piano dei conti, il corso analizza, con ampio ricorso ad esemplificazioni e documentazione tratte dalla realtà operativa, il processo di formazione del bilancio di esercizio, con orientamento prevalente alle registrazioni di contabilità generale. Particolare attenzione sarà dedicata all'acquisizione di una corretta terminologia contabile e allo sviluppo di capacità non meccaniche di rilevazione dei fatti amministrativi attraverso le scritture contabili. Il corso si conclude con l'analisi della struttura del bilancio di esercizio.

Destinatari: impiegati amministrativi

Contenuti del corso:

- Introduzione alla contabilità generale e al bilancio di esercizio
- L'attività economica dell'impresa e la gestione aziendale
- La logica e la metodologia delle rilevazioni quantitativa d'azienda: la contabilità generale
- La valutazione periodica dell'attività dell'impresa: il bilancio di esercizio
- Dalla contabilità al bilancio le scritture di assestamento
- Bilancio d'esercizio
- Bilancio e fisco
- La lettura del bilancio

Obiettivi del corso: Il corso si pone tre obiettivi formativi principali: apprendere ad utilizzare le scritture contabili in funzione delle esigenze di bilancio; comprendere le problematiche fiscali; redigere e leggere un bilancio di esercizio

Durata: da 18 a 24 ore

Aspetti contabili, amministrativi e fiscali del magazzino

Il corso si propone di analizzare la gestione del magazzino, con particolare riguardo ai problemi di natura amministrativa, contabile e fiscale. Una gestione ottimale del magazzino risulta infatti essere di fondamentale importanza sul piano economico, con riferimento ai riflessi sul risultato operativo. Il taglio pratico del corso consentirà ai partecipanti di acquisire gli strumenti per la gestione ottimale delle proprie casistiche aziendali.

Destinatari: responsabili area amministrativa, addetti alla contabilità di magazzino

Contenuti del corso:

- Elementi di contabilità fiscale di magazzino e differenze inventariali
- La presunzione di cessione e di acquisto
- Differenze inventariali, cause e soluzioni
- La posizione del fisco
- L'ottimizzazione della gestione magazzino: lotti economici, livello minimo di scorta e rotazione delle merci
- Procedure per l'ottimizzazione della gestione contabile in magazzino
- Verifiche della contabilità di magazzino

Obiettivi del corso: Fornire competenze tecniche per ottimizzare e gestire il magazzino in linea con le verifiche ed i controlli dell'Amministrazione Finanziaria e della compliance.

Durata: da 15 a 24 ore

Controllo di gestione

Grazie al corso in Controllo di Gestione i partecipanti avranno gli strumenti utili per impostare correttamente ed efficacemente un sistema di controllo di gestione in azienda. I temi trattati copriranno la sfera contabile e analitica: studio dei centri di costo, di ricavo, l'attribuzione dei costi, i modelli di costing, gli strumenti di rilevazione e contabilità generale, l'analisi di budget, proiezioni e ribaltamenti, oltre che un'approfondita sezione sulla reportistica.

Destinatari: amministratori, impiegati amministrativi, responsabili amministrativi

Contenuti del corso:

- Il controllo di gestione (CDG)
- Parametri chiave dell'equilibrio patrimoniale, economico e finanziario
- Il sistema degli obiettivi societari e la contabilità gestionale
- Logica di gestione dei costi
- Alcuni metodi di CDG (Activity Based Costing) e Activity Based Management (ABM)- cenni
- Costruire il tableau de bord aziendale
- Cenni sulla Balanced Scorecard e sulla Piramide della Performance
- Attivare il sistema di controllo aziendale
- Sistema di reporting
- Il CDG nell'attuale evoluzione dell'ERP e della Business Intelligence

Obiettivi del corso: Acquisire una visione d'insieme del processo di controllo di gestione; conoscere strumenti e tecniche del controllo di gestione; apprendere le metodologie di analisi dei costi; analizzare gli scostamenti tra risultati e budget; introdurre l'utilizzo di specifici strumenti di controllo di gestione e di monitoraggio dei costi; sviluppare conoscenze in tema di contabilità industriale e di analisi nel processo di formazione del budget

Durata: da 18 a 24 ore

La costruzione del Business Plan

Il corso “La costruzione del Business Plan” analizza e fornisce i principi guida di una corretta redazione del piano e le problematiche tecnico applicative che la modellizzazione delle grandezze aziendali future comporta. Verranno affrontati gli approcci più utilizzati e gli errori e i misunderstanding più comuni che impattano sulla redazione dei business plans.

Destinatari: amministratori, responsabili area amministrazione e finanza

Contenuti del corso:

- La logica del piano finanziario: la creazione di valore
- Come predisporre la sezione qualitativa del business plan
- L'approccio al planning di un'impresa in funzionamento
- Lo sviluppo del conto economico proforma
- Lo sviluppo dello stato patrimoniale proforma
- Il cash flow statement proforma
- Esercitazione
- Costruzione del Business Plan col foglio elettronico
- La scelta fra il modello revenues based o break even based
- Lo sviluppo del modello di Business Plan break even based
- Cash flow driver planning: il break even finanziario e la modellizzazione delle grandezze pro-forma
- I tipici errori della pianificazione: focus sulla variabile fiscale
- Stress test e sensitivity analysis
- L'approccio al planning di una start up

Obiettivi del corso: Apprendere la pianificazione aziendale come implementazione delle strategie e acquisire la necessaria competenza per poter sviluppare Business Plan finalizzati alla crescita o alla ristrutturazione; l'affiancamento dei tools quantitativi a quelli qualitativi trasferisce ai partecipanti una piena consapevolezza delle relazioni in essere tra i driver di creazione del valore e gli aspetti finanziari e, quindi, una padronanza visibile nell'esposizione del business plan ai vari interlocutori.

Durata: da 12 a 24 ore

Analisi di bilancio

Il bilancio è il documento principale per l'analisi delle performances aziendali, sia per il lettore esterno, sia per quello interno all'impresa. Tuttavia la capacità informativa di tale documento può essere massimizzata solo attraverso la riclassificazione degli schemi civilistico-contabili.

Destinatari: amministratori, responsabili area amministrazione e finanza

Contenuti del corso:

- Il bilancio d'esercizio
- I destinatari del bilancio
- I principi di redazione
- I criteri di valutazione
- Il conto economico
- Lo stato patrimoniale
- La nota integrativa
- Il rendiconto finanziario
- Gli allegati al bilancio
- La partita doppia
- Il libro mastro
- Il libro giornale
- La prima nota
- Gli acquisti di merce, beni e servizi
- Le vendite di beni e servizi
- Le immobilizzazioni materiali ed immateriali
- Le immobilizzazioni in leasing
- La dismissione di immobilizzazioni materiali ed immateriali
- L'acquisto e la vendita di immobilizzazioni finanziarie
- La valutazione delle immobilizzazioni finanziarie
- Lo smobilizzo del circolante
- I finanziamenti per cassa a breve termine
- I finanziamenti a medio/lungo termine
- La costituzione della società
- Gli aumenti di capitale
- Sopravvenienze e plusvalenze
- Insussistenze e minusvalenze
- Corretta contabilizzazione delle poste
- La chiusura del bilancio
- Il bilancio di verifica
- Le scritture di integrazione
- Le scritture di rettifica
- Gli ammortamenti
- Le scritture di inventario
- Il risultato d'esercizio
- La determinazione delle imposte
- La normativa civilistica
- La normativa fiscale

Obiettivi del corso: Il corso vuole rendere possibile l'acquisizione di metodologie contabili per la redazione del bilancio d'esercizio, ottimizzare il metodo di predisposizione del bilancio, interagendo con tutti i soggetti interessati; conoscere i principi di bilancio e saper gestire gli aspetti fiscali per il corretto calcolo delle imposte. Inoltre trasferisce le nozioni e le tecniche che rappresentano le best practices in tema di analisi finanziaria dei bilanci di esercizio. Tali nozioni non si esauriscono nelle mere tecniche di riorganizzazione delle voci, ma mirano a trasferire la capacità di leggere ed interpretare gli schemi riclassificati per trarne il massimo contributo informativo.

Durata: da 15 a 20 ore

Controllo delle attività finanziarie e del cash flow

Il corso "Controllo delle attività finanziarie e del cash flow" ha l'obiettivo di presentare e analizzare il cash flow (rendiconto finanziario) come strumento di informazione non solo sui flussi finanziari "passati", ma soprattutto per diventare uno strumento di pianificazione e programmazione delle decisioni aziendali alla luce dei futuri potenziali flussi finanziari.

Destinatari: amministratori, responsabili amministrativi, controller

Contenuti del corso:

- Il cash management: gli obiettivi e le attività della tesoreria
- L'equilibrio finanziario tra fabbisogni e fonti
- Le tecniche più in uso per realizzare piani di tesoreria in azienda
- I principali metodi di controllo dei flussi di liquidità
- Come prevedere i flussi di cassa
- Le procedure di incasso e pagamento
- Le attività periodiche di tesoreria
- Le scelte operative e strategiche su finanziamenti e impieghi
- Il budget annuale di tesoreria
- Il cash flow
- Le previsioni di cash flow
- I rapporti con le banche
- Interessi e commissioni bancarie e loro negoziazione
- Il rating finanziario
- Basilea 2 e Basilea 3
- Gli impieghi della liquidità
- I finanziamenti a medio e breve termine
- Il factoring e il leasing
- Definizione di esposizione al rischio di cambio
- L'organizzazione della tesoreria
- Il reporting di tesoreria
- Il budget finanziario e il piano di tesoreria

Obiettivi del corso: Il corso permetterà l'acquisizione di competenze relative alla gestione del cash management al fine di organizzare con efficienza ed efficacia la tesoreria,
conducendo le relazioni con le banche e permettendo di migliorare l'attività di negoziazione.

Durata: da 12 a 18 ore

Strumenti amministrativi e fiscali legati al welfare aziendale

Il corso “Strumenti amministrativi e fiscali legati al welfare aziendale” vuole fornire competenze tecniche e di analisi dei principali strumenti di welfare.

Destinatari: amministratori, HR manager, impiegati amministrativi con funzioni HR

Contenuti del corso:

- Il welfare aziendale: dalle difficoltà del welfare pubblico al welfare aziendale come opportunità
- Le dinamiche del welfare aziendale nell'ambito della crisi economica
- La diffusione quantitativa del fenomeno e le peculiarità dei diversi settori
- La responsabilità sociale d'impresa e il welfare aziendale
- I principali modelli di welfare aziendale
- Progettazione servizi e sviluppo di un piano welfare
- Il monitoraggio di un progetto welfare, strumenti ed esperienze applicative per lavoratori e azienda

Obiettivi del corso:

- Conoscere il contesto di sviluppo del welfare aziendale e come si è trasformato in opportunità compensativa, anche in momenti di crisi economica
- Come il welfare aziendale contribuisce a migliorare il clima aziendale e quali benefici apporta, dentro e fuori il posto di lavoro
- Apprendere i processi di sviluppo di un PWA, i benefici fiscali e le diverse tipologie di applicazione
- Approfondire gli argomenti proposti attraverso modelli di simulazione su file Excel

Durata: da 9 a 12 ore

MARKETING E SOCIAL MEDIA

Area dedicata alle tematiche del marketing, delle vendite, del customer service e del digital marketing.

Strategie e tecniche di web marketing Pag. 56

Social media marketing Pag. 57

Strumenti per l'ottimizzazione del sito web Pag. 58

E-commerce e vendita online Pag. 59

Marketing strategico Pag. 60

Definire il piano di marketing Pag. 61

Corporate branding e sviluppo dei canali social Pag. 62

Strategie e tecniche di web marketing

Il corso “Strategie e tecniche di web marketing” si pone l’obiettivo di illustrare ai partecipanti, con numerosi esempi ed esercitazioni pratiche, l’utilizzo del digitale come strumento di marketing e comunicazione al fine di posizionare correttamente l’attività aziendale sulla rete per renderla capace di produrre contatti qualificati e avviare processi di vendita digitali.

Destinatari: responsabili marketing, addetti ufficio marketing, responsabili commerciali, addetti area commerciale

Contenuti del corso:

- Il cambiamento del business grazie agli strumenti di digital media
- Il Web: il protagonismo dei social media e dei motori di ricerca nel ridisegnare le dinamiche della Rete e le strategie di web-marketing
- La pre-condizione di ogni attività di marketing digitale: la web analytics
- Strumenti di tracciamento e metriche di business con cui valutare la performance
- Il collegamento fra Google Analytics ed il CRM aziendale per sviluppare azioni di marketing automation in ambito B2B e B2C: webinar, brochure, cataloghi aziendali, newsletter.
- L’inbound marketing: farsi trovare sui motori di ricerca
- L’importanza del sito e delle sue funzionalità relazionali
- Le funzionalità di ingaggio proattivo sul sito per massimizzare i contatti commerciali
- Social media professionali per generare lead: LinkedIn, Slideshare, Facebook

Obiettivi del corso: Obiettivi formativi del corso sono quelli di fornire una panoramica sul web marketing: strategie, tecniche, strumenti e metriche, al fine di definire le linee guida per una strategia SEM e di lead generation e acquisire familiarità con i principali canali e gli strumenti di acquisizione di contatti commerciali sul web.

Durata: da 9 a 18 ore

Social media marketing

Il panorama aziendale è oggi in continua evoluzione, ed insieme ad esso cambiano le modalità di comunicazione. Sempre più imprese si trovano a pianificare e gestire strategie di marketing e di comunicazione online tramite i social media, app e sito web. Ogni giorno assistiamo alla nascita di nuovi strumenti e nuove piattaforme e si parla di social media marketing e social media communication.

Destinatari: responsabili marketing, addetti ufficio marketing, responsabili commerciali, addetti area commerciale

Contenuti del corso:

- Sviluppare la propria strategia di comunicazione digitale
- Comunicare sui social media e in rete
- L'advertising sui Social Network
- Facebook Advertising
- Costruire campagne di successo
- Content Management
- Brand storytelling
- Misurare le azioni di comunicazione digitale
- Integrare i social media nella propria strategia di comunicazione
- Acquisire le leve del successo: eventi, annunci, link, blog e comunicazione di crisi sui social media

Obiettivi del corso: Il percorso formativo si pone l'obiettivo di sviluppare le competenze necessarie all'utilizzo creativo e strutturato degli ambienti social per la realizzazione di attività di comunicazione e marketing funzionali alle strategie aziendali.

Durata: da 12 a 24 ore

Strumenti per l'ottimizzazione del sito web

Con il termine ottimizzazione si intendono, nel linguaggio di internet, tutte quelle attività volte a migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca (quali ad es. Google, Yahoo!, ecc.) al fine di migliorare (o mantenere) il posizionamento nelle pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti del web. A sua volta, il buon posizionamento di un sito web nelle pagine di risposta dei motori di ricerca è funzionale alla visibilità dei prodotti/servizi venduti.

Destinatari: responsabili marketing, addetti ufficio marketing, social media manager, tecnici IT

Contenuti del corso:

- Come deve essere strutturato un sito web oggi
- Canoni di navigabilità e usabilità del sito web
- Le nozioni principali di SEO, Web Marketing e Social Media Marketing
- Perché ottimizzare un sito web attraverso la SEO
- Imparare a costruire una strategia di promozione online con gli strumenti presenti in rete
- Google Ads e Google Search Console
- Monitorare l'andamento del tuo business online attraverso Google Analytics

Obiettivi del corso: Rendere fruibili strumenti di ottimizzazione della presenza online dell'azienda attraverso il posizionamento SEO del sito web e l'utilizzo delle analytics a supporto della strategia di digital marketing.

Durata: da 12 a 18 ore

E-commerce e vendita online

L’emergenza Covid-19 ha stravolto le dinamiche e i comportamenti d’acquisto. Aprire un e-commerce diventa oggi una necessità per arginare la crisi e rispondere a nuove esigenze. Con il corso “E-commerce e vendita online” sarà possibile acquisire le competenze chiave per mandare la tua azienda “on line” o valutare la strategia di vendita digitale già in atto.

Destinatari: amministratori, responsabili marketing, addetti ufficio marketing, social media manager, tecnici IT

Contenuti del corso:

- Introduzione all’e-commerce
- Modelli di E-commerce
- E-commerce management
- Marketing strategy
- Marketing operations
- Regole e strumenti di fiducia con il consumatore
- Il traffico come driver di vendita
- Marketplace & touchpoint
- Mobile strategy

Obiettivi del corso: Fornire competenze strategiche per il lancio di attività online o per favorire la transizione, oggi ancor più necessaria, fra vendita offline e online.

Durata: da 9 a 18 ore

Marketing strategico

Il corso “Marketing strategico” vuole fornire una panoramica sulle principali strategie di marketing, offline e online, al fine di ottimizzare l’offerta di prodotti e servizi dell’azienda e definire la strategia di vendita e promozione più efficace.

Destinatari: amministratori, responsabili marketing, addetti ufficio marketing

Contenuti del corso:

- Marketing strategico: dall'orientamento al prodotto all'orientamento al mercato e al cliente finale, Human to Human; conoscere e raggiungere il mercato fino al cliente finale; dall’analisi di mercato alle scelte strategiche
- Gestione del brand
- Creare un’offerta integrata
- Comunicare valore
- Utilizzare le analisi di mercato: PESTEL analysis, 5 forze competitive, SWOT analysis
- Analizzare efficacemente i clienti: segmentazione e target
- Individuare le esigenze del cliente: gli attributi del valore del prodotto
- Utilizzare le leve di marketing (5P): prodotto, prezzo, punti di vendita, promozione, persone
- Elaborare un piano di marketing strategico che sia un punto di riferimento per tutta l’organizzazione aziendale e saper affiancare il management nei cambiamenti strategici
- Conoscere le più moderne metodologie di marketing come Blue Ocean Strategy ed Experience Co-Creation
- Uno sguardo al futuro del Marketing
- Marketing Memorandum

Obiettivi del corso: Fornire una visione completa e attuale del marketing strategico al fine di apprendere i legami tra pianificazione, strategia e marketing.

Durata: da 12 a 24 ore

Definire il piano di marketing

Il percorso “Definire il piano di marketing” nasce dall’esigenza di fornire ai partecipanti metodologie e tecniche per migliorare la “lettura” del mercato e rendere più produttiva l’azione commerciale dell’impresa attraverso: la comprensione della strategia di marketing seguita dalla propria azienda; la valutazione dei cambiamenti dello scenario competitivo in cui opera; la progettazione e l’attuazione delle risposte strategiche più opportune.

Destinatari: amministratori, responsabili marketing, addetti ufficio marketing

Contenuti del corso:

- Analisi del piano di marketing dalla pianificazione alla fase esecutiva
- Il collegamento con le funzioni aziendali di vendita, produzione e distribuzione
- Il processo di pianificazione di marketing
- Le 4 fasi di un piano di marketing: analisi, pianificazione, azione e controllo
- Analisi mercato; prodotto / servizio; concorrenza
- Determinare obiettivi e strategie di marketing
- Trasformare le informazioni raccolte in un piano d’azione
- Il piano di comunicazione
- La determinazione del prezzo
- Il piano distributivo
- Le previsioni di conto economico
- I sistemi di controllo
- L’utilizzo di Internet e dei Social Media nel piano di marketing
- Analisi esempi di piani di marketing.

Obiettivi del corso: Fotografare e analizzare l’ambiente di azione: aziendale, competitivo, macroeconomico; definire una strategia e un posizionamento di marketing credibile e sostenibile; costruire un piano di marketing che sia un reale strumento di strategia e di pianificazione; capitalizzare il rapporto marketing e comunicazione

Durata: da 12 a 24 ore

Corporate branding e sviluppo dei canali social

Il corso “Branding e sviluppo dei canali social” vuole fornire le competenze utili a strutturare una strategia comunicativa vincente sul web, massimizzando il proprio valore di marca tramite una campagna di visibilità multicanale. Il branding aziendale è uno degli strumenti di marketing più efficaci per far emergere l’offerta all’interno di mercati sempre più competitivi e differenziarla da quella dei competitor. Costruire in maniera convincente la brand identity aziendale significa riuscire a comunicare efficacemente l’identità stessa dell’azienda, trasmettendo un’immagine in grado di differenziarsi, essere riconoscibile e conquistare la fiducia del cliente, posizionandosi sul mercato.

Destinatari: amministratori, responsabili marketing, addetti ufficio marketing, social media manager

Contenuti del corso:

- Da Brand a Corporate Brand
- Definire il proprio Brand e la Corporate Identity
- Attivare il Brand online
- Approcci multicanale per la diffusione del brand aziendale
- Social media e corporate identity

Obiettivi del corso: Approfondire il processo di costruzione di un brand analizzando le tecniche e gli strumenti per rafforzare identità, immagine e notorietà di un corporate brand, gestire le fasi della sua costruzione, analizzare il rapporto tra marca e consumatore, costruire le strategie di sviluppo di un brand attraverso i social media.

Durata: da 12 a 24 ore

PROCESSI PRODUTTIVI

Area tematica relativa alle tematiche della produzione, della lean, della supply chain, degli acquisti, della logistica e dell'innovazione applicata ai processi produttivi.

Lean production e manufactoring Pag. 65

Gestione integrata della suplly chain Pag. 66

Software applicato alla produzione Pag. 67

Programmazione e controllo della produzione Pag. 68

Tecniche e tecnologie per l'ottimizzazione dei processi produttivi Pag. 69

Lean production e manufactoring

Da diversi anni i paradigmi legati ai sistemi di produzione sono in evoluzione, anche grazie alla digital transformation. I paradigmi di lean production e manufacturing sono diventati i principali motori di questo cambiamento, verso l'efficientamento e la qualità totale in azienda.

Destinatari: amministratori, responsabili produzione

Contenuti del corso:

- Il sistema LPD (Lean Product Development)
- Le necessità del mercato e dei clienti: bisogni espliciti ed impliciti
- Integrazione di persone, processi e tecnologia
- L'importanza delle persone nei processi di innovazione di prodotto
- Definizione del Quality Function Deployment (QFD)
- Il modello di Kano e gli elementi fondamentali dell'approccio al QFD
- Value stream e metodo A3
- La value stream nello sviluppo del prodotto
- La metodologia A3 per comunicare e risolvere i problemi
- Il Design Of Experiments (DOE) come metodo per snellire lo sviluppo del prodotto
- Criteri per scegliere il piano sperimentale più idoneo

Obiettivi del corso: Il corso vuole essere un'opportunità per introdurre un modo di sviluppare, con metodo ed efficacia, un sistema di sviluppo dei prodotti basandosi sul pensiero snello (Lean Thinking). È quindi possibile ridurre gli sprechi, il time to market anche di oltre la metà quando l'azienda decide di approcciare in modo sistemico lo sviluppo dei prodotti, integrando opportunamente le capacità delle persone, l'efficacia dei processi, l'efficienza delle tecnologie.

Durata: da 12 a 18 ore

Gestione integrata della supply chain

Il corso “Gestione integrata della supply chain” analizza e presenta le principali problematiche organizzative e gestionali della Supply Chain per comprenderne e garantirne integrazione e coordinamento attraverso lo sviluppo di una strategia coerente con il business aziendale e il sistema produttivo.

Destinatari: amministratori, responsabili produzione, responsabili magazzino e acquisti

Contenuti del corso:

- Storia ed evoluzione del contesto industriale e dei modelli logistici
- Supply Chain Management
- Strategie per la gestione della supply chain
- Gestire la supply chain e le priorità
- Obiettivi logistici, customer satisfaction, esigenze di flessibilità e di riduzione dei lead-time
- Migliorare la supply chain: il miglioramento continuo
- Valutazione delle performance
- Agile supply chain
- Supply chain e lean manufacturing

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire competenze spendibili relative alla gestione integrata dei flussi aziendali, inquadrando le soluzioni gestionali per migliorare la competitività della supply chain e consentire di effettuare le analisi a supporto delle scelte di impostazione e gestione.

Durata: da 9 a 15 ore

Software applicato alla produzione

Il corso prevede una sezione generale relativa alle nuove tecnologie digitali legate a Industria 4.0 e una sezione personalizzata in base alle esigenze aziendali. Potranno dunque essere approfonditi temi quali il gestionale aziendale, i software per la gestione del magazzino o i sistemi informativi ed informatici legati al sistema produttivo.

Destinatari: dipendenti di qualsiasi area aziendale, in base alle necessità analizzate

Contenuti del corso:

Parte generale

- Software Industria 4.0, la trasformazione tecnologica in Italia e nel mondo
- Sistemi IoT per la gestione dei processi aziendali e produttivi
- MES (Manufacturing Execution System)
- Systems Integration
- Piattaforme EAI Enterprise Application Integration
- Piattaforme ESB Enterprise Service Bus
- Piattaforme SOA Service Oriented Architecture
- Piattaforme EDA Event Driven Architecture
- Digital soft skills

Obiettivi del corso: Al termine del corso i partecipanti acquisiranno competenze tecniche altamente specializzate nell'ambito della digitalizzazione dei processi produttivi. In base al programma personalizzato che verrà definito con l'azienda verranno stabiliti gli obiettivi formativi da raggiungere.

Durata: a 18 a 21 ore

Programmazione e controllo della produzione

Al fine di mantenere alta la competitività aziendale e standard di produzione è necessario conoscere l'impatto delle decisioni di programmazione della produzione su costi e servizio, scegliere i sistemi di pianificazione e programmazione più adeguati ed avere un sistema di controllo robusto ed efficace. Il corso presenta e analizza in modo approfondito i vari sistemi di programmazione e controllo della produzione, i relativi campi di applicazione e le attenzioni da porre, con un taglio operativo.

Destinatari: amministratori, responsabili produzione

Contenuti del corso:

- Ambiti produttivi e sistemi di programmazione
- Dati di base della programmazione
- Demand Planning
- Pianificazione della produzione
- Programmazione della produzione – logica push
- Programmazione della produzione – logica pull
- Gestione dei materiali
- Modello organizzativo lean per migliorare l'efficienza produttiva
- Controllo delle prestazioni

Obiettivi del corso: Il corso pone l'obiettivo di raggiungere una visione chiara del processo di pianificazione, programmazione e controllo della produzione, in tutti gli ambiti e settori, tramite strumenti quali la logica push e pull. Le competenze acquisite renderanno possibile l'ottimizzazione nella gestione delle scorte e degli approvvigionamenti, introducendo concetti e tecniche di lean production.

Durata: da 12 a 18 ore

Tecniche e tecnologie per l'ottimizzazione dei processi produttivi

Il Corso ha l'obiettivo di far conoscere ai partecipanti le logiche e le metodologie Lean e Smart per il miglioramento dei processi. Intende inoltre presentare le principali tecniche di controllo e ottimizzazione dei processi produttivi e fornire ai partecipanti la terminologia, le nozioni e gli strumenti fondamentali per ottimizzare, controllare e migliorare i processi di produzione.

Destinatari: dipendenti di qualsiasi area aziendale, in base alle necessità analizzate

Contenuti del corso:

- Introduzione ai concetti di lean e smart production
- I concetti di valore e spreco
- Tecniche per il miglioramento continuo: Just in time, Takt time, Kanban
- Bilanciamento e livellamento della produzione
- One piece flow
- FMEA di processo: fault tree analysis, analisi di root cause avanzata, data mining e analisi di stratificazione e correlazione
- Design of experiment
- Metodo base e taguchi
- Cenni a tecniche avanzate di analisi
- Tempi e metodi
- Misurazione dei tempi attraverso cronometraggio e PTMS

Obiettivi del corso: Fornire le competenze necessarie per applicare le principali metodologie Lean per l'ottimizzazione dei processi, valutandone la performance e rendendo possibile la messa in atto di soluzioni di efficientamento e miglioramento continuo.

Durata: da 12 a 21 ore

SVILUPPO PERSONALE E SOCIALE

Area tematica relativa allo sviluppo di soft skills, per imparare a pensare in modo critico, trovare soluzioni ai problemi, comunicare efficacemente, gestire i conflitti, lavorare in team.

Tecniche di team building Pag. 72

COACH YOURSELF: strumenti per l'autorealizzazione Pag. 73

Tecniche di comunicazione efficace Pag. 74

Public Speaking Pag. 75

Time management e gestione dello stress quotidiano Pag. 76

Negoziazione strategica e collaborativa Pag. 77

Strumenti di problem solving e decision making Pag. 78

Gestione dei collaboratori Pag. 79

Tecniche di team building

Il gruppo di lavoro è l'anima dell'azienda e costituisce un indubbio vantaggio competitivo quando è coeso e preparato. Il corso si pone come obiettivi principali lo sviluppo del senso di appartenenza al gruppo di lavoro e il miglioramento delle dinamiche collettive attraverso esercizi e strutture di improvvisazione che permettono al partecipante di misurarsi progressivamente con le proprie difficoltà e possibilità creative.

Destinatari: dipendenti e responsabili di tutte le aree aziendali

Contenuti del corso:

- La gestione dei collaboratori: l'importanza di avere una comune visione, l'arte di lavorare con gli altri, il coaching
- L'organizzazione del lavoro di gruppo, migliorare la capacità di lavorare in gruppo: il rapporto individuo e gruppo (riconoscimento valori aziendali, sviluppare il senso di appartenenza, stimolare la partecipazione al lavoro di gruppo), saper riconoscere ed influenzare le dinamiche di gruppo (capacità comunicative, comportamenti assertivi)
- Tecniche di negoziazione, gestione dei conflitti, capacità di risolvere problemi
- Il gruppo di lavoro: orientamento al risultato e all'obiettivo

Obiettivi del corso: Sviluppare e favorire lo spirito di squadra e di collaborazione, valorizzando la professionalità e la diversità dei singoli, scoprendo le opportunità connesse al confronto e alla condivisione al fine di supportare i processi di team building.

Durata: da 8 a 15 ore

COACH YOURSELF: strumenti per l'autorealizzazione

Imprenditori, manager e direttori si trovano oggi ad affrontare una doppia sfida ovvero migliorarsi come persone incrementando le proprie performance lavorative e al tempo stesso far crescere i propri collaboratori.
Coltivare il proprio talento dentro la propria opera professionale va di pari passo con il motivare e coordinare il proprio team.

Destinatari: amministratori, middle e top management, responsabili di area

Contenuti del corso:

- Come allenare il proprio talento dentro l'impresa, la passione e la vocazione professionale: definire il significato della propria opera per costruire vision e mete future
- Le potenzialità come fondamenti dello stile di leadership personale
- Decisioni e scelte: come affrontarle
- Individuare le proprie regole del pollice
- Paradigmi, convinzioni, abitudini funzionali e disfunzionali
- L'esercizio intenzionale per migliorare se stessi e incrementare le proprie competenze
- Il manager eccellente: la sfida di essere leader e follower al tempo stesso
- La cultura organizzativa: tra paradigmi e opportunità di sviluppo
- La visione come bussola che orienta decisioni e scelte del manager

Obiettivi del corso: L'obiettivo del corso è quello di fornire competenze relazionali e di coaching individuale al fine di ottimizzare le proprie performance lavorative. Verranno altresì affrontate tematiche relative alla leadership e alla gestione dei collaboratori in un ottica di efficientamento degli strumenti di comunicazione interpersonale.

Durata: dalle 15 alle 24 ore

Tecniche di comunicazione efficace

Il successo di ogni realtà aziendale è basato sulla qualità dei suoi dipendenti e sulla loro motivazione e realizzazione. È evidente, dunque, quanto sia importante saper gestire i conflitti, le ansie e i differenti climi aziendali con atteggiamenti e comportamenti equilibrati. Per poter fare questo è necessario che gli individui (datori di lavoro e lavoratori) apprendano come utilizzare lo strumento primario per la gestione dei fattori sopra indicati: la comunicazione efficace.

Destinatari: dipendenti e responsabili di tutte le aree aziendali

Contenuti del corso:

- Elementi fondanti della comunicazione
- I principi della comunicazione
- Gli errori più comuni
- Le abilità necessarie per una comunicazione efficace
- Imparare ad osservare senza giudicare
- Riconoscere le diverse abilità di ascolto
- Sviluppare l'empatia
- Teoria del flow nel contesto lavorativo
- Metodi e tecniche per esercitare con competenza la comunicazione
- La comunicazione a matrice
- Il feed back e tipologie di riformulazione
- Piano personale e di sviluppo

Obiettivi del corso: Apprendere competenze fondamentali per il miglioramento dei processi di comunicazione interpersonale e aziendale. Percorrendo il modello delle competenze verranno proposte in modo chiaro, conciso ed efficace: conoscenze, abilità e tecniche volte ad accrescere la qualità della vita sul posto di lavoro, imparando a gestire fraintendimenti, conflitti interpersonali, incomprensioni.

Durata: dalle 8 alle 15 ore

Public Speaking

Ogni qualvolta si ha la possibilità di presentare al pubblico le proprie idee o la propria azienda ci si gioca una grande opportunità. L'arte della parola richiede un insieme di abilità personali ed obbedisce a regole che possono essere apprese e praticate; comunicare in pubblico è infatti un'attitudine che va preparata ed allenata con costanza ed attenzione.

Destinatari: amministratori, middle e top management, responsabili di area

Contenuti del corso:

- Il ruolo strategico della comunicazione
- L'acquisizione di un proprio metodo comunicativo
- Organizzazione delle idee e gestione del tempo
- Il registro linguistico e il linguaggio corporeo

Obiettivi del corso: Lo sviluppo del potenziale creativo e la conoscenza dell'improvvisazione, entrambi centrali per una presentazione di successo.

Durata: da 8 a 15 ore

Time management e gestione dello stress quotidiano

Nel luogo di lavoro sono molti i fattori che inducono ad uno stress psicofisico: scadenze, gestione di conflitti, imprevisti e urgenze.
Eliminare le situazioni stressanti non è sempre possibile, ma l'acquisizione di alcune competenze può aiutare a trasformare lo stress in un efficace «stimolo» per la mente, favorendo la capacità di sintesi e finalizzazione; diventa così possibile superare lo stereotipo dello stress solo come elemento negativo e distruttivo.

Destinatari: impiegati e lavoratori di ogni area aziendale, amministratori, middle e top management

Contenuti del corso:

- Definire lo stress
- Fattori di stress nel luogo di lavoro
- Le abilità necessarie per gestire lo stress
- Imparare a riconoscere, gestire ed integrare le dimensioni del pensiero, delle emozioni, del comportamento e del corpo
- Riconoscere e migliorare la gestione del tempo
- Sviluppare abilità di sintesi e finalizzazione nella gestione del proprio lavoro
- Metodi e tecniche per la gestione dello stress
- Metodi e strumenti per l'organizzazione efficace del proprio lavoro
- Tecniche e pratiche antistress per recuperare energia, rilassarsi e gestire le emozioni difficili
- Analisi di metodi e strategie per prevenire lo stress indotto da relazioni complesse e da conflitti

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire conoscenze e abilità atte alla gestione degli agenti che causano stress psico-fisico nel luogo di lavoro, fornendo metodi e strumenti per gestire i task assegnati riconoscendone la priorità e l'importanza.

Durata: da 9 a 15 ore

Negoziazione strategica e collaborativa

La complessità delle relazioni, già insita nel luogo di lavoro, risulta oggi sempre più significativa, andando a porre l'attenzione non solo sulle tecniche di comunicazione efficace ma anche sulla capacità di gestione dei conflitti e di negoziazione, sia a supporto delle relazioni fra collaboratori, sia con i clienti. Il corso vuole sviluppare al meglio sia la parte relazionale insita in ogni processo di negoziazione sia la parte maggiormente strategica centrata sulla massimizzazione degli obiettivi propri e altrui, incrementando così la sensazione di efficacia e la capacità di incidere dei partecipanti.

Destinatari: impiegati e lavoratori di ogni area aziendale, amministratori, middle e top management

Contenuti del corso:

- La comunicazione strategica e definizione degli elementi chiave di una negoziazione
- La comunicazione umana, valori e sistemi di pensiero
- Ambiti negoziali, punti di vista e posizione
- Le strategie negoziali fondamentali: distributiva e integrativa
- La Zona di Possibile Accordo, il BATNA, il WATNA e la Zona di Soddisfazione
- Le tattiche di pressione e di induzione, di generazione delle alternative e di costruzione dell'accordo, le strategie di influenza: dominio, allettamento e persuasione
- Le dinamiche di relazione e la gestione delle emozioni nel processo negoziale

Obiettivi del corso: Fornire conoscenze e abilità tali da rendere possibile la comprensione e l'analisi dei comportamenti, delle dinamiche cognitive ed emotive caratteristiche di un negoziato, allineando le modalità relazionali alla situazione e ai i propri obiettivi. In ultimo, grazie all'acquisizione delle principali tecniche di negoziazione, i discenti impareranno a gestire i conflitti e risolvere situazioni di impasse in modo creativo.

Durata: da 9 a 18 ore

Strumenti di Problem Solving e Decision Making

Ridurre l'incertezza decisionale rappresenta un fattore critico di successo in un contesto competitivo e dinamico come quello attuale. Trovare la giusta soluzione a un problema non è l'esito di un processo casuale, ma deve essere sostenuto da strategie pensate e accuratamente pre-inserite nel contesto aziendale. Scegliere a un approccio strutturato al decision making aumenta le capacità di risoluzione di un problema e riduce lo stress decisionale.

Destinatari: amministratori, middle e top management, responsabili di area

Contenuti del corso:

- Cos'è il problem solving e ambiti di applicazione
- Definizione di problema
- Rilevare e gestire gli errori di valutazione
- Decision making - Il processo decisionale: caratteristiche
- Definire l'obiettivo
- Analizzare il contesto
- Generare opzioni realizzabili
- Individuare la soluzione più idonea
- Sviluppare un piano d'azione per attuare una decisione
- Conoscere il proprio stile di pensiero
- Tecniche di brainstorming e di problem solving
- Gestire i conflitti decisionali
- Assegnare priorità in termini di urgenza e importanza

Obiettivi del corso: Il corso guida i partecipanti nella comprensione delle principali tecniche decisionali e fornisce gli strumenti chiave per affrontare problemi complessi, con un approccio al contempo analitico e creativo. Inoltre fornisce gli strumenti per attuare una corretta strategia di problem solving & decision making, che porterà a diversi impatti positivi: il miglioramento della comunicazione interna , la riduzione dei carichi di lavoro, la diminuzione dei costi, una maggiore efficienza organizzativa nel suo complesso.

Durata: da 12 a 18 ore

Gestione dei collaboratori

Il corso si rivolge ad amministratori e top manager che vogliono affinare le competenze di leadership per dare nuovo slancio al rapporto di fiducia e collaborazione con i propri collaboratori.

Destinatari: amministratori, middle e top management, responsabili di area

Contenuti del corso:

- Le competenze chiave del leader
- Gestire il team: come comunicare obiettivi e mission
- Come costruire una relazione di fiducia
- Come motivare la squadra: le teorie sulla motivazione e il ruolo dell'autostima
- Come valutare i collaboratori: assegnare obiettivi per valutare, gestire il colloquio di valutazione e comunicare feedback
- Il coaching
- L'empatia

Obiettivi del corso: Il corso "gestione dei collaboratori" vuole fornire strumenti e metodologie immediatamente spendibili nel contesto lavorativo, rendendo possibile lo sviluppo di competenze situate rispetto alla gestione del team e della leadership, alla co-costruzioni di rapporti di fiducia e alle principali tecniche di motivazione dei collaboratori.

Durata: da 8 a 15 ore

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Area dedicata alle tematiche della gestione delle risorse umane,
del welfare aziendale e dello smart working.

Introdurre piani in smart working in azienda Pag. 82

Piani di walfare aziendale: dalla teoria alla pratica Pag. 83

Pianificare e gestire la formazione del personale Pag. 84

Contrattualistica e diritto del lavoro Pag. 85

Politiche contributive Pag. 86

Introdurre piani in smart working in azienda

Per implementare un modello vincente di smart working c'è bisogno di competenze eterogenee e complementari: competenze legali (civilistiche, lavoristiche, contributivo-assicurative), gestionali (nuova idea di leadership, saper lavorare in team), culturali di benchmark (studio delle buone prassi italiane ed europee), formative (sicurezza sul lavoro), tecnologiche (tools, preparazione informatica degli operatori, pianificazione digitale per gli strumenti di lavoro).

Destinatari: amministratori, top e middle management, responsabili HR

Contenuti del corso:

- Lo smartworking: cos'è e cosa non è
- Il lavoro agile e le altre normative del lavoro subordinato
- Impatto del lavoro agile sulle persone
- Il rapporto tra le persone e l'ambiente di lavoro
- La dinamica psicologica del cambiamento tra desiderio e resistenze
- Cambiamento organizzativo, vision, mission e strategia
- Impatto sul clima aziendale, prestazioni e motivazione
- Come progettare la trasformazione
- Cultura aziendale e nuovo modello organizzativo
- la dimensione del controllo e del monitoraggio
- il grado di maturità tecnologica
- gli spazi fisici: caratteristiche e finalità

Obiettivi del corso: Identificare i principali elementi normativi che permettono la realizzazione di un piano di smart working; conoscere ed analizzare gli impatti dello smartworking sulle persone; comprendere le logiche necessarie per una gestione efficace del cambiamento organizzativo.

Durata: da 9 a 15 ore

Piani di Welfare Aziendale: dalla teoria alla pratica

Sempre più aziende promuovono iniziative volte a sostenere i propri collaboratori e le loro famiglie. Il corso si propone di illustrare, all'interno del quadro normativo vigente i principali servizi disponibili alle aziende, delineando al contempo procedure per l'implementazione ed eventuali criticità.

Destinatari: amministratori, top e middle management, responsabili HR

Contenuti del corso:

- Quadro normativo
- Modelli di welfare aziendali e principali differenze
- I limiti e le opportunità di applicazione
- La recente prassi applicativa nella scelta tra i vari modelli
- Benefici fiscali nei vari modelli - Introduzione ai regolamenti aziendali
- Il Progetto "ideale" di un Piano Welfare - L'analisi della popolazione aziendale e dei fabbisogni
- Perché applicare un Piano Welfare - Prospettiva persone e Azienda
- I quattro asset principali della spendibilità di un PWA tramite provider
- Diverse modalità di fruizione (rimborso, voucher, versamenti, etc)
- Gli incentivi fiscali e contributivi collegati al welfare aziendale ed analisi Art.51
- L'impatto dell'implementazione dei piani di welfare aziendale sui lavoratori e sulla produttività aziendale e gli strumenti di monitoraggio
- Tutti gli strumenti di welfare aziendale, esperienze applicative e modelli operativi

Obiettivi del corso: Fornire le conoscenze atte alla scelta e all'introduzione di piani di welfare aziendale, approfondendo il valore del welfare aziendale come contributo al miglioramento del clima aziendale e come beneficio fiscale per l'impresa.

Durata: da 8 a 15 ore

Pianificare e gestire la formazione del personale

La formazione del personale è uno dei driver fondamentali della crescita del capitale umano e del miglioramento continuo delle organizzazioni. Noi di Consorzio Formaitalia lo sappiamo bene e mettiamo a disposizione le competenze chiave per gestire lo sviluppo di competenze in azienda.

Destinatari: responsabili HR, amministratori, responsabili formazione

Contenuti del corso:

- La formazione continua e l'apprendimento organizzativo
- Analizzare i fabbisogni in azienda: metodologie e strumenti
- Mismatch e reskilling
- Focus group e assessment center
- Tecniche per l'analisi delle offerte formative
- Principali metodi di progettazione formativa
- La formazione finanziata: fondi interprofessionali e opportunità di finanziamento
- Le iniziative nazionali e regionali a supporto della formazione continua
- Digital learning e LMS

Obiettivi del corso: Il corso ha l'obiettivo di fornire alcune competenze base per l'analisi, la gestione e il finanziamento della formazione in azienda, fornendo strumenti applicabili nel proprio contesto lavorativo.

Durata: da 8 a 12 ore

Contrattualistica e diritto del lavoro

Il corso “Contrattualistica e diritto del lavoro” vuole fornire le conoscenze essenziali relative alla gestione della contrattualistica giuslavoristica al fine di rendere amministratori e responsabili delle risorse umane autonomi nella scelta del più giusto contratto di lavoro.

Destinatari: responsabili HR, responsabili amministrativi, amministratori

Contenuti del corso:

- l contratto di lavoro: elementi distintivi e caratterizzanti, fonti del diritto del lavoro e la relativa giurisprudenza, contratti collettivi nazionali e di secondo livello
- Le tipologie di contratti nell’ordinamento nazionale: lavoro subordinato, lavoro autonomo, rapporto di agenzia, somministrazione lavoro
- Enti preposti: centro per l'impiego, INAIL, INPS, Agenzia per le Entrate
- Tenuta dei libri obbligatori
- Il funzionamento del Contratto a termine e relative deroghe
- La Gestione e l’Attivazione dei Tirocini extracurriculari
- La Gestione dei Contratti in Apprendistato
- La Gestione dei Contratti di Rete
- A Gestire il regime contributivo del lavoratore

Obiettivi del corso: Il corso fornisce una panoramica sulla storia della contrattualistica del lavoro in Italia, evidenziandone l’evoluzione sino ad oggi, e focalizza l’attenzione sulle tipologie contrattuali attualmente in uso. Obiettivo primario è quello di fornire le conoscenze essenziali che portano alla corretta applicazione della normativa nel contesto lavorativo.

Durata: da 8 a 12 ore

Politiche contributive

Il corso "Politiche contributive" offre una panoramica sulle norme e sulle caratteristiche delle principali politiche contributive.

Destinatari: responsabili HR, impiegati area HR

Contenuti del corso:

- Payroll: la retribuzione e i suoi elementi
- La normativa INPS
- La normativa fiscale
- Il trattamento di fine rapporto
- L'INAIL
- La previdenza complementare e le casse sanitarie
- Il conteggio delle variabili
- Le assenze contrattualmente previste
- Altre assenze indennizzate
- La retribuzione variabile
- Alcuni fringe benefits
- Adempimenti annuali (cenni)

Obiettivi del corso: Fornire i principi generali di calcolo del cedolino paga sia per le retribuzioni ordinarie che per le retribuzioni variabili e le voci soggette a particolari agevolazioni contributive e/o fiscali. Analizzare le norme relative alle assenze più comuni sia sotto l'aspetto giuridico che amministrativo.

Durata: da 15 a 21 ore

DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI AZIENDALI

Area tematica legata allo sviluppo delle competenze informatiche, di livello base e avanzato.

Strumenti di office Pag. 89

Excel: funzioni di base Pag. 90

Excel: funzioni avanzate Pag. 91

Utilizzo di software CRM aziendali Pag. 92

Sistemi informativi per la logistica Pag. 93

Power point per presentazioni aziendali efficaci Pag. 94

Strumenti di office

Il percorso fornisce le principali competenze, con taglio operativo, sul come utilizzare gli applicativi del pacchetto Office per la gestione ed elaborazione delle informazioni che abitualmente contraddistinguono l'attività aziendale.

Destinatari: impiegati e lavoratori di qualsiasi area aziendale

Contenuti del corso:

- Suite Microsoft Office
- Word : principali funzioni
- Excel: principali funzioni
- PowerPoint: principali funzioni
- Outlook: principali funzioni
- Google Docs e condivisione dei documenti

Obiettivi del corso: Fornire le competenze necessarie all'utilizzo quotidiano della suite Microsoft Office, al fine di ottimizzare la gestione dei dati in azienda attraverso le principali funzioni di Word, Excel e Powerpoint. Verrà inoltre fornita adeguata formazione rispetto alla gestione dei documenti su cloud tramite Google Docs.

Durata: da 8 a 15 ore

EXCEL: funzioni di base

Il corso “Excel: funzioni di base” getta le fondamenta per imparare a dialogare con Excel in maniera rapida ed esaustiva e costituisce il primo passo per imparare ad operare in modo efficace e professionale con il software sia in ambito personale che professionale.

Destinatari: impiegati e lavoratori di qualsiasi area aziendale

Contenuti del corso:

- Panorama generale sull’applicativo
- Barre di Excel
- Operazioni sulle cartelle e sui fogli di lavoro
- Operazioni di base
- Funzioni di formattazione
- Stampa dei fogli di lavoro

Obiettivi del corso: Trattare e approfondire aspetti e funzionalità di Base di Microsoft Excel che permettano all’utente di operare con i principali elementi e comandi del software in maniera sicura e autonoma.

Durata: da 8 a 12 ore

EXCEL: funzioni avanzate

Microsoft Excel non è solo uno strumento di calcolo, ma possiede tutti gli strumenti necessari per l'analisi dei dati e l'elaborazione dei risultati più complessi. Il contenuto avanzato consentirà ai discenti di sfruttare la potenza del software e semplificare operazioni che coinvolgono piani, analisi statistiche e richiedono la presentazione di grafici, diagrammi, e molto altro.

Destinatari: impiegati e lavoratori di qualsiasi area aziendale

Contenuti del corso:

- I collegamenti: nello stesso foglio di lavoro; in fogli di lavoro diversi
- Consolidamento dei dati
- Consolidamento dei dati tra fogli adiacenti
- Uso delle funzioni: di testo; matematiche; condizionali; statistiche; di ricerca e riferimento; logiche; di data e ora
- Creazione di una tabella pivot; l'importo di dati all'interno; il raggruppamento dei dati
- Modificare la sorgente di dati e ricalcolo della tabella pivot
- Significato del termine scenario e la sua creazione
- Riepilogo di scenari o verifiche
- Tracciare i dati
- Celle precedenti e celle dipendenti
- Tracciare gli errori
- Rimuovere la traccia
- Visualizzazione di tutte le formule
- Creazione e registrazione di una macro
- Chiusura di una macro
- Esecuzione di una macro

Obiettivi del corso: Trattare e approfondire le principali funzioni avanzate del software al fine di sfruttare tutte le potenzialità di Excel quale strumento di analisi e programmazione.

Durata: da 12 a 16 ore

Utilizzo di software CRM aziendali

Il CRM è uno strumento strategico per individuare e gestire i profili di clienti acquisiti e potenziali, così da definire strategie che aiutino ad acquisire nuovi clienti e a massimizzare i profitti sui clienti fedeli, cercando di comprenderne esigenze e aspettative. Il CRM non coinvolge solo il marketing e i sistemi informatici, ma riguarda l'azienda e la sua visione nel complesso e si collega strettamente alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura organizzativa che pone il cliente al centro dell'attenzione.

Destinatari: dipendenti di qualsiasi area aziendale, in base alle necessità analizzate, responsabili commerciali, amministratori

Contenuti del corso:

- Definizione del mercato, screening, gestione delle fonti di informazione
- I principi base, il ruolo del marketing , gli strumenti
- Costruzione pipeline commerciale (struttura delle attività)
- Creazione ed organizzazione della banca dati di supporto al CRM
- Organizzazione delle attività commerciali e la gestione pratica della forza vendita tramite il CRM
- Programmazione, conduzione e gestione dei risultati della campagna commerciale
- Le principali problematiche nell'avviamento del sistema CRM rispetto alla propria forza commerciale
- La formazione del personale, l'impatto di un sistema CRM nell'organizzazione di un'azienda
- Motivi di successo e di fallimento dei sistemi CRM

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire le competenze necessarie per comprendere e sfruttare le potenzialità del proprio CRM aziendale, attraverso lo studio di casi pratici e simulazioni. Il corso può essere strutturato sul CRM effettivamente utilizzato dall'impresa o può costituire una possibile analisi dei vantaggi dell'introduzione di uno specifico CRM.

Durata: da 12 a 18 ore

Sistemi informativi per la logistica

Il corso descrive i principali processi che permettono di gestire e controllare i flussi di materiali e di informazioni che attraversano la Supply Chain e le soluzioni di natura informatica che le aziende possono adottare per la gestione della logistica.

Destinatari: responsabili magazzino, responsabili IT

Contenuti del corso:

- I sistemi informativi per la supply chain
- Pianificazione delle risorse aziendali: i sistemi ERP
- La Gestione dei dati anagrafici e dei dati tecnici.
- Il supporto informativo alla pianificazione della domanda e della capacità produttiva
- Il supporto informativo alla programmazione operativa ed al controllo della produzione
- La gestione degli approvvigionamenti
- La gestione dei magazzini
- Ottimizzazione della Supply Chain: i sistemi di Supply Chain Management
- I progetti di adozione di sistemi informativi gestionali
- Valore e costi dei progetti ICT: i costi di investimento, la spesa corrente, il “total cost of ownership” di un sistema informativo

Obiettivi del corso: Il corso descrive i principali processi che permettono di gestire e controllare i flussi di materiali e di informazioni che attraversano la Supply Chain e le soluzioni di natura informatica che le aziende possono adottare. Il corso presenta inoltre le metodologie da impiegare per impostare gli investimenti in ICT secondo un’ottica di carattere strategico nell'ambito della logistica integrata.

Durata: da 15 a 21 ore

Power Point per presentazioni aziendali efficaci

Lo spettatore ricorda solo una parte di ciò che vede. L'obiettivo è attirare la sua attenzione sui punti salienti della presentazione, curando l'organizzazione logica dei contenuti. Il corso fornisce le tecniche indispensabili per realizzare presentazioni a forte impatto visivo in Power Point, utilizzando correttamente gli strumenti di comunicazione grafica e creazione del testo..

Destinatari: impiegati e lavoratori di tutte le aree aziendali

Contenuti del corso:

- I principi della Comunicazione
- Cos'è una Comunicazione Efficace
- Obiettivi della presentazione e diversi tipi di presentazioni
- I 3 gradi di coinvolgimento
- Pianificazione e progettazione di una presentazione, come organizzare le informazioni
- Come organizzare lo Storytelling e la narrazione in Power Point
- L'efficacia di una presentazione e il coinvolgimento dell'aula
- La regola delle 3D
- Ethos, Logos e Pathos
- La slide e il suo messaggio (USP)
- La gestione della presentazione e del timing
- Il corretto ordinamento dell'informazione visiva
- Le immagini: quali scegliere, come comunicare con le immagini
- Le differenze tra i principali formati, gestire e sfruttare la trasparenza nelle immagini.
- Le immagini: dove reperire immagini gratis libere da diritti, nozioni sui diritti di utilizzo
- Come ridurre le dimensioni e il peso delle immagini
- La comunicazione visiva e gli aspetti emotivi
- I punti di interesse visivo
- La semantica applicata a Power Point
- Diagrammi e Smart Art: come e quando usarli e come renderli efficaci e comprensibili

Obiettivi del corso: Il corso vuole fornire le competenze chiave per un utilizzo strategico e smart del programma PowerPoint, sfruttandone le potenzialità per creare presentazioni efficaci.

Durata: da 8 a 12 ore

SICUREZZA E LAVORO

Area dedicata al tema della prevenzione, sicurezza e promozione della salute e del benessere in azienda.

HACCP e protocolli alimentari	Pag. 97
BLSD	Pag. 98
Attrezzature	Pag. 99
Formazione generale e specifica	Pag. 100
RLS	Pag. 101
Addetto antincendio	Pag. 102
Primo soccorso	Pag. 103
RSPP	Pag. 104
Preposto	Pag. 105

HACCP e protocolli alimentari

Il corso HACCP ha l'obiettivo di fornire agli operatori del settore alimentare tutte le nozioni necessarie riguardo alle principali norme igieniche e di sicurezza per la gestione degli alimenti. Al termine del percorso è previsto un test e il rilascio dell'attestato HACCP che prova l'acquisizione di tutte queste conoscenze.

Contenuti del corso:

- Regolamento CE/2004
- Motivazioni all'interesse per l'igiene
- Contaminazione degli alimenti
- Metodi di conservazione degli alimenti
- Patologie connesse agli alimenti
- Sanificazione dell'ambiente di lavoro e delle attrezzature
- Igiene del personale

Durata: 4 ore

Aggiornamento: 2 ore

BLSD

Il corso BLSD ha l'obiettivo principale di far acquisire gli strumenti conoscitivi e metodologici e le capacità necessarie per prevenire il danno anossico cerebrale e riconoscere in un paziente adulto lo stato d'incoscienza, di arresto respiratorio e di assenza di polso in una condizione di assoluta sicurezza per se stesso, per la persona soccorsa e per gli astanti. Per evitare queste gravissime conseguenze occorre ottimizzare i tempi di intervento, uniformare ed ordinare le valutazioni da effettuare e le azioni da compiere nell'ambito della cosiddetta catena della sopravvivenza.

Contenuti del corso:

- Che cosa è il BLS e la sua importanza
- Il fattore tempo
- La catena della sopravvivenza
- La sicurezza ambientale ed i dispositivi di protezione
- Cenni di anatomia e fisiologia
- La manovra di Rianimazione Cardio Polmonare
- La Posizione Laterale di Sicurezza
- Riconoscimento ed Applicazione delle manovre di disostruzione su paziente adulto
- Importanza – Precauzione e Uso del Defibrillatore
- Valutazione Ambientale – Riconoscimento Stato Coscienza e Respiro – Posizione Laterale di sicurezza
- Manovre di RCP
- Manovre di RCP con uso del Defibrillatore

Durata: da 5 a 8 ore

Attrezzature

Consorzio Formaitalia organizza corsi per il corretto utilizzo di attrezzature quali:

- CARRELLI ELEVATORI (e relativi aggiornamenti)
- PLE (e relativi aggiornamenti)
- CARRELLI INDUSTRIALI SEMOVENTI (e relativi aggiornamenti)

Le docenze verranno effettuate da personale abilitato alla formazione all'uso delle attrezzature secondo quanto imposto dall'Accordo Stato Regioni del 22/02/2012 ossia con: "esperienza documentata, almeno triennale, sia nel settore della formazione sia nel settore della prevenzione, sicurezza e salute nei luoghi di lavoro e con esperienza professionale pratica, documentata, almeno triennale, nelle tecniche dell'utilizzazione delle attrezzature."

Durata: come da Accordo Stato Regioni 22/02/2012

Formazione generale e specifica

Consorzio Formaitalia organizza corsi di formazione generale e specifica per la sicurezza e la salute dei lavoratori, secondo le indicazioni del Dlgs 81/2008.

Eroghiamo corsi di formazione generale specifica e relativi aggiornamenti per tutte le classi di rischio (basso, medio, alto).

Durata: in base al livello di rischio

RLS

Il corso RLS è finalizzato a formare tale figura per consentirle di inserirsi efficacemente nel sistema di prevenzione e tutela della sicurezza aziendale.

Contenuti del corso:

- Il sistema legislativo in materia di sicurezza dei lavoratori
- La responsabilità civile e penale
- I soggetti del sistema di prevenzione aziendale secondo il D. Lgs. 81/08: compiti, obblighi, responsabilità
- La sorveglianza sanitaria
- Il ruolo del RLS
- I criteri e gli strumenti per l'individuazione e la valutazione dei rischi e il DVR
- I sistemi istituzionali della prevenzione
- Gli organi di vigilanza e le procedure ispettive
- La tutela assicurativa
- La responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni, anche prive di responsabilità giuridica ex D.Lgs. 231/2001
- Modelli di organizzazione e gestione della sicurezza
- Attrezzature di lavoro
- Rischio elettrico e lavori elettrici (norma CEI 11-27)
- L'informazione, la formazione e l'addestramento
- Le tecniche di comunicazione
- Il rischio da stress lavoro-correlato
- Il sistema delle relazioni aziendali e della comunicazione in azienda
- La consultazione e la partecipazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS): natura, funzioni e modalità di nomina o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza
- Rischi ricollegabili al genere, all'età e alla provenienza da altri paesi
- La movimentazione manuale dei carichi: i rischi connessi con una delle attività più diffuse negli ambienti di lavoro
- Metodologie per la valutazione dei rischi: la norma UNI ISO 11228-1- UNI ISO 11228-2 e UNI ISO 11228-3
- Rischio Videoterminali
- I dispositivi di protezione individuale
- I lavori in quota
- Il rischio nei lavori in ambienti confinati
- Gli agenti fisici: aspetti generali che li accomunano (rumore, vibrazioni meccaniche, campi elettromagnetici, radiazioni ottico artificiali, microclima..)
- Il rischio rumore; vibrazioni; chimico; cancerogeno; biologico
- Quali misure di sicurezza anticontagio COVID19 devono essere attuate nelle aziende?
- Smart working
- La valutazione del rischio incendio e del rischio esplosione
- L'organizzazione della prevenzione incendi, del primo soccorso e della gestione delle emergenze

Durata: 32 ore

Addetto antincendio

Consorzio Formaitalia organizza corsi di formazione per addetti antincendio, secondo la normativa vigente sulla sicurezza (Dlgs. 81/08)

Eroghiamo corsi di formazione per addetti antincendio efferenti tutte le classi di rischio (basso, medio, alto).

Durata: in base al livello di rischio

Primo Soccorso

Consorzio Formaitalia organizza corsi di formazione per addetti al primo soccorso, secondo la normativa vigente sulla sicurezza (Dlgs. 81/08)

Eroghiamo corsi di formazione per addetti al primo soccorso efferenti tutti i gruppi A,B,C.

Durata: in base alla classe

RSPP

Consorzio Formaitalia organizza corsi di formazione per RSPP secondo la normativa vigente sulla sicurezza (Dlgs. 81/08)

Eroghiamo corsi di formazione per RSPP, sviluppando il programma per i moduli A, B,C.

Durata: 28 ore

PREPOSTO

Il corso si rivolge alla formazione del Preposto, ovvero a quella figura che nel contesto della sicurezza sul lavoro "sovrintende all'attività lavorativa e garantisce l'attuazione delle direttive ricevute, controllandone la corretta esecuzione da parte dei lavoratori ed esercitando un funzionale potere di iniziativa".

Contenuti del corso:

- Principali soggetti coinvolti e i relativi compiti, obblighi e responsabilità
- Definizione e individuazione dei principali fattori di rischio
- Il processo di valutazione dei rischi
- Individuazione delle principali misure tecniche, organizzative e procedurali di prevenzione e protezione
- Relazioni tra i vari soggetti interni ed esterni del sistema di prevenzione
- Incidenti e infortuni mancati
- Tecniche di comunicazione e sensibilizzazione dei lavoratori, in particolare neoassunti, somministrati, stranieri
- 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
- Formazione sui rischi per la salute determinati dal SARS-CoV-19 (Coronavirus) e sulle misure di sicurezza anti-contagio COVID-19

Durata: 8 ore

consorzio formaitalia

SEDI

Via Brigata Lupi, 8 – 24122 Bergamo
Tel. 035 0042389

C.so Italia, 172 – 95127 Catania
Tel. 095 7110194

CONTATTI

www.consorzioformaitalia.com
info@consorzioformaitalia.com
consorzioformaitalia@pec.it