

**REISS ROMOLI**

*la passione della conoscenza*



Catalogo corsi 2016  
**Business Management**





# Catalogo dei CORSI 2016 /

*/ Business Management*

*/ Information & Communication Technology*

*/ Percorsi per le certificazioni*



UNI EN ISO 9001:2008



**Catalogo 2016**

**Business Management**

**Reiss Romoli s.r.l.**

**Tel. 0862 452401 - Fax 0862 028308**

**[corsi@srgrr.com](mailto:corsi@srgrr.com)**

**sede legale - Via Eusanio Stella, 17 - 67100 L'Aquila**

**sede operativa - Via E. Berlinguer- Z.I. di Pile - 67100 L'Aquila**

**P.Iva 01800170662**

# Indice

REISS ROMOLI 5

---

GUIDA ALLA CONSULTAZIONE 7

---

I CORSI DI BUSINESS MANAGEMENT 9

---

PRICING 127

---



Reiss Romoli s.r.l. è nata nel 2010 da un gruppo di professionisti con l'obiettivo di concorrere, con il loro lavoro, al successo delle aziende clienti.

Il nome della azienda è un omaggio alla realtà dalla quale proveniamo, la Scuola Superiore Guglielmo Reiss Romoli, ma è anche il segno della nostra determinazione a mantenere viva una tradizione che sa guardare al futuro.

Un impegno che ogni giorno rinnova in noi

la passione della conoscenza



Reiss Romoli è

- ✓ **Testing Person Vue**



- ✓ **IPV6 Training Provider**

Gli esami di certificazione si possono sostenere all'Aquila in Reiss Romoli e nelle sedi di svolgimento dei corsi.

valorizza il capitale umano e migliora le opportunità di business

### Formazione

Seminari  
Progetti ad hoc  
Percorsi di preparazione alle certificazioni di prodotto  
Alta formazione post laurea  
Eventi

### Consulenza

Organizzazione aziendale  
Fondi interprofessionali  
Assessment tecnologico  
Progettazione e reingegnerizzazione di sistemi  
Installazione configurazione e assistenza tecnica

## METODOLOGIE E STRUMENTI

---

per una formazione che punta al massimo della qualità

I clienti lo sanno, quando progettiamo i nostri corsi, per tenere alto il valore dell'azione didattica e minimizzarne i costi proponiamo sempre il giusto mix delle diverse modalità.

**In aula**, dal cliente o in strutture da noi certificate, docenti esperti trasmettono competenze e non solo. Nei nostri corsi c'è sempre innovazione, creatività, realizzazione professionale e personale.

**eLearning + aula** con le nostre soluzioni "blended" alterniamo lezioni in presenza e a distanza, o integriamo, in aula, metodologie di eLearning con strumenti didattici di tipo tradizionale.

Con il **Coaching on-line**, nei progetti formativi che prevedono periodi di studio assistito, i nostri esperti interagiscono on line con i partecipanti che svolgono le attività di completamento della preparazione.

Per alcune attività di formazione prevediamo azioni di **Mentoring** e cioè l'assistenza dei nostri esperti per la corretta applicazione sul campo di quanto appreso in aula.

Con gli **Assessment** individuiamo le necessità formative; analizziamo le risorse umane per valutare le capacità di ricoprire nuovi ruoli o ruoli particolarmente complessi; monitoriamo il processo di apprendimento per misurare l'efficacia degli interventi formativi.

**I laboratori** di Reiss Romoli, tra i più ricchi in Italia, **la documentazione didattica**, sempre in lingua italiana e costantemente aggiornata, sono gli strumenti che contribuiscono al successo del nostro modello didattico.

# Guida alla consultazione del catalogo

Per rendere più agevole e veloce la consultazione, il catalogo è organizzato in 3 volumi che raccolgono le proposte di formazione in tema di:

- ✓ **Business Management**
- ✓ **Information & Communication Technology**
- ✓ **Percorsi per le certificazioni**

*Questo volume presenta i nostri corsi sui temi del Business Management.*

## LE TEMATICHE DI BUSINESS MANAGEMENT

---

BEO	Benessere Organizzativo e Gestione dello Stress
DAZ	Strumenti di Direzione Aziendale
GEC	La Gestione del Cambiamento
GRE	La Gestione delle Relazioni
GST	Sistemi Gestionali
LDR	Lo Sviluppo della Leadership
LEG	Aspetti Legali, Normativi e di Regolamentazione
MKS	Marketing & Sales
MNG	Strategic Management
PRJ	Project Management
SCN	Scenari e contesti
SEP	Strumenti per l'Efficacia Personale

Nel Catalogo, i corsi seguono l'ordine alfabetico degli acronimi che identificano le tematiche.

In ciascuna scheda le tre lettere in alto a destra segnalano la tematica alla quale il corso appartiene e dopo il titolo è proposta una breve descrizione dei contenuti, il programma, la durata. Infine sono presentati gli obiettivi che si raggiungono partecipando al seminario, i destinatari ed i prerequisiti.

Nella scheda sono riportati alcuni **simboli**:

	<b>Mai più senza il corso!</b>
	Nella sezione <b>Pricing e Scheda di Iscrizione</b> troverai le informazioni sui <b>vantaggi</b> , su come richiedere questa iscrizione e su come attivare l'Opzione Gold.
	Ogni corso, accanto alla sigla, presenta <b>il livello di approfondimento</b>
	Indica un percorso <b>blended</b> prevede attività d'aula, prework ed attività di coaching, ...
	Prepara per una <b>Certificazione</b>
	È prevista una intensa attività di <b>esercitazioni, case studies e laboratorio</b>

La **forza** di Reiss Romoli è nella sua capacità di rispondere - con progetti ad hoc- alle richieste delle aziende clienti.

Se nei nostri cataloghi non c'è il corso che cercavi **chiamaci** o **inviaci un'email** a: [corsi@srgrr.com](mailto:corsi@srgrr.com)

## Lavorare sulle competenze – Ambiti e obiettivi

<p>Per <i>operare</i> con successo ed esprimere con piena efficacia il proprio potenziale è indispensabile padroneggiare le <i>conoscenze</i> e le <i>competenze</i> a supporto del proprio <i>ruolo</i> organizzativo</p>	<p><b>Strategic Management (MNG)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analizzare e comprendere il contesto economico finanziario e culturale</li><li>• Conoscere ed utilizzare gli strumenti di analisi strategica</li></ul> <p><b>Strumenti di Direzione Aziendale (DAZ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analizzare i flussi finanziari</li><li>• Valutare gli investimenti</li><li>• Valutare lo stato dell'impresa attraverso gli indicatori di performance</li></ul> <p><b>Marketing &amp; Sales (MKS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analizzare il mercato</li><li>• Selezionare il target</li><li>• Padroneggiare il processo di vendita</li></ul> <p><b>Project Management (PRJ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definire obiettivi, team e budget di progetto</li><li>• Pianificare e analizzare i rischi</li></ul> <p><b>Sistemi Gestionali (GST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestire Persone e Competenze</li><li>• Presidiare processi, sistemi e strumenti per la gestione dello sviluppo delle persone</li></ul> <p><b>Aspetti Legali, Normativi e di Regolamentazione (LEG)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gli aspetti giuridicamente rilevanti per le Organizzazioni</li></ul> <p><b>Scenari e Contesti (SCN)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Innovare per sviluppare il business</li></ul>
--	---

## Personal Development – Ambiti e obiettivi

<p>Agire sui <b>comportamenti organizzativi</b> significa coniugare le istanze individuali con le strategie di business e supportare le persone nella <b>massima espressione</b> del loro <b>talento</b> e del loro <b>potenziale di sviluppo</b>.</p>	<p><b>Strumenti per l'Efficacia Personale (SEP)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppare l'autoconsapevolezza</li> <li>• Presidiare i metodi e le tecniche per potenziare la propria efficacia</li> </ul> <p><b>La Gestione delle Relazioni (GRE)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere e Migliorare il proprio stile relazionale</li> <li>• Migliorare le competenze comunicative, la capacità di entrare in relazione con gli altri e di gestire le negoziazioni</li> </ul> <p><b>La Gestione del Cambiamento (GEC)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire le competenze per la gestione del cambiamento e della complessità organizzativa</li> <li>• Imparare ad operare nell'incertezza</li> </ul> <p><b>Lo Sviluppo della Leadership (LDR)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire le competenze per la gestione delle persone e degli obiettivi</li> <li>• Conoscere il proprio stile ed il proprio profilo di leadership</li> </ul> <p><b>Benessere Organizzativo e Gestione dello Stress (BEO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire le competenze per la gestione dello stress</li> <li>• Promuovere il benessere nella propria realtà organizzativa</li> </ul>
--	--

### Benessere Organizzativo e Gestione dello Stress

BEO832	Tecniche di Gestione dello Stress	16
BEO833	Viva il Lunedì	17
BEO834	La resilienza: una risorsa per il benessere	18
BEO836	Tutelare la salute psicofisica e promuovere il benessere individuale e collettivo nei luoghi di lavoro	19
BEO838	Lo stress lavoro correlato: il decreto legislativo, il significato e il modello di intervento	20

### Strumenti di Direzione Aziendale

DAZ730	Finanza per non specialisti	21
DAZ735	Budget e Controllo di Gestione per non specialisti	22
DAZ738	Economics per il successo dell'impresa	23
DAZ741	Business Planning: pianificazione strategica e economico finanziaria	24

### La Gestione del Cambiamento

GEC952	Gestione della complessità	25
GEC954	Il governo del cambiamento	26
GEC956	Il pensiero flessibile	27
GEC958	Problem solving e decision making in situazioni di crisi	28

### La Gestione delle Relazioni

GRE932	Negoziare e gestione dei conflitti	29
GRE934	Team building e teamwork	33
GRE935	Consulting Skill for IT Professionals	32
GRE936	La costruzione della squadra	33
GRE937	La comunicazione efficace con il modello del process communication ®	34
GRE938	La gestione delle riunioni	35
GRE939	Gestire il proprio ruolo nell'interfunzionalità	36

## Sistemi Gestionali

GST782	La Gestione delle persone e delle competenze	37
GST784	Il colloquio di valutazione e di feedback	39
GST786	L'intervista di selezione	40
GST787	Assessment e Development Center	41
GST790	Il processo di Formazione	42
GST791	Formazione Formatori	43

## Lo Sviluppo della Leadership

LDR980	Laboratorio per lo sviluppo della leadership	44
LDR982	Leadership e Coaching	45
LDR984	Gestire le Risorse Umane: aree e strumenti di intervento	46
LDR986	La sfida della fiducia: dall'efficacia all'eccellenza	48
LDR988	Lean Leadership	49

## Aspetti Legali, Normativi e di Regolamentazione

LEG850	La privacy: aspetti tecnici, organizzativi e legali per le aziende	51
LEG853	Security Manager: Sicurezza e protezione delle informazioni Personali e Istituzionali i	52
LEG854	Data Privacy e Data Protection nelle Infrastrutture Critiche nazionali	53
LEG855	Security vs Privacy: misure per la protezione e conservazione dei dati di traffico telefonico e telematico	54
LEG857	La responsabilità amministrativa e penale delle Persone Giuridiche (ex D.Lgs. 231/01)	55
LEG860	Gli appalti per la fornitura di beni e di servizi informatici e telematici nella Pubblica Amministrazione	56
LEG864	Frode di Identità e Falso Documentale: tecniche e conoscenze per verificare i documenti di identità	58
LEG870	Frode di Identità e Falso Documentale: tecniche e conoscenze per verificare i documenti di identità	58
LEG872	La proprietà intellettuale in rete	61
LEG874	Profili Giuridici dei contratti tra imprese: come costituire, redigere ed interpretare un contratto commerciale	62

LEG876	Profili giuridici del Commercio Elettronico	63
LEG880	La regolamentazione dei servizi di TLC	64
LEG881	Gli aspetti giuridici nella regolamentazione del mercato di TLC	65
LEG891	La gestione economico-giuridica dell'innovazione	66
LEG893	Diritti di proprietà Industriale : il Brevetto	67
LEG894	Diritti di proprietà Industriale : il Marchio	68

## Marketing & Sales

MKS750	Il successo nella vendita	69
MKS752	Strategie e tecniche di vendita per il mercato Business	70
MKS755	Gestire con successo la forza vendita	71
MKS758	Le Vendite Complesse	72
MKS760	Vendere in un Mercato in Flessione	73
MKS762	In sintonia con il cliente per vendere servizi informatici e telematici	74
MKS764	Vendere soluzioni ICT	75

## Strategic Management

MNG700	Strategic Management: Corporate & Business Strategies	76
MNG705	Compliance & Risk Management	77
MNG707	Governance, Corporate Risk management & Compliance	78
MNG710	Performance Management: valutazione e gestione delle performance	79
MNG711	Migliorare i risultati aziendali con la leva dei processi	80
MNG712	Strumenti e metodologie di Business Process Management	81
MNG715	L'approccio Agile all'Informatica a supporto del BPM e Lean & Digitize	82
MNG716	Design Thinking for Process Improvement	83
MNG717	Change Management: la gestione efficace dei cambiamenti organizzativi	84
MNG718	Change & Innovation	85
MNG719	Business Excellence Models: percorsi verso l'eccellenza	86
MNG725	International Business Management	87

## Project Management

PRJ803	One Page Project Map	88
PRJ805	Basics di Project management	89
PRJ807	Microsoft Project - Base	90
PRJ808	Microsoft Project - Avanzato	91
PRJ810	Lavorare per progetti	92
PRJ812	La gestione dei progetti ICT	93
PRJ816	Project Management Professional : Certificazione PMP/PMI®	94
PRJ818	La gestione dei rischi e delle opportunità di progetto	96
PRJ818	La gestione dei rischi e delle opportunità di progetto	96
PRJ820	Le capacità manageriali del project manager	97
PRJ821	IT Planning & Programming	98
PRJ824	Agile Project Management	99

## Scenari e Contesti

SCN400	Il settore ICT&M nel contesto economico e di mercato	101
SCN404	Scenari di mercato delle telecomunicazioni	102
SCN408	Il Mobile Marketing	103
SCN410	Web 2.0 & Social Networking: scenari e impatti	104
SCN412	Enterprise 2.0: applicazioni, modelli e scenari di mercato	105
SCN414	Cloud Oriented	106
SCN418	On-line Marketing: le nuove modalità del marketing in rete	107
SCN420	CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari	108
SCN424	SEM: Search Engine Marketing. Come ottenere visibilità in rete	109
SCN428	Il Podcasting aziendale: modelli, opportunità e scenari evolutivi	110
SCN430	Open Innovation e Crowdsourcing: modelli, esperienze, opportunità e criticità	111
SCN432	Gli Advergames: opportunità, criticità e prospettive di sviluppo	112
SCN434	Innovation Driving Design Thinking	113
SCN435	Pubblica Amministrazione e sviluppo della Banda Larga e Ultralarga	114
SCN436	Innovazione nella PA: dal CAD all'Agenda Digitale	115
SCN438	La Conservazione Sostitutiva	116
SCN440	La gestione documentale	117

## Strumenti per l'Efficacia Personale

SEP900	La comunicazione brillante e efficace	118
SEP903	Effective Work Habits	119
SEP912	Smart Memory: apprendimento rapido ed efficace	120
SEP914	Lettura strategica: massimo rendimento, minimo sforzo	121
SEP916	Mind Mapping: come ridurre un documento del 90%	122
SEP920	Public Speaking: l'arte della persuasione	123
SEP924	Time Management	124
SEP925	Laboratorio di Gestione del Tempo	125
SEP926	L'Intelligenza emotiva: una risorsa per l'efficacia personale	126



## Tecniche di Gestione dello stress

Molti ritengono che lo stress sia il risultato di un accumulo di tensioni da attribuire esclusivamente a fattori esterni; invece, il comportamento e le nostre emozioni non sono determinate dagli eventi esterni, ma da come li percepiamo e ce li rappresentiamo. Appare evidente come i pensieri e le emozioni abbiano un ruolo importante nel potenziare o mantenere lo stress.

Obiettivo del corso è quello di far conoscere e apprendere tecniche in grado di prevenire l'accumulo di tensioni e di gestire lo stress. Il percorso didattico più che sulla trattazione teorica, è centrato su esercitazioni guidate e sulla relativa analisi dei feedback per poter, in autonomia, utilizzare strumenti funzionali a gestire stati d'ansia, sintomi o disturbi che spesso condizionano il normale svolgimento della vita lavorativa.

### Agenda (2 giorni)

#### Lo stress:

- definizione di stress
- il processo dello stress
- stress positivo e stress negativo
- rapporto tra emozione e stress : decifrare I segnali del corpo per prevenire lo stress negativo.

#### Le strategie di coping per affrontare e superare i problemi:

- individuazione della strategia personale attuata per fronteggiare lo stress
- conoscere le proprie emozioni per imparare a gestirle.

#### Tecniche di rilassamento e gestione dello stress:

- la respirazione e le tecniche di rilassamento
- impariamo a respirare esercitazioni sul respiro
- le resistenze che ostacolano il rilassamento: la paura di perdere il controllo
- strumenti per gestire lo stress
- la fantasia guidata, la visualizzazione e la ristrutturazione cognitiva
- esercitazioni individuali e di gruppo.

### Obiettivi

Fornire ai partecipanti chiavi di lettura, strumenti cognitivi e operativi per interpretare le cause di stress organizzativo.

Sviluppare la capacità di identificazione e di ascolto dei propri segnali di risposta allo stress.

Apprendere tecniche di rilassamento efficaci a gestire lo stress.

### Destinatari

Manager e professionisti che vogliono migliorare la capacità di reagire a fonti di stress organizzativo.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Viva il Lunedì

Riconquistare il tempo libero, eliminare lo stress e, soprattutto trovare un nuovo piacere nel lavoro è possibile grazie ai più recenti studi. Varie intelligenze, nell'uomo, contribuiscono a prendere le decisioni e a sviluppare i sentimenti che rendono la giornata eccezionalmente bella o piuttosto sgradevole. Tutti hanno speso molti anni della propria esistenza per addestrare, a scuola, l'intelligenza razionale a operare secondo regole di efficacia/efficienza, ma non hanno fatto nulla per migliorare le rimanenti intelligenze, di cui, i più, ignorano l'esistenza: intelligenza emotiva e cervelli esterni. Eppure esse influiscono sulle prestazioni professionali e sulla soddisfazione nel lavoro in maniera determinante.

Per mancanza di educazione specifica, le decisioni delle intelligenze si trovano spesso in conflitto e ciò è la causa di quasi tutte le disfunzioni dell'attività lavorativa: stress, difficoltà a motivare o convincere gli altri, mancanza di tempo.

Prendere consapevolezza del fenomeno e trarne le debite conclusioni permette di scoprire un nuovo equilibrio interiore e un modo di lavorare positivo, tanto da rendere il lunedì una bella giornata.

### Agenda (2 giorni)

**Quali parti dell'uomo decidono i nostri comportamenti e come operano.**

**Il "Pensiero Blackberry", il "Pensiero PC", il "Pensiero i-pad": tre modi diversi in cui l'uomo produce idee.**

**La comunicazione fra intelligenze diverse all'interno dell'uomo: segnali chimici ed elettrici, segnali non verbali, segnali verbali.**

**Chi ha inventato le emozioni?**

**Mondo emotivo e mondo razionale: forme di accordo e di contrasto. Le conseguenze.**

**La comunicazione uomo-esterno.**

**I cervelli esterni e l'influenza dell'ambiente.**

**I significati di parole e gesti e le deformazioni percettive.**

**La genesi dei fattori motivanti. La soddisfazione nel lavoro: come si produce e come si mantiene.**

### Obiettivi

Recuperare tempo libero senza ricorrere a metodi organizzativi. Rendere il lavoro adatto alla struttura mentale costitutiva dell'uomo, creando entusiasmo verso l'attività produttiva.

### Destinatari

Manager e professionisti che vogliono migliorare la capacità di reagire a fonti di stress organizzativo.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La resilienza: una risorsa per il benessere

La resilienza nelle scienze umane esprime la capacità di fronteggiare in maniera positiva qualsiasi evento critico e di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà. L'individuo resiliente sul piano psicologico è un ottimista fortemente motivato a raggiungere gli obiettivi che si è prefissato, è incline a interpretare i cambiamenti come una sfida e come un'opportunità piuttosto che come una minaccia. La resilienza si collega ai concetti di benessere, trauma e vulnerabilità, stress ed empowerment, e può divenire una qualità diffusa in una organizzazione, una caratteristica dell'organizzazione. Istruire e responsabilizzare i manager a potenziare la qualità della resilienza nei propri collaboratori significa rendere l'azienda flessibile e forte di fronte alle turbolenze e alle criticità del mercato e creare opportunità di sviluppo e innovazione. Meno resiliente è il sistema, minore è la capacità dell'organizzazione e delle persone di adattarsi ai cambiamenti.

### Agenda (2 giorni)

#### L'ottica del bicchiere mezzo pieno:

- la percezione del cambiamento: da minaccia ad opportunità
- conoscere se stessi: individuazione dei punti di forza personali
- ruoli e caratteristiche di leader in grado di motivare gli altri a sviluppare la resilienza personale e ad essere produttivi anche nello stress e nelle incertezze.

#### La comunicazione:

- la comunicazione efficace
- l'ascolto attivo per il mantenimento del benessere aziendale
- cenni di PNL (Programmazione neurolinguistica).

#### La gestione dei collaboratori:

- il manager motivante
- nuovi strumenti per migliorare le proprie abilità nel gestire i ruoli chiave della leadership
- pianificare azioni specifiche per sviluppare la resilienza nei collaboratori
- le competenze Core per rimanere produttivi anche nelle turbolenze e nelle difficoltà: resilienza- autostima- flessibilità- visione d'insieme- controllo emotivo.

### Obiettivi

Apprendere competenze per superare momenti di crisi.

Conoscere le potenzialità di un comportamento resiliente.

Utilizzare, anche come gestore di persone, un approccio orientato al feedback e alla costruzione di relazioni positive.

### Destinatari

Manager e professional che vogliono apprendere una competenza core per gestire la complessità organizzativa.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Tutelare la salute psicofisica e promuovere il benessere individuale e collettivo nei luoghi di lavoro

Tra le varie aree d'intervento della medicina preventiva sulle popolazioni lavorative, la tutela della salute mentale costituisce un campo di crescente rilievo nei Paesi sviluppati, a causa di un considerevole spostamento da attività fisico-motorie ad attività cognitivo-relazionali nel contenuto delle mansioni (job content). Per questo il sistema psiche-cervello-soma diviene bersaglio elettivo di fattori stressanti lavorativi e, di converso, le disfunzioni derivanti da sofferenza psichica sono responsabili di compromissione lavorativa specifica. Inoltre le modificazioni di mercato sottopongono i lavoratori ad un crescente disagio psico-sociale, derivante soprattutto dalla precarizzazione dei rapporti economico-giuridici e dalla rapida obsolescenza delle competenze. Nell'U.E. i costi stimati per la salute mentale equivalgono al 3-4% del P.I.L. ed incidono per la maggior parte al di fuori del settore salute: prevalentemente per assenza o inabilità al lavoro. La giornata di approfondimento vuole fornire un quadro esaustivo di che cosa sia e come si esprima il disturbo psichico al di fuori dei contesti clinici, e illustrare le azioni di prevenzione del rischio e di promozione della salute nei contesti organizzativi.

### Agenda (1 giorno)

integrabile con moduli aggiuntivi, esercitazioni pratiche, interventi di coaching.

**Questionario di self assessment.**

#### **Brevi conferenze tenute da esperti su temi di carattere introduttivo:**

- inquadramento della psichiatria occupazionale e della psicologia del lavoro
- elementi giuslavoristici e medico legali.

**Sessioni teorico-pratiche per illustrare sia strategie di riconoscimento del "disagio psichico non diagnosticato" negli individui e nei gruppi di lavoro sia modalità gestionali dei lavoratori "a rischio psicopatologico noto".**

- Esempificazione di casi concreti seguiti da dibattiti guidati in piccoli gruppi.

### Obiettivi

Fornire elementi teorici di comprensione del problema.

Elevare il livello di percezione dello stress lavoro-correlato identificandone le conseguenze fisiche e psicologiche.

Attivare strategie più efficaci di prevenzione e riduzione dello stress e del disagio lavorativo, a livello sia individuale sia organizzativo.

Acquisire strumenti per preservare e sviluppare il capitale umano dell'organizzazione, evitando errori o carenze di gestione ed ottimizzando l'impiego della forza-lavoro.

### Destinatari

Responsabili e specialisti Risorse Umane, Responsabili della Sicurezza e Responsabili di funzione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Lo stress lavoro correlato: il decreto legislativo, il significato e il modello di intervento

Le recenti indicazioni legislative dell'art. 28 del D Lgs. 81/08 richiedono alle aziende di mappare lo stress lavoro correlato e di mettere in campo progetti di miglioramento. Lo scopo di questo corso è di aiutare gli addetti ai lavori a capire concretamente come muoversi in questa direzione e a costruire i presupposti per passare dagli obblighi di legge ad una cultura del benessere e della sicurezza, nel rispetto delle esigenze del business aziendale.

### Agenda (1 giorno)

**Il tema della sicurezza e dello stress. Il ruolo della direzione del personale.**

**La gestione del personale verso:**

- le diverse interpretazioni della direzione del personale
- la prevenzione dello stress lavoro correlato e lo sviluppo del benessere
- le indicazioni legislative
- gli aspetti applicativi.

**Prevenire e promuovere:**

- i diversi livelli di intervento
- come prevenire l'eccesso di stress
- come promuovere forme di creatività ed efficacia collettiva.

**Gli interventi di diagnosi organizzativa:**

- i modelli in uso
- i principali strumenti
- gli indici producibili
- l'interpretazione e l'incrocio dei dati.

**Come progettare un intervento di prevenzione dello stress e di promozione del benessere:**

- un modello di ricerca-intervento (European Agency for Safety and Health at Work)
- chi si assume le responsabilità? Sponsorship e commitment
- utilizzo consapevole delle consulenze
- identificazione degli obiettivi, visione del rischio e livello di coinvolgimento dei lavoratori (nella valutazione iniziale e nella pianificazione delle azioni conseguenti)
- strumenti di misurazione
- valutazione e diffusione dei risultati.

**Piano d'azione.**

### Obiettivi

Comprendere i modelli di analisi dello stress organizzativo, anche in relazione alle diverse strategie d'impresa.

Conoscere gli elementi fondanti dello stress e del clima organizzativo.

Conoscere gli strumenti più idonei per la misurazione delle variabili.

Conoscere i diversi modelli di intervento (sia di tipo organizzativo che individuale).

Essere consapevoli delle potenzialità dei diversi modelli.

### Destinatari

Responsabili e specialisti Risorse Umane, Responsabili della Sicurezza e Responsabili di funzione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Finanza per non specialisti

Ricoprire ruoli di responsabilità richiede anche competenze di base di carattere finanziario. Il corso consente di apprendere criteri di misura dell'impatto delle proprie decisioni rispetto al quadro finanziario dell'impresa. Vengono analizzati gli elementi per valutare l'affidabilità dei partner selezionati (clienti, fornitori, ...) e, attraverso le tre giornate di lavoro, si acquisiscono le conoscenze di base per poter dialogare con l'area amministrativa e finanziaria in uno schema di gestione delle proprie attività reinterpretato in termini di marginalità e redditività.

### Agenda (3 giorni)

#### La contabilità: obiettivi, meccanismi e principi.

##### Come leggere il bilancio d'esercizio:

- conto economico
- stato patrimoniale
- nota integrativa e rendiconto finanziario
- relazioni accompagnatorie.

##### Principi contabili nazionali.

##### Come interpretare i dati di bilancio:

- riclassificazione dello stato patrimoniale
- riclassificazione del conto economico.

##### La leva operativa.

##### Come passare dalle informazioni contabili a quelle finanziarie:

- dal bilancio d'esercizio all'analisi finanziaria
- cicli aziendali e riflessi nel bilancio d'esercizio
- il concetto di working capital
- cash flow e tesoreria.

##### Analisi dei flussi finanziari:

- fabbisogno finanziario
- fonti di finanziamento possibili
- equilibrio tra fonti e impieghi.

##### Come ottenere la redditività dell'impresa.

##### Come governare la redditività dei prodotti:

- margine di contribuzione
- pricing
- breakeven point.

##### Come calcolare il costo del capitale.

##### Investimenti e leva finanziaria:

- leva finanziaria: fino a quando conviene indebitarsi
- come valutare gli investimenti.

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di :

- apprendere i concetti basic economico-finanziari per poter leggere lo stato patrimoniale ed il conto economico
- valutare le informazioni contenute nel bilancio
- valutare le decisioni in base alla convenienza economica e alla fattibilità finanziaria
- conoscere le tecniche per poter operare valutazioni economico-finanziarie di progetti aziendali.

### Destinatari

Professional e specialisti che desiderino migliorare la comprensione degli aspetti economici e finanziari dell'azienda.

### Prerequisiti

Conoscenze principali di General Management.



## Budget e Controllo di Gestione per non specialisti

Chi in azienda ha responsabilità deve essere in grado di governare costantemente i risultati delle attività che gli sono affidate. Deve saper controllare la marginalità e comprendere gli scostamenti rispetto alle attese, sapendo attuare i necessari correttivi e misurare in maniera chiara ed univoca i miglioramenti apportati. Il corso, grazie ad una metodologia interattiva che alterna la teoria ad esercitazioni e case study, porta il partecipante a utilizzare gli strumenti del controllo di gestione per raggiungere, insieme al proprio team, gli obiettivi aziendali.

### Agenda (3 giorni)



#### Presupposti contabili ed organizzativi per il controllo di gestione.

##### Saper leggere i dati contabili:

- comprendere il significato dei documenti contabili
- saper leggere le voci dell'attivo
- comprendere i costi e i criteri di allocazione
- calcolare i diversi tipi di margine.

#### Analisi dei costi aziendali a supporto delle decisioni.

##### Dal budget al sistema di controllo di gestione:

- definire le variabili su cui è possibile intervenire
- identificare gli indicatori più adatti a misurare le performance chiave
- selezionare gli indicatori di volume, performance, gestione
- identificare le fonti informative più affidabili per allineare il sistema di controllo di gestione disegnato
- costruire il tableau de bord, definire la tempistica di aggiornamento e di verifica dei dati.

#### Costruire un sistema di controllo di gestione completo:

- variabili di tipo economico
- variabili di tipo finanziario.

#### Il sistema di misurazione dei risultati:

- costruire il sistema di reporting più adatto alle diverse finalità
- integrare i diversi elementi che contribuiscono a raggiungere gli obiettivi
- selezionare gli indicatori chiave e dividerne il significato
- formalizzare i dati: quadri, grafici, supporti sintetici
- esempi di tableau di reporting.

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- comprendere i presupposti contabili necessari per il controllo di gestione
- apprendere i meccanismi dell'attività di budgeting
- elaborare previsioni, fissare obiettivi, preparare un budget ed il relativo business plan
- comprendere la differenza tra budget economico, finanziario e di prodotto
- creare il tableau de bord per controllare i fattori chiave della propria attività.

### Destinatari

Manager e specialisti che abbiano la necessità di comprendere logiche e tecniche di budget e controllo di gestione.

### Prerequisiti

Conoscenze principali di General Management.



## Economics per il successo dell'impresa

Per raggiungere gli obiettivi aziendali, coloro che operano in posizioni di responsabilità, oltre alle proprie competenze e abilità, devono anche avere conoscenze di "Economia d'impresa".

I temi di economia e finanza d'impresa sono in parte noti, tuttavia l'esperienza mostra che è utile, specialmente per quanti impegnati a progettare, produrre, vendere ed in generale a portare avanti i diversi processi aziendali, ripercorrere in modo sistematico le nozioni di costo e ricavo, cash flow, capitale circolante, indicatori di efficienza.

### Agenda (3 giorni)

**Gli aspetti economici, finanziari e patrimoniali della gestione rappresentati nel bilancio.**

**L'impresa nel sistema economico come aggregazione di fattori produttivi: flussi reali e flussi monetari in input ed in output:**

- Il profitto come remunerazione del capitale, misuratore di efficienza e condizione di sopravvivenza
- Il valore dell'azienda: aspetti reddituali ed aspetti di cash flow.

**Il bilancio come primaria fonte di informazioni sulla situazione economica, finanziaria e patrimoniale delle imprese e dei gruppi di imprese:**

- i risultati aziendali come responsabilità diffusa e quotidiana di line e di staff
- cenni sul quadro normativo di riferimento sotto il profilo comunitario, civilistico e fiscale
- costi e ricavi sintetizzati nel Conto Economico
- attività, passività e capitale netto espressi nello Stato Patrimoniale
- la Nota Integrativa e la Relazione sulla Gestione
- fabbisogni e coperture rappresentati nel Rendiconto Finanziario.

**Le fonti del finanziamento: ricorso all'indebitamento e ricorso al capitale di rischio, la struttura delle fonti.**

**Gli impieghi di capitale: investimenti in capitale fisso ed in capitale circolante.**

**Indicatori di efficienza ed indicatori di efficacia.**

**Analisi della struttura reddituale d'impresa (margini operativi, lordi e netti, S.G.& A., componenti di origine finanziaria, oneri e proventi straordinari).**

**Costi con e senza esborso: centralità dell'autofinanziamento.**

**Analisi della struttura e della situazione patrimoniale e finanziaria (margini ed indici di tesoreria, liquidità e copertura del capitale).**

**Indicatori sintetici di performance (ROE, ROI, ROS, ...).**

**Il controllo:**

- il controllo della gestione come attività quotidiana e come responsabilità diffusa
- grandezze preventive: la costruzione del budget
- budget dei ricavi, budget dei costi, budget degli investimenti
- consuntivazione dei risultati, e determinazione degli scostamenti
- analisi degli scostamenti ed azioni correttive
- costi e ricavi analizzati per natura, per responsabilità e per destinazione
- analisi dei costi secondo la variabilità
- Margine Lordo di Contribuzione e Punto di Pareggio
- i costi come utile strumento nella scelta tra alternative.

### Obiettivi

Fornire e consolidare un quadro di conoscenze sistematiche relative a bilancio, finanza e controllo. Sensibilizzare i partecipanti su come il comportamento quotidiano dei singoli concorre al raggiungimento dei risultati economici aziendali complessivi.

### Destinatari

Manager e professional che gestiscono un centro di profitto, un processo o un progetto.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Business Planning: pianificazione strategica e economico finanziaria

Un'impresa deve continuamente pianificare strategie, obiettivi, azioni, risultati e rendimenti. Oggi, in un sistema economico sempre più complesso e dinamico, deve realizzare e saper gestire al suo interno efficaci processi di pianificazione strategica ed economico finanziaria, in modo da condurre con successo i business esistenti e creare il successo e la redditività per quelli nuovi.

Il Business Planning è un'attività non più riferibile solamente ad un momento sporadico di previsione e programmazione di investimenti considerevoli, ma un'attività di guida strategica alla gestione operativa con un orizzonte di medio-lungo periodo e la coerente programmazione di breve periodo.

### Agenda (3 giorni)

**Business idea: focalizzazione e analisi preliminare di coerenza.**

**Impostazione del progetto strategico.**

**Analisi dell'ambiente competitivo.**

**Progettazione del sistema d'offerta.**

**Analisi interna: punti di forza e criticità.**

**Make or buy analysis.**

**Scelte strategiche e operative.**

**Pianificazione economico-finanziaria.**

**Il business plan: struttura e contenuti.**

**Trasformazione delle strategie in azioni e obiettivi di periodo.**

**Costruzione del Master Business Plan.**

**Progettazione dei periodi intermedi attraverso il Budgeting.**

**Definizione degli indicatori di performance economico finanziari obiettivo.**

**Valutazione del business plan.**

**Analisi di sensitività.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- realizzare l'analisi, la pianificazione e la gestione strategica
- gestire efficacemente il processo di business planning
- valutare le scelte di struttura dell'azienda e di make or buy
- prendere decisioni o fornire supporto al processo decisionale
- sviluppare business plan
- valutare business plan.

### Destinatari

Tutte le funzioni interessate a una conoscenza delle interrelazioni tra aspetti economici-patrimoniali-finanziari e monetari della gestione aziendale.

### Prerequisiti

Una buona conoscenza di base degli aspetti strategici, organizzativi ed economico-finanziari della gestione d'impresa.



## Gestione della complessità

Il vivere organizzativo in contesti in continua evoluzione richiede alle persone di mettere in campo le capacità di gestione di situazioni complesse. Per affrontare la complessità organizzativa, e prendere decisioni efficaci, diviene essenziale essere capaci di trattare i problemi in un'ottica globale, avendo una visione integrata delle implicazioni organizzative, umane, culturali che la situazione comporta, ma anche, e soprattutto, di essere consapevoli delle proprie caratteristiche, delle proprie risorse, dell' "abito mentale" utilizzato nel leggere e nell'intervenire.

Il corso ha la finalità di aiutare i partecipanti nella ricerca e nella scoperta di riferimenti individuali, di gruppo e di metodo per affrontare la complessità, accompagnandoli in un itinerario di apprendimento che, a partire dalla comprensione delle dimensioni che caratterizzano la complessità organizzativa e socioculturale, si snoda verso la valorizzazione della stessa come opportunità e risorsa per le persone e per le organizzazioni. In tale percorso le tappe intermedie riguardano gli approfondimenti personali e di gruppo sulle competenze, sulle esperienze di gestione di complessità, sulla cultura organizzativa come variabile determinante e come risorsa, sugli strumenti di problem solving e decision making necessari per affrontare le situazioni in un'ottica sistemica. In particolare il corso prevede laboratori durante i quali costruire repertori di soluzioni da riportare nella quotidianità personale e professionale. La metodologia adottata è di tipo interattivo e prevede: esercitazioni di gruppo, laboratorio di auto-narrazione, analisi di casi ed autocasi, utilizzo di strumenti di autovalutazione del livello di possesso delle capacità oggetto del corso.

### Agenda (3 giorni)



#### Che cos'è la complessità:

- le dimensioni individuali, organizzative, sociali della complessità
- le implicazioni nella vita professionale quotidiana
- i rischi della non gestione
- l'azienda come organismo: i principali fattori del funzionamento organizzativo
- le tendenze che influenzano il nostro presente.

#### Come affrontare la complessità:

- le competenze per navigare nella complessità
- sapere, saper fare, saper essere, saper sentire
- il contextual listening.

#### La complessità e l'individuo:

- l'esperienza individuale di unicità; processo di self empowerment per affrontare la complessità
- l'individuo nell'organizzazione: integrazione di micro e macro complessità.

#### La complessità organizzativa:

- il ruolo della cultura; le dimensioni della cultura organizzativa
- sviluppare cultura condivisa per vivere la complessità.

#### La complessità organizzativa: situazioni e soluzioni:

- La complessità organizzativa: dalla definizione del problema alla valutazione dei risultati
- Il processo di problem solving e decision making in situazioni di complessità: metodo e strumenti
- autovalutazione del proprio approccio alla gestione della complessità
- analisi di casi ed autocasi aziendali
- le caratteristiche individuali nell'affrontare problemi complessi: aree di miglioramento e punti di forza.

**Trasferimento alla realtà operativa: come attrezzarsi per vivere la complessità - piano di azione per lo sviluppo individuale.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti potranno predisporre un piano di azione per lo sviluppo personale e per il trasferimento alla realtà operativa quanto appreso.

### Destinatari

Manager e quadri di aziende che vogliono rendere più efficaci i propri comportamenti.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Il governo del cambiamento

La complessità dei moderni sistemi rende il cambiamento costante. Incertezza, ansia, incapacità di anticipare scenari sono gli elementi con cui i manager devono fare i conti ogni giorno. Per un manager diventa cruciale pertanto integrare la gestione del cambiamento nel proprio stile di leadership.



**Si tratta di un percorso blended che prevede attività d'aula, prework e attività di coaching.**

### Agenda (Percorso blended con 2 giorni d'aula)

Fase 1 – Modulo e-learning da 30' Kit Diagnostico 15 gg prima della 1° sessione di coaching



#### Il mio stile nel cambiamento.

Fase 2– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Individuazione di un percorso di sviluppo personale.

#### Rimozione delle eventuali barriere.

#### Focalizzazione dell'obiettivo:

- ripartizione
- strategie per il raggiungimento
- gli ostacoli al raggiungimento.

Fase3– 2 giorni di Aula

#### Definiamo il cambiamento:

- rapidità e ampiezza.

#### Gli stili per affrontare il cambiamento.

#### Le strategie per gestire il cambiamento.

#### Le resistenze al cambiamento:

- livelli di resistenza
- tipologie e conseguenze delle resistenze a livello organizzativo, di gruppo e individuale.

#### Governo del Cambiamento:

- la propensione organizzativa
- gli attuali assiomi del management
- la leadership per il cambiamento
- la gestione dell'evoluzione delle competenze.

Fase 4– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Focalizzazione dell'obiettivo:

- attività necessarie al raggiungimento del goal
- schedulazione
- mezzi e risorse.

#### Piano d'azione.

#### Monitoraggio e celebrazione.

### Obiettivi

Acquisire consapevolezza rispetto al cambiamento e al proprio stile di risposta. Definire una strategia di risposta. Diventare agente di cambiamento.

### Destinatari

Manager e quadri di aziende che devono interpretare e gestire un momento di cambiamento.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Il pensiero flessibile

Ai project manager è sempre più richiesta la capacità di utilizzare un pensiero multidimensionale. Nelle organizzazioni complesse occorre superare la logica lineare causa-effetto per includere, attraverso un pensiero analogico, più contesti e più interpretazioni. L'area di lavoro del corso è dunque la propria "**apertura mentale**" su cui si può agire acquisendo consapevolezza dei propri paradigmi cognitivi ed ampliando la rete dei sistemi osservati.

### Agenda (3 giorni)

LABORATORIO

#### Profili cognitivi e strategie di approccio:

- paradigmi, mappe mentali e pregiudizi
- la fissità mentale.

#### Laboratorio:

- gli atteggiamenti che adottiamo nell'affrontare contesti diversi e nuove sfide
- la percezione.

#### Il salto del paradigma:

- destrutturare gli schemi
- il modello DIV per ridurre i filtri percettivi.

#### Approccio innovativo all'analisi dei problemi

- 6 cappelli per pensare
- gestire la contemporaneità.

#### Laboratorio:

- piano d'Azione Individuale sullo sviluppo del Pensiero flessibile.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- approfondire il livello di consapevolezza rispetto i propri modelli cognitivi
- accrescere la capacità di apprezzare punti di vista diversi dai propri
- potenziare la propria efficacia in situazioni relazionali complesse
- rendere maggiormente flessibile il proprio approccio cognitivo e d'azione in funzione del contesto di riferimento.

### Destinatari

Manager e quadri di aziende che vogliono confrontarsi con specialisti per migliorare una competenza core.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Problem solving e decision making in situazioni di crisi

Con quale “mappa” ci accingiamo a risolvere problemi? Spesso la soluzione di un problema si trova fuori dalla nostra “mappa del mondo”. La risoluzione dei problemi e la presa di decisione coerente costituiscono un processo strutturato schematizzabile e riproducibile. Il corso propone l'analisi e la verifica dei diversi “schemi mentali” nell'affrontare i problemi e permette di comprendere come questi stessi schemi influiscano sul modo di lavorare e sui risultati.

### Agenda (3 giorni)

#### Il Problem Solving come Processo:

- le fasi
- gli elementi del contesto.

#### Le logiche di formulazione del problema.

##### La soluzione:

- tecniche di creatività.

##### La decisione:

- assunzione e valutazione dei rischi
- quando è meglio non decidere
- decisione individuale e di gruppo
- rapporto tra tempo e decisione: ruolo dello stress.

#### Stabilire un piano d'azione per la messa in opera della soluzione scelta:

- hai pensato agli stakeholders?
- definire le azioni concretamente e positivamente
- come comunicare le soluzioni adottate.

### Obiettivi

Distinguere tra diverse tipologie di problema.

Individuare i paradigmi abituali e i vincoli autoimposti e cristallizzati, che spesso allontanano dalle soluzioni più efficaci.

Prendere decisioni a valle della scomposizione del problema evitando errori costosi.

Aumentare la creatività.

Valutare l'impatto delle decisioni.

### Destinatari

Manager e quadri con esperienza che necessitano di un modello efficace per l'analisi dei problemi e per l'identificazione delle soluzioni più efficaci.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Negoziare e gestione dei conflitti

Le situazioni organizzative sono condizioni relazionali complesse ed in quanto tali, non immuni all'insorgere di conflitti. Quella che fino a ieri era una realtà esistente, ma nascosta, diviene oggi sempre più oggetto di interesse: riconoscere l'esistenza dei conflitti come fenomeno fisiologico dell'organizzazione costituisce un passo essenziale per affrontarlo in forma costruttiva e potenziante per le persone e l'organizzazione. Affinché ciò avvenga, occorre che il management acquisisca la capacità di non temere questo affiorare di microconflittualità, ma lo gestisca utilizzando, per la soddisfazione delle parti in campo, non solo le tecniche e le "arti" della negoziazione, ma anche una buona capacità di gestire i conflitti.

Il corso analizza gli elementi chiave della negoziazione, sia interna all'organizzazione che con interlocutori esterni; quindi sviluppa tali tematiche con particolare riferimento al negoziato collaborativo. Sono presentate alcune tecniche che facilitano la gestione ed il controllo delle diverse fasi del processo negoziale.

La metodologia adottata è di tipo partecipativo ed esperienziale e comprende lavori individuali e di gruppo, visione di video clip seguita da analisi e discussioni, analisi di casi ed autocasi con simulazioni e role-playing. L'utilizzo di strumenti di autoanalisi e di feedback permetterà, inoltre, ai partecipanti di acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie aree di forza e di miglioramento in relazione alle competenze trattate. Per consolidare i risultati di apprendimento ottenuti è prevista, inoltre, 1 giornata di Follow-up.

### Agenda (5 giorni)

#### I parte (2 giorni)



#### **Il conflitto come dimensione fisiologica nelle relazioni e nell'organizzazione:**

- caratteristiche generali del conflitto
- i diversi tipi di conflitto organizzativo
- le cause dei conflitti nelle organizzazioni
- conflitti palesi e conflitti latenti.

#### **Affrontare il conflitto: le strategie possibili per fronteggiarlo:**

- autoanalisi dello stile gestione del conflitto
- le possibili reazioni di fronte al conflitto
- la gestione delle emozioni.

#### **La strategia dialettica per la gestione del conflitto:**

#### **La negoziazione: cos'è e perché:**

- definire gli elementi caratteristici del processo negoziale
- le condizioni essenziali ed i confini.

#### **Le competenze della negoziazione:**

- autoanalisi dello stile negoziale
- capacità negoziali di base e capacità tecniche.

#### **Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.**

#### II Parte (2 giorni)

#### **Negoziare nell'organizzazione: la mappa delle occasioni negoziali, identificare le principali situazioni di negoziazione verticale e orizzontale (capi, collaboratori, colleghi, clienti, fornitori):**

- ricerca d'aula con metaplan
- descrizione di autocasi organizzativi di negoziazione.

#### **Il dilemma del negoziatore: scegliere l'approccio:**

- gli approcci strategici fondamentali alla gestione delle situazioni di conflittuali
- l'approccio distributivo (win-lose)
- l'approccio integrativo (win-win)
- Il potere nella negoziazione
- le tattiche nei due approcci
- identificare i comportamenti efficaci per costruire una cultura della collaborazione.

#### **Analizzare le caratteristiche della negoziazione efficace:**

- le fasi del processo negoziale
- le competenze relazionali nella negoziazione win-win
- benefici e costi della negoziazione integrativa
- i ruoli di negoziazione.

## Negoziare e gestione dei conflitti

### **Il processo di problem solving creativo.**

#### **La negoziazione in pratica: prepararsi a gestire una negoziazione nella realtà:**

- esercitazioni su casi ed autocasi di negoziazione orizzontale individuale e di gruppo.

#### **La negoziazione multi controparte.**

#### **Costruire la fiducia: consigli operativi.**

#### **La negoziazione verticale: da controparte a partner:**

- esercitazioni su casi ed autocasi di negoziazione verticale
- la relazione capo-collaboratore
- difese e interdipendenza positiva.

#### **Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.**

Follow-up (1 giorno)

### **Obiettivi**

Al termine del corso i partecipanti potranno predisporre un piano di azione per lo sviluppo personale e per trasferire alla realtà operativa quanto appreso.

### **Destinatari**

Manager, specialisti e professional che hanno rapporti con persone, interne ed esterne all'azienda e con l'esigenza di sviluppare e mantenere relazioni efficaci.

### **Prerequisiti**

Conoscenza delle dinamiche della comunicazione interpersonale.



## Team building e teamwork

La capacità di far squadra, di lavorare in team e di gestire gruppi di lavoro è il requisito fondamentale per costruire il senso di appartenenza, condividere gli obiettivi, valorizzare le differenze individuali e, così, raggiungere l'eccellenza dei risultati organizzativi.

In un team di successo c'è consapevolezza e attenzione alle condizioni che rendono produttiva e soddisfacente la vita nel gruppo e c'è collaborazione diffusa tra i membri, questo permette di lavorare in un clima stimolante dove ognuno fornisce la sua migliore prestazione per il raggiungimento di elevate performance collettive.

Il corso propone un itinerario articolato per sviluppare una visione positiva della collaborazione reciproca, della comunicazione efficace basata sull'ascolto e sul feedback, rafforzando lo spirito di squadra e fornendo al contempo strumenti e metodi efficaci di lavoro in team. Il corso inoltre permette di comprendere le potenzialità del gruppo di cui si è alla guida, attrezzando i partecipanti con strumenti utili alla valorizzazione del lavoro dei singoli.

La metodologia adottata è di tipo interattivo e prevede esercitazioni individuali e di gruppo, visione di video clip seguite da analisi e discussioni, role-play di gruppo, analisi di casi e simulazioni, utilizzo di strumenti di autovalutazione del livello di possesso delle capacità oggetto del corso.

### Agenda (3 giorni)



#### Il team nell'organizzazione:

- i differenti tipi di team
- i vantaggi del team per l'organizzazione e per i singoli individui
- i rischi del team
- le caratteristiche strutturali e di performance
- le dimensioni razionali ed emotive del team.

#### Le competenze importanti per lavorare in team:

- check list di autovalutazione delle capacità e dei comportamenti di team work.

#### Le fasi di vita di un team:

- le caratteristiche delle fasi: forming, storming, norming, performing, changing
- le criticità delle diverse fasi di sviluppo: come affrontarle.

#### Cosa rende un team efficace - le principali dimensioni:

- gli obiettivi: le caratteristiche di un obiettivo valido
- i ruoli: la valorizzazione delle diversità
- il metodo di lavoro: come affrontare e risolvere i problemi, come decidere
- le norme e la cultura: cosa regola la vita del team
- la comunicazione: confronto e scambio, ascolto, chiarezza, feedback
- la leadership: la soddisfazione delle funzioni primarie del gruppo la leadership diffusa, le caratteristiche della leadership efficace
- il clima: come mantenere la temperatura emotiva e la soddisfazione di appartenere al team
- lo sviluppo delle competenze individuali e di team.

#### La cooperazione e lo spirito di gruppo: esperienze di comportamento cooperativo.

#### La Gestione delle diversità e dei conflitti:

- i diversi tipi di conflitto
- la negoziazione integrativa
- il vantaggio della collaborazione.

#### Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti potranno predisporre un piano di azione individuale per il trasferimento alla realtà operativa degli apprendimenti realizzati e per lo sviluppo personale.

### Destinatari

Responsabili di area, di funzione o di progetto, che abbiano la necessità di sviluppare le abilità del team.

### Prerequisiti

Conoscenza delle dinamiche della comunicazione interpersonale.



## Consulting Skill for IT Professionals

Far valere le competenze attraverso la relazione professionale, proprio in quelle situazioni e con le persone dove di solito è difficile.

### Agenda (2 giorni)



**Modello di Eccellenza Professionale (Professional Leadership Model) e lavoro individuale di allineamento tra identità professionale e contesto.**

**Relazioni Professionali.**

**Modello per la Consulenza Interna (Internal Consulting Framework contestualizzato sulle tipiche situazioni IT).**

**Un "catalogo" di situazioni tipiche (e critiche) della gestione dei servizi ICT e dello sviluppo di nuovi servizi-prodotti.**

**Role-Playing su situazioni tipiche nell'ambito del ruolo dei partecipanti (momenti della verità).**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- descrivere e applicare il modello di Eccellenza Professionale (Professional Leadership Model)
- comunicare la propria "missione professionale" (allineata con i propri valori)
- distinguere cosa rende una relazione "professionale"
- applicare il Modello per la Consulenza Interna (Internal Consulting Framework). Cosa fare e quando per avere relazioni professionali che producano valore per l'organizzazione, le parti coinvolte e tutti gli stakeholder
- riconoscere e gestire le situazioni tipiche della relazione consulenziale tra diversi ruoli IT e verso il resto dell'azienda e i clienti
- riconoscere, costruire, comunicare il valore aggiunto della funzione IT e del proprio ruolo o unità organizzativa.

### Destinatari

Tutti i ruoli professionali IT e in particolare: Business Analyst, Project Leader/Manager, Service Manager, Service Specialist, Help Desk Supervisor, IT, DB, TLC... specialist (tutti gli specialisti possono beneficiare di un approccio consulenziale per rendere efficace la propria competenza).

### Prerequisiti

Nessuno.



## La costruzione della squadra

Cosa fa la differenza tra un gruppo e una squadra vincente? Sappiamo cogliere e valorizzare appieno il potenziale del nostro team? Il corso fornisce i supporti cognitivi e metodologici necessari per migliorare il lavoro di squadra nei team aziendali e le relazioni all'interno dei gruppi. La gestione dei conflitti, la definizione di obiettivi, regole e traguardi devono essere presidiati per fare del lavoro di squadra un valore per l'organizzazione.

### Agenda (3 giorni)

#### I team nelle organizzazioni:

- evoluzione del concetto e dei processi organizzativi
- fasi di evoluzione dei team nell'organizzazione
- gruppo e gruppo di lavoro.

#### Creare un team di successo:

- le 7 leve del team
- il ruolo del leader.

#### Accompagnare l'evoluzione del team:

- la coesione del team
- dalla dipendenza all'interdipendenza
- reti di comunicazione.

#### Prendere decisioni nel team:

- la coesione del team
- dalla dipendenza all'interdipendenza
- reti di comunicazione.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- accrescere la propria consapevolezza delle dinamiche del team
- motivare le persone per orientarle verso un obiettivo di gruppo
- trasformare un gruppo di collaboratori in un team ad alte prestazioni
- comprendere le potenzialità di ogni collaboratore
- sviluppare relazioni positive e di supporto
- mantenere l'efficienza del team, anche in situazioni di crisi
- contribuire alla creazione di uno spirito di squadra e all'instaurarsi di un clima positivo.

### Destinatari

Responsabili di area, di funzione o di progetto, che abbiano la necessità di promuovere un'identità di squadra.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La comunicazione efficace con il modello del process communication ®

Il modello del Process Communication®, metodologia di diagnosi e sviluppo delle capacità di gestire relazioni e comunicazioni efficaci, si è dimostrata un approccio utile che mette a disposizione strumenti concreti e rafforza la capacità di motivare gestendo relazioni positive e comunicazioni efficaci. Il Process Communication® è un metodo affidabile e validato. Dopo circa 30 anni di studi, analisi e sperimentazioni sul campo, può oggi contare sui risultati ottenuti dalla sua applicazione di successo su circa 650.000 persone operanti in tutto il mondo all'interno di aziende ed organizzazioni di settori e realtà più diverse.

***Dopo il corso i docenti garantiranno supporto a distanza ai partecipanti nella fase di avvio dell'utilizzo del modello.***

### Agenda (2 giorni)

**Esempi di comunicazione in azienda.**

**Stili e codici di comunicazione.**

**Il ruolo della percezione e degli stereotipi.**

**L'Ascolto.**

**Comunicazione: contenuto e modalità.**

**La Relazione come fondamento per la comunicazione efficace.**

**Il Process Communication®.**

**Il posizionamento relazionale.**

**Zone di percezione.**

**Le 6 tipologie relazionali.**

**Caratteristiche delle tipologie.**

**Il mio profilo relazionale.**

**Consegna del profilo relazionale ad ogni partecipante.**

**Bisogni psicologici.**

**Lo stress cause e comportamenti inefficaci.**

**Canali di comunicazione.**

**Lo stile gestionale.**

**Strategie di interazione per una comunicazione efficace.**

**Casi e modalità di applicazione del modello.**

**il mio piano di miglioramento individuale.**



### Obiettivi

Stimolare una riflessione strutturata sulla gestione delle relazioni e della comunicazione.

Sviluppare la consapevolezza dei propri comportamenti in relazione al proprio ruolo professionale e personale.

Migliorare la capacità di gestire gli stimoli potenzialmente stressanti evitando comportamenti disfunzionali che possano alterare la relazione e rendere inefficace la comunicazione.

Supportare la capacità di gestire relazioni positive e comunicazioni efficaci con ogni interlocutore ed in tutte le situazioni professionali e personali.

### Destinatari

Manager e professional che vogliono, attraverso uno strumento tarato e standardizzato, conoscere il proprio stile comunicativo e i suoi impatti sulle relazioni.

### Prerequisiti

La frequenza al corso prevede per ogni partecipante la somministrazione del questionario diagnostico del profilo relazionale e l'elaborazione del risultato.



## La gestione delle riunioni

“Meglio una riunione non fatta che una riunione fatta male...”. È opinione diffusa che molte riunioni siano una perdita di tempo, perché lente, inefficienti e utili più a rimandare i problemi che a risolverli. Ma, se opportunamente preparate e gestite, le riunioni permettono di raggiungere decisioni migliori, più adatte alla situazione ed anche più creative, grazie all’interazione reciproca, all’interscambio di informazioni e alla discussione critica. Il corso mira a fornire strumenti e tecniche indispensabili per trasformare le riunioni in una vera risorsa di successo.

### Agenda (2 giorni)

LABORATORIO

#### La progettazione:

- perché e quando fare una riunione
- stabilire l'ordine del giorno e le priorità da affrontare
- il materiale utile durante la riunione
- la pianificazione: dalla convocazione al congedo.

#### La realizzazione:

- l'importanza di presidiare gli obiettivi
- saper stimolare l'attenzione dei partecipanti
- la gestione del tempo.

#### Laboratorio:

- imparare a leggere i segnali deboli
- quali decisioni.

#### Verifica:

- verificare la comprensione e il consenso
- l'importanza di chiedere un feedback
- valutare le riunioni per assicurarne la produttività.

#### Laboratorio:

- piano d’Azione Individuale: la mia prossima riunione.

### Obiettivi

Saper organizzare e gestire riunioni aziendali efficaci.

Ottimizzare l’investimento di tempo in riunioni per renderle realmente produttive.

Creare un clima costruttivo e partecipativo tra i diversi partecipanti.

Agire su un modello concettuale e comportamentale per gestire le riunioni.

Monitorare l'effetto ottenuto.

### Destinatari

Manager e professional che vogliono acquisire maggiore competenza nell’organizzare, gestire e condurre efficacemente le riunioni.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Gestire il proprio ruolo nell'interfunzionalità

In sistemi organizzativi complessi governati dal *time to market* e da una cultura *customer centric*, appare sempre più importante sviluppare una competenza che consenta di percepire il proprio ruolo professionale in una prospettiva di interdipendenza con le altre funzioni organizzative. Il corso fornisce elementi teorici e di scenario per ragionare sulla prospettiva interfunzionale e rendere più efficace il presidio dei processi gestiti.

### Agenda (3 giorni)



#### Prerequisiti di funzionamento organizzativo:

- le evoluzioni organizzative
- il lavoro per processi: modelli concettuali e soluzioni operative.

#### Approcci gestionali per l'interfunzionalità:

- implicazioni sui processi e sulle modalità di lavoro
- le performance attese
- i comportamenti virtuosi
- leadership e interfunzionalità.

#### Laboratorio:

- il mio ruolo nell'interfunzionalità: attese compiti e responsabilità.

#### Interfunzionalità e team working:

- strumenti e criteri per il team working
- efficienza ed efficacia nel team
- i team interfunzionali: vincoli ed opportunità.

#### Laboratorio:

- piano d'Azione Individuale sullo sviluppo della propria competenza in team interfunzionali.

### Obiettivi

Comprendere i vantaggi del modello organizzativo per processi.  
Favorire una maggiore integrazione tra diverse funzioni.  
Pensare e operare in una logica interfunzionale.

### Destinatari

Manager e professional che operano in collaborazione con altre funzioni in una logica di processo E2E.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La Gestione delle persone e delle competenze

Gli attuali scenari economici richiedono alle aziende la capacità di rispondere velocemente alle turbolenze del mercato. La gestione per competenze consente di rispondere con efficacia e di preparare il futuro nelle migliori condizioni. Sono sempre più numerose, infatti, le aziende che investono su questo approccio. Il percorso fornisce gli strumenti basilari per la progettazione e la messa in opera di un modello di gestione delle competenze e dei potenziali.

### Articolazione del Percorso

Si tratta di un percorso costituito da:

- **Formazione in aula:** un primo modulo ed un Follow up a distanza di tre mesi.
- **Formazione on line:** con letture, esercizi, test di verifica dell'apprendimento.
- **Consulenza personalizzata:** ogni partecipante potrà usufruire dei suggerimenti e pareri del consulente-formatore nel corso di un colloquio individuale, che si svolge in conference call.

### Agenda (2+2 giorni)

#### Ruoli e Competenze



#### Associare le competenze ai ruoli. Definizioni di:

- ruolo
- posizione
- famiglie professionali.

#### Dagli obiettivi alle Competenze:

- gli obiettivi della propria azienda
- come identificare le competenze strategiche della propria azienda
- la mappa delle professioni per la strategia di business
- elaborare un sistema di valutazione delle competenze
- dotarsi di strumenti per la valutazione delle competenze facilmente utilizzabili ed applicabili a tutti.

#### Valutare Prestazione e Potenziale delle Risorse Umane

#### La valutazione delle prestazioni e i modelli di competenze:

- passare dalla gestione delle competenze alla cultura delle competenze
- le tecniche di preparazione ed introduzione di un sistema di valutazione delle "performances"
- la valutazione: il ruolo del capo e la formazione della linea alla valutazione.

#### Sviluppare Le Risorse Umane: un Modello Integrato

#### Competenze e selezione

- il processo di reclutamento
- la valutazione delle competenze in fase di selezione
- comportamenti e contesto di inserimento.

#### Un modello integrato di sviluppo delle RU: come progettarlo

- il rapporto tra valutazione della prestazione e valutazione del potenziale e loro periodicità
- gli strumenti per indagare il potenziale dell'individuo: metodologia e aspetti tecnici
- panoramica su alcuni degli strumenti più utilizzati:
  - colloqui individuali e di gruppo
  - test di potenziale
  - questionari di carriera.

#### Competenze e formazione

- tradurre gli obiettivi aziendali in bisogni di competenze
- costruire un legame tra professioni, competenze e formazione
- ottimizzare l'acquisizione della competenza tramite differenti metodi formativi
- favorire gli interventi di formazione e la continuità di questi in azienda.

## La Gestione delle persone e delle competenze

### **Obiettivi**

Conoscere approfonditamente la struttura del modello di gestione delle competenze.  
Comprendere come organizzare percorsi di sviluppo collegati alle competenze.  
Collegare formazione e competenze.  
Conoscere le linee guida per la valutazione dei potenziali.

### **Destinatari**

Capi e quadri intermedi con l'esigenza di perfezionare e potenziare il proprio stile di direzione e gestione dei collaboratori.

### **Prerequisiti**

Una buona conoscenza di base degli aspetti strategici, organizzativi ed economico-finanziari della gestione d'impresa.



## Il colloquio di valutazione e di feedback

Una delle competenze più critiche di ogni capo è la gestione del colloquio di valutazione e la restituzione del feedback. Il corso fornisce le competenze necessarie per lo sviluppo di un metodo obiettivo. Metodo e obiettività sono, infatti, preziosi alleati per trasformare i colloqui di valutazione e di feedback in uno strumento di management in grado di rafforzare le performance individuali e collettive, oltre che di migliorare il clima e la motivazione.

### Agenda (3 giorni)

#### Valutazione e gestione delle risorse:

- identificare i collegamenti tra valutazione e processo HR.

#### Perché "fare valutazione"?

**Gli attori in gioco nel colloquio di valutazione.**

**Cosa è importante? I diversi tipi di valutazione.**

**Gli stili comunicativi: le competenze comunicative di base.**

**Il colloquio come processo. Conoscere i diversi step.**

**Basare la valutazione su elementi oggettivi e fissare gli obiettivi.**

### Obiettivi

Conoscere le implicazioni psicologiche e organizzative del colloquio di valutazione e utilizzarlo come strumento manageriale.

Acquisire i comportamenti più efficaci nel processo di valutazione.

Apprendere la struttura del colloquio e saper fissare obiettivi corretti.

### Destinatari

Professional e Manager che operano nel settore Human Resource, Responsabili di Funzione e di unità aziendali.

### Prerequisiti

Una buona conoscenza di base degli aspetti strategici, organizzativi e di gestione dei collaboratori.



## L'intervista di selezione

Il colloquio di selezione rappresenta una fase importante e critica del processo di acquisizione dei talenti e deve tenere conto delle evoluzioni dell'ambiente tecnologico ed economico. Approcci e strumenti devono pertanto essere aggiornati per tenere il passo con i cambiamenti in atto e con le caratteristiche delle nuove generazioni. Questo corso è studiato per aiutare i partecipanti a consolidare l'esperienza di selezione, perfezionare lo stile di intervista e acquisire modalità di azione e tecniche per una più efficace identificazione delle caratteristiche reali dei candidati e degli elevati potenziali.

### Agenda (2 giorni)



**Lettura del contesto: mercato del lavoro, culture organizzative, differenze generazionali.**

**Il colloquio di selezione nel processo di gestione del capitale umano.**

**Conoscere Il Candidato:**

- percorso ottimale del colloquio di selezione
- approfondimento di tecniche e domande.

**Colloquio e valutazione del candidato:**

- importanza di calibrare l'intervista sul profilo richiesto
- approfondire fatti e motivazioni per giungere ad una valutazione centrata sul profilo richiesto
- stendere le conclusioni.

**La conduzione del colloquio.**

**La dinamica del rapporto. Il colloquio di selezione come relazione interpersonale.**

**La gestione e l'interpretazione delle informazioni raccolte.**

### Specificità

È previsto l'uso intensivo della videoregistrazione con telecamera. La registrazione delle interviste effettuata in aula appartiene ai partecipanti e verrà loro consegnata come utile strumento di continua verifica e feed back.

### Obiettivi

Collegare il colloquio al più ampio processo di politiche di acquisizione del capitale umano.

Identificare criteri, strumenti e principi operativi che potenziano l'efficacia del colloquio.

Sviluppare la capacità di gestione del colloquio.

Comprendere le tecniche di comunicazione non verbale.

Riconoscere i candidati con alto potenziale.

### Destinatari

Professional e Manager che operano nel settore Human Resource, Responsabili della Selezione e quadri della direzione del Personale, Responsabili di Funzione e di unità aziendali coinvolti nella selezione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Assessment e Development Center

L'Assessment Center è uno degli strumenti più efficaci e complessi che può essere utilizzato sia all'interno di valutazioni a fini formativi, sia per gestire percorsi di carriera. Come tutti gli strumenti, richiede attenzione alle opportunità di utilizzo ed una conoscenza degli aspetti di metodo. Esiste una vasta gamma di strumenti genericamente definiti assessment, molto diversificati per utilità e rapporto costi/benefici. Comprenderne le differenze e le specificità è fondamentale per chi, occupando un ruolo aziendale di responsabilità, è chiamato a commissionare e/o coprogettare interventi di questo tipo.

### Agenda (3 giorni)

#### **Cos'è un Assessment Center:**

- cenni storici e aspetti metodologici.

#### **Utilità e applicazioni dell'Assessment Center: dalla selezione alla valutazione del potenziale.**

#### **Il modello delle competenze:**

- disegno di piani di crescita, definizione delle necessità formative, development center
- progetto piani di sviluppo
- rilevamento delle competenze generiche.

#### **Analisi e descrizione del profilo di competenze da valutare:**

- definizione del profilo di competenze
- pesatura del profilo e rilevamento degli indici
- definizione della matrice individuo/competenze.

#### **Progettazione strumenti:**

- prove psicometriche
- prove individuali
- prove di gruppo
- la matrice per gli osservatori.

#### **Gestione dell'Assessment Center:**

- conduzione di ognuna delle tappe dell'Assessment Center.

#### **Le caratteristiche dei valutatori: come sceglierli e coordinarli.**

#### **Analisi dei risultati.**

### Obiettivi

Avere consapevolezza sui criteri di applicabilità dello strumento assessment.  
Conoscere le diverse possibili impostazioni di metodo.  
Commissionare e monitorare un intervento di assessment in azienda.

### Destinatari

Professional e Manager che operano nel settore Human Resource, Responsabili di Funzione e di unità aziendali che a vario titolo intendono applicare tale metodologia nella loro realtà.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Il processo di Formazione

La formazione è un processo critico per le organizzazioni in quanto strumento a sostegno dell'innovazione e della competitività. I progetti di formazione vengono valutati sulla base della loro efficacia. Ai metodi tipici del project management si affiancano le specificità della funzione: la progettazione di strumenti e metodologie didattiche, la selezione e il coordinamento degli attori interni ed esterni, la valorizzazione dell'efficacia delle soluzioni individuate. Questo corso permette di acquisire le competenze per orientare le scelte, tenere sotto controllo la qualità, i costi e i tempi per costruire un progetto di formazione veramente efficace.

### Agenda (2+2 giorni)

#### La formazione come leva strategica dell'innovazione organizzativa:

- analizzare le richieste e individuare il contributo della funzione Formazione ai progetti aziendali
- come interpretare i bisogni segnalati dal sistema di valutazione aziendale (prestazioni, competenze...)
- prevedere un collegamento tra formazione e sviluppo delle competenze.

#### La fase di progettazione: costruire l'architettura del progetto:

- scegliere e articolare le modalità formative più adatte alle specifiche esigenze: presenziale, a distanza, sincrono e asincrono, formazione on the job.

#### Creare le pre-condizioni per garantire l'apprendimento:

- l'apprendimento degli adulti
- adattare gli approcci formativi alle diverse modalità di apprendimento.

#### Progettare e validare i metodi e le tecniche formative da utilizzare nel progetto:

- tecniche di presentazione e raccolta delle attese
- giochi di ruolo e simulazioni
- giochi pedagogici: di strategia, di riflessione, di simulazione, business game
- case studies ed esercitazioni.

#### Abilitare i formatori:

- assicurare il controllo costante della qualità e predisporre azioni correttive.

#### Integrare moduli e-learning nel processo di formazione:

- precisare i risultati attendibili
- utilizzare altre modalità di e-learning: classe virtual, podcast e video cast, Web 2.0 ( blog, wiki ...).

#### La valutazione della formazione:

- identificare i diversi tipi di valutazione e le loro specificità
- esaminare l'opportunità di creare strumenti di valutazione delle conoscenze/competenze pre e post intervento formativo
- progettare gli strumenti di valutazione.

### Obiettivi

Individuare, a partire dalle strategie e dalle politiche di innovazione in atto, i principali bisogni formativi. Padroneggiare gli strumenti e applicare le tecniche di conduzione dei progetti per costruire un progetto di formazione.

Progettare metodologie e strumenti didattici efficaci e innovativi.

Identificare i diversi modelli formativi basati sull'utilizzo delle nuove tecnologie e valutarne vantaggi e vincoli rispetto alle proprie esigenze.

Scegliere e gestire i partner esterni.

Valutare l'efficacia del progetto.

### Destinatari

Professional e Manager che operano nel settore Human Resource, Responsabili di Funzione e di unità aziendali che hanno la responsabilità di definire e progettare interventi formativi e di verificarne i risultati.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Formazione Formatori

La formazione in azienda è fortemente ancorata a tecniche, metodologie e strumenti specificatamente studiati per rispondere ai criteri di apprendimento degli adulti. Formare un gruppo di adulti significa infatti non solo trasmettere conoscenze, ma anche e soprattutto favorire l'interattività e creare un clima favorevole all'acquisizione delle competenze. Per raggiungere questo obiettivo serve la padronanza di tecniche e metodi didattici rigorosi, innovativi e coinvolgenti. Il corso mette a disposizione dei clienti la nostra esperienza nel campo della formazione, trasmettendo le metodologie più efficaci per organizzare corsi di formazione che lascino il segno.

### Agenda (3 giorni)



#### La preparazione di un intervento formativo

- il rapporto con il committente
- il rapporto con i partecipanti.

#### Strutturazione ed erogazione di una sessione formativa:

- come pianificare la sessione formativa nei suoi dettagli: obiettivi; contenuti; metodologia; supporti e materiale didattico; tempi da rispettare.

#### La gestione dell'aula:

- lo stato del trainer: ancore e linguaggi
- convinzioni limitanti e tecniche per superarle.

#### Condizione ed animazione di un gruppo di apprendimento:

- che cos'è e come si forma un gruppo
- perché e come utilizzare un gruppo
- come iniziare efficacemente un seminario
- le tecniche da utilizzare per facilitare l'apprendimento delle persone
- come chiudere positivamente un corso.

#### Utilizzo delle tecniche e degli strumenti didattici in aula.

#### Sviluppo delle capacità tecniche di animazione del gruppo.

#### Il monitoraggio del livello di apprendimento:

- l'importanza del controllo costante del processo di apprendimento dei partecipanti
- strumenti pratici per monitorare il feedback del gruppo.

#### La valutazione del seminario.

### Specificità

È previsto l'uso intensivo della videoregistrazione con telecamera. La registrazione delle performance effettuata in aula appartiene ai partecipanti e verrà loro consegnata come utile strumento di continua verifica e feed back.

### Obiettivi

Apprendere le tecniche di gestione dell'aula e dei gruppi di apprendimento.  
Saper tradurre in azioni formative e concrete i bisogni rilevanti.  
Stimolare l'interesse e il coinvolgimento dei partecipanti sull'apprendimento e sull'attuazione dell'appreso.  
Acquisire metodi e tecniche per progettare, preparare, animare e valutare sessioni formative.

### Destinatari

Manager della Formazione e formatori aziendali con meno di tre anni di esperienza che desiderano migliorare le tecniche di gestione dell'aula e di gruppi in apprendimento.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Laboratorio per lo sviluppo della leadership

Essere manager significa consolidare competenze tecniche e metodi che trasformino le proprie potenzialità in capacità reali. Il laboratorio proposto è un percorso integrato che consente ai manager di rafforzare la propria leadership attraverso l'acquisizione di quelle competenze trasversali indispensabili per orientare i propri collaboratori e raggiungere risultati di business.



**Si tratta di un percorso blended che prevede attività d'aula, prework ed attività di coaching.**

### Agenda (Percorso blended con 2 giorni d'aula)

Fase 1 – Modulo e-learning da 30' Kit Diagnostico 15 gg prima della 1° sessione di coaching



#### Il mio stile di leadership.

Fase 2– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Individuazione di un percorso di sviluppo personale.

#### Rimozione delle eventuali barriere.

#### Focalizzazione dell'obiettivo:

- ripartizione
- strategie per il raggiungimento
- gli ostacoli al raggiungimento.

Fase3– 2 giorni di Aula

#### Ruolo e strumenti del manager.

#### Rafforzare la propria leadership:

- da manager a Leader
- essere leader all'interno di un gruppo e di un'organizzazione.

#### La comunicazione nel processo manageriale:

- strumenti per un comunicazione motivante
- strumenti per un comunicazione persuasiva.

#### La gestione dei collaboratori:

- creare committment
- sviluppare team ad elevata performance

#### Pianificare i successi per mantenere l'impegno.

Fase 4– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Focalizzazione dell'obiettivo

- attività necessarie al raggiungimento del goal
- schedulazione
- mezzi e Risorse.

#### Piano d'azione.

#### Monitoraggio e celebrazione.

### Obiettivi

Imparare ad agire secondo una visione integrata e di processo. Acquisire consapevolezza del proprio stile di leadership. Rafforzare il proprio stile comunicativo.

### Destinatari

Alti potenziali, Professional in crescita. Manager di recente nomina.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Leadership e Coaching

Chi ha la responsabilità di “guidare” un gruppo di lavoro deve - per essere funzionale alla crescita e al miglioramento organizzativo - conoscere, scegliere e definire il proprio modello/stile di leadership in un’ottica di continua “contestualizzazione” delle azioni di guida.

La leadership, infatti, comporta l’esercizio di un potere che va ben oltre quello formalmente attribuito. Essere leader significa guidare il proprio team per conseguire gli obiettivi, influire ed orientare il comportamento degli altri grazie al riconoscimento del gruppo, in un clima relazionale positivo e di cooperazione reciproca. Una leadership esercitata con uno stile da coach permette, inoltre, di sviluppare, in un rapporto di fiducia e collaborazione, tutto il potenziale dei collaboratori, responsabilizzandoli nello sviluppo di competenze e performance appropriate alle richieste dell’organizzazione e in coerenza con le esigenze ed i desideri di sviluppo personale. Il corso fornisce strumenti per aiutare i manager a rafforzare il loro stile di leadership e a supportare i propri collaboratori nel loro percorso di miglioramento e di sviluppo professionale, sia come singoli che come gruppo di lavoro. La metodologia adottata è di tipo partecipativo ed esperienziale e comprende lavori individuali e di gruppo, visione di video clip seguita da analisi e discussioni, analisi di casi ed autocasi con simulazioni e role-playing. L’utilizzo di strumenti di autoanalisi e di feedback permetterà, inoltre, ai partecipanti di acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie aree di forza e di miglioramento in relazione alle competenze trattate.

### Agenda (3 giorni)



#### I modelli manageriali dell’azienda:

- le nuove sfide della leadership
- da manager a leader empowering.

#### Quali competenze per una leadership efficace: dirigere, guidare, creare risonanza emotiva.

#### Gli stili di leadership:

- esplorazione della propria storia individuale di leadership: la consapevolezza dei propri punti di forza
- adottare stili adeguati per risultati diversi
- cinque dimensioni da presidiare nell’esercizio della leadership: vision, obiettivi, comunicazione e feedback, riconoscimento, supporto
- autovalutazione del presidio delle cinque dimensioni di leadership.

#### La leadership in azione:

- tradurre la leadership in comportamenti vincenti nella gestione dei collaboratori e del team
- motivare le persone
- fissare e monitorare gli obiettivi
- delegare compiti e responsabilità
- mettere in atto comportamenti di sostegno: ascoltare, riconoscere ed incoraggiare, facilitare la risoluzione autonoma dei problemi
- creare coinvolgimento
- gestire il cambiamento.

### Obiettivi

Al termine delle giornate formative i partecipanti potranno predisporre un piano di azione personale per il trasferimento alla realtà operativa degli apprendimenti realizzati per la sperimentazione di nuovi e più efficaci comportamenti.

### Destinatari

Project manager, direttori di funzione, quadri direttivi, dirigenti ed in genere tutti coloro che gestiscono un gruppo di collaboratori professionalizzati.

### Prerequisiti

Conoscenze sulle dinamiche della comunicazione interpersonale.



## Gestire le Risorse Umane: aree e strumenti di intervento

Avere la responsabilità di risorse umane implica la capacità di comunicare la direzione da seguire, di saper creare condivisione e impegno, di lavorare per valorizzare le abilità, le risorse e le motivazioni dei collaboratori, gestire e monitorare costantemente le prestazioni ed i risultati del team. Il corso mira a sviluppare tali capacità accompagnando i partecipanti in un percorso che fornisce strumenti e prassi concrete per l'esercizio di un ruolo più efficace di gestione, guida e sviluppo dei collaboratori. Gli stili di leadership sono analizzati quali strumenti concreti di gestione e orientamento dei comportamenti individuali. La metodologia adottata è di tipo partecipativo ed esperienziale e comprende lavori individuali e di gruppo, visione di video clip seguita da analisi e discussioni, analisi di casi ed autocasi con simulazioni e role-playing. L'utilizzo di strumenti di autoanalisi e di feedback ai partecipanti permette, inoltre, di acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie aree di forza e di miglioramento in relazione alle competenze trattate.

### Agenda (2+2 giorni)

#### I parte (2 giorni)



#### **La responsabilità e le competenze di ruolo:**

- Le componenti del ruolo: gli obiettivi, le priorità, le competenze, i compiti
- Analisi delle proprie responsabilità e degli obiettivi connessi alla propria posizione in azienda.

#### **Il ruolo di capo tra management e leadership:**

- pianificazione, organizzazione e controllo delle attività
- orientamento, allineamento e empowerment dei collaboratori.

#### **Focus della gestione dei collaboratori.**

##### **Comunicare:**

- differenza tra comunicare e informare
- alcune tecniche per essere efficaci e ben compresi: i messaggi completi, il feedback e la critica costruttiva
- l'ascolto come strumento di comunicazione.

##### **Motivare:**

- il concetto di motivazione: cosa motiva le persone al lavoro- bisogni individuali e bisogni organizzativi
- come e quando utilizzare le diverse leve motivazionali.

##### **Delegare:**

- gli interrogativi principali: cosa, come e quando delegare e i principi della delega efficace.

#### **Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.**

#### II parte (2 giorni)

#### **Focus della gestione dei collaboratori: gestire, valutare e migliorare le prestazioni e lo sviluppo:**

- caratteristiche di un obiettivo di prestazione e di sviluppo
- come assegnare obiettivi di prestazione e sviluppo
- monitoraggio, correzione degli errori ed esercizio della critica costruttiva.

#### **Un modello operativo di riferimento: leadership situazionale:**

- autoanalisi del proprio stile di leadership
- i quattro stili di leadership: comportamento di relazione e comportamento direttivo
- il livello di sviluppo del collaboratore: competenze, disponibilità, autonomia.

#### **Focus della gestione dei collaboratori: elaborare piani di sviluppo per il proprio team:**

- analizzare e diagnosticare la qualità del proprio team
- individuare aree forti, aree da potenziare, aree da migliorare
- individuare le azioni manageriali necessarie e stabilire un piano d'azione.

#### **Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.**

## Gestire le Risorse Umane: aree e strumenti di intervento

### **Obiettivi**

Al termine del corso i partecipanti potranno predisporre un piano di azione personale per il trasferimento alla realtà operativa degli apprendimenti realizzati per la sperimentazione di nuovi e più efficaci comportamenti.

### **Destinatari**

Capi e quadri intermedi con l'esigenza di sistematizzare e perfezionare il proprio stile di direzione e gestione dei collaboratori.

### **Prerequisiti**

Conoscenze di team building e delle dinamiche della comunicazione interpersonale.



## La sfida della fiducia: dall'efficacia all'eccellenza

La presenza di fiducia ha un impatto misurabile in termini di business e di incremento della produttività. Nei moderni sistemi, governati da internet e dall'economia globale, il tema della fiducia rappresenta sicuramente una grandissima sfida. Il corso vuole richiamare l'attenzione sul tema della fiducia e promuovere lo sviluppo di una specifica competenza manageriale: far aumentare il livello di fiducia nella propria organizzazione. Migliorare il livello di fiducia infatti, aiuta a velocizzare i processi, a rendere maggiormente fluida la comunicazione tra le varie funzioni, a migliorare la reputazione e ad accrescere la fidelizzazione della clientela.

### Agenda (2 giorni)

#### **I problemi cronici della leadership e loro soluzione:**

- le 4 leve del leader.

#### **La fiducia come affidabilità personale:**

- il concetto di affidabilità personale
- perché essere un esempio.

#### **La fiducia come stile di relazione:**

- sviluppare mantenere ricostruire la fiducia
- raggiungere i risultati attraverso gli altri.

#### **La fiducia organizzativa:**

- creare e comunicare una visione
- costruire team di successo.

#### **La fiducia come reputazione:**

- creare un rapporto continuativo con i propri clienti
- acquisire la fiducia degli stakeholder.

### Obiettivi

Analizzare la propria affidabilità e capire come è percepita dagli altri.

Collegare il concetto di fiducia a quello di velocità e di aumento di redditività.

Apprendere un modello di leadership che sappia trasferire nella propria realtà la fiducia come importante leva culturale.

### Destinatari

Responsabili, Manager di linea, Ceo focalizzati sui risultati economici che vogliono migliorare le proprie capacità manageriali, relazionali e organizzative.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Lean Leadership

La lean leadership è l'arte di guidare le persone dentro l'organizzazione ogni giorno, nella ricerca costante di migliorare obiettivi, risultati, clima e competenze. Significa inoltre essere ascoltato, creare commitment, essere sempre un modello da seguire. Il percorso è progettato per formare leader autorevoli, capaci di creare consenso e di godere del riconoscimento necessario ad una gestione di successo, in una organizzazione che non vuole sprechi.



Si tratta di un percorso blended che prevede attività d'aula, prework ed attività di coaching.

### Agenda (Percorso blended con 2 giorni d'aula)

Fase 1 – Modulo e-learning da 30' Kit Diagnostico 15 gg prima della 1° sessione di coaching



#### **Il mio stile di leadership.**

Fase 2- 3 Sessioni di coaching one to one

#### **Individuazione di un percorso di sviluppo personale.**

#### **Rimozione delle eventuali barriere.**

#### **Focalizzazione dell'obiettivo:**

- ripartizione
- strategie per il raggiungimento
- gli ostacoli al raggiungimento.

Fase3- 2 giorni di Aula

#### **Principi di Lean Organization.**

#### **Lo sviluppo della leadership individuale e del pieno potenziale del team**

- il cambio culturale per gli individui e le organizzazioni
- il principio dell'inside - out.

#### **Un modello di Lean Leadership nel contesto aziendale**

- leadership e cultura aziendale
- rapporto tra la propria leadership ed il clima aziendale
- elementi e qualità del clima aziendale.

#### **Tradurre la leadership in comportamenti vincenti**

- creare commitment
- ruolo della comunicazione nella costruzione del proprio consenso: il leader coach.

#### **Sviluppo continuo della propria leadership**

- gestire attraverso l'esempio
- pianificare i successi per mantenere l'impegno
- migliorare la propria immagine e quella del proprio team.

## Lean Leadership

### Fase 4– 3 Sessioni di coaching one to one

#### **Focalizzazione dell'obiettivo**

- attività necessarie al raggiungimento del goal
- schedulazione
- mezzi e risorse.

#### **Piano d'azione.**

#### **Monitoraggio e celebrazione.**

### **Obiettivi**

Conoscere i principi della Lean Organization e applicarli alla gestione di se stessi e della propria squadra.  
Potenziare la propria efficacia personale e non disperdere le energie.  
Sviluppare un processo di apprendimento e miglioramento continuo per se, per la propria squadra e per la propria organizzazione.

### **Destinatari**

Manager e Responsabili di Area/Funzione che vogliono conoscere i principi della lean organization e sviluppare una leadership efficace e orientata al pieno potenziale del team.

### **Prerequisiti**

Nessuno.



## La privacy: aspetti tecnici, organizzativi e legali per le aziende

Le statistiche internazionali dicono che ogni anno il numero, la varietà, la gravità degli attacchi ai sistemi informatici sono in aumento anche a causa delle nuove applicazioni multimediali e, soprattutto, del crescente numero di computer in rete. A questa tematica è connessa la problematica della protezione dei dati personali, su cui in Italia negli ultimi anni è stata posta notevole enfasi e che viene regolamentata attraverso il codice sulla Privacy (d.lgs 196 2003 e le successive integrazioni) e controllata anche attraverso l'autorità del Garante.

Il corso, strutturato in tre moduli indipendenti, si propone di fornire una visione completa sul tema della sicurezza dei sistemi informativi, sia isolati, sia connessi in rete. Nell'ultimo modulo viene presentata la modalità con cui la normativa italiana affronta la protezione dei dati personali, sia da un punto di vista legislativo nonché tecnico e applicativo per le aziende e le pubbliche amministrazioni.

### Agenda (3 giorni)

#### I modulo - Sicurezza Informatica:

- concetti base della sicurezza: riservatezza, integrità e disponibilità delle informazioni
- sicurezza fisica e sicurezza logica
- la sicurezza delle informazioni e delle applicazioni
- i principali attacchi informatici: virus, spyware, ...
- analisi dei rischi
- meccanismi di sicurezza
- piano di sicurezza informatico
- business continuity e disaster recovery
- certificazioni sulla sicurezza informatica.

#### II modulo - Sicurezza delle reti:

- i principali attacchi in rete (crack delle password, Sniffing, DoS, Flooding, Man in the middle, social engineering...)
- la sicurezza dei dati e dei servizi in rete
- vulnerabilità di una rete di TLC
- la sicurezza del collegamento
- la sicurezza in internet e intranet
- una possibile architettura per proteggere un sistema interconnesso
- la sicurezza nelle reti Wireless.

#### III modulo - Privacy.

##### La normativa sulla privacy:

- il trattamento delle informazioni
- classificazioni dei dati.

##### Misure minime e misure idonee.

##### Il Documento Programmatico sulla Sicurezza:

- fasi di redazione di un DPS.

##### I provvedimenti più significativi del garante:

- videosorveglianza pubblica e privata
- amministratori di sistema
- utilizzo della posta elettronica e di Internet.

### Obiettivi

Fornire un quadro completo sulle problematiche della sicurezza dei dati. Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di implementare le principali tecniche di sicurezza e affrontare le problematiche legate alla normativa sulla Privacy.

### Destinatari

Coloro che gestiscono a vari livelli informazioni soggette alla privacy.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Security Manager: Sicurezza e protezione delle informazioni Personali e Istituzionali

Le organizzazioni e gli enti Istituzionali sia in ambito Internazionale che Europeo, in materia di “Security”, si avvalgono, per tradizione, di strutture organizzative di indirizzo, di controllo e di gestione dell’operatività varie e molteplici, in funzione dei differenti aspetti di sicurezza: intelligence, safety, sicurezza fisica, sicurezza delle informazioni e delle reti di telecomunicazione, sicurezza informatica. Tuttavia l’evoluzione delle tecnologie e la globalizzazione delle comunicazioni e dei processi sociali, politici ed economici sta creando sovrapposizione e comunanza di ruoli, processi, metodi e strumenti per garantire protezione a vari livelli. Le competenze professionali, infine, sebbene siano spesso provenienti da ambiti accreditati a livello istituzionale, necessitano, comunque, di alta qualifica manageriale, etica e leadership riconosciute, unitamente a competenze avanzate e diversificate per esercitare e concepire, con sempre maggiore efficacia, un ruolo che si sta sempre più innovando nella forma e nei contenuti per contrastare il notevole incremento di sempre nuove forme di attacco (CyberSecurity).

### Agenda (2 giorni)

#### Quadro di riferimento:

- codice “Privacy” (D.Lgs.196/03) e il prossimo “Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati”
- aspetti organizzativi, responsabilità e ruoli di controllo e di gestione
- mappa delle competenze, skill, iter ottimale per avviare programmi di certificazioni professionali di processo
- misure di sicurezza logiche, fisiche ed organizzative a tutela del cittadino e delle Istituzioni
- modalità di supporto alla Autorità Giudiziaria.

#### Ambiti e Perimetri interessati

- Amministrazioni Pubbliche Centrali e Locali
- Enti a partecipazione statale
- analisi dei principali Standard “de Jure” e “de facto” in materia di sicurezza a protezione dal Cyber Crime
- processi, politiche e procedure operative da considerare
- casi di studio ed esempi
- cenni sulle tecniche di protezione tradizionali e sulle tecnologie emergenti (CyberSecurity).

### Obiettivi

Acquisire una visione ad ampio spettro in materia di riservatezza delle informazioni e delle attuali misure di sicurezza logiche, fisiche e organizzative da adottare per la conformità e la corretta conservazione dei dati.

Individuare le competenze, le responsabilità e le indispensabili suddivisioni di ruoli.

### Destinatari

Responsabili IT, CIO (Chief Information Officer), CTO (Chief Technology Officer), Security Manager, CSO (Chief Security Officer), Titolari, Responsabili di trattamento dati, operatori nel settore della Security e della Gestione della Sicurezza, manager del settore di Security Intelligence, appartenenti alle Forze dell’Ordine e quanti operano nella gestione dei dati informatici e telematici particolarmente delicati.

### Prerequisiti

Conoscenze di base di informatica e di telecomunicazioni.



## Data Privacy e Data Protection nelle Infrastrutture Critiche nazionali

Il trattamento, la riservatezza e la protezione dei dati personali, sensibili, particolari o comunque “critici” per le infrastrutture nazionali presenta rischi elevati e specifici. La normativa che tutela la privacy i diritti e le libertà fondamentali, le leggi in materia di sicurezza nazionale, antiterrorismo, antifrode, anticontraffazione si trovano sovente in parziale sovrapposizione. Se poi tali informazioni risiedono all’interno di asset e infrastrutture nazionali ecco che queste ultime divengono obiettivi “sensibili” del cyber crime. La giurisprudenza italiana, le leggi promulgate e modificate in virtù di emergenze nazionali (cfr. terrorismo, crimini informatici, ecc.), il prossimo “Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati”, individuano misure da applicare a protezione di Cyber attacchi sempre più sofisticati e diversificati. Il fenomeno dei social network e la geolocalizzazione dei terminali impone nuove metriche e strumenti per proteggere ambienti e asset tangibili e virtuali.

### Agenda (3 giorni)

#### Quadro di riferimento:

- infrastrutture critiche nazionali e loro interdipendenza
- normativa nazionale in materia di riservatezza e trattamento delle informazioni
- direttiva e regolamento europeo per la protezioni dei dati
- reati informatici : Terminologie e tipologie di attacchi
- CyberSecurity: scenari evolutivi, Minacce e Vulnerabilità
- rapporto tra terminali e reti
- differenze tra Architetture Informatiche
- ambiti – web 2.0, web 3.0
- Home Protection, Work Protection
- Social Media ed entertainment (web reputation, digital identity)
- payment (phone, Laptop, Smartphone, tablet)
- sicurezza delle applicazioni
- criteri di protezione e livello di controllo tecnologico utilizzato nei processi
- gestione del rischio , conformità e governo delle infrastrutture
- misure di sicurezza logiche, fisiche e organizzative.

### Obiettivi

Individuare le Infrastrutture Critiche Nazionali e i Centri preposti al controllo (CERT, CSIRT, ecc.).  
Acquisire le conoscenze di base della normativa in materia di riservatezza e protezione dei dati.  
Analizzare gli scenari tecnologici evolutivi e le tipologie di attacchi.  
Confrontare i principali criteri di protezione con il livello di rischio residuo accettato.

### Destinatari

Chief Security Officer, Data Protection Officer, Consultant Privacy, Responsabili IT, Security Manager, Incaricati al trattamento, e quanti operano nella gestione dei dati informatici e telematici.

### Prerequisiti

Conoscenze di base di informatica e di telecomunicazioni.



## Security vs Privacy: misure per la protezione e conservazione dei dati di traffico telefonico e telematico

Il trattamento dei dati di traffico telefonico e telematico presenta rischi specifici per i diritti e le libertà fondamentali, nonché per la dignità dell'interessato. Tali informazioni, infatti, hanno una natura particolarmente delicata e la loro utilizzazione impropria può avere importanti ripercussioni sulla sfera personale dei soggetti interessati. La giurisprudenza italiana in materia di privacy /D.lgs 196/03, il provvedimento del Garante del 17/01/2008, le successive modifiche e integrazioni, le leggi promulgate e modificate in virtù di emergenze nazionali (cfr. terrorismo, crimini informatici, ecc.) e correlate (cfr. D.lgs 231/01) per adempimenti alla Convenzione di Bruxelles, individuano un insieme di accorgimenti e misure da porre in essere a garanzia degli interessati.

### Agenda (3 giorni)

#### Quadro di riferimento:

- normativa in materia di protezione dei dati personali (D.Lgs.196/03 e correlate)
- provvedimenti e pronunciamenti del Garante in materia di Videosorveglianza
- misure minime di sicurezza previste dal Codice in materia di protezione dei dati personali
- misure di sicurezza da adottare dai provider di servizi di telecomunicazione di prestazioni a supporto della Autorità Giudiziaria incluse le intercettazioni.

#### Ambiti e Perimetri interessati ai trattamenti:

- Operatori e fornitori coinvolti
- informazioni e dati di traffico che devono essere conservati
- registrazione dei trattamenti, conservazione e cancellazione dei dati
- descrizione della documentazione necessaria e di come condurre verifiche periodiche.

#### Conformità, Misure di sicurezza e tecniche emergenti idonee per la protezione:

- misure di sicurezza logiche, fisiche e organizzative
- utilizzo di tecniche di protezione tradizionali (cfr. cifratura, firma digitale, DRM, DLP, ecc.)
- impatto delle tecnologie emergenti (CyberSecurity) e delle minacce correlate (CyberCrime).

### Obiettivi

Acquisire un metodo strutturato, completo e pratico per condurre un progetto di assessment e compliance in materia di riservatezza delle informazioni.

Acquisire le conoscenze in merito alle misure di sicurezza da adottare per la conformità e la corretta conservazione delle informazioni e dei dati di traffico telefonico e telematico.

Individuare tra i requisiti richiesti dalla legge le tecniche idonee e più efficaci per la protezione dei dati.

### Destinatari

Responsabili IT, Security Manager, Incaricati al trattamento, e quanti operano nella gestione dei dati informatici e telematici soggetti alla privacy.

### Prerequisiti

Conoscenze di base di informatica e di telecomunicazioni.



## La responsabilità amministrativa e penale delle Persone Giuridiche (ex D.Lgs. 231/01)

Il decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 rappresenta una innovazione di portata storica nell'ordinamento italiano in quanto introduce, per la prima volta, la responsabilità penale delle persone giuridiche, come conseguenza di alcuni reati che, pur commessi materialmente da amministratori o dipendenti, sono da ricollegare direttamente all'ente.

Il superamento del principio della responsabilità penale personale (*societas delinquere non potest*) costituisce, in realtà, la conseguenza di una lunga evoluzione di una cultura aziendale che ha accolto progressivamente forme nuove di responsabilità verso la clientela, gli azionisti, i dipendenti, gli interlocutori esterni (fornitori, pubbliche amministrazioni, contesto territoriale e sociale).

La normativa, tuttavia, esonera da responsabilità l'ente che ha adottato «modelli di organizzazione e di gestione idonei a prevenire reati della specie di quello verificatosi» (art. 6, D. Lgs. 8 giugno 2001, n. 231). Tutte le società, dunque, si trovano nella necessità di individuare i modelli organizzativi che più adeguatamente rispondano ai criteri previsti dalla legge.

### Agenda (1 giorno)

**La nozione di responsabilità delle persone giuridiche: ambito oggettivo e soggettivo di applicazione della normativa.**

**I reati previsti e i principali elementi di rischio.**

**Il sistema sanzionatorio.**

**Il modello organizzativo "esimente": caratteristiche e criticità di individuazione.**

**Modelli organizzativi e soglie dimensionali dell'azienda.**

**L'organismo di vigilanza: struttura e funzioni.**

**L'individuazione dell'organismo di vigilanza nelle organizzazioni minori.**

**Le interconnessioni tra i modelli organizzativi: responsabilità penali e sicurezza sul lavoro.**

**Il contributo della giurisprudenza: studio di case-law maggiormente rilevanti.**

### Obiettivi

Fornire un tool kit di conoscenze giuridiche sulla responsabilità penale delle persone giuridiche, sia attraverso l'analisi dei principali provvedimenti normativi, sia con il monitoraggio della giurisprudenza più recente in materia. Il fine è quello di fornire strumenti utili a ridurre le situazioni di rischio/reato nell'azienda, ma anche ad individuare le migliori soluzioni giuridico/organizzative in grado di esimere le società da responsabilità penale.

### Destinatari

Responsabili d'Azienda, Direttori, Responsabili della Sicurezza Responsabili delle Risorse Umane.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Gli appalti per la fornitura di beni e di servizi informatici e telematici nella Pubblica Amministrazione

Gli appalti pubblici rappresentano uno dei settori più rilevanti del mercato unico, alla luce degli interessi economici coinvolti e della relativa complessità giuridica e tecnica.

Il Codice dei contratti pubblici (approvato con d.lgs. 163 del 2006 sulla spinta di una serie di input provenienti dall'ordinamento comunitario) rappresenta il primo testo unico in materia di contratti passivi conclusi dalla P.A., vale a dire in materia di contratti che comportano spesa per la p.a. Contraente. Esso ha provveduto infatti ad unificare in un solo documento (introducendo anche le innovazioni, le modifiche e le norme di coordinamento necessarie) le disposizioni per la scelta del contraente, la stipula e l'esecuzione dei contratti passivi dell'amministrazione aventi ad oggetto l'esecuzione di lavori, la prestazione di servizi e la fornitura di beni. Il Codice contiene disposizioni anche in materia di contratti nei settori speciali e di contratti ai quali le norme in esso contenute si applicano limitatamente in ragione di motivi di esclusione di carattere quantitativo (importo del contratto) e/o oggettivo (oggetto del contratto). Con l'approvazione del Regolamento attuativo del Codice (D.P.R. n. 207/2010), che ha definitivamente sostituito il previgente regolamento del 1999, si è portato finalmente a compimento il complesso processo di razionalizzazione e di semplificazione della disciplina sugli appalti pubblici di lavori, servizi e forniture. Il Codice ha recentemente subito rilevanti modifiche normative, nonché introdotto nuovi istituti giuridici nell'ottica della semplificazione, coinvolgendo le tematiche di maggiore interesse.

### Agenda (4 giorni)

#### Principi generali della contrattualistica pubblica e quadro normativo di riferimento

- i contratti pubblici: inquadramento sistematico, definizioni e disciplina generale
- il quadro normativo e le recenti novità: "spending review", Decreti sviluppo, legge anticorruzione e Legge di stabilità 2013
- il Responsabile del procedimento nelle forniture e nei servizi: compiti e responsabilità
- analisi del capitolato speciale per l'informatica pubblica
- le nuove funzioni dell'Autorità per la Vigilanza sui contratti pubblici
- il Casellario informatico
- il sistema di garanzia globale di esecuzione nel DPR 5 ottobre 2010 n. 207.

#### Il riparto di competenze nella disciplina dei contratti pubblici:

- concetto di appalto fra diritto privato e diritto pubblico
- distinzione fra contratti pubblici aventi ad oggetto lavori, servizi, forniture, e problema dei contratti misti
- distinzione fra contratti aventi ad oggetto servizi e concessione di servizi

#### La normativa europea (direttive 17 e 18 del 2004):

- l'individuazione degli organismi di diritto pubblico
- le procedure: aperta, ristretta, negoziata
- i criteri di aggiudicazione
- l'offerta economicamente più vantaggiosa: analisi normativa e giurisprudenziale.
- la tutela contro l'illegittima aggiudicazione degli appalti: la "direttiva ricorsi" e le garanzie previste dall'ordinamento europeo.

#### Il codice dei contratti pubblici:

- ambito di applicazione e disposizioni comuni riferibili a tutti i contratti pubblici
- i contratti esclusi per ragioni oggettive e i principi comunque ad essi applicabili
- esclusione per ragioni quantitative e contratti di rilevanza comunitari
- bandi tipo e tassatività delle cause di esclusione
- avalimento e subappalto
- la documentazione di gara
- requisiti di qualificazione dei partecipanti
- BDNCP: la banca dati istituita presso l'AVCP, comunicazioni all'Autorità e annotazioni sul casellario.

#### Procedure di scelta del contraente:

- evidenza pubblica fra ordinamento interno e ordinamento comunitario
- criteri di selezione delle offerte.

## Gli appalti per la fornitura di beni e di servizi informatici e telematici nella Pubblica Amministrazione

### Focus su:

- Stazione appaltante unica, Convenzioni CONSIP, Mercato elettronico
- affidamento in finanza di progetto dei contratti di concessione di servizi
- progettazione di servizi e forniture e concorsi di progettazione di servizi e forniture
- criteri di applicabilità delle misure di gestione ambientale in relazione agli appalti aventi ad oggetto i servizi e le forniture.

### Disposizioni comuni applicabili ai contratti pubblici di importo inferiore alla soglia comunitaria.

#### Acquisizione di forniture e di servizi in economia.

#### Contenzioso sui contratti della P.A:

- il contenzioso ed i mezzi di tutela tra Codice degli appalti e Codice del processo amministrativo
- la prevenzione delle controversie: accordi bonari. L'arbitrato e il funzionamento della Camera arbitrale. Le controversie: la giurisdizione. Il procedimento speciale in materia di appalti. L'efficacia ed i limiti dei provvedimenti cautelari. Il danno da esclusione dalla gara o da mancata aggiudicazione
- la tutela penale: turbata libertà degli incanti; inadempimento di pubbliche forniture.

### Obiettivi

Fornire un tool kit di conoscenze giuridiche sui contratti passivi della P.A. per l'acquisto di beni e/o la fornitura di servizi (genus cui sono riconducibili anche gli appalti per la fornitura di beni e servizi informatici e telematici nella pubblica amministrazione), sia attraverso l'analisi dei principali provvedimenti normativi e la individuazione delle soluzioni dei principali problemi interpretativi e applicativi, sia con il monitoraggio della giurisprudenza più recente in materia.

Fornire strumenti utili all'azienda per la partecipazione alle gare (anche in caso di MEPA e aste elettroniche).

### Destinatari

Responsabili e professional degli acquisti e appalti. È rivolto sia alle aziende che ai concessionari di servizi e di enti.

### Prerequisiti

Conoscenze di base delle normative sull'affidamento di appalti di lavori, forniture e servizi di TLC e informatica.



## La Conservazione Sostitutiva a norma, Fatturazione Elettronica e Privacy

Il corso fornisce informazioni e conoscenze nell'ambito della conservazione sostitutiva a norma dei documenti analogici, della conservazione digitale e della fatturazione elettronica anche quella verso la Pubblica Amministrazione, con riferimenti ovviamente anche al Dlgs 196/2003 e al nuovo regolamento europeo in fase di approvazione. Si affronta il tema della sicurezza delle informazioni, in particolare nell'ambito elettronico, che ha i concetti di firme digitali, PEC e DRM.

Il corso è molto pratico e con chiari esempi di conservazione e di fatturazione elettronica.

### Agenda (3 giorni)



#### I Processi di gestione documentale:

- Document Management System e Content Management System
- Enterprise Content Management System
- processi decisionali/autorizzativi (Work Flow)
- multimedialità e documenti multimediali
- informazioni multimediali integrate e condivise
- pianificazione delle procedure di tenuta degli archivi
- misure a salvaguardia degli archivi elettronici
- conservazione a breve e a lungo termine: metodi di conservazione.

#### Concetti di base della conservazione sostitutiva:

- documenti analogici e informatici
- documento analogico originale: Unico e non Unico
- la firma digitale tecnologia e infrastrutture: CA, CRL, OCSP, ecc.
- i supporti di memorizzazione e affidabilità
- riferimento e marca temporale
- posta elettronica certificata (PEC)
- conservazione ed interoperabilità della PEC
- dal documento cartaceo al documento informatico.

#### La Conservazione digitale:

- conservazione sostitutiva di documenti informatici
- conservazione sostitutiva di documenti analogici
- quali documenti si possono dematerializzare
- norme applicabili e deliberazioni del Cnipa/DigitPA/AgID
- conservazione dei documenti cartacei e Conservazione documentale informatica (Analisi costi e benefici)
- il Responsabile della conservazione sostitutiva
- Chi è il responsabile della conservazione sostitutiva
- Quali sono i suoi compiti ex art 5. deliberazione CNIPA n.11 del 19/02/2004 e nuovo art. 7 del DPCM del 3 dicembre 2013 sulle nuove regole tecniche
- il nuovo CAD, Codice dell'Amministrazione Digitale (Dl.Lgs. 235/2010) e successive modifiche
- il Manuale del Responsabile della Conservazione Sostitutiva : caso pratico.

#### Servizi di conservazione: modelli organizzativi. In house o outsourcing?

- da analogico a digitale: tecnologie, tecniche e organizzazione
- indicizzazione dei documenti tecnologie, metodi e best practice
- l'organizzazione degli archivi
- i lotti di conservazione e la ricerca dei documenti
- riversamento diretto e sostitutivo
- conservazione in outsourcing
- organizzazione per l'assegnazione in outsourcing
- verifica dei processi di outsourcing
- Ruoli e responsabilità
- accesso ai dati e affidabilità del sistema: SLA.

**Conservazione a breve termine: i documenti societari, civilistici, del lavoro e la corrispondenza telematica.**

## **I documenti rilevanti ai fini tributari e contabili:**

- quali documenti è possibile dematerializzare
- le regole da seguire per la dematerializzazione dei documenti contabili
- il nuovo DMEF del 17 Giugno 2014
- la conservazione sostitutiva di documenti informatici e analogici rilevanti ai fini tributari.
- quando si considera concluso il processo di conservazione
- quando è possibile distruggere l'archivio cartaceo
- il nuovo art. 2215 bis codice civile e la tenuta informatica dei libri contabili
- la tenuta informatica del Libro Unico del Lavoro.
- la conservazione delle e-mail di rilevanza aziendale
- la tenuta informatica dei registri e dei documenti assicurativi
- regolamento Isvap per la conservazione digitale.

## **Focus: La Fatturazione elettronica**

- il D.lgs. 52/04 e la Direttiva Comunitaria sulla Fatturazione Elettronica
- le ultime normative europee in materia di Fatturazione Elettronica
- finanziaria 2008 in materia di Fatturazione Elettronica
- decreto Ministeriale del 7 marzo 2008 sulla Fatturazione Elettronica
- Decreto Ministeriale 3 aprile 2013, numero 55 in merito alla Fatturazione Elettronica
- l'orientamento dell'Ag. Entrate: le circolari 45/E e 36/E e 18/E di Giugno 2014
- il Sistema di Interscambio : Ftp, PEC o Web Services : casi d'uso
- problematiche invio Fattura Elettronica PA e loro conservazione
- casi pratici di Fattura Elettronica PA e Risoluzione casi specifici
- Analisi delle ultime Risoluzioni dell'Agenzia delle Entrate in merito alla fatturazione elettronica
- I fattori propulsivi dell'integrazione e dematerializzazione del ciclo dell'ordine e della fatturazione elettronica.

## **Conservazione sostitutiva e fatturazione elettronica: dalla teoria alla pratica.**

### **Esempio pratico di un processo di conservazione sostitutiva e fatturazione elettronica:**

- formazione del documento digitale o scansione del documento analogico
- cattura e gestione dei metadati
- archiviazione e Corretta Indicizzazione
- uso del software di conservazione dei documenti generati e da conservare in digitale
- protocollo di conservazione e ricerca a norma di legge dei documenti conservati.
- applicazione firma digitale e marca temporale da parte del Responsabile della Conservazione Sostitutiva
- metodologie, processi e azioni che dovrà seguire il Responsabile della Conservazione Sostitutiva
- comunicazioni con le autorità competenti.
- formazione della Fattura Elettronica
- conservazione della Fattura Elettronica
- generazione dei Lotti di Conservazione e chiusura dell'archivio digitale.

### **Conservazione e Privacy : Dlgs 196/2003 e Data Protection Officer:**

- Art. 7 ed Art. 12 del DPCM del 3 Dicembre 2013 in riferimento alla sicurezza informatica e ai modelli Privacy secondo il Dlgs 196/2003
- il Manuale del Responsabile della Conservazione e il Documento Programmatico sulla Sicurezza
- il Data Protection Officer : un nuova figura che collabora con il Responsabile della Conservazione
- analisi di Casi Pratici
- analisi della Normativa Privacy.

## **Obiettivi**

Responsabili Amministrativi, Responsabili Sistemi Informativi, Responsabili Archiviazione e Conservazione dei Documenti, Responsabili Legali, Responsabili del Personale, Professionisti del settore, Titolari del trattamento dei dati.

## **Destinatari**

Responsabili di Sistemi Informativi, manager, consulenti e figure commerciali e di pre-vendita che desiderino dotarsi delle competenze di base necessarie.

## **Prerequisiti**

Nessuno.



## Frode di Identità e Falso Documentale: tecniche e conoscenze per verificare i documenti di identità

Il corso, che affronta una materia vasta e in costante evoluzione, fornisce conoscenze e suggerisce le azioni utili per individuare i diversi elementi che caratterizzano i falsi documenti più frequentemente utilizzati.

Il taglio, eminentemente pratico, offre anche una breve panoramica sulle leggi nazionali e internazionali, le tecnologie impiegate e cenni sugli aspetti psicologici di vittime e malfattori.

L'attività didattica è tutta incentrata sulla partecipazione attiva dei partecipanti ed è svolta utilizzando esempi pratici e continui richiami a situazioni reali, che si riferiscono a una casistica quanto più ampia possibile di documenti di identità comunitari ed extracomunitari.

### Agenda (1 giorno)



**Analisi dei documenti d'identità in chiave antifrode.**

**Conoscenza del fenomeno della frode e del furto d'identità, la cultura del controllo documentale.**

**Tecniche e strumenti per il controllo documentale, contestuale e a distanza.**

**Metodologia per il controllo visivo del documento (uso di check-list) nel contesto delle vendite o in quello di gestione delle frodi.**

**Conoscenza della conformazione, compilazione ed emissione dei documenti identificativi:**

- la carta di identità, la patente di guida nazionale, il passaporto, il permesso di soggiorno, il P.d.S per soggiornanti lungo periodo, il codice fiscale, la tessera sanitaria, le carte di credito.

**I documenti di identità comunitari ed extracomunitari.**

**Conoscenza delle principali falsificazioni, modus operandi del falsario.**

**Casi pratici di verifica di documenti originali e falsi.**

**I comportamenti efficaci in caso di falso documentale.**

### Obiettivi

Il corso propone, per una materia vasta e complessa, una selezione di argomenti che mira a fornire al partecipante il "Kit" delle conoscenze e degli strumenti necessari per verificare se si è di fronte ad un documento di identità falso.

### Destinatari

Personale addetto alla vendita o personale di fraud management.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La proprietà intellettuale in rete

La rete internet ha favorito illeciti quali la pirateria musicale e la duplicazione abusiva del software; ciò ha suscitato ampi dibattiti fra i giuristi sull'efficacia delle norme che fino ad oggi erano poste a tutela del diritto d'autore e delle opere dell'ingegno. Le nuove forme espressive hanno indotto il legislatore europeo a dettare un gran numero di norme per rafforzare la tutela del diritto d'autore nella Società dell'Informazione.

Questo per garantire gli autori che trasmettono le loro opere in rete, i programmatori che sviluppano software sempre più complessi ed anche i musicisti che desiderano diffondere le loro note su internet.

Il corso analizza la disciplina giuridica di internet in ambito nazionale e internazionale, dando rilievo alle nuove normative in ambito comunitario e agli orientamenti del legislatore nazionale. Si pensi ad esempio alla direttiva dell'Unione Europea sui diritti d'autore delle opere on-line o alle proposte legislative di tutela giuridica dei nomi di dominio.

Si affronta il problema della qualificazione della norma applicabile e del foro competente e sono trattate le tematiche del rapporto tra libertà di espressione, tutela della privacy e tutela del diritto d'autore, anche in relazione all'opera multimediale e all'utilizzo delle banche dati. È analizzata l'individuazione dei soggetti responsabili di una violazione del diritto d'autore o del diritto alla privacy con la qualificazione ed applicazione della normativa nazionale e internazionale vigente.

### Agenda (3 giorni)

**La tutela giuridica della proprietà intellettuale nelle convenzioni internazionali, nella legislazione comunitaria e nazionale.**

**Tutela delle opere editoriali elettroniche.**

**Tutela del software, licenze open source e cloud computing, registro per i programmi di elaboratore e il deposito di software, la protezione del software nelle modifiche alla legge sul diritto d'autore, il contrassegno SIAE, la duplicazione.**

**Banche dati ed opere multimediali (testi, suoni, immagini, opere musicali).**

**La responsabilità nella violazione del diritto d'autore in Internet. Individuazione dei soggetti. Il ruolo del produttore del software, dell'utilizzatore, del server provider e del content provider.**

**La sicurezza in Internet. Disamina aspetti giuridici.**

**L'accesso abusivo ai sistemi informatici. I computer crimes e le sanzioni previste.**

**La circolazione del marchio in Internet e l'assegnazione dei nomi di dominio. I fenomeni del domain grabbing (appropriazione di dominio) e del cybersquatting (registrazione di domini a scopo speculativo).**

**Natura giuridica e finalità del nome a dominio.**

**Problemi di giurisdizione per le contraffazioni del marchio in rete.**

**Orientamenti del legislatore italiano e a livello internazionale per la regolazione del sistema di assegnazione dei domini.**

**La responsabilità del service provider.**

**Responsabilità extracontrattuale per gli illeciti compiuti in rete.**

### Obiettivi

Illustrare la normativa nazionale e comunitaria vigente sulla proprietà intellettuale nelle opere diffuse in rete, sulla tutela del marchio in rete e gli orientamenti del legislatore italiano e comunitario in materia.

### Destinatari

Fornitori, acquirenti e gestori di opere intellettuali diffuse in rete.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Profili Giuridici dei contratti tra imprese: come costituire, redigere ed interpretare un contratto commerciale

Considerata la centralità del ruolo dell'impresa all'interno del sistema economico nazionale e la conseguente importanza della corretta applicazione del diritto attraverso uno dei suoi principali strumenti, quale è il contratto. Il corso si propone di offrire una visione generale e completa della contrattualistica commerciale tra imprese, sotto il profilo sia tecnico che giuridico.

L'iter formativo proposto dedica ampio spazio all'analisi della normativa applicabile alle fattispecie contrattuali di diritto nazionale, all'esame delle tecniche di redazione dei contratti, nonché alla disamina delle problematiche giuridiche connesse sia alla fase formativa del contratto ed ai suoi contenuti, che alla fase successiva della prevenzione e gestione della conflittualità.

In particolare, costituiscono oggetto di analisi: i contratti di maggiore diffusione, gli aspetti più rilevanti connessi al commercio elettronico e le novità nell'ambito della tutela del consumatore. Il corso prevede la discussione di cases concernenti tematiche particolari e rilevanti nelle singole negoziazioni.

### Agenda (3 giorni)

#### I contratti:

- contenuto negoziale, regime degli effetti inter partes e loro opponibilità a terzi
- inizio della negoziazione: trattative e fase precontrattuale
- forma del contratto e procedimenti di formazione del contratto
- determinazione del contenuto
- interpretazione
- scioglimento e altre vicende del rapporto contrattuale
- inadempimento, responsabilità, esame delle patologie di invalidità
- incapacità e rappresentanza nella conclusione del contratto
- prova e pubblicità dello stesso
- gli strumenti di pagamento
- i mezzi di risoluzione delle controversie.

#### Disamina modelli contrattuali:

- aspetti tecnici e legali
- le clausole critiche e i rischi connessi
- lettura e commento delle principali e più significative clausole.

#### La contrattualistica on line:

- la normativa di riferimento
- il luogo di conclusione del contratto
- le regole generali
- il principio della ricezione
- l'esecuzione dell'accordo telematico
- la sottoscrizione.

#### I contratti con i consumatori:

- generalità
- limiti all'impiego di tecniche di comunicazione a distanza
- l'informazione
- il diritto di recesso e suo esercizio
- l'esecuzione del contratto
- i divieti
- le clausole vessatorie.

### Obiettivi

Apprendimento critico dei contenuti e analisi delle concrete tecniche di contrattazione.

### Destinatari

Responsabili e addetti nelle Aree Acquisti, Commerciale e Amministrativa.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Profili giuridici del Commercio Elettronico

Il commercio elettronico ha cambiato il modo di commercializzare, o scambiare beni e servizi tra aziende e consumatori, e tra Pubblica Amministrazione e cittadini.

La normativa italiana sulla firma digitale e l'applicazione delle norme sulla privacy richiedono una specifica conoscenza per le imprese e le pubbliche amministrazioni che sono sempre più sollecitate ad operare con questa nuova forma di transazioni.

### Agenda (3 giorni)

#### Il commercio elettronico:

- il commercio elettronico nella rete internet: disamina delle tipologie di contratti telematici e di commercio elettronico
- i contratti telematici: le condizioni essenziali delle transazioni telematiche, le obbligazioni e responsabilità del titolare, le obbligazioni e responsabilità dell'emittente, condizioni generali e clausole vessatorie
- le fasi della contrattazione: proposta e accettazione, la conclusione del contratto, la revoca della proposta o dell'accettazione di un contratto, i vizi della volontà
- quadro normativo italiano e comunitario in materia di contratti conclusi per via elettronica
- la tutela dei consumatori in rete: obbligo di informazione e diritto di recesso nei c.d. contratti a distanza, quali i contratti conclusi su internet e i contratti negoziati fuori dai locali commerciali
- legge applicabile e conflitti di giurisdizione nei contratti internazionali conclusi in rete
- la soluzione delle controversie via Internet: l'arbitrato telematico
- aspetti giuridici dei pagamenti elettronici: disamina dei vari sistemi di pagamento.

#### La firma digitale:

- la tecnologia di funzionamento della firma digitale: crittografia e chiavi asimmetriche
- rilevanza giuridica del documento informatico ed efficacia in ambito privato e pubblico
- le Autorità di Certificazione (Certification Authority)
- requisiti e responsabilità dei certificatori
- contenuto e tipologia dei certificati
- l'impatto organizzativo dell'applicazione della firma digitale nella pubblica amministrazione (protocollo informatico, archiviazione).

#### La tutela della privacy nelle transazioni online:

- normativa di riferimento e misure minime di sicurezza
- l'applicazione della normativa alla tutela delle comunicazioni telematiche e alla necessità di ricevere
- il consenso al trattamento dei dati personali.

#### La proprietà intellettuale in rete:

- disciplina della circolazione del marchio in Internet e sull'erogazione dei nomi a dominio
- problematiche connesse all'utilizzo dei nomi di dominio
- giurisprudenza italiana e disegni di legge regolatori della materia.

### Obiettivi

Acquisire una buona conoscenza degli aspetti normativi inerenti le transazioni per via telematica con particolare riguardo all'applicazione della firma digitale.

Valutare l'impatto che l'introduzione del valore legale del documento informatico determina, sia a livello inter-amministrativo, sia verso l'utenza finale (cittadini, professionisti, imprese).

### Destinatari

Responsabili e addetti nelle Aree Acquisti, Commerciale e Amministrativa.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La regolamentazione dei servizi di TLC

La liberalizzazione del mercato dei servizi e delle reti di telecomunicazione ha rappresentato una discontinuità forte, sia nel mercato, che nell'evoluzione tecnologica di tutto il mondo ICT.

Sia per gli ex-operatori monopolisti che per i nuovi entranti nel settore, un ruolo centrale è giocato dagli accordi di interconnessione, che hanno un impatto decisivo sullo sviluppo dei servizi, sulle condizioni di competizione, sulla forma e sulla dimensione della concorrenza. Tenere conto delle varie implicazioni dell'interconnessione richiede una preparazione specifica che attinge a diversi ambiti disciplinari: tecnici, giuridici ed economico-contabili. Il corso fornisce un quadro dei principali problemi legati alla regolamentazione dell'interconnessione e dell'intero mercato ICT: presupposti tecnico-economici, scelte normative del legislatore europeo e di quello nazionale e prospettive di evoluzione nel futuro, con particolare riferimento al contesto italiano ed alla evoluzione della rete di accesso in ottica NGN2.

Per tutte le problematiche affrontate, è fatto un confronto fra la realtà italiana e le esperienze più significative del contesto internazionale.

### Agenda (1 giorno)

#### La liberalizzazione dei mercati di TLC:

- le origini e i principi ispiratori
- i principi enunciati nel DPR 318/97 e nel DM 23 aprile 1998
- il ruolo dell'Authority
- OLO e ISP.

#### La regolamentazione dei servizi di fonìa:

- CS (Carrier Selection) e CPS (Carrier Preselection)
- servizio di raccolta
- servizio di terminazione
- servizio di transito.

#### Unbundling del Local Loop:

- modalità di ULL (ULL, Shared Access, Sub-loop).

#### Servizi a larga banda:

- Bitstream Access
- Backhaul.

#### Servizi di trasporto dedicato.

#### La regolamentazione nel VoIP:

- operatori ECS e PATS
- numerazione
- servizi avanzati.

#### Operatori virtuali.

#### Analisi dei mercati 1-14 della normativa italiana.

#### Evoluzione delle normative in vista delle reti NGN.

### Obiettivi

Fornire una visione tecnico-economica degli aspetti normativi che regolano i vari settori del mercato delle telecomunicazioni, con particolare riferimento al contesto italiano.

### Destinatari

Manager e Professional ICT.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Gli aspetti giuridici nella regolamentazione del mercato di TLC

La libertà di informazione – intesa sia in senso attivo (come libertà di informare), sia in senso passivo (come libertà di essere informati), sia infine in senso riflessivo (come libertà di informarsi) – può essere considerata la pietra angolare degli ordinamenti democratici.

Ciò si è tradotto, per quanto riguarda l'ordinamento giuridico italiano, in una crescente attenzione del legislatore per la regolazione del mercato delle telecomunicazioni. Negli ultimi decenni si è passati infatti dal monopolio pubblico al servizio universale, attraverso due distinte stagioni di liberalizzazione. L'implementazione delle nuove tecnologie ha inoltre indotto l'ordinamento comunitario ad emanare un pacchetto di direttive sulle comunicazioni elettroniche, cui in Italia si è dato attuazione con il Codice delle comunicazioni elettroniche.

Si è quindi andato via via componendo un settore, quello delle TLC, variegato e complesso. Ciò si è riflettuto anche sulle relative attività di regolazione e di gestione, in riferimento alle quali le esigenze di governo vanno composte con quelle di garanzia. Tali compiti sono in parte svolti da organi con legittimazione democratica diretta o indiretta (Parlamento e Governo) e, per altra parte, da organi neutri e/o di garanzia, la cui legittimazione formalmente non è di natura democratica, ma tecnocratica, basandosi non tanto sulla investitura popolare diretta o indiretta, bensì sulla competenza tecnica: si tratta, nella specie, dell'AGCOM, dell'Autorità Antitrust e dei Co.re.com, con competenze differenziate a livello orizzontale e verticale, ma talvolta tendenti a sovrapporsi.

### Agenda (1 giorno)

#### Telecomunicazioni e Costituzione.

#### Evoluzione della conformazione del mercato delle TLC: dal monopolio pubblico al servizio universale:

- la prima stagione di liberalizzazione
- la seconda stagione di liberalizzazione
- il servizio universale.

#### Le direttive comunitarie sulla comunicazione elettronica ed il codice delle comunicazioni elettroniche.

#### Funzioni di governo e di garanzia nella regolazione e nella gestione del settore delle TLC.

#### Le istituzioni democratiche:

- ruolo del Parlamento
- ruolo del Governo.

#### Le istituzioni tecnocratiche:

- l'autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM): genesi, struttura e funzioni
- il riparto di competenze fra AGCOM ed Autorità Antitrust
- i Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com): genesi, struttura e funzioni.

### Obiettivi

Fornire un tool kit di conoscenze giuridiche sulla regolazione e sulla gestione del settore delle TLC, sia attraverso l'analisi dei principali provvedimenti normativi, sia con il monitoraggio della giurisprudenza più recente in materia. Il fine è quello di fornire strumenti utili ad apprendere quali siano le regole di comportamento e le tecniche di tutela, in via stragiudiziale e giudiziale, che gli operatori del settore devono seguire e possono utilizzare.

### Destinatari

Manager e Professional ICT.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La gestione economico-giuridica dell'innovazione

Il corso mostra l'analisi del processo che porta alla gestione economico-giuridica delle innovazioni. È presentato lo studio degli step che portano all'ottenimento di un vantaggio economico dovuto alle innovazioni e alla gestione giuridica dei diritti derivanti dalle politiche di innovazione di prodotto, di gamma e di processo.

### Agenda (2 giorni)

#### Il mercato delle innovazioni:

- innovazioni di gamma
- innovazioni di prodotto
- innovazioni di processo.

#### Tutela giuridica delle innovazioni:

- proprietà intellettuale
- monopolio naturale
- oligopolio innovativo.

#### Finanzia aziendale delle innovazioni:

- rapporto con "lo stato dell'arte"
- database di innovazioni
- business plan delle innovazioni.

#### Obiettivi e gestione delle innovazioni:

- timing della vita delle innovazioni
- gestione dei risultati
- contrattualistica della proprietà intellettuale
- gestione finanziaria-contabile delle innovazioni.

### Obiettivi

Al termine del corso il partecipante avrà un quadro d'insieme delle innovazioni gestibili in azienda e teleologia degli investimenti tesi al miglioramento del bagaglio innovativo dell'impresa.

### Destinatari

Responsabili di innovazione, direttori, imprenditori.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Diritti di proprietà Industriale : il Brevetto

Il corso fornisce una panoramica sulle tipologie dei diritti derivanti dalla ricerca ed in particolare sui diritti attribuiti alle innovazioni tecnologiche, che siano di prodotto, di processo o di gamma. In particolare sono esaminate le discipline relative: alle tre tipologie di diritti emergenti dal Brevetto per invenzione, il modello di utilità e la registrazione del modello. Il corso presenta gli incentivi economici e fiscali legati alla gestione della proprietà industriale. Riferimenti alle più comuni licenze per la gestione dei diritti.

### Agenda (1 giorno)

#### **Il Nuovo Codice della Proprietà Industriale.**

##### **Requisiti per la brevettabilità:**

- novità
- liceità
- industrialità
- attività inventive.

##### **Tempi e modi per l'ottenimento dei Brevetti.**

**UIBM.**

**EPO.**

**WIPO.**

##### **Impegni amministrativo-giuridici per l'ottenimento del brevetto.**

##### **Impegni economico-aziendali per l'ottenimento del brevetto.**

##### **La gestione del Brevetto.**

### Obiettivi

A conclusione del corso i partecipanti avranno acquisito le nozioni di base sul Nuovo Codice della Proprietà Industriale, oltre le conoscenze in merito al panorama delle licenze ed agli incentivi economici legati al loro utilizzo.

### Destinatari

Responsabili di innovazione, Direttori, Imprenditori.

### Prerequisiti

Nozioni giuridiche di base.



## Diritti di proprietà Industriale : il Marchio

Il corso fornisce una panoramica sulle tipologie dei diritti derivanti dai segni distintivi ed in particolare sui diritti attribuiti dal marchio d'impresa. In particolare viene esaminata la disciplina relativa alla protezione dei segni distintivi d'impresa. Durante il corso vengono anche presentati gli incentivi economici e fiscali legati alla gestione della proprietà industriale. Riferimenti alle più comuni licenze per la gestione dei diritti.

### Agenda (1 giorno)

#### **Il Nuovo Codice della Proprietà Industriale.**

#### **Requisiti per il marchio di impresa:**

- novità
- liceità
- capacità distintiva.

#### **Tempi e modi per l'ottenimento del Marchio d'impresa.**

**UIBM.**

**OAMI.**

**WIPO.**

#### **Impegni amministrativo-giuridici per l'ottenimento di un Marchio d'impresa.**

#### **Impegni economico-aziendali per l'ottenimento di un Marchio d'impresa.**

### Obiettivi

A conclusione del corso i partecipanti avranno acquisito le nozioni di base sul Nuovo Codice della Proprietà Industriale, oltre le conoscenze in merito al panorama delle licenze ed agli incentivi economici legati al loro utilizzo.

### Destinatari

Direttori, imprenditori.

### Prerequisiti

Nozioni giuridiche di base.



## Il successo nella vendita

Capacità comunicative e relazionali sono senza dubbio le basi classiche delle skills di vendita. Il venditore di successo è colui che possiede il bagaglio di skills di vendita che gli permette di muoversi professionalmente.

I venditori eccellenti sono coloro che oltre ai fondamentali sanno applicare strategie di vendita in grado di fare la differenza: conoscenza del territorio e dei propri clienti, selezione dei migliori clienti, pianificazione del lavoro, conoscenza delle potenzialità d'acquisto dei propri clienti, rete di solida relazione con tutte le risorse chiave della propria azienda.

### Agenda (3 giorni)

- La figura del venditore.**
- Tipologie di venditori.**
- Attitudini e qualità personali.**
- Principi della vendita.**
- Le fasi del processo di vendita.**
- L'apertura con il cliente.**
- La fase esplorativa.**
- La proposta e la valutazione delle alternative.**
- La gestione delle obiezioni.**
- La gestione della concorrenza.**
- La gestione del prezzo.**
- La conclusione della vendita e il post vendita.**
- Strategie di vendita.**
- Target clienti e copertura territoriale.**
- La gestione del portafoglio clienti.**
- Gli indicatori di performance.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- affinare le capacità di sviluppare la vendita diversificando l'approccio in funzione della potenzialità del cliente
- sviluppare la capacità di convincimento, di finalizzazione e chiusura della trattativa
- sviluppare le tecniche di pianificazione del tempo, delle attività di vendita e della strategia sul cliente.

### Destinatari

Venditori di nuova nomina.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Strategie e tecniche di vendita per il mercato Business

Il corso si propone di sviluppare il capitale delle competenze professionali del venditore business. Dall'analisi del ruolo del venditore/consulente si passa all'articolazione del processo di vendita ed alle specificità della vendita complessa. Il corso è rivolto a venditori business da poco nel ruolo che sentano l'esigenza di contestualizzare e sistematizzare l'esperienza di vendita verso il mercato business.

Le giornate d'aula saranno organizzate con una modalità interattiva. I temi indicati saranno analizzati proponendo anche simulazioni di contesti lavorativi durante i quali si osserverà la capacità di far leva sugli elementi chiave dell'offerta utilizzando le tecniche e le metodologie di vendita proposte.

### Agenda (3 giorni)



**L'evoluzione del ruolo del venditore ed i cambiamenti nelle politiche di vendita.**

**I fattori che influenzano il raggiungimento dei risultati di vendita.**

**Fasi della vendita classica e tattiche coerenti.**

**La vendita complessa, vendere "Soluzioni e Valore per il Cliente".**

**Il processo d'acquisto del cliente.**

**Strategie di vendita: il gruppo decisionale d'acquisto e le strategie di ingresso.**

**Fasi del processo d'acquisto: riconoscimento delle esigenze.**

**Lo sviluppo delle capacità di proposizione.**

**Costruire la "Visione d'acquisto": la vendita dell'idea.**

**Fasi del processo d'acquisto: valutazione delle alternative.**

**Strategie competitive, differenziazione e vulnerabilità.**

**La Pianificazione delle Vendite e la programmazione delle attività di vendita.**

**Le strategie di sviluppo del cliente.**

**Il piano d'azione: obiettivi e metodologie.**

**La posizione iniziale ed i sei elementi chiave del metodo.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- affinare le capacità di sviluppare la vendita diversificando l'approccio in funzione della potenzialità del cliente
- sviluppare la capacità di convincimento, di finalizzazione e chiusura della trattativa
- sviluppare le tecniche di pianificazione del tempo, delle attività di vendita e della strategia sul cliente.

### Destinatari

Venditori con qualche anno di esperienza che si apprestano a lavorare nel mercato business.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Gestire con successo la forza vendita

L'obiettivo di qualsiasi organizzazione commerciale è quello di ottenere i migliori risultati possibili e un successo sostenibile nel lungo periodo. Per raggiungere pienamente questi obiettivi bisogna seguire, guidare, supportare le persone ed ottimizzare il loro metodo di lavoro. Una buona pianificazione ed un'attenta gestione delle risorse disponibili costituiscono, infatti, la base per ottenere risultati di vendita eccellenti. I Sales Manager di successo adottano oggi un processo strutturato per gestire il loro team commerciale ed assicurare al cliente qualità, efficacia ed efficienza.

### Agenda (3 giorni)

#### Affinamento sul Ruolo dell'Area Manager.

#### Responsabilità e compiti principali.

#### Integrazione delle funzioni nell'organizzazione di vendita.

#### L'azione di guida:

- la guida per mezzo di obiettivi
- valutazione delle capacità dei collaboratori: analisi di contrasto e obiettivi di miglioramento
- il Piano d'Azione per lo sviluppo dei collaboratori
- lo stile di guida dell'Area Manager nella vendita classica e nella vendita complessa.

#### L'azione di "animazione":

- capire il venditore e le sue reazioni
- tecniche di motivazione dei collaboratori.

#### L'azione di addestramento e formazione:

- addestramento, formazione e Coaching
- visite in affiancamento: migliorare le Skill
- programmazione e revisione.

#### L'azione di Pianificazione delle Vendite:

- il processo di pianificazione delle vendite
- la piattaforma di vendita: struttura ed uso
- la programmazione delle vendite
- selezione e diversificazione della clientela
- pianificazione della strategia sul cliente
- le strategie di implementazione e di manutenzione del cliente
- il piano d'azione: obiettivi e metodologie
- la fase di controllo e di implementazione.

#### Fattori di valutazione del lavoro dell'Area Manager.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- disporre delle conoscenze più adatte per gestire la forza vendita nel modo più razionale e redditizio
- apprendere metodi e tecniche per pianificare i miglioramenti delle vendite ed ottenere il controllo dell'operatività di vendita.

### Destinatari

Area Manager e quanti hanno la responsabilità di guida dei venditori.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Le Vendite Complesse

La vendita complessa richiede capacità di selezione, sistematizzazione e analisi dei dati; pianificazione della strategia per migliorare la posizione presso i diversi interlocutori, ricerca delle modalità per aumentare le probabilità di concludere anche nelle situazioni più difficili.

Il corso fornisce le competenze necessarie a guidare con successo la vendita quando l'organizzazione-cliente è complessa, il processo decisionale di acquisto è multiplo e gli attori non sempre sono noti.

Sono analizzate le strategie da poter utilizzare nelle diverse situazioni di vendita e gli obiettivi da raggiungere con i vari interlocutori al fine entrare sul cliente e costruire il consenso sulla propria offerta.

Il corso, permette di operare in "Action Learning" costruendo in aula percorsi di sviluppo dell'attività commerciale, applicabili alla propria realtà di lavoro.

### Agenda (2 giorni + 1 giorno follow up dopo un mese)



**Introduzione: differenze fra vendita semplice e vendita complessa.**

**Analisi del processo decisionale d'acquisto del cliente "strutturato".**

**Le tre aree su cui intervenire: area informativa, area del bisogno e area del potere.**

**L'analisi preliminare sul cliente: ricerca delle fonti informative.**

**Strategia di ingresso sul cliente: la presentazione della propria azienda e l'impatto professionale sul nuovo cliente.**

**L'area dei bisogni: la tecnica Spin e le strategie di sviluppo del problema.**

**Il processo decisionale del cliente: definire gli attori del processo e le modalità di presa della decisione.**

**Come influenzare il processo decisionale: valutare le alternative e riposizionarsi rispetto alla concorrenza.**

**Strategie e tecniche per fare esplicitare i dubbi e modalità di gestione.**

**La gestione dello sponsor aziendale: come farsi rappresentare all'interno dell'azienda dallo sponsor.**

**La gestione del prezzo: differenziazione e valorizzazione dell'offerta.**

**Post vendita e attività di fidelizzazione del cliente.**

### Follow up

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- costruire la mappa decisionale del cliente allo scopo di potersi focalizzare sulle persone giuste
- valutare le singole fasi del processo decisionale del cliente stabilendo la strategia più idonea in ciascuno stadio del processo
- aiutare il cliente nella scelta influenzando i criteri decisionali.

### Destinatari

Venditori senior.

### Prerequisiti

Esperienza nella vendita semplice.



## Vendere in un Mercato in Flessione

Quali sono le caratteristiche delle aziende migliori? Quelle delle aziende che riescono a superare turbolenze di mercato e burrasche?

Sono aziende la cui Direzione è pronta a leggere l'intensità della bufera e reagire prontamente ai cambiamenti del vento, ma soprattutto si tratta di aziende la cui rete vendita è pronta ad accettare i cambiamenti di un mercato che cambia.

L'uomo di vendita non esprime solitamente una facile reattività al cambiamento, in particolare per coloro la cui esperienza e il cui successo sono maturati in condizioni di mercato diverse. In questi casi si assiste alla comune tendenza a reiterare strategie e comportamenti passati, senza valutare il cambiamento in atto. Restare nella propria area di comfort significa spesso non valutare le nuove opportunità.

Il corso intende far riflettere il Venditore sulla necessità di un cambiamento strategico e operativo tale da far cogliere tutte le nuove opportunità che il contesto presenta.

### Agenda (2 giorni)

**Introduzione ai processi di cambiamento.**

**Le resistenze al cambiamento.**

**Il cambiamento come opportunità.**

**I processi di cambiamento e i tre cerchi attitudinali.**

**Case Study e lavori in team.**

**Lo sviluppo di nuove strategie applicate al Case Study.**

**Ricerca delle nuove strategie da applicare al proprio territorio.**

**Applicazione delle nuove strategie ai propri clienti.**

**Simulazione di una visita al cliente e feedback.**

**Conclusioni.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- capire le proprie resistenze al cambiamento ed individuare le azioni per cavalcarlo.
- identificare le nuove strategie di vendita e le azioni necessarie per innescare cambiamenti sul proprio territorio
- simulare l'incontro con il cliente per sperimentare l'applicazione di nuove strategie.

### Destinatari

Responsabili Marketing, Responsabili Vendite; Responsabili di Produzione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## In sintonia con il cliente per vendere servizi informatici e telematici

Il venditore si preoccupa di che cosa deve dire per favorire le vendite. Cattiva preoccupazione: dovrebbe invece preoccuparsi di che cosa il cliente comprende. Ogni discorso è soggetto a una comprensione solo parziale da parte dell'ascoltatore: quando si parla di un servizio che non si può vedere, perché non è stato ancora realizzato, il cliente fatica a comprendere il reale valore di ciò che volete proporgli.

Sistemi altamente razionali e produttivi non vengono apprezzati correttamente, mentre dettagli vistosi, ma di poca importanza, lo distraggono. Il cliente non riesce a prevedere come evolveranno le sue esigenze nel tempo e voi, che l'avete intuito e avreste la soluzione, non venite capiti.

Il corso, diretto ai soli venditori di servizi informatici e telematici di qualità elevata, si avvale delle tecniche della psicologia applicata alla vendita.

### Agenda (3 giorni)

**Il processo d'acquisto razionale ed emotivo.**

**Le tre deformazioni basilari: prodotto, soluzione, strumento assecondante.**

**Come funziona il processo di deformazione. La psicologia dell'acquirente.**

**Come suscitare desiderio con ciascuna delle tre deformazioni basilari.**

**Come proporre un servizio "che non si vede perché non c'è ancora".**

**La valutazione della comprensione del cliente e le azioni correttive.**

**Regole inderogabili perché un'offerta scritta possa contribuire alla conclusione positiva.**

**La conclusione in situazioni di forte concorrenza.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- comprendere come e perché il messaggio del venditore si deforma nella testa del cliente in seguito all'alternarsi di valutazioni razionali e processi emotivi
- entrare in piena sintonia col cliente e valorizzare in pieno l'offerta, con una presentazione adatta alla psicologia dello specifico interlocutore.

### Destinatari

Venditori di servizi informatici e telematici di qualità elevata.

### Prerequisiti

Un'esperienza di vendita permette di trarre dal corso benefici maggiori.



## Vendere soluzioni ICT

Il corso si propone di fornire gli strumenti professionali per comprendere i problemi del vertice aziendale, conoscere le risposte strategiche di alcune aziende di successo e sentirsi pronti a dialogare e a sostenere la relazione con il cliente per proporre soluzioni innovative di valore e opportunità di crescita.

Nella vendita di Soluzioni ICT altro elemento di successo è dato dallo "spirito di squadra". Fondamentale è conoscere le principali dinamiche della vendita in team al fine di contribuire in maniera convinta al suo sviluppo e all'incremento della produttività degli sforzi di vendita.

### Agenda (3 giorni)

**Il rapporto azienda-mercato: i problemi e le opportunità.**

**Le sfide: paradigmi di marketing emergenti, il marketing reloaded.**

**Il problema del vertice aziendale: generare strategie di marketing competitive e creare valore.**

**Creare vantaggi competitivi e valore per il mercato.**

**Il ruolo strategico delle nuove tecnologie: nei processi, nei prodotti e servizi, nell'acquisizione di flessibilità.**

**Il modello di business dell'impresa.**

**Conoscere il business system e gli obiettivi del cliente:**

- la conoscenza del cliente: analizzare le aspettative e misurare la soddisfazione
- le prestazioni e i risultati aziendali, l'organizzazione e gestione dei processi
- lavorare per progetti
- sviluppo della conoscenza e delle competenze delle risorse umane.

**Conosciamo meglio il cliente: la diagnosi della situazione attuale del cliente.**

**Posizionamento delle PMI italiane e potenzialità delle PMI in funzione della predisposizione ICT.**

**La maturità della dotazione ICT del cliente: barriere e opportunità.**

**Maturità infrastrutturale, applicativa e dell'ICT.**

**Consequente orientamento di scelta dell'offerta: direttrici e regole primarie.**

**Individuare e le soluzioni e le opportunità di crescita per il proprio cliente e proporle in modo convincente.**

**Vincere con tutto il team al servizio del cliente.**

**Coinvolgere il team nel lavoro di vendita e post vendita.**

**Cosa occorre al team per eccellere.**

**Le abilità personali di supporto:**

- la comunicazione: fornire un feedback
- il "problem solving": risolvere le divergenze
- la motivazione: entusiasmo e persuasione.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- disporre dei principali modelli di riferimento e degli strumenti di analisi per conoscere il business system del cliente e la sua attuale situazione in merito alla dotazione ICT
- individuare le soluzioni di offerta più coerenti con gli obiettivi aziendali, proporle in modo convincente e seguirne l'adozione con il supporto del team di vendita.

### Destinatari

Venditori senior di soluzioni ICT.

### Prerequisiti

Esperienza di vendita.



## Strategic Management: Corporate & Business Strategies

La strategia è più un'arte che una scienza, è un mezzo rispetto al fine, costituito dagli obiettivi di lungo termine di un'impresa. La strategia è un processo di miglioramento continuo.

La gestione strategica è il tentativo di anticipare la risposta ai futuri sviluppi dell'ambiente in cui essa opera. La gestione strategica è un processo continuo di adattamento al contesto.

Le imprese di successo sono quelle che pianificano le strategie per una crescita solida e duratura, di lungo periodo e che dalle crisi sanno rialzarsi creando valore per gli stakeholders.

In un contesto sempre più mutevole ed incerto individuare e gestire le decisioni strategiche è determinante per il successo delle imprese.

### Agenda (3 giorni)

**Analisi del macroambiente.**

**Competitive Intelligence.**

**Business Analysis.**

**Analisi dei competitors.**

**Analisi dei FCS.**

**Analisi strategica del mercato.**

**Resource audit analysis.**

**Swot analysis.**

**Segmentazione del mercato.**

**Strategie di posizionamento e di riposizionamento.**

**Corporate & business strategies.**

**Portfolio Analysis Management.**

**Valutazione delle strategie.**

**Strategie d'internazionalizzazione.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- realizzare l'analisi, la pianificazione e la gestione strategica
- realizzare il posizionamento strategico e il riposizionamento strategico
- definire le strategie corporate e quelle business
- prendere decisioni e fornire supporto al processo decisionale.

### Destinatari

Direttori d'azienda, di divisione, di funzione coinvolti nella definizione della strategia aziendale.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management.



## Compliance & Risk Management

I temi dell'Enterprise Risk Management e della Compliance Aziendale assumono una rilevanza strategica sempre maggiore pervadendo ambiti sempre più ampi, con elevato impatto organizzativo, gestionale e legale.

Una visione unitaria e integrata dei diversi aspetti della gestione del rischio, della conformità legislativa, della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, dell'internal auditing e della Corporate Social Responsibility facilita l'acquisizione di principi, metodi e strumenti per una gestione efficace dei diversi aspetti.

Una panoramica sui diversi framework e l'analisi dei principali approcci, metodi e strumenti completa il set di conoscenze e competenze su temi di carattere sempre più strategico.

### Agenda (2 giorni)

**Modelli di corporate governance.**

**Quadro normativo di riferimento.**

**Funzione Compliance & Risk: ruoli, processi e modelli organizzativi.**

**Organismo di Vigilanza: ruoli e rapporti con gli altri organi societari.**

**Modelli di Organizzazione e Gestione ex D. Lgs. n. 231/2001 e s.m.i.**

**Enterprise Risk Management.**

**Risk Assessment: approcci, tecniche e strumenti.**

**Internal Auditing: standard e frame work.**

**Corporate Social Responsibility.**

**I Codici di Comportamento Etico.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di :

- conoscere il quadro normativo di riferimento della Compliance Aziendale
- comprendere le problematiche organizzative e gestionali relative agli aspetti di Compliance e di Risk Management e le interrelazioni con i sistemi di Internal Auditing
- conoscere i principali modelli e gli strumenti organizzativi e gestionali di Compliance Management e di Enterprise Risk Management
- approfondire i Modelli di Organizzazione e Gestione ex D. Lgs. n. 231/2001 e s.m.i.
- comprendere i fondamenti della Corporate Social Responsibility e conoscere i principali framework
- elaborare i Codici di Comportamento Etico.

### Destinatari

Neo-inseriti nella funzione di Risk Management. Addetti di altre funzioni aziendali che intendono acquisire le competenze base di Compliance e Gestione dei rischi.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di diritto societario e di governance aziendale.



## Governance, Corporate Risk management & Compliance

La globalizzazione dei mercati ha imposto cambiamenti strutturali importanti alle aziende ed al sistema di controllo e gestione. Gli strumenti di censimento e assessment dei processi organizzativi permettono oggi di adottare più complessi e avanzati modelli di corporate governance in conformità alle attuali normative improntate a principi equità, correttezza, etica comportamentale, efficacia, economicità e trasparenza.

L'aderenza alle leggi e la conformità a regolamenti e standard di controllo e gestione, non ultimo il trattamento delle informazioni in vari ambiti e per diversi scopi determinano il perimetro all'interno del quale operare una Governance integrata con i piani di conformità derivanti dai risultati delle attività di risk management globali e per tutto il comparto organizzativo.

In ambito Istituzionale, i piani di emergenza nazionali, a fronte di minacce che sono tecnologicamente evolute (cfr. cyber crime, furto di identità digitale, terrorismo, riciclaggio, contraffazione, ecc.) dovrebbero essere correlati alla protezione dei processi sociali con un insieme di accorgimenti e misure da porre in essere a garanzia degli interessati. Il contesto impone l'individuazione e la scelta di strumenti moderni, efficienti ed efficaci che consentano un tracciamento dei livelli di rischio, il più possibile dinamico e sensibile ai cambiamenti organizzativi e agli investimenti previsti e approvati.

### Agenda (3 giorni)

#### Ambito organizzativo e perimetri interessati:

- analisi dei principali standard di riferimento (ISO 27000, COSO, ITIL, PSI/DSS, D.Lgs.196/03) e loro conformità
- elementi di base per la conduzione di risk assessment
- organizzazione, attività e ruoli del risk management
- Corporate Risk Management definizioni, framework e approccio per l'implementazione
- governance of Enterprise IT
- rischio e controllo dei sistemi di gestione della sicurezza delle informazioni
- organizzazioni e comparti industriali interessati
- esempi descrittivi di come impostare una proposta progettuale di GRC
- strumenti tradizionali ed evoluti di Governance e Risk Compliance
- impatto delle tecnologie emergenti (CyberSecurity) e delle minacce correlate (CyberCrime).

### Obiettivi

Acquisire le conoscenze di base sui principali framework e standard di riferimento.

Valutare criteri per effettuare l'analisi dei rischi, condurre assessment adattando al contesto la corretta attribuzione di indicatori e pesi in funzione di minacce e vulnerabilità.

Identificare metodi e strumenti per condurre un progetto di GRC (Governance Risk Compliance).

### Destinatari

Corporate Risk Officer, Responsabili IT, Security Manager, IT Auditor e quanti operano nel governo di sistemi di gestione della sicurezza delle informazioni (SGMS) – Information Security Management Systems (ISMS).

### Prerequisiti

Conoscenze di base di organizzazione aziendale e di processi operativi di strutture istituzionali e della industria privata.



## Performance Management: valutazione e gestione delle performance

L'efficacia e l'efficienza della gestione aziendale rappresentano un *must* imprescindibile per competere con successo. Nel contempo occorre garantire la sostanziale coerenza della gestione operativa con le strategie perseguite.

Il sistema di monitoraggio e misurazione delle prestazioni, pertanto, deve prendere in esame, in modo opportunamente combinato, i fattori chiave e gli aspetti di maggiore rilevanza per la creazione di valore per i diversi stakeholders (di natura economico-finanziaria, di valore per il cliente, di processi e risorse interne, di innovazione e crescita in ottica di lungo periodo).

Il Performance Management offre strumenti e metodologie per articolare le strategie in piani operativi e allineare gli obiettivi di funzione/processo agli obiettivi generali perseguiti.

Il Performance Management consente di monitorare la corretta attuazione delle strategie e dei piani definiti, attraverso l'andamento di KPI (Key Performance Indicators) e di misurare l'efficacia e l'efficienza della gestione aziendale, permettendo le opportune valutazioni e tempestive decisioni.

### Agenda (3 giorni)

**Il processo di gestione strategica quale quadro di riferimento per il Performance Management.**

**I Sistemi di Performance Management: principi e logiche operative.**

**Definizione e selezione dei Key Performance Indicators.**

**Strategic Alignment: principi e metodologie (BSC).**

**Performance Measurement e Business Intelligence:**

- performance economico-finanziarie
- processi ed efficienza
- customer
- crescita, innovazione, vision.

**Performance Analysis & Audit.**

**Performance Improvement.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- acquisire una visione sistemica della gestione strategica, operativa e dei risultati in termini di performance, comprendendone le complesse interrelazioni
- applicare le metodologie e gli strumenti del performance management in diversi contesti
- pianificare un sistema di performance management, gestendo le complesse relazioni tra le diverse prospettive di analisi delle performance
- selezionare e interpretare i Key Performance Indicators
- valutare le performance in una prospettiva dinamica.

### Destinatari

Manager interessati ad una migliore comprensione e sistematizzazione di strumenti e tecniche di misurazione delle performance.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management.



## Migliorare i risultati aziendali con la leva dei processi

Le aziende sono fatte di processi, cioè catene di attività che portano valore al cliente finale contribuendo così al risultato aziendale. Questo non riguarda solo la produzione, ma tutte le funzioni aziendali e non sempre attività, persone e strumenti funzionano portando il massimo risultato possibile.

*Dove cercare i prossimi miglioramenti su costi, velocità, qualità, innovazione?*

Due giornate per capire, con un linguaggio diretto e molti esempi concreti, in che modo il miglioramento dei processi aziendali (interni ed esterni) può produrre un aumento del margine operativo e in che misura questo sia applicabile alla tua organizzazione.

Il corso si propone di mettere i partecipanti in condizione di riflettere sulla situazione della propria azienda e orientarsi tra le varie parole d'ordine e "mode di management" per capire cosa è veramente interessante fare. Le domande chiave sono:

- di cosa ha bisogno la tua azienda per ottenere i risultati che ti interessano?
- cosa puoi fare per aumentare i margini senza dover affrontare investimenti e rischi per innovare i prodotti/servizi?

### Agenda (1 giorno + 3 settimane di tutoring on line + 1 giorno)

#### Formazione (1 giorno)



- concetti chiave di redditività, efficienza, velocità, qualità, innovazione.  
Come è messa la mia azienda? Dove vanno gli altri? Costruzione della mappa delle "leve disponibili" per aumentare la redditività e della connessione con i "processi di business". L'illustrazione di metodi e strumenti per recuperare marginalità porta al tema centrale: come faccio a trovare i "punti leva" nella mia organizzazione? Questo è il tema dell'attività di autodiagnosi che proseguirà durante il tutoring.

#### Tutoring on-line (3 settimane)

- invio da parte dei docenti di una scheda per raccogliere le informazioni per valutare il potenziale di recupero di efficienza dei processi aziendali e supporto da parte dei docenti durante l'autodiagnosi.

#### Laboratorio di analisi dei risultati (1 giorno)

- una giornata conclusiva di discussione e confronto dei casi aziendali focalizzandosi sui criteri per decidere se e quali azioni di miglioramento/ ridisegno dei processi intraprendere.

### Obiettivi

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- spiegare quali fattori limitano la marginalità dell'impresa
- identificare le possibili aree di intervento sulla marginalità della propria azienda
- spiegare il ruolo dei processi per risolvere le questioni chiave su produttività, velocità, qualità e innovazione
- definire i criteri per scegliere tra varie opzioni di investimento su progetti di miglioramento dei processi e misura delle performances.

### Destinatari

Imprenditori, dirigenti, quadri, responsabili di funzione e tutti coloro che sono interessati ad aumentare la marginalità dell'azienda. Specialisti di organizzazione, Project & Program management, Business Analyst, Quality Manager interessati a dare una cornice più ampia al proprio ruolo.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Strumenti e metodologie di Business Process Management

Il corso illustra le metodologie e gli strumenti necessari per l'implementazione del Business Process Management il cui obiettivo è orchestrare e controllare i processi di business di un'azienda. Durante il corso sono illustrati i vantaggi ed il valore aggiunto di un approccio BPM ed esaminate le principali metodologie di orchestrazione, controllo e monitoring dei processi di business. Per fornire un quadro completo, sono anche studiati gli strumenti tecnologici e metodologici a supporto di un approccio BPM.

### Agenda (3 giorni)

#### Introduzione al Business Process Management:

- nozioni di SOA
- concetti di "Business Process Management"
- vantaggi e valore aggiunto di un approccio BPM
- problematiche e terminologia.

#### Approccio "Business Process Management":

- ciclo di vita di un processo di business
- analisi dei processi
- controllo dei processi
- Continuous Process Improvement (CPI)
- definizione delle responsabilità dei processi.

#### Implementazione "Business Process Management":

- features VETRO (Validation, Enrichment, Transformation, Routing, Orchestration)
- workflow management
- orchestrazione dei processi
- monitoring dei processi
- best practices e casi d'uso reali.

#### Strumenti "Business Process Management":

- elementi costitutivi
- Business Process Modelling Notation (BPMN)
- documentazione dei processi (RACI, SIPOC)
- introduzione a Dynamic BPM e BPM Event Driven
- tecnologie e piattaforme (commerciali ed open source), soluzioni proposte
- maturity model ed evoluzioni future.

### Obiettivi

Al termine del corso il partecipante acquisirà le basi sul Business Process Management e sulle metodologie di progettazione e implementazione di un BPM.

### Destinatari

Manager e Quadri, Responsabili di Funzione o di Azienda che debbano controllare i processi di business ad essi assegnati.

### Prerequisiti

Nessuno.



## L'approccio Agile all'Informatica a supporto del BPM e Lean & Digitize

L'informatica sta cambiando notevolmente e anche il mondo delle organizzazioni sta cambiando a fronte di spinte esterne ed interne. Una delle proposte più interessanti sviluppata negli ultimi anni è costituita dall'approccio agile allo sviluppo dei progetti. Questa metodologia si sposa molto bene con il BPM il Business Process Management e quindi con metodologie tipo il Lean & Digitize.

Sempre di più appare chiaro che questa è una direzione di sviluppo molto interessante da perseguire con un ruolo decisamente diverso dell'informatica in azienda. Il nostro motto è che si deve passare dal CIO (Chief Information Officer) al CIO (Chief Innovation Officer): dall'automazione alla gestione del cambiamento. Il corso è destinato ai Responsabili dei Sistemi Informativi e ai Responsabili della Organizzazione.

### Agenda (3 giorni)

**Il miglioramento dei processi.**

**Il Pensiero Snello.**

**La metodologia del Lean & Digitize.**

**I principi di base del Lean Thinking e la loro integrazione con i progetti di automazione gestionale:**

- definire il Valore
- identificare il Flusso del Valore
- fare scorrere il Flusso
- fare in modo che il Flusso sia tirato dal "cliente"
- ricercare la Perfezione.

**L'eliminazione degli sprechi:**

- i tipi di sprechi tradizionali
- altri tipi di sprechi.

**Gli strumenti del Lean & digitize.**

**Lo sviluppo Agile dei Progetti:**

- l'approccio Scrum
- i gruppi Sprint.

### Obiettivi

Presentare la metodologia dello sviluppo Agile dei Progetti.

Discutere la metodologia del Lean & Digitize.

Esaminare come rendere agili i progetti e snelli i processi prima di automatizzarli.

Vedere la implementazione concreta della metodologia.

### Destinatari

Manager e Quadri, Responsabili di Funzione o di Azienda che debbano controllare i processi di business ad essi assegnati.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Design Thinking for Process Improvement

Una filosofia di lavoro che porta i principi del Design nel lavoro quotidiano (funzionalità, soddisfazione, senso) combinando Gaming, Visual Thinking e approccio User Centered per risolvere problemi e progettare soluzioni.

### Agenda (2 giorni)

**Definizione e contesto del Design Thinking.**

**Principi di base: Gaming, Visual Thinking, User Centered Design.**

**Io non so disegnare: quindi?**

**Sperimentazione in gruppi: Ispirazione, Ideazione, Implementazione.**

**Project Work (cui saranno dedicati il pomeriggio della prima giornata e la quasi totalità della seconda): Valutazione dei processi in cui sono coinvolti i partecipanti, rappresentazione ed ideazione di miglioramenti. Dal foglio bianco ad un piano di miglioramento.**

**Come proseguire il percorso di sperimentazione-apprendimento personale e di gruppo e ottenere risultati.**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- definire cos'è, a cosa serve e quando usare la metodologia di Design Thinking
- applicare alcuni metodi di base del design thinking, in particolare: gestire un gruppo di lavoro su tematiche di processo, ideazione di miglioramenti, scelta di soluzioni, pianificazione
- aumentare la creatività, la velocità, l'efficacia e la soddisfazione nelle interazioni con colleghi, capi, clienti.

### Destinatari

Manager e Professional.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Change Management: la gestione efficace dei cambiamenti organizzativi

Il contesto attuale è caratterizzato da rapidi e importanti mutamenti che richiedono l'efficace gestione di idonei cambiamenti all'interno delle imprese e delle organizzazioni in generale.

Il cambiamento organizzativo può impattare su vari livelli: progetti, processi, risorse, struttura.

Gestire con successo cambiamenti organizzativi richiede competenze specifiche e l'utilizzo di metodologie e strumenti idonei ad affrontare con efficacia i diversi aspetti di complessità e le difficoltà insite in questo processo.

### Agenda (2 giorni)

**Analisi delle esigenze di cambiamento.**

**Check up organizzativo.**

**Analisi di clima.**

**Analisi e valutazione di skills e competenze.**

**Leadership & Empowerment.**

**Motivazione e coinvolgimento.**

**Comunicazione del cambiamento.**

**Change Management Plan.**

**Gestire il cambiamento organizzativo: approcci e metodologie.**

**Monitoraggio del processo di cambiamento e gestione delle criticità.**

**Valutazione del cambiamento e follow-up.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- comprendere le principali problematiche della gestione dei cambiamenti organizzativi
- apprendere l'uso delle principali metodologie per progettare, realizzare e valutare efficacemente i cambiamenti organizzativi
- conoscere le applicazioni dei principi e delle metodologie del Change Management ai diversi contesti di cambiamento.

### Destinatari

Manager e quadri di aziende che devono interpretare e gestire il cambiamento organizzativo.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management e di organizzazione aziendale.



## Change & Innovation

Cambiamento, apprendimento, innovazione. In che contesto vi trovate? Come vedete il cambiamento per voi? Cosa vuol dire innovazione dal vostro punto di vista? Come posso vivere pienamente quello che c'è e giocare bene le mie carte assieme agli altri?

### Agenda (1 giornata)

**Evviva si cambia ! Uffa si cambia ! Quanto mi costa star fermo? Quanto mi costa muovermi?  
Trends, Innovazione, Employability.**

**E voi in che azienda siete? Come vorreste diventasse? Cultura aziendale, cambiamento e  
innovazione.**

**Come si cambia? Tipi di cambiamento, cosa succede di solito. E a voi cosa succede, di solito?  
Guidarlo o subirlo?**

**Cosa è importante fare, pensare, dire? Cosa aiuta a ottenere il massimo? Cosa ostacola? Come  
giocarsi la partita al meglio. Cos'è meglio per voi?**

**Quale innovazione, scusi? Prodotto, processo, relazione.**

**Business Model Innovation.**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- spiegare che tipi di cambiamento stanno avvenendo nel proprio contesto
- definire la relazione tra cambiamento, apprendimento, cultura aziendale
- valutare le tipiche reazioni al cambiamento nei diversi ruoli (leader, champions, followers)
- definire l'innovazione nel proprio contesto aziendale e di business
- identificare quali comportamenti favoriscono/ostacolano l'innovazione.

### Destinatari

L'intervento è adattabile a tutti i contesti. Staff, linee, personale operativo, Manager, Professional.



## Business Excellence Models: percorsi verso l'eccellenza

In un contesto competitivo complesso e sempre più selettivo, i temi dell'efficacia delle scelte strategiche e dei piani di azioni, dell'efficienza della gestione, oltre che della qualità del sistema di offerta proposto, rivestono una importanza sempre maggiore.

Anche se ogni Organizzazione e ogni Azienda è contraddistinta da caratteristiche peculiari, vi sono modelli, strumenti organizzativi e gestionali che risultano applicabili a qualsiasi Organizzazione che voglia migliorare l'efficacia della gestione e dei risultati in termini di Key Performance.

L'eccellenza può essere definita come l'eccezionale capacità di gestione dell'Organizzazione e di conseguimento di risultati. Un importante volano per rafforzare la competitività, intesa come propensione a superare i competitor in termini di capacità innovativa, di successo verso i clienti e di capacità di generare valore, tendendo alla leadership nel mercato di riferimento.

### Agenda (3 giorni)

**Dalla Qualità all'Eccellenza.**

**Le dimensioni dell'eccellenza.**

**Approcci all'eccellenza e alla competitività.**

**Modelli di Business Excellence.**

**Percorsi e guide verso l'eccellenza.**

**Criteri e strumenti gestionali e organizzativi.**

**Assessment: come valutare lo stato attuale dell'Organizzazione.**

**Analisi dei punti di forza e delle aree di miglioramento.**

**Pianificazione del miglioramento: metodi e strumenti.**

**Gestione efficace del processo di miglioramento.**

**Misurazione e riesame dei progressi verso l'eccellenza.**

**Benchmarking.**

**Il Modello EFQM (European Foundation for Quality Management).**

**I Premi per l'Eccellenza.**

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di :

- comprendere i diversi approcci all'eccellenza, le logiche e i principi che ne rappresentano i fondamenti
- apprendere l'uso dei principali strumenti gestionali ed organizzativi per la gestione efficace del miglioramento orientato all'eccellenza
- apprendere le tecniche di Assessment per valutare lo stato della propria Organizzazione
- pianificare il proprio percorso verso l'eccellenza
- conoscere i principali Business Excellence Models e i Premi per l'Eccellenza
- approfondire il Modello Europeo dell'EFQM.

### Destinatari

Tutte le funzioni interessate a una conoscenza delle interrelazioni tra aspetti economici-patrimoniali-finanziari e monetari della gestione aziendale.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management.



## International Business Management

L'internazionalizzazione è per le imprese italiane una sfida da affrontare e un'opportunità da cogliere. I mercati sempre più globalizzati spingono le imprese, non orientate all'export o non internazionalizzate, verso scenari di difficoltà e di crisi.

Le imprese strutturate dispongono più facilmente di risorse manageriali e generalmente anche di risorse finanziarie adeguate per affrontare l'internazionalizzazione; quelle meno strutturate, esprimono una forte necessità di apprendere come affrontare i mercati esteri, di approfondire le strategie e le tecniche per cogliere le opportunità ed evitare le minacce e i rischi che i mercati esteri presentano, di acquisire le conoscenze per decidere il paese estero obiettivo per sviluppare un percorso d'internazionalizzazione.

### Agenda (3 giorni)

**Metodi di internazionalizzazione delle imprese.**

**L'ufficio export di una PMI e la figura dell'export manager.**

**Vantaggi dello scambio internazionale.**

**Analisi di rischio Paese politico e commerciale.**

**Strategie e Tecniche di penetrazione dei mercati esteri.**

**La progettazione di una ricerca di mercato di un paese estero.**

**Analisi del Paese obiettivo: mercato, segmentazione e modalità di vendita.**

**Strategie competitive e di sviluppo delle imprese nel mercato estero.**

**La progettazione, l'organizzazione e l'ottimizzazione della partecipazione alle fiere.**

**Pagamenti internazionali, garanzie bancarie e crediti documentari.**

**Gestione strategica dell'approvvigionamento internazionale.**

**Trasporti internazionali, assicurazione merci e termini di consegna della merce (Incoterms).**

**Spedizione, trasporto e documenti.**

**Price escalation.**

**Il piano strategico e il piano di marketing per l'internazionalizzazione.**

**Il piano operativo ed economico finanziario.**

**Focus su alcuni paesi esteri.**

### Obiettivi

Offrire una metodologia che aiuti il management ad impostare il processo d'internazionalizzazione e a gestire le relative problematiche.

Sviluppare competenze manageriali e fornire gli strumenti necessari per inserirsi in contesti internazionali, approfondendo le strategie di penetrazione nei mercati esteri, la gestione delle relazioni con i fornitori e partner esteri, nonché l'organizzazione dei processi produttivi, commerciali, amministrativi e finanziari.

Fornire le metodologie per l'analisi dei mercati esteri e le strategie di sviluppo, nonché le tecniche di posizionamento strategico.

### Destinatari

Imprenditori, dirigenti e dipendenti delle piccole e medie imprese interessati ad approfondire la conoscenza delle strategie d'internazionalizzazione d'impresa e delle metodologie di gestione dei processi d'internazionalizzazione.

### Prerequisiti

Conoscenze dei principali temi di General Management.



## One Page Project Map

Organizzare le risorse e le attività in funzione di un obiettivo è una competenza di base che serve a tutti, non solo agli specialisti. Le cose fondamentali si possono imparare in una giornata, ma è soprattutto utile mettere in comune alcune definizioni in modo da avere un linguaggio condiviso e potente nel fare accadere le cose.

### Agenda (1 giorno + 2 settimane di tutoring on line + 1 giorno)



**Il vostro lavoro: Come vi organizzate? Cosa funziona?**

**Quali ostacoli?**

**Cosa dovete fare nel prossimo futuro? (attività facilitata da cui emergono i “progetti” per la parte pratica della giornata).**

**Alcune definizioni: Progetto, Risultato, Qualità, Responsabilità.**

**Le routine base del project management: scoping, planning, avanzamento lavori, chiusura.**

**Presentazione One Page Project Map™ ed applicazione guidata.**

**Project Work (sulle attività emerse al mattino o su progetti già in corso o da avviare portati dai partecipanti che saranno istruiti in tal senso nell’invito al corso).**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- dare una definizione (condivisa) di progetto, risultato, qualità, responsabilità
- applicare la metodologia One Page Project Map™ al proprio contesto di lavoro riconoscendo le situazioni critiche e adattandola ove necessario
- riconoscere i limiti dell’ambito di applicazione e come relazionarsi a contesti dove sia opportuno ricorrere ad una organizzazione di progetto più elaborata.

### Destinatari

Tutti i livelli.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Basics di Project management

Il successo dei progetti ICT dipende dalla capacità di tutti i membri del gruppo di progetto di fornire, oltre al contributo specialistico, anche un contributo gestionale che prevede sia un coinvolgimento per stilare un piano di progetto realizzabile sia un coinvolgimento per produrre lo stato di avanzamento del progetto. ***I contenuti del corso sono in linea con gli standard di Project Management sviluppati dal Project Management Institute (PMI).***

### Agenda (3 giorni)

#### Processi, programmi e progetti

##### Il project management:

- logiche e strumenti
- i ruoli e la motivazione nella gestione dei progetti
- il ciclo di vita dei progetti
- il sistema degli stakeholder e la sua gestione.

##### La garanzia del rispetto dei tempi e gli strumenti di pianificazione, programmazione e controllo:

- la WBS (Work Breakdown Structure)
- la matrice Attività-Responsabilità
- le tecniche reticolari di gestione dei progetti il diagramma di GANTT, il PERT, il CPM.

##### Il piano dei costi:

- il controllo di gestione del progetto
- il budget di progetto
- la curva ad S
- il PERT costi.

##### Il controllo degli stati di avanzamento del progetto.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- contribuire in maniera professionale alla definizione del piano dei tempi e dei costi del progetto
- migliorare la capacità di fornire il loro contributo gestionale al capo progetto.

### Destinatari

Quanti partecipano al gruppo di lavoro per la gestione dei progetti.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Microsoft Project - Base

Il Project Management è la disciplina che consente di gestire efficacemente un progetto rispettando i vincoli che a volte possono essere anche rigidi. Approcciare il progetto con una metodologia appropriata e usare uno strumento informatico adeguato migliorano la probabilità di raggiungere gli obiettivi stabiliti dagli stakeholder.

Supportare le attività di Pianificazione e Controllo dei progetti con applicazioni software dedicate consente infatti: forte riduzione dei tempi di impostazione dei piani, maggior precisione nelle previsioni e nei consuntivi, possibilità di effettuare simulazioni durante l'intero ciclo di vita del progetto, così da garantire il governo dei processi decisionali per raggiungere gli obiettivi tempi/costi/qualità e la disponibilità di output utili ai vari tipi di comunicazioni.

Il corso prepara a gestire in modo adeguato la grande quantità di dati che un progetto richiede e produce.

### Agenda (2 giorni)

**Elementi caratteristici dell'applicazione: tabelle, gantt, moduli, barra di project, barre degli strumenti.**



#### Pianificazione del progetto:

- definizione di calendari
- inserimento WBS, attività e informazioni personalizzate utente
- produzione Gantt e personalizzazione con definizione del tipo attività (durata fissa, unità fissa, lavoro fisso)
- produzione network e personalizzazione
- definizione e gestione dei vincoli rigidi e flessibili
- definizione delle informazioni caratterizzanti le risorse, tipologie e loro assegnazioni alle attività di progetto
- livellamento delle risorse per una distribuzione ottimale dei carichi di lavoro
- definizione e allocazione dei costi di progetto
- analisi delle informazioni di pianificazione del progetto ai fini dell'approvazione delle baseline
- determinazione e consolidamento delle baseline di progetto
- dati current, actual e planned gestiti da MS Project.

#### Controllo del progetto:

- definizione del timenow di progetto
- descrizione degli elementi caratteristici dell'applicazione ai fini di un corretto aggiornamento dei dati di progetto
- inserimento dei dati effettivi (tempi, risorse e costi)
- determinazione del forecast di progetto
- determinazione dei parametri di scostamento secondo l'Earned Value Method
- gestione del versioning delle baseline e re-baseline di progetto.

### Obiettivi

Consentire ai partecipanti di:

- definire la WBS e le attività di progetto
- creare e gestire il network di progetto
- assegnare le risorse e definire i carichi ottimali
- definire i costi di progetto
- aggiornare il progetto con i dati effettivi per monitorare e controllare il progetto
- gestire le comunicazioni con gli stakeholder.

### Destinatari

Responsabili e Professional che hanno l'esigenza di utilizzare strumenti base per il PM.

### Prerequisiti

Metodi e tecniche di Project Management.



## Microsoft Project - Avanzato

Il Project Management è la disciplina che consente di gestire efficacemente un progetto rispettando i vincoli posti dagli stakeholder. L'uso di meccanismi e una metodologia appropriata, affiancata ad uno strumento informatico adeguato, consentono non solo di aumentare la probabilità di successo del progetto, ma anche di rendere più efficiente ed efficace il lavoro di chi gestisce il progetto stesso. Questo corso consente ai partecipanti di produrre pianificazioni avanzate e fare analisi sui dati di progetto in modo da evidenziare rapidamente e tempestivamente le situazioni di criticità.

### Agenda (2 giorni)



**Definizione di modelli per realizzare rapidamente la pianificazione partendo da progetti già conclusi con successo.**

**Creazione e gestione dei filtri e raggruppamenti di dati personalizzati dagli utenti.**

**Definizione di report di sintesi e grafici di cruscotti gestionali con indicatori di "tipo semaforico".**

**Definizione di strutture di progetto che permettano di aggregare dati su risorse o attività al fine di analizzare con maggiore cura l'impegno delle risorse coinvolte nel progetto.**

**Definizione e gestione di un team di risorse condivise tra più progetti.**

**Definizione e gestione di un portfolio/programma di progetti.**

### Obiettivi

Consentire ai partecipanti di:

- definire la WBS e le attività di progetto
- creare e gestire il network di progetto
- assegnare le risorse e definire i carichi ottimali
- definire i costi di progetto
- aggiornare il progetto con i dati effettivi per monitorare e controllare il progetto
- gestire le comunicazioni con gli stakeholder.

### Destinatari

Responsabili e professional che hanno l'esigenza di utilizzare strumenti avanzati per il PM.

### Prerequisiti

Conoscenze di base di Ms Project.



## Lavorare per progetti

Le imprese nel rispondere alle molteplici sollecitazioni ambientali, tendono ad accentuare la flessibilità e ad innovare processi, strutture, prodotti e servizi. Ciò richiede di affrontare problemi complessi e di adottare soluzioni organizzative che si integrino nelle strutture dell'organizzazione permanente. A questo ordine di problematiche dà il suo contributoolutivo la "gestione per progetti" che può interessare, ad esempio, i progetti organizzativi, informatici o formativi e la gestione di programmi aziendali di ricerca e di sviluppo di nuovi prodotti. Il successo di un progetto dipende dalle capacità del Project Manager e dei responsabili di sottoprogetti o di task di capire i bisogni del cliente e di tutti gli stakeholder di progetto, di pianificare e controllare le attività da svolgere ed i costi correlati, di coinvolgere persone diverse che non appartengono in generale alla stessa funzione aziendale, di comunicare e di negoziare nell'ambiente di progetto. In linea con questo principio il percorso formativo offre la possibilità di affrontare in maniera integrata da una parte le metodologie e le tecniche per organizzare e controllare un progetto con particolare attenzione ai risultati in termini di costo/tempi/qualità, e dall'altra gli aspetti relazionali legati alla gestione dei gruppi di progetto.

***Il corso, in linea con gli standard di Project Management sviluppati dal Project Management Institute (PMI), fornisce le competenze necessarie per sostenere l'esame di certificazione PMP e CAPM.***

### Agenda (3+2 giorni)

#### Parte I (3 giorni)



**Processi, programmi e progetti.**

**Il project management.**

**La garanzia del rispetto dei tempi e gli strumenti di pianificazione, programmazione e controllo:**

- la WBS (Work Breakdown Structure)
- la matrice Attività-Responsabilità
- le tecniche reticolari di gestione dei progetti il diagramma di GANTT, il PERT, il CPM.

**I sistemi informativi di supporto alla gestione dei progetti: Microsoft Project.**

**Elementi relativi alla gestione della qualità e degli approvvigionamenti.**

**Il controllo dei costi:**

- il controllo di gestione del progetto
- il budget di progetto
- la curva ad S
- il PERT costi.

**Il metodo earned value per il controllo incrociato dei costi e dei tempi.**

#### Parte II (2 giorni)

**La gestione del gruppo di progetto:**

- il funzionamento del gruppo di progetto
- la gestione delle riunioni
- i ruoli nel gruppo di progetto: capo progetto, specialisti, rappresentanti cliente, terze parti
- le decisioni nel gruppo di progetto: decision checking, decision making, decision taking, decision acting
- le tecniche di problem solving.

**La negoziazione nel gruppo di progetto.**

### Obiettivi

Far acquisire:

- metodologie e tecniche relative all'articolazione del progetto, alla gestione dei parametri strategici, alla programmazione ed al controllo, ai sistemi informativi di supporto
- consapevolezza relativa ai fenomeni legati ai gruppi di progetto per migliorare la capacità di gestione.

### Destinatari

Project Manager e Professional che operano su progetti.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La gestione dei progetti ICT

Il corso affronta le problematiche organizzative e gestionali di un progetto ICT rispetto a due direttrici principali: la gestione delle persone all'interno del gruppo di lavoro e la gestione organizzativa di progetti complessi all'interno dell'azienda. Per affrontarli con efficacia, il capo progetto deve attivare relazioni adatte con il management (sponsor dell'iniziativa), il cliente e con gli utenti, gestire il budget e gli aspetti qualitativi, la dimensione multi progetto, l'insieme delle problematiche contrattuali e, in ultimo, adottare soluzioni organizzative che si integrino nelle strutture dell'organizzazione permanente.

**Il corso, in linea con gli standard di Project Management sviluppati dal Project Management Institute (PMI), fornisce le competenze di base necessarie per sostenere l'esame di certificazione PMP e CAPM.**

### Agenda (3+2 giorni)

#### Parte I (3 giorni)



#### Processi, programmi e progetti.

##### Il project management:

- logiche e strumenti
- i ruoli e la motivazione nella gestione dei progetti
- il ciclo di vita dei progetti
- il sistema degli stakeholder e la sua gestione.

##### Il ciclo di vita del progetto ICT e del prodotto ICT.

##### L' avvio del progetto ICT - definizione degli obiettivi e redazione del Project Charter.

##### La pianificazione del progetto ICT:

- la scomposizione del progetto (WBS) e la matrice di assegnazione delle responsabilità (RAM)
- la preparazione del reticolo di progetto: attività, legami e durate
- la Pianificazione del progetto in termini di tempi, risorse e costi
- la Baseline di progetto.

##### L' esecuzione ed il controllo del progetto ICT.

- gli aggiornamenti e la consuntivazione del progetto: come rilevare gli avanzamenti
- previsioni, stime a finire e analisi degli scostamenti (tecnica dell'Earned Value)
- il documento di avanzamento (SAL).

##### La chiusura del progetto ICT.

#### Parte II (2 giorni)

##### La gestione del gruppo di progetto:

- il funzionamento del gruppo di progetto
- la gestione delle riunioni
- i ruoli nel gruppo di progetto: capo progetto, specialisti, rappresentanti cliente, terze parti
- le decisioni nel gruppo di progetto: decision checking, decision making, decision taking, decision acting
- le tecniche di problem solving.

##### La negoziazione nel gruppo di progetto.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti sono in grado di:

- applicare metodologie e tecniche relative all'avvio, la pianificazione, l'esecuzione, il controllo e la chiusura dei progetti
- leggere i fenomeni legati ai gruppi di progetto per migliorare la loro capacità di gestione.

### Destinatari

Project Manager e Professional che operano su progetti ICT.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Project Management Professional : Certificazione PMP/PMI®

Il percorso, rivolto a figure con una consolidata esperienza lavorativa nella gestione dei progetti, fornisce le conoscenze necessarie ad affrontare l'esame per l'acquisizione della credenziale PMP®.

L'intervento si articola in una serie di attività da svolgere sia in aula sia fuori, supportato da risorse e servizi prima, durante e dopo il corso, secondo un modello che ha dato negli anni un alto tasso di successo nel superamento degli esami.

Nello specifico l'intervento propone:

- lezioni in aula in cui vengono spiegati i processi della Guida al PMBOK® e tutti gli argomenti ricorrenti all'esame PMP/PMI®
- accesso all'applicazione web PMTest (www.pmttest.it) per verificare via web l'apprendimento, eseguendo test specifici e simulazioni d'esame
- consulenza sulla redazione della domanda all'esame PMP® e su tutto l'iter previsto dal PMI®.

Sono affrontati anche aspetti non direttamente trattati nel PMBOK®, come il Codice di condotta Etica e Professionale o tecniche di schedulazione dei progetti non tradizionali, che pure sono ricorrenti nelle domande d'esame. A tal riguardo, sono previsti approfondimenti tratti dalla letteratura specializzata suggerita dal PMI®.

Il corso è tenuto da docenti certificati PMP®, con decennale esperienza nel settore del Project Management sia come consulenti su progetti sia come formatori.

***Al termine del corso i partecipanti acquisiscono le conoscenze fondamentali per superare l'esame di certificazione professionale PMP®.***

### Agenda (8 giorni: 2+2+2 giorni + 1+ 1 giorno di simulazione d'esame)



#### Modulo 1 (2 giorni):

- Introduzione alla Guida al PMBOK®
- Ciclo di vita e organizzazione
- Standard dei processi
- Code of Ethics and Professional Conduct
- Project Integration Management
- Project Scope Management
- Project Time Management.

#### Modulo 2 (2 giorni):

- Project Cost Management
- Project Quality Management
- Project Human Resource Management.

#### Modulo 3 (2 giorni):

- Project Communications Management
- Project Risk Management
- Project Procurement Management.

#### Modulo 4 (1 giorno):

- Simulazione d'esame
- Commento degli errori.

#### Modulo 5 (1 giorno):

- Simulazione d'esame
- Commento degli errori.

## Project Management Professional : Certificazione PMP/PMI®

### Obiettivi

Acquisire le conoscenze fondamentali per gestire progetti/programmi.

### Destinatari

Project Manager che vogliono certificarsi.

### Prerequisiti

Conoscenze di base relative alle metodologie di pianificazione e controllo di progetto.

Ai candidati all'esame PMP® è richiesto il possesso di un'adeguata esperienza gestionale in tema di project management. In particolare:

- i laureati devono possedere almeno 4.500 ore di esperienza realizzata in almeno 3 anni e non oltre i 6 anni antecedenti la domanda d'esame
- i diplomati devono possedere almeno 7.500 ore di esperienza realizzata in almeno 5 anni e non oltre gli 8 anni antecedenti la domanda d'esame.

### Personal Training Kit

Ad ogni partecipante verrà rilasciata la seguente documentazione:

- *Libro*: Standard internazionale di project management. Guida alle credenziali CAPM®/PMP® e standard di gestione dei progetti complessi
- *Manuale*: raccolta del materiale utilizzato dal docente in aula
- *Consigli e promemoria*: breve elenco di consigli pratici da attuare per svolgere al meglio l'esame ed elenco di formule, concetti, dati quantitativi e quanto altro necessario da memorizzare per l'esame
- *Supporti per la redazione alla domanda d'esame*: all'avvio del corso saranno consegnati strumenti informatici (file MS Excel) e istruzioni per redigere velocemente l'application form PMI®
- *Accesso all'applicazione PMTest*: quasi 2000 domande disponibili per test e simulazioni d'esame.



## La gestione dei rischi e delle opportunità di progetto

La valutazione e la gestione del rischio è parte integrante delle attività di gestione di un progetto e del suo piano: la funzione di presidio dei rischi rappresenta una componente essenziale dell'attività di gestione complessiva e, proprio per questo motivo, non può essere demandata all'estro, alla fantasia, alla buona volontà del singolo Project Manager, ma, al contrario, necessita di un approccio sistematico, che ne assicuri la corretta impostazione, e formalizzato da apposite procedure aziendali che ne garantiscano i corretti canoni di applicazione.

Il ricorso a tecniche e metodologie consolidate e applicate uniformemente da tutte le strutture organizzative aziendali coinvolte, rappresenta una condizione assolutamente necessaria affinché gli sforzi profusi in fase realizzativa si traducano nell'ottenimento di reali vantaggi sul piano della gestione integrata del progetto.

### Agenda (3 giorni)

#### Il rischio di progetto:

- definizione di rischio
- tipologia, natura e origine dei rischi
- processo tecnico di presidio del rischio.

#### La fase di identificazione:

- analisi della sensitività
- clausole revisione prezzi
- analisi serie storiche
- valore atteso
- analisi del Trend.

#### La fase di valutazione:

- matrice di esposizione
- soglia di attenzione
- teoria delle decisioni
- Expected Monetary Value
- Decision Trees
- tecniche di simulazione
- Expert Judgements
- scala delle priorità.

#### Esercitazione.

#### La fase di pianificazione:

- processo di realizzazione del rischio
- pianificazione iniziale
- il "Risk Plan".

#### La fase di controllo:

- Check in Progress
- presidio dei rischi
- aggiornamento del Risk Plan.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di acquisire:

- la corretta modalità di approccio al processo di gestione dei rischi di progetto
- le metodologie più efficaci per individuare, dimensionare e pianificare i rischi
- le tecniche di supporto da impiegare nelle fasi operative di presidio del rischio.

### Destinatari

Manager e Professional che vogliono approfondire le conoscenze sulle tecniche del Risk management.

### Prerequisiti

Conoscenze di base relative alle metodologie di pianificazione e controllo di progetto.



## Le capacità manageriali del project manager

Coordinare team di progetto richiede capacità manageriali in quanto il Project Manager si trova a gestire, senza avere l'autorità gerarchica, persone di diverse funzioni, unità o professionalità. Il corso consente di ancorare le competenze del proprio ruolo a specifiche soft skills manageriali, sviluppando la leadership necessaria alla creazione e gestione del proprio team di progetto.

### Agenda (3 giorni)

#### Gruppo e gruppo di lavoro:

- ruoli chiave
- organizzare il lavoro
- il processo decisionale del team.

#### Guidare il team di progetto:

- incoraggiare la partecipazione e la cooperazione
- le regole di comunicazione
- motivare le persone per ottenere il massimo da ognuno
- coniugare gli obiettivi di progetto agli obiettivi individuali.

#### Il processo di delega:

- gestire il team attraverso la competenza e la fiducia.

#### Esercitare la propria leadership nel team:

- basi della leadership
- creare consenso
- saper costruire sulle differenze culturali, professionali e metodologiche.

#### Negoziare efficacemente:

- psicologia ed etica della negoziazione
- tipi di negoziazione
- capacità relazionali e strategiche
- gestire i conflitti.

### Obiettivi

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- gestire persone eterogenee
- gestire le situazioni conflittuali
- motivare e coinvolgere i membri del team verso l'obiettivo comune
- ottenere il massimo dalle potenzialità del gruppo
- gestire le riunioni di progetto
- negoziare per ottenere mezzi e risorse.

### Destinatari

Project manager che vogliono migliorare la sfera manageriale del proprio profilo.

### Prerequisiti

Conoscenze principali di Project Management.



## IT Planning & Programming

Governare efficacemente le risorse IT (Progetti, Processi, Persone, Risultati/KPI) e stare vicino, vicinissimo.... dentro al business portando innovazione "utile".

### Agenda (2 giorni)

**Il ruolo delle tecnologie e del CIO.**

**Principi di pianificazione e programmazione. Fattori produttivi dell'IT, cicli di pianificazione, organizzazione del service development e del service delivery, modalità di programmazione delle attività. Paradigmi del project, program e process management.**

**Demand Management e governo degli investimenti tecnologici (portfolio applicativo, parco hw e sw).**

**L'IT come driver dell'innovazione e del controllo costi.**

**Scenari organizzativi e implicazioni sulla pianificazione e programmazione.**

**KPI e metriche.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- definire il proprio "ecosistema IT" in termini di risorse, processi, risultati, kpi
- spiegare i processi di Pianificazione annuale e Programmazione mensile o trimestrale di attività, risorse (headcount, vendor, opex, capex)
- identificare le esigenze di processi e tools per il governo dell'IT e per il rilevamento della domanda di servizi e applicazioni in modo che la tecnologia supporti o addirittura guidi il business nell'individuare le migliori opportunità
- discutere diversi scenari organizzativi e definire il fabbisogno di competenze
- individuare i KPI più utili in relazione agli indirizzi strategici aziendali
- spiegare cosa favorisce / ostacola l'innovazione organizzativa e sui servizi.

### Destinatari

CIO, PMO, Project Manager area IT, Controller IT, IT Architect.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Agile Project Management

Il corso descrive le metodologie per un approccio Agile nella gestione dei progetti, tenendo in considerazione che la gestione deve esaltare la massimizzazione del valore rilasciato in tempi rapidi, la comprensione delle necessità degli stakeholder coinvolti, il coinvolgimento, l'empowerment e la collaborazione del team.

### Agenda (2 giorni)



**Traditional waterfall projects – SDLC.**  
**Agile manifesto: valori e principi.**  
**Scrum: pilastri, eventi/pratiche, Artefatti, ruoli.**  
**XP: i valori.**  
**Project justification / selection (BCR, payback, NPV, IRR).**  
**Chartering.**  
**Customer-Valued prioritization.**  
**Relative prioritization.**  
**Product roadmap/Story map (Backbone, Walking skeleton).**  
**Risk-adjusted backlog.**  
**Agile contracting.**  
**Task and Kanban board.**  
**Incremental delivery (COC and Plain vanilla version).**  
**Feedback techniques: Prototypes, simulation, demonstrations (IKIWISI).**  
**Cumulative Flow Diagram CFD - Little's law.**  
**Risk burndown chart.**  
**Wireframes.**  
**Story o User story e Backlog.**  
**INVEST criteria e gerarchia dei requisiti.**  
**Information radiators (Visual controls; Information refrigerator).**  
**Burn-down/up chart.**  
**Velocity.**  
**Active listening.**  
**Conflict resolution.**  
**Managership vs Leadership.**  
**Servant leadership model.**  
**Adaptive (situational) leadership: team building phases.**  
**Daily stand-up meeting / Team Space.**  
**Co-located teams (osmotic communication, tacit knowledge, caves and common).**  
**Distributed teams.**  
**Timeboxing.**  
**Progressive elaboration: rolling wave planning.**  
**Minimally Marketable Feature (MMF).**  
**Estimation (Wideband Delphi, Planning poker, Ideal time).**  
**Relative sizing / Story points (Baseline story, Fibonacci).**  
**Affinity estimating (triangulation).**  
**Release/Iteration planning.**

## Agile Project Management

**Cycle time, WIP, Throughput.**

**Escaped defects.**

**Continuous integration.**

**Risk-based spike (fast failure, sunk cost).**

**Retrospective.**

### **Obiettivi**

Fornire le metodologie per una gestione del team di progetto che sia adattiva, iterativa e incrementale, basata su differenti livelli di pianificazione, il monitoraggio e la risoluzione dei rischi, il continuous improvement.

### **Destinatari**

Project Manager e Professional che operano su progetti.

### **Prerequisiti**

Nessuno.



## Il settore ICT&M nel contesto economico e di mercato

Il settore ICT ha avuto negli ultimi trent'anni un'evoluzione talmente rapida e tumultuosa da rendere difficile oggi definire esattamente quali attività industriali possono essere considerate come ICT e come debbano essere posizionate nel settore, considerando i diversi stadi della sua filiera. Il fenomeno della convergenza ha letteralmente rimodellato il mercato, definendo nuovi scenari competitivi e sviluppando nuove dinamiche nei modelli di consumo. A ciò va aggiunta l'impressionante diffusione del fenomeno dei social network, che stanno entrando sempre più profondamente nelle dinamiche di business. Tutto ciò fa sì che sia necessaria una sempre maggiore disponibilità di banda per le reti di nuova generazione, destinate a soddisfare le esigenze dei nuovi modelli di consumo.

Il seminario offre una panoramica dei problemi e delle prospettive aperte nello scenario di mercato e di business nel settore ICT, e propone chiavi di lettura per interpretarne la complessità e valutare il ruolo strategico degli attori principali coinvolti.

### Agenda (2 giorni)

#### Lo scenario della convergenza:

- la convergenza delle reti
- la convergenza dei mercati
- gli scenari della convergenza
- la banda larga.

#### Il mercato ed i suoi attori:

- dimensioni del mercato ICT
- segmentazione del mercato ICT
- ICT Value Chain.

#### Modelli di consumo:

- stili di vita e stili di consumo
- standard tecnologici
- open innovation
- i social network
- Web 2.0. ed evoluzioni.

#### Modelli di business:

- i modelli dei *carrier* delle TLC
- i modelli Internet e IT
- i modelli TV e media
- Triple Play Services e evoluzioni verso il 4Play.

#### Fattori strategici e regolatori:

- mutamenti nella *policy* di regolazione delle TLC
- l'accesso a banda larga nella *vision* della comunità europea.

### Obiettivi

Illustrare lo scenario economico del business dell'ICT&M, con riferimento alle dinamiche di mercato e all'evoluzione dei modelli di business nel contesto europeo e nazionale.

### Destinatari

Manager e Professional ICT.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Scenari di mercato delle telecomunicazioni

La dinamica dei mercati dell'Information & Communication Technology presenta una continua evoluzione sia nelle strategie degli operatori dei vari settori, sia nelle tecnologie che abilitano a servizi innovativi. Ci sono poi delle discontinuità tecnologiche che inducono cambiamenti significativi in tutti i settori connessi. Lo scopo del corso è fornire una visione integrata tecnico-economica del mondo dell'ICT, evidenziando le forti correlazioni che vi sono fra i vari settori, in particolare le telecomunicazioni, il mondo dei media e quello dell'Information Technology.

### Agenda (2 giorni)

#### **Evoluzione dei servizi di TLC:**

- convergenza TLC-media
- Voice over IP
- il modello 3Play ed evoluzione verso il 4Play.

#### **Evoluzione delle tecnologie di rete verso la larga banda:**

- evoluzione delle tecnologie per accesso fisso ultraveloce
- evoluzione delle tecnologie per la mobilità
- convergenza fisso-mobile
- la banda larga e il digital divide: il caso italiano.

#### **Il mercato delle TLC:**

- panoramica internazionale
- il mercato in Italia.

#### **Il mondo dei media:**

- il digitale terrestre
- la TV via satellite
- dinamiche di mercato.

#### **Il mercato dei servizi IT:**

- i nuovi servizi IT per le aziende
- Cloud computing
- ASP
- le nuove frontiere del Web.

#### **Il ruolo delle reti di nuova generazione (Next Generation Networks) nella convergenza delle reti e dei servizi.**

### Obiettivi

Fornire una panoramica completa delle tendenze tecnologiche e di mercato del mondo ICT.

### Destinatari

Manager e Professional ICT.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Il Mobile Marketing

Il cellulare rappresenta il mezzo di comunicazione che ha registrato gli indici di crescita più consistenti sia in termini di utenze attive, sia dal punto di vista dei servizi utilizzati. La convergenza digitale tra i device e le reti di comunicazione configura la telefonia mobile come il settore potenzialmente di maggiore sviluppo in un'ottica di comunicazione multicanale. In questo quadro tecnologico le aziende sono chiamate a prestare un'attenzione sempre più crescente al cellulare come nuovo strumento di Marketing Communication e Advertising. Nuove strategie di comunicazione e di pubblicità stanno caratterizzando il mercato della telefonia mobile; resta in ogni caso da valutare il livello di efficacia e di successo di tali strategie innovative nel Marketing Mix delle aziende, unitamente alle opportunità e ai rischi sottesi.

Il seminario presenta una panoramica sul mercato del Mobile Marketing, con riferimento alle strategie, alle tecniche e agli strumenti più utilizzati dalle aziende italiane e del mercato internazionale; fornisce le chiavi di lettura per valutare le opportunità, i rischi e gli ostacoli della comunicazione aziendale attraverso la telefonia mobile.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario della telefonia mobile:

- le generazioni di telefonia cellulare: dall'analogico al digitale always on
- l'evoluzione dei servizi di telefonia mobile
- convergenza Cellulare-PC e Internet Mobile
- i dati sul mercato della telefonia cellulare e dei servizi mobile utilizzati.

#### Il Mobile Marketing:

- il cellulare come strumento di Marketing Communication
- il Piano di Mobile Marketing: obiettivi, target e prodotti
- le opportunità del Mobile Marketing per le aziende
- i rischi del Mobile Marketing per le aziende.

#### Le strategie di Mobile Marketing:

- Mobile Corporate Communication
- Mobile Advertising
- Mobile Promotion.

#### Gli strumenti di Mobile Marketing:

- le strategie multicanali: Cellulare, Internet e TV Digitale
- Display Advertising
- SMS e MMS Advertising
- Bluetooth Marketing
- Advergames on the Mobile Phone.

#### Il mercato del Mobile Marketing:

- il livello di maturità delle imprese italiane
- i dati sui settori di mercato più attivi nel Mobile Marketing
- le prospettive evolutive.

### Obiettivi

Presentare le evoluzioni del settore della telefonia mobile dal punto di vista delle aziende e della comunicazione di marketing e pubblicitaria, con riferimento ai punti di forza e ai punti di debolezza delle strategie di Mobile marketing.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Web 2.0 & Social Networking: scenari e impatti

Lo sviluppo delle tecnologie digitali e dei new media, Internet in testa, ha modificato in tempi rapidi e in modo incisivo le modalità di intendere e gestire sia le logiche di comunicazione e di interazione, sia i processi di costruzione e condivisione della conoscenza. Le tecnologie telematiche sono entrate pervasivamente nella nostra quotidianità, contribuendo a modificare significativamente la struttura della società. Se nella seconda metà degli anni Novanta il Web ha mostrato le sue potenzialità mediatiche e comunicazionali, più di recente lo sviluppo del Web 2.0 e il consolidamento di applicazioni come i Social Network hanno registrato forti ripercussioni in tutti i settori della vita sociale, intervenendo sulle dinamiche relazionali e impattando sui processi di costruzione e di condivisione di saperi e conoscenze. Il seminario analizza il fenomeno del Web 2.0, con riferimento ad aspetti tecnologici e modelli di servizio; sulla base di tale analisi, passa in rassegna gli impatti del Social Networking sui processi di comunicazione, di interazione e di condivisione di conoscenza.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario del Web:

- dalla nascita del www al Web 2.0
- definizione di Web 2.0
- User Generated Content
- decentralizzazione e Long Tail.

#### Gli strumenti e le tecnologie del Web 2.0:

- Blog
- Wiki
- Social Network
- Podcasting e Vodcasting
- Tagging, Folksonomie e Social Bookmarking
- XML e AJAX.

#### I modelli di servizio del Web 2.0:

- i design pattern: differenze tra Web 1.0 e Web 2.0
- il Web come piattaforma
- l'architettura partecipativa
- Mashup.

#### I Social Network Site:

- definizione di Social Network
- l'architettura delle reti sociali
- sei gradi di separazione
- Social Network Analysis
- le tipologie di Social Network.

#### I nuovi modelli di interazione e conoscenza delle reti sociali:

- dalle reti di interazione ai processi di relazione
- dalla condivisione di informazioni alla costruzione condivisa di conoscenza
- i punti di forza delle reti sociali
- i punti di debolezza delle reti sociali.

### Obiettivi

Presentare gli impatti che le applicazioni di Web 2.0 e di Social Networking registrano sulle modalità di comunicazione e di interazione tra gli individui e sui processi di costruzione e condivisione di conoscenza.

### Destinatari

Imprenditori e quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Enterprise 2.0: applicazioni, modelli e scenari di mercato

Nel corso degli ultimi anni il mondo delle imprese è stato gradualmente investito da un processo di trasformazione legato all'introduzione di strumenti e logiche proprie del Web 2.0 all'interno delle organizzazioni. Tale fenomeno, che sembra suggerire brillanti risvolti - ma che, nel contempo, ha trovato non pochi ostacoli nella sua piena concezione - ha preso il nome di Enterprise 2.0. Se da una parte appare lunga e complessa la strada verso un completo rinnovamento delle aziende, basate su paradigmi più vicini alle logiche dei sistemi sociali in rete, dall'altra, la facilità di utilizzo e di implementazione che caratterizzano queste tecnologie stanno rapidamente determinando l'ingresso di nuove modalità di collaborazione e partecipazione in azienda; modalità che tuttavia si scontrano con le logiche classiche e consolidate di competitività ed efficienza, da sempre adottate all'interno dei sistemi organizzativi d'impresa.

Il seminario fornisce una panoramica dei modelli e delle applicazioni di Enterprise 2.0, focalizza l'attenzione sugli scenari di mercato, sulle prospettive aperte e offre chiavi di lettura per valutare le potenzialità e le criticità del fenomeno.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario del Web 2.0:

- l'evoluzione dal Web al Web 2.0
- gli strumenti e le applicazioni del Web 2.0
- le tecnologie e i linguaggi del Web 2.0.

#### Lo scenario dell'Enterprise 2.0:

- definizione di Enterprise 2.0
- i Social Software e le tecnologie
- i modelli di servizio: SaaS e Mashup.

#### Gli strumenti dell' Enterprise 2.0:

- il modello SLATES
- il modello FLATNESSES
- Blog
- Crowdsourcing, Wiki e piattaforme di collaborazione
- Tag, Feed RSS e Social Bookmarking
- Social Network.

#### L'Enterprise 2.0 in azienda:

- differenze tra Enterprise 1.0 ed Enterprise 2.0
- gli approcci di adozione: Open, Adaptive e Social Enterprise
- la gestione del cambiamento organizzativo in azienda
- l'evoluzione del sistema informativo aziendale
- le opportunità per le aziende
- i rischi per le aziende.

#### Il mercato dell'Enterprise 2.0:

- la diffusione dell'Enterprise 2.0 in Italia
- gli strumenti di Enterprise 2.0 delle aziende italiane
- gli ostacoli e le barriere alla diffusione dell'Enterprise 2.0
- gli scenari futuri e le prospettive evolutive.

### Obiettivi

Indagare sul fenomeno dell'Enterprise 2.0, con attenzione ai modelli e agli strumenti più utilizzati, agli impatti sulle aziende - dal punto di vista organizzativo e tecnologico - e ai possibili scenari di mercato.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione. Imprenditori.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Cloud Oriented

Il Cloud Computing rappresenta la più importante transizione nel settore IT dopo l'avvento di Internet. Con il Cloud Computing l'infrastruttura IT diventa un servizio a consumo, come l'elettricità. In questo nuovo paradigma le risorse interne all'azienda saranno dedicate solo alla progettazione, realizzazione e gestione delle applicazioni strategiche. L'infrastruttura si adatterà in tempo reale ai consumi effettivi, non ci saranno più risorse inutilizzate. La ripartizione dei costi fra gli utilizzatori effettivi sarà implicita nel modello e disponibile da subito.

L'unica cosa che ci separa da questo nuovo paradigma ideale e altamente efficiente sono le competenze necessarie per progettare, realizzare e gestire sistemi che traggano il massimo vantaggio dal nuovo paradigma.

Il corso offre gli strumenti per orientarsi nel Cloud Computing in questo importante momento di transizione e per adottare da subito le "best practices" nella progettazione, realizzazione e gestione delle infrastrutture in ambiente Cloud.

### Agenda (1 giorno)

#### Il Cloud Computing è arrivato e funziona:

- i maggiori fornitori a livello mondiale: Amazon, Rackspace, Google, Softlayer, Windows Azure
- elementi in comune e aspetti unici delle offerte
- case history: gli esempi di eccellenza: Netflix: migliaia di server, NASA: picchi realtime.

#### Dal Datacenter al Cloud Computing:

- stack per nuvole private: CloudStack, Eucalyptus, OpenStack
- scenari ibridi privato-pubblico
- scenari ibridi pubblico-pubblico
- transizioni fra gli scenari
- case History: Zynga da Datacenter a Public Cloud a Private Cloud specializzata.

#### Progettare e gestire l'infrastruttura:

- disegno e implementazione: gli approcci Image Bundle e Server Template a confronto
- livelli di astrazione degli elementi di base e servizi specializzati
- gestione e orchestrazione: Chef, Puppet, CloudFlow
- case Study: esempio di architettura 3 tier con Disaster Recovery.

#### Aspetti economici:

- Cloud Computing: l'IT come utility
- elementi che determinano i costi
- il mercato delle istanze spot
- le istanze riservate e l'aftermarket
- Case History: PlanForCloud.

### Obiettivi

Formare nuove competenze in grado di progettare, implementare e gestire un sistema in ambiente Cloud Computing.

### Destinatari

Responsabili di sistemi informativi, progettisti.

### Prerequisiti

Conoscenza di base su System Administration, Networking.



## On-line Marketing: le nuove modalità del marketing in rete

Lo sviluppo di Internet ha attraversato e ridefinito tutte le forme di comunicazione e informazione più classiche e consolidate; inoltre, grazie allo sviluppo di applicazioni più recenti e all'incremento di utenti e finalità di utilizzo, ha pervaso tutti i settori della vita sociale e professionale, con profonde implicazioni socio-economiche. Il Web, in particolare, ha fin da subito messo in rilievo rinnovate possibilità e opportunità per il commercio e l'economia in generale, ma soprattutto per il marketing e le sue leve. Oggi il Web si configura come nuovo supporto digitale in grado di modificare, influenzare e migliorare politiche aziendali tradizionali e strategie di marketing consolidate. Per le aziende diventa indispensabile rileggere le politiche di comunicazione aziendale e di marketing alla luce dell'evoluzione del Web e soprattutto della sua versione 2.0.

Il seminario indaga sul percorso evolutivo del marketing nell'era del Web e del Web 2.0 - con riferimento alle nuove strategie e ai nuovi strumenti di comunicazione - e fornisce spunti di riflessione per valutarne le opportunità, le criticità e le prospettive di sviluppo all'interno delle aziende.

### Agenda (2 giorni)

#### Lo scenario evolutivo del marketing:

- dal Marketing orientato al prodotto al Consumer Driven Marketing
- il Piano di Marketing e il Marketing Mix tradizionale
- On-line Driven Marketing.

#### Il Marketing On-line nel Web 1.0:

- differenze tra On-line Marketing e Marketing tradizionale
- direct E-mail Marketing
- Permission Marketing
- SEM - Search Engine Marketing
- Keyword Advertising.

#### Il Marketing On-line nel Web 2.0:

- differenze tra On-line Marketing 1.0 e 2.0
- il Piano di Web 2.0 Marketing
- il Web 2.0 Marketing Mix.

#### Le nuove strategie di On-line Marketing:

- Viral Marketing e Word of Mouse
- Guerrilla Marketing
- Community Marketing.

#### I nuovi strumenti di Marketing On-line:

- Corporate Blog
- Corporate Social Network Site
- Wiki Marketing
- Corporate Podcasting
- Widget Marketing.

#### Il mercato e le prospettive aperte:

- la diffusione delle politiche di On-line Marketing in Italia
- gli strumenti e le strategie di On-line Marketing più diffusi nelle aziende italiane
- le opportunità del Web Marketing per le aziende
- le criticità del Web Marketing per le aziende.

### Obiettivi

Analizzare lo scenario del Marketing On-line - dal punto di vista delle strategie e dei rinnovati strumenti del Web e del Web 2.0 - e riflettere su possibili opportunità, criticità e prospettive evolutive.

### Destinatari

Responsabili nelle PMI. Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari

Negli ultimi anni il mercato è stato caratterizzato dallo sviluppo di rinnovate modalità di consumo - sempre più personalizzate e complesse da intercettare - e dal consolidamento di nuovi canali di comunicazione e interazione on line tra gli utenti-consumatori. Tali sviluppi hanno condotto le aziende a ripensare concretamente le politiche di comunicazione e di interazione con i propri clienti. Nell'era del Web 2.0 le aziende sono chiamate ad abbandonare gli approcci di mass marketing, sviluppando invece strategie e iniziative di marketing relazionale e one-to-one. In questo scenario, sempre più aziende ricorrono ad applicazioni, strumenti e strategie di CRM - Customer Relationship Management - per gestire le relazioni con i clienti attuali e potenziali e fidelizzarli.

Il seminario indaga sullo scenario del CRM in azienda, a partire dalle soluzioni tecniche adottate e dai possibili modelli di utilizzo, per analizzarne e valutarne le prospettive aperte e gli scenari evolutivi, dal punto di vista dei nuovi strumenti, delle opportunità e degli ostacoli in azienda.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario della relazione con il cliente:

- dal mass marketing al one-to-one marketing
- la gestione e la conoscenza del cliente
- l'approccio integrato e relazionale con il cliente.

#### Il CRM in azienda:

- definizione di CRM
- gli obiettivi delle strategie di CRM
- le tappe evolutive del CRM in azienda
- le fasi di sviluppo di una strategia di CRM
- le tecnologie di CRM.

#### L'architettura, gli strumenti e le applicazioni del CRM in azienda:

- il CRM Operativo: strumenti di customer service, sales e marketing automation
- il CRM Analitico: strumenti di integrazione dei dati
- l'hrm.

#### I nuovi strumenti del CRM:

- il CRM Collaborativo: strumenti di contact center e piattaforme multicanali
- e-CRM: applicazioni e strumenti Web based
- e-HRM: strumenti di recruiting, performance management e career on line.

#### Lo scenario del CRM aziendale:

- il mercato del CRM e dell'HRM in Italia
- le esperienze nazionali e internazionali di CRM e di HRM aziendale
- le opportunità del CRM e dell'HRM aziendale
- gli ostacoli al CRM e all'HRM in azienda
- gli scenari futuri.

### Obiettivi

Illustrare le strategie, le modalità e le soluzioni tecniche di CRM a disposizione delle aziende per gestire le relazioni con i clienti e fidelizzarli, con attenzione agli scenari futuri e alle possibili prospettive di mercato.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area CRM; Marketing e Comunicazione.  
Responsabili nelle PMI.

### Prerequisiti

Nessuno.



## SEM: Search Engine Marketing. Come ottenere visibilità in rete

I motori di ricerca on line rappresentano lo strumento di Web Marketing e di On-line Advertising che ha fatto registrare i maggiori tassi di crescita negli ultimi anni. Le campagne di SEM - Search Engine Marketing - acquistano uno spazio sempre più consistente nelle strategie di marketing communication e di pubblicità on line delle aziende, del panorama nazionale e internazionale, che operano in tutti i settori di mercato. Di pari passo con l'evoluzione del Web e lo sviluppo dei Search Engine, le strategie di SEO - Search Engine Optimization - e di PPC - Pay-per-Click o Keyword Advertising - registrano livelli di attenzione sempre più crescenti sul mercato e il mondo del Search Engine Marketing sta mutando profondamente verso il paradigma del "Social Search". A fronte di una progressiva affermazione tra le aziende, resta in ogni caso da valutare il livello di successo e il ritorno degli investimenti delle campagne di SEM.

Il seminario si propone di analizzare le strategie e le tecniche più utilizzate dalle aziende per ottenere visibilità on line, a partire dai motori di ricerca; sulla base di tale traccia tecnica, si indaga sui potenziali vantaggi e i possibili rischi delle politiche di Search Engine Marketing.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario dei motori di ricerca:

- la ricerca di informazioni on line: Search Engine e Directory
- il funzionamento dei motori di ricerca: Spider, Link Popularity e Page Rank
- i dati sul traffico generato dai motori di ricerca
- i motori di ricerca come strumenti di marketing.

#### Il SEM - Search Engine Marketing:

- definizione di SEM
- il Piano di SEM e il Search Engine Marketing Mix
- le strategie di branding sui motori di ricerca: Ottimizzazione e Keyword Advertising
- misurare l'efficacia e l'efficienza di un Piano di SEM: Brand Awareness e ROI.

#### Il SEM nell'era dei social network: prospettive evolutive e scenari:

- punti di contatto tra SEM e Social Media; l'advertising on-line nei social media
- il content Marketing; integrare il SEM con i Social Media.

#### Le strategie di SEM per ottenere visibilità on line: SEO - Search Engine Optimization:

- definizione di SEO; le fasi di pianificazione del SEO
- posizionamento sui motori di ricerca; indicizzazione sui motori di ricerca
- verifica e aggiornamento dell'Indicizzazione
- misurazione dei risultati; vantaggi e criticità delle iniziative di SEO.

#### Le strategie di SEM per ottenere visibilità on line: PPC - Pay-per-Click Advertising:

- definizione di PPC o Keyword Advertising
- le fasi di una campagna di PPC
- le strategie di Keyword Advertising; misurazione dei risultati
- vantaggi e criticità delle campagne di Keyword Advertising.

#### Il SEM in azienda:

- la diffusione delle strategie di SEM in Italia
- il livello degli investimenti in SEM delle aziende italiane
- le esperienze di successo di SEO e PPC tra le aziende nazionali e internazionali
- scenari futuri del Search Engine Marketing.

### Obiettivi

Illustrare le opportunità e le criticità delle campagne di Search Engine Marketing delle aziende - dal punto di vista della visibilità di brand e del ritorno degli investimenti - e le prospettive aperte nel mercato on line.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione. Responsabili nelle PMI.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Il Podcasting aziendale: modelli, opportunità e scenari evolutivi

La progressiva digitalizzazione degli strumenti di comunicazione e di informazione più classici - la radio e la TV in testa - ha aperto nuovi scenari per le aziende che operano in tutti i settori di mercato. Il rapido sviluppo del Web e delle sue applicazioni multimediali e interattive - in particolare di quelle 2.0 - inoltre, ha creato rinnovate opportunità per le aziende, dal punto di vista delle strategie di comunicazione, sia all'interno che all'esterno del contesto aziendale. In questo scenario si inserisce il Podcasting, sistema che permette di creare e fruire materiali multimediali o podcast direttamente on line, tramite appositi client e aggregatori, con facilità e immediatezza. Si tratta della nuova frontiera della comunicazione on line che si sta affermando rapidamente all'interno delle aziende e che offre rinnovate opportunità alle strategie di marketing, di advertising e di internal communication. Il seminario indaga sullo scenario del Corporate Podcasting, con uno sguardo focalizzato sui modelli di utilizzo in azienda, sulle nuove strategie di comunicazione interna ed esterna basate sul Podcasting e sulle prospettive di mercato.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario del Web 2.0:

- l'evoluzione dal Web 1.0 al Web 2.0
- definizione di Web 2.0
- le tecnologie e gli strumenti di Web 2.0
- il Web 2.0 in azienda.

#### Il Podcast: tecnologie e applicazioni:

- definizione di Podcast
- la tecnologia: XML
- il funzionamento: MP3, Syndication e Feed RSS
- differenze tra Podcasting e Streaming
- ascoltare un Podcasting
- creare, distribuire e gestire un Podcasting.

#### Il Podcasting in azienda:

- le strategie di Podcasting
- le tipologie di Podcasting aziendale
- le opportunità del Podcasting in azienda
- i rischi del Podcasting in azienda.

#### Il Corporate Podcasting come:

- strumento di Marketing
- strumento di pubblicità: Advertising Podcasting
- come strumento di comunicazione con gli stakeholders
- come strumento di Knowledge Management
- VAS.

#### Il mercato del Podcasting aziendale:

- la diffusione del Corporate Podcasting in Italia
- le esperienze nazionali e internazionali di Corporate Podcasting
- gli scenari futuri.

### Obiettivi

Illustrare le opportunità delle nuove strategie di comunicazione aziendale Podcasting based - con riferimento al marketing, alla pubblicità e alla internal communication - e valutare i possibili scenari di mercato.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.  
Responsabili nelle PMI.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Open Innovation e Crowdsourcing: modelli, esperienze, opportunità e criticità

Lo sviluppo del Web 2.0 ha riconfigurato le logiche e le dinamiche di comunicazione del “vecchio Web”, mettendo al centro della rete gli utenti, sempre più attivi e interattivi. Relazione, partecipazione e collaborazione rappresentano i nuovi principi del Web 2.0; mentre User Generated Content, Open Source e Intelligenza Collettiva si configurano come le dinamiche del Nuovo Web, sempre più decentralizzato. In questo contesto, le aziende si avvicinano con sempre maggiore decisione al Web 2.0 e ai suoi principi, riconfigurano le proprie strategie di comunicazione, ridefiniscono concretamente struttura e organizzazione interna e mettono gli utenti al centro delle proprie politiche operative. La direzione è quella dell'impresa aperta, dell'Open Innovation e delle strategie di Crowdsourcing: la rete è utilizzata dalle aziende come fonte di talenti e di innovazione, come bacino di reclutamento di potenziali collaboratori esterni per sviluppare e realizzare progetti innovativi, attraverso la partecipazione e la collaborazione degli utenti. Il seminario si propone di esaminare il fenomeno dell'Open Innovation e del Crowdsourcing, dal punto di vista dei modelli di utilizzo, delle esperienze concrete a livello nazionale e internazionale e delle prospettive evolutive.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario del Web 2.0:

- l'evoluzione dal Web 1.0 al Web 2.0
- User Generated Content, Long Tail e Open Source
- memetica e intelligenza collettiva.

#### L'Enterprise 2.0:

- il Web 2.0 in azienda: dall'Enterprise 1.0 all'Enterprise 2.0
- gli strumenti dell'Enterprise 2.0
- una nuova struttura aziendale: Open Network
- un nuovo modello operativo: Open Enterprise e Social Enterprise.

#### Open Innovation: applicazioni e modelli operativi:

- definizione di Open Innovation e gli ambiti di applicazione
- le strategie di Open Innovation
- Wikinomics
- Crowdsourcing.

#### Gli strumenti di Crowdsourcing:

- Community aziendali, Blog e Corporate Blog, Social Software
- piattaforme di Social Innovation.

#### I modelli di Crowdsourcing:

- Lead User e Long Tail Business
- Innovazione Collaborativa
- Toolkits for Innovation
- Innovations by Users and for Users.

#### Il mercato dell'Open Innovation:

- la diffusione del fenomeno in Italia e nel mondo
- le esperienze nazionali e internazionali di Open Innovation
- le opportunità e i rischi dell'Open Innovation
- i possibili scenari futuri.

### Obiettivi

Illustrare lo scenario evolutivo dell'Open Innovation e del Crowdsourcing, con riferimento alle opportunità e ai rischi per le aziende che si avvicinano al Nuovo Web e ai modelli di Enterprise 2.0.

### Destinatari

Responsabili e progettisti IT, responsabili pianificazione e innovazione.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Gli Advergames: opportunità, criticità e prospettive di sviluppo

Da alcuni anni le aziende del mercato nazionale e internazionale incentrano il proprio Marketing Mix su strumenti e iniziative di On-line Advertising. Si tratta di strategie di comunicazione sempre più innovative, che acquistano una valenza sempre più importante all'interno delle aziende, di pari passo con l'evoluzione del Web e la crescita esponenziale dell'utenza on line. Di recente, inoltre, il consolidamento tra gli utenti della rete di piattaforme di gaming ha stimolato le aziende a prestare sempre più attenzione a forme di advertising legate all'intrattenimento; si tratta di una leva strategica che ha portato alla nascita di nuovi strumenti come gli Advergames, che permettono alle aziende di sfruttare le opportunità offerte dagli strumenti interattivi del Web, per la creazione di un coinvolgimento diretto e bidirezionale con i consumatori attuali e potenziali.

Il seminario analizza il mercato dei Video Game Advertising, mettendone in rilievo le strategie pubblicitarie, le modalità di applicazione e le esperienze concrete nel panorama nazionale e internazionale, fornendo spunti di riflessione per valutarne opportunità e criticità.

### Agenda (1 giorno)

#### Lo scenario della comunicazione di marketing e pubblicitaria on line:

- dal Marketing tradizionale all'On-line Marketing
- le nuove strategie di marketing: Relazionale ed Esperenziale
- dal Mainstream Advertising alla pubblicità on line
- dai banner al Web 2.0 Advertising.

#### Gli Advergames:

- definizione di Advergame: Video Game Advertising
- le tappe evolutive del fenomeno
- le caratteristiche tecniche degli Advergames
- le tipologie di Advergames
- il target degli Advergames.

#### Come realizzare Advergames in azienda:

- le strategie di Advergames
- le fasi di sviluppo di un Advergame
- il monitoraggio della redemption di un Advergame
- i punti di forza degli Advergames nelle strategie di marketing
- i rischi degli Advergames come strumenti di brand advertising.

#### I modelli di distribuzione:

- gli Advergames Web based: Instant Messaging e Social Network
- gli Advergames su telefonia mobile
- Augmented Reality Games.

#### Il mercato degli Advergames:

- la diffusione del fenomeno in Italia
- le esperienze nazionali e internazionali di Advergame
- i dati sugli utenti che utilizzano Video Game Advertising
- i possibili scenari futuri.

### Obiettivi

Presentare il panorama degli Advergames, con riferimento alle opportunità e ai rischi per le aziende di realizzare forme di Video Game Advertising nell'ambito delle proprie strategie di marketing e di pubblicità.

### Destinatari

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.  
Responsabili nelle PMI.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Innovation Driving Design Thinking

Una filosofia di lavoro che porta i principi del Design nel lavoro quotidiano (funzionalità, soddisfazione, senso) combinando Gaming, Visual Thinking e approccio User Centered per risolvere problemi e progettare soluzioni.

### Agenda (2 giorni)

**Definizione e contesto del Design Thinking.**

**Principi di base: Gaming, Visual Thinking, User Centered Design.**

**Io non so disegnare: quindi?**

**Sperimentazione in gruppi: Ispirazione, Ideazione, Implementazione.**

**Project Work (cui saranno dedicati il pomeriggio della prima giornata e la quasi totalità della seconda): Definizione di un nuovo servizio-prodotto, dal foglio bianco al business model.**

**Come proseguire il percorso di sperimentazione-apprendimento personale e di gruppo e ottenere risultati.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- definire cos'è, a cosa serve e quando usare la metodologia di Design Thinking
- applicare alcuni metodi di base del design thinking, in particolare: gestire processi di generazione di idee, sviluppo di soluzioni, pianificazione
- aumentare la creatività, la velocità, l'efficacia e la soddisfazione nelle interazioni con colleghi, capi, clienti.

### Destinatari

Tutti i livelli aziendali

### Prerequisiti

Nessuno.



## Pubblica Amministrazione e sviluppo della Banda Larga e Ultralarga

L'industria delle Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni (ICT) assume un ruolo sempre più strategico per indirizzare le grandi sfide che l'Europa e l'Italia devono affrontare. Queste sfide riguardano tra l'altro :

- lo sviluppo di un'economia in grado di sostenere la competizione globale, supportata da un efficiente sistema di pubblica amministrazione, istruzione ed aggiornamento
- la difesa e la valorizzazione dell'ambiente e del patrimonio culturale con un controllo del territorio più stringente, gestione della mobilità e realizzazione di un sistema di trasporti e logistica più efficiente e meno inquinante
- garantire la sostenibilità sociale dell'assistenza per una società che sta invecchiando recuperando le risorse per incentivare la fascia più giovane e fertile della popolazione.

La presenza di un'infrastruttura a banda larga o ultralarga è una condizione necessaria per assicurare la crescita economica e dell'ICT di un territorio; è quindi naturale che l'attenzione delle amministrazioni locali sia cresciuta.

Le Amministrazioni locali hanno iniziato ad interessarsi a questi temi da quando è stata avviata la riduzione delle aree di territorio senza copertura (Digital Divide). Questi interventi, espletati principalmente tramite bandi di gara aperti a tutti gli Operatori interessati, hanno lo scopo di finanziare lo sviluppo di infrastrutture per la larga banda nelle cosiddette "aree a fallimento di mercato" dove l'Operatore non ha ritorni economici che possano giustificare un investimento privato. Ultimamente sta diventando significativo il ruolo delle Amministrazioni locali per stimolare, incentivare e favorire la realizzazione di reti ottiche di accesso su cui realizzare reti a banda ultralarga a disposizione del cittadino. In questo contesto diventa necessario, per chi nella PA si occupa di queste tematiche, capire il ruolo delle tecnologie, le problematiche concorrenziali e di finanziamento pubblico, per impostare e gestire nel modo migliore un processo così importante per lo sviluppo del territorio.

### Agenda (1 giorno)

**La larga banda: lo scenario Italiano ed Europeo.**

**Aspetti tecnologici e competitivi sulle reti di nuova generazione:**

- reti wireless attuali e di nuova generazione
- reti xDSL ed il problema del digital divide
- reti NGNA e la banda ultralarga.

**Tipologia delle reti "open access" ed esempi.**

**Regole per la promozione della concorrenza e la salvaguardia del valore per i cittadini.**

**Investimenti pubblici per la Banda Larga:**

- quadro normativo europeo e scelte politiche della Commissione
- il processo di valutazione della CE: BB tradizionale
- il processo di valutazione della CE: NGAN.

**Modelli di investimento possibili ed esperienze del territorio.**

### Obiettivi

Dare una visione semplice ma esauriente sulle tecnologie, servizi, aspetti legali e regolamentari legati alle reti di nuova generazione nell'ottica delle amministrazioni locali che vogliono stimolare, indirizzare, supportare lo sviluppo di queste infrastrutture in ambito locale.

### Destinatari

Manager e professionisti della Pubblica Amministrazione, di Confindustria e istituzioni sindacali e politiche coinvolti sui temi della larga Banda e del Digital Divide.  
Professionisti che operano nel settore delle Telecomunicazioni.

### Prerequisiti

Non sono necessarie particolari conoscenze nel settore delle TLC.



## Innovazione nella PA: dal CAD all'Agenda Digitale

Dopo anni di utilizzo parziale dell'informatica negli uffici pubblici, le Pubbliche Amministrazioni sono obbligate ad essere integralmente telematiche, in modo da essere più efficienti, trasparenti e capaci di allocare, in modo migliore, le sempre minori risorse disponibili. Tali obiettivi devono essere raggiunti sostituendo la carta e le procedure analogiche con l'informatica e la telematica. È evidente che tutto ciò passa per un adeguamento tecnologico ed organizzativo che presuppone la ridefinizione dei processi (c.d. reingegnerizzazione).

Ignorare queste prescrizioni non è più possibile dal momento che le disposizioni normative prevedono termini stringenti per l'adeguamento e importanti sanzioni per gli Enti inadempienti; tali obblighi sono contenuti in provvedimenti ormai consolidati (come il D. Lgs. n. 82/2005, c.d. Codice dell'Amministrazione Digitale) e recenti (come i Decreti Legge n. 83/2012 e 179/2012).

Le nuove tecnologie non servono solo a digitalizzare i procedimenti, esse possono aiutare a migliorare i rapporti con l'utenza e la fiducia dei cittadini nelle istituzioni. È proprio in quest'ottica che deve intendersi l'uso dei social media e l'attuazione dei principi dell'Open Government.

### Agenda (2 giorni)

#### Gli strumenti dell'amministrazione digitale:

- la digitalizzazione della PA: l'evoluzione normativa e il CAD
- i principi del Codice dell'Amministrazione Digitale: semplificazione dialogo PA-cittadini, efficienza, efficacia, economicità e trasparenza dell'azione amministrativa
- digitalizzazione e riorganizzazione della PA
- i diritti digitali
- gli strumenti previsti dal CAD: il documento informatico, le firme elettroniche, la posta elettronica e la posta elettronica certificata, la gestione documentale
- dialogo cittadini PA e i siti della PA: razionalizzazione dei contenuti, accessibilità e usabilità, servizi on-line e customer satisfaction
- le novità introdotte dal D.L. 179/2012.

#### Le nuove frontiere: Open Government, Open Data e Social Media:

- l'utilizzo dei social media nella PA: profili organizzativi, aspetti giuridici esame buone prassi
- l'Open Government: trasparenza, partecipazione e collaborazione
- le esperienze di Open Government a livello nazionale ed internazionale
- gli Open Data: profili tecnici e giuridici
- gli Open Data nel Decreto Sviluppo e nell'Agenda Digitale
- il cloud computing per la Pubblica Amministrazione.

### Obiettivi

Fornire una puntuale guida agli istituti dell'Amministrazione Digitale analizzati criticamente, con l'indicazione, per ciascun argomento, dei riferimenti normativi e dei precedenti giurisprudenziali rilevanti. Particolare attenzione è dedicata all'analisi del sistema di sanzioni e responsabilità connesse al mancato rispetto della normativa vigente.

Affrontare gli aspetti relativi alla comunicazione, all'organizzazione e alle tecnologie che sono fondamentali per comprendere ed applicare i nuovi paradigmi dell'Open Government e della Social PA.

### Destinatari

Dirigenti e funzionari delle PA tenute ad applicare le norme sull'Amministrazione Digitale (Pubbliche Amministrazioni Centrali, Regioni, Enti Locali, Enti Pubblici) e da tutti i dirigenti e dipendenti delle società interamente partecipate da Enti pubblici o con prevalente capitale pubblico. Il corso è altresì destinato a consulenti e fornitori delle Pubbliche Amministrazioni.

### Prerequisiti

Conoscenza anche elementare delle tecnologie del web.



## La Conservazione Sostitutiva

Conservare digitalmente significa sostituire i documenti cartacei con documenti in formato digitale che sono convalidati nella forma, contenuti e tempo con la firma digitale e la marca temporale. La Conservazione Sostitutiva è la procedura legale/informatica, regolamentata dalla legge italiana, in grado di garantire nel tempo la validità di un documento informatico. Il corso offre una panoramica sugli aspetti legali, organizzativi e di processo sul tema.

### Agenda (2 giorni)

**La conservazione sostitutiva.**

**La smaterializzazione.**

**La dematerializzazione.**

**Il processo di Conservazione Sostitutiva.**

**Tempi per realizzare la conservazione sostitutiva.**

**I costi ed i vantaggi della Conservazione Sostitutiva.**

**L'impianto normativo vigente:**

- applicabilità della norma
- definizioni
- il Manuale della Conservazione Sostitutiva
- i ruoli e le responsabilità per la conservazione sostitutiva
- caratteristiche tecniche dei documenti
- la firma digitale
- la marca temporale.

**Il CAD (Codice di Amministrazione Digitale).**

**Riferimenti.**

### Obiettivi

Illustrare il processo e le modalità di realizzazione della conservazione sostitutiva.

### Destinatari

Quantità interessati alla conservazione di documenti.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La gestione documentale

Il corso prende le mosse dai concetti dell'Archivistica "classica" e dagli strumenti metodologici da essa forniti; affronta il tema della digitalizzazione dei documenti, anche con esempi di servizi quali la Mailroom. Approdare quindi alla gestione elettronica dei documenti. La Conservazione a lungo termine del materiale in formato elettronico è un problema tutt'ora aperto ed è importante utilizzare fin da subito l'approccio corretto. Si affronta il tema della sicurezza delle informazioni, in particolare nell'ambito elettronico, che ha i concetti di firme digitali, PEC e DRM.

### Agenda (3 giorni)

#### Introduzione all'Archivistica:

- cos'è un documento
- cos'è un Archivio
- il Titolario di classificazione
- il Massimario di scarto
- il Manuale di Gestione
- il Protocollo.
- caratteristiche degli Archivi cartacei.

#### Lo standard OAIS.

#### Processi e documenti:

- cos'è il Business Process Management
- ISO 15489.

#### Dal cartaceo al digitale e ritorno:

- OMR, OCR, ICR, BCR ecc.
- i glifi
- un esempio di servizio: la mailroom.

#### La conservazione a norma.

#### Il documento digitale:

- il fascicolo elettronico
- il fascicolo sanitario elettronico
- la fatturazione elettronica.

#### Sistemi di gestione elettronica dei documenti.

#### La conservazione a lungo termine dei documenti elettronici.

#### Introduzione alla sicurezza delle informazioni.

#### Certificati e firme.

#### La Posta Elettronica Certificata.

#### Proprietà intellettuale e Digital Rights Management.

### Obiettivi

Fornire un'ampia panoramica sulle tematiche connesse alla gestione documentale, sia cartacea che elettronica.

### Destinatari

Responsabili di Sistemi Informativi, manager, consulenti e figure commerciali e di pre-vendita che desiderino dotarsi delle competenze di base necessarie.

### Prerequisiti

Nessuno.



## La comunicazione brillante e efficace

La qualità della nostra comunicazione determina la qualità della nostra vita, dei successi personali e professionali. Utilizzare la comunicazione per dare forza, efficacia ed autorevolezza ai propri messaggi è fondamentale per essere vincenti e valorizzare al massimo le proprie potenzialità.

Non basta avere un bel messaggio da comunicare; occorre saperlo comunicare. Spesso accade che nelle relazioni non riusciamo ad esprimere quello che realmente vogliamo comunicare perché non siamo consapevoli delle nostre potenzialità espressive. Il messaggio non viene compreso, non viene apprezzato, a volte, ignorato. Per quanto possa essere importante, il contenuto del messaggio rischia di passare in maniera poco efficace, di perdere d'importanza, se non è accompagnato da una comunicazione non verbale congruente e in linea con quello che si dice. Il corpo, la postura, la gestualità, il tono di voce, le pause, lo sguardo, allineati e congruenti con il contenuto del discorso, lo rendono molto più efficace ed accattivante. Comprendere questo linguaggio e ricalcarlo è utile per migliorare le interazioni con il prossimo, rendere efficace la comunicazione ed evitare incomprensioni. Nella comunicazione è anche fondamentale saper ascoltare attivamente, ovvero essere centrati sulle esigenze dell'interlocutore, capire il suo punto di vista e creare empatia. Utilizzare le tecniche di Programmazione Neuro Linguistica ci permette di relazionarci meglio con noi stessi e con gli altri. La PNL ha studiato i migliori comunicatori del mondo per capire i loro segreti, le loro tecniche, le loro strategie e poi li ha divulgati.

Sulla base degli ultimi studi delle tecniche di comunicazione, il corso è costruito per acquisire competenze immediatamente.

### Agenda (3 giorni)



**La forza della comunicazione interpersonale.**

**Comunicare con Verbale, Paraverbale e Non Verbale.**

**I 3 pilastri della comunicazione strategica.**

**L'importanza del feedback nell'interazione.**

**Il punto di vista dell'interlocutore.**

**La strategia personale di comunicazione.**

**Le porte della percezione: sistemi rappresentazionali.**

**Ricalco e guida dell'interlocutore.**

**Ascoltare attivamente per una comunicazione efficace.**

**Creare empatia.**

**Ricalco emotivo e culturale.**

**Strategie e tattiche di influenza.**

**Calibrazione continua.**

**Uso del linguaggio del corpo.**

**Esercitazioni e role-play.**

### Obiettivi

Far acquisire consapevolezza delle più efficaci tecniche di comunicazione, per aumentare la propria capacità di instaurare relazioni empatiche, gestire il rapporto con clienti, collaboratori, fornitori, e rafforzare la leadership personale.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono migliorare lo stile delle proprie presentazioni.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Effective Work Habits

Far funzionare persone + processi + relazioni... a partire da sé stessi.

Acquisire consapevolezza di come possiamo facilitare o ostacolare un lavoro efficace, di come giochino responsabilità e potere della competenza nelle relazioni di lavoro, dei tools che si possono usare nel proprio contesto.

### Agenda (2 giorni)

**Come lavorate? Mettiamoci d'accordo su alcune definizioni...**

**Cosa vedete quando le cose NON funzionano?**

**Le organizzazioni, le persone, i processi e gli "inquinanti delle relazioni".**

**Cosa vedete quando le cose "funzionano"?**

**Potere Personale e Responsabilità: no grazie?**

**Relazioni professionali.**

**Day-by-Day Tools: es. Progetto partecipato, Scheda Iniziativa, One-Page Status Report, Visual Team To Do List etc.**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- dare una definizione (condivisa) di efficacia
- accorgersi di come il modo di lavorare sia legato al contesto, alle scelte di ciascuno e alle relazioni
- riconoscere gli "inquinanti" delle relazioni e decidere se fare qualcosa in alternativa
- descrivere cosa favorisce e cosa ostacola modalità di lavoro più efficaci
- praticare relazioni di lavoro professionali (livello base)
- utilizzare alcuni strumenti quotidiani utili nel loro contesto (es. per proporre cambiamenti, riportare lo status di una situazione/progetto, comunicare col resto del team e con i capi).

### Destinatari

L'intervento è adattabile a tutti i contesti. Staff, linee, personale operativo, Manager, Professional (i Day-by-Day Tools saranno scelti in base al contesto dei partecipanti).

### Prerequisiti

Nessuno.



## Smart Memory: apprendimento rapido ed efficace

Sono sempre di più le categorie professionali che al giorno d'oggi devono ininterrottamente immagazzinare, ritenere e memorizzare enormi quantità di informazioni in pochissimo tempo.

Manca però spesso un metodo organico che permetta di leggere e comprendere qualsiasi tipo di materiale con facilità e sicurezza. Le più recenti statistiche ci dicono che la percentuale di comprensione di un testo di difficoltà media si aggira intorno a non più del 30%. Ancora più drammatici i numeri se parliamo di memorizzazione a lungo termine: dopo un mese infatti si ricorda appena il 3% del materiale letto.

Per questo e per tanti altri motivi sono a disposizione di tutti i più moderni innovativi e potenti tools didattici per garantire una drastica riduzione nei tempi di lettura e la memorizzazione di qualsiasi tipo di informazioni.

Le più moderne ed efficaci tecniche di memorizzazione si basano su un assunto scientifico fondamentale: la memoria a lungo termine viene attivata solo da appropriate immagini mentali.

Nel corso, quindi, sono fornite le corrette tecniche di visualizzazione, al fine di rendere la memorizzazione veloce e duratura.

Molta attenzione è dedicata al miglioramento della concentrazione e dello stato mentale, spesso vera causa delle nostre dimenticanze.

### Agenda (3 giorni)



**Immagini mentali e memoria.**

**Tecnica della visualizzazione attiva per la buona formazione delle immagini mentali.**

**Visualizzazione plurisensoriale.**

**Tecnica Par.Co. Sp.Azio.So®.**

**Tecnica della sequenza per la memorizzazione di liste o elenchi di informazioni.**

**Come ricordare i nomi delle persone.**

**Memorizzazione dei vocaboli stranieri.**

**Memorizzazione di numeri telefonici, date, orari, numeri di qualsiasi lunghezza.**

**Memorizzazione del calendario dell'anno in corso.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti sono in grado di usare le tecniche per memorizzare grandi quantità di dati in maniera rapida e precisa sfruttando al meglio l'enorme potenziale della mente.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono potenziare apprendimento e memoria.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Letture strategica: massimo rendimento, minimo sforzo

Le informazioni che devono essere lette ogni giorno dai professionisti e responsabili di unità organizzative sono numerosissime. Saper leggere in fretta, significa poter dedicare parte del proprio lavoro ad altre attività con maggiore efficacia.

Tutti possiamo imparare a “leggere veloce” esattamente come tutti impariamo a leggere (“lento”) a scuola. Quest’affermazione si basa su un fattore biologico che gli esperti del settore conoscono molto bene: fin da bambini noi tutti abbiamo la capacità, naturale, di focalizzare lo sguardo su un’area che corrisponde ad un’ellisse di circa 24 centimetri quadrati. Detto in altre parole, potremmo tranquillamente percepire cinque-sei parole alla volta.

Il corso analizza le tecniche che permettono di recuperare, tramite esercizi specifici, la capacità di “percezione ampliata”, moltiplicando la velocità di lettura di partenza (da tre fino a sei volte), mantenendo, e anzi, incrementando, la comprensione del testo.

### Agenda (3 giorni)



**Test di valutazione iniziale.**

**Allargamento del campo visivo.**

**Efficacia ed efficienza di lettura.**

**Eliminazione dei tempi morti.**

**Punti di fissità e lettura ritmica.**

**Lettura verticale delle colonne strette.**

**Esercizi guidati al metronomo.**

**Elasticità oculare.**

**Esempi ed applicazioni alla lettura dei giornali.**

**Lettura selettiva e scrematura dei testi.**

**Raggiungere una maggiore elasticità di lettura: esercizi di lettura divergente e in diagonale.**

**Test di verifica risultati.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti sono in grado di utilizzare tecniche e strumenti per ottenere una drastica riduzione nei tempi di lettura e la memorizzazione di qualsiasi tipo di informazione.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono potenziare le proprie capacità di lettura per apprendere e immagazzinare più dati in minor tempo.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Mind Mapping: come ridurre un documento del 90%

Il corso si fonda su un assunto tanto semplice quanto strabiliante: nella maggior parte dei testi le informazioni davvero importanti sono contenute in non più del 10% delle parole.

Come si fa a capire, però, cos'è davvero essenziale?

Le più moderne metodologie di mind mapping ci aiutano nell'arduo compito di selezionare, scremare e memorizzare i punti fondamentali di un testo, di un libro, di una circolare o di qualsiasi altro materiale.

Il corso è rivolto a quanti vogliono migliorare le loro prestazioni e diminuire i tempi dell'apprendimento, incrementare le loro capacità lavorative e gestire le varie e complesse informazioni riguardanti la loro attività.

### Agenda (3 giorni)



La tecnica "glossario" o delle note a margine.

Come costruire una mappa mentale.

I tre livelli logici della mappa mentale.

Mappe mentali come base della memorizzazione di relazioni, articoli, di giornali e riviste, interi libri e testi di studio.

Mappe ad albero e mappe a raggiera.

Tecniche per lo sviluppo della creatività e "Problem solving".

Ampliamento degli schedari mentali.

Uso ottimizzato delle mappe mentali: come memorizzare al 100% interi documenti, libri e testi di studio mettendone in mappa solo il 10%.

Esercitazioni pratiche.

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti sono in grado di utilizzare tecniche e strumenti per ottenere una efficacia nella memorizzazione dei testi.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono potenziare le capacità apprendimento nella lettura dei documenti, mail, report.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Public Speaking: l'arte della persuasione

La capacità di comunicare determina l'efficacia ed il raggiungimento dei risultati in ambito professionale e personale. Parlare in pubblico, saper gestire una riunione o una presentazione, essere a proprio agio davanti a un gruppo di collaboratori è sempre più importante; essere dei comunicatori efficaci è dunque una necessità sempre più attuale per tutti.

Cosa differenzia chi riesce a trasmettere il proprio messaggio con precisione, da chi si perde nel gruppo e viene dimenticato?

Esistono tecniche e metodologie che possono veramente aumentare l'efficacia oratoria fino ai massimi livelli. Parlare in pubblico con efficacia permette di affascinare clienti e collaboratori, consolidando la propria leadership. L'oratore efficace è colui che usa il proprio corpo e la propria voce come "armi" potenti e utili per attirare l'attenzione o sottolineare i passaggi più importanti. Affinché il messaggio colga il bersaglio, non basta avere qualcosa da comunicare, è anche necessario acquisire l'abilità del "come" comunicare in pubblico. Il contenuto, certo non è da trascurare, ma la sua forza, il suo impatto, è dato da come viene comunicato. Gestire lo stress è una delle necessità più sentite da chi parla davanti a più persone. Lo stress non solo può costituire un ostacolo nella vita professionale, ma anche in quella personale. Per questo è importante conoscere le tecniche per tenerlo sotto la soglia critica e sfruttare l'adrenalina per aumentare le proprie performance.

Il Public Speaking rappresenta un'ottima palestra per chi vuole gestire una riunione in maniera efficace e concreta, parlare davanti a più collaboratori, esporre o vendere idee e progetti di fronte a potenziali clienti.

### Agenda (3 giorni)



**Le fasi più importanti di una performance.**

**Stress positivo e negativo.**

**Il decalogo contro lo stress negativo.**

**L'importanza dell'atteggiamento mentale.**

**Comunicare con il non verbale.**

**Uso della voce per sottolineare un messaggio.**

**Strategie per organizzare un discorso.**

**Linguaggio persuasivo. Gestione del dissenso.**

**Controllare le proprie emozioni ed i blocchi emotivi.**

**Gestire il proprio stress.**

**Catturare e mantenere l'attenzione del pubblico.**

**Utilizzare il proprio corpo per dare potenza al messaggio.**

**Affermare la propria leadership in un gruppo.**

**Gestire le obiezioni al meglio.**

**Tecnica I.D.E.A.M.**

### Obiettivi

Sviluppare e massimizzare l'efficacia della presentazione acquisendo o migliorando le tecniche del public speaking.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono migliorare lo stile delle proprie presentazioni e la propria abilità persuasiva.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Time Management

Il tempo è la risorsa che una volta utilizzata non può essere recuperata; preziosa quanto qualsiasi altra, non sempre viene gestita con la stessa attenzione. Riflettere sul giusto valore del tempo ed impiegarlo in modo produttivo, è un'abilità fondamentale per il risultato e per il benessere personale e aziendale.

Oggi le organizzazioni sono coinvolte in mercati sempre più competitivi, il cambiamento è un requisito essenziale per la sopravvivenza e la velocità e l'eccellenza sono criteri di prestazione che - reciprocamente esclusivi in una visione statica - sono sempre più richiesti come simultanei parametri di performance. Il corso fornisce spunti per un'autodiagnosi delle modalità personali di impiego del tempo, competenze gestionali e strumenti operativi in grado di incidere in maniera significativa nella gestione di questa preziosa risorsa, sia a livello individuale che organizzativo.

La metodologia adottata è di tipo partecipativo ed esperienziale e comprende lavori individuali e di gruppo, visione di video clip seguita da analisi e discussioni, analisi di casi e autocasi con simulazioni e role-playing. L'utilizzo di strumenti di autoanalisi e di feedback permetterà, inoltre, ai partecipanti di acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie aree di forza e di miglioramento in relazione alle competenze trattate.

### Agenda (2 giorni)



**L'evoluzione del concetto di gestione del tempo: dall'era della check-list all'era degli obiettivi, priorità e valori.**

**Il tempo come risorsa soggettiva e organizzativa:**

- le dimensioni del tempo: culturale, aziendale e individuale
- la percezione del tempo: caratteristiche e paradossi
- autodiagnosi delle modalità di impiego del tempo.

**Il time management: definizioni, motivazioni, approccio.**

**Dove va a finire il tempo: urgenza e importanza:**

- la distribuzione del tempo: diario giornaliero attività-priorità
- definizione degli obiettivi; identificazione delle priorità; la matrice urgenza/importanza
- analisi del tempo perso.

**La gestione efficace dei "Mangiatempo":**

- chi sono i mangiatempo: imparare a riconoscerli e a contenerli
- mangiatempo interni ed esterni; esperienze di gestione dei mangiatempo
- la delega efficace.

**Gli strumenti di programmazione e di gestione:**

- i punti caldi della programmazione
- suggerimenti per una programmazione efficace.

**Lavorare con gli altri:**

- tempo e produttività individuale e collettiva
- le riunioni di lavoro, lavorare e decidere insieme
- comunicazione tra efficacia ed efficienza.

**Atteggiamenti positivi nella gestione del tempo nel gruppo.**

**Trasferimento alla realtà operativa: piano di azione per lo sviluppo individuale.**

### Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti potranno predisporre un piano di azione personale per il trasferimento alla propria realtà operativa di quanto appreso e sperimentato.

### Destinatari

Professional, manager o specialisti che vogliono migliorare la gestione del proprio tempo.

### Prerequisiti

Nessuno.



## Laboratorio di Gestione del Tempo

Cosa vuol dire “gestire il tempo” in modo efficace per me? Ho chiaro cosa è essenziale e di valore per me e per l'organizzazione? Quali sono gli strumenti utili che già conosco o che posso adottare? Quali sono le trappole da evitare? Come gestire in modo professionale le relazioni e difendere gli obiettivi strategici mantenendo lucidità ed equilibrio?

### Agenda (1 giorno + 2 settimane di tutoring on line + 1 giorno)



**Fuga da Kronos (gioco a squadre che permette al gruppo di identificare i temi chiave e gli stili personali nella gestione del tempo in funzione di un obiettivo comune).**

**Qual è il mio lavoro? Che valore porto? Cosa è strategico per me? Attività individuale su obiettivi strategici e tattici (ciascuno esce con una riflessione sul proprio ruolo e i risultati essenziali per lui/lei in funzione del contesto organizzativo).**

**Checklist “Gestione del Tempo”, il gruppo elabora con la guida del docente la propria checklist da utilizzare nell’attività di auto-osservazione.**

**Ladri di tempo, aspetti relazionali, negoziazione professionale degli incarichi.**

**Gli strumenti base per organizzare il tempo applicati ad un task “real-life” (attività di “consulenza incrociata” a squadre).**

### Obiettivi

Al termine di questo corso i partecipanti saranno in grado di:

- descrivere le proprie priorità strategiche, la relazione con quelle aziendali e come distribuiscono il proprio tempo
- tradurre un obiettivo in un piano operativo (tempi, risorse, priorità)
- individuare e contrastare i “ladri di tempo” (aspetti relazionali)
- utilizzare i principali strumenti di gestione del tempo (es. Torta del Tempo, Macro-Pianificazione, Scheda analisi attività, Diagramma di Gantt, Commitment List, Personal Plan, Group Plan, Matrice Importanza/Urgenza).

### Destinatari

Tutti i livelli.

### Prerequisiti

Nessuno.



## L'Intelligenza emotiva: una risorsa per l'efficacia personale

La consapevolezza delle proprie emozioni e dei propri orientamenti sociali, la capacità di riconoscere quelli altrui, e di costruire relazioni empatiche sono solo alcune delle competenze specifiche dell'intelligenza emotiva che, se ben sviluppata, consente di esprimere con maggiore efficacia il proprio ruolo in azienda.

Il percorso, di tipo blended, accompagna il partecipante alla piena padronanza della propria intelligenza emotiva. Prevede attività d'aula, prework ed attività di coaching.

### Agenda (Percorso blended con 2 giorni d'aula)



Fase 1 – Modulo e-learning da 30' Kit Diagnostico 15 gg prima della 1ª sessione di coaching

#### Il mio Quoziente Emozionale (QE).

Fase 2– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Individuazione di un percorso di sviluppo personale.

#### Rimozione delle eventuali barriere.

#### Focalizzazione dell'obiettivo:

- ripartizione
- strategie per il raggiungimento
- gli ostacoli al raggiungimento.



Fase3– 2 giorni di Aula

#### Cos'è l'intelligenza emotiva dalla teoria di Goleman alle applicazioni pratiche:

- rapporto tra intelligenza e personalità.

#### Intelligenza emotiva & management.

#### Dalla consapevolezza allo sviluppo della propria intelligenza emotiva.

#### Empatia come strumento di gestione dei collaboratori.

#### L'intelligenza emotiva come strumento per lo sviluppo personale.

Fase 4– 3 Sessioni di coaching one to one

#### Focalizzazione dell'obiettivo:

- attività necessarie al raggiungimento del goal
- schedulazione
- mezzi e risorse.

#### Piano d'azione.

#### Monitoraggio e celebrazione.

### Obiettivi

Acquisire consapevolezza del proprio profilo emozionale e comprenderne le ricadute organizzative.

Migliorare il proprio sviluppo e quello dei collaboratori attraverso l'intelligenza sociale.

Comprendere l'impatto delle emozioni nel management e nella gestione di relazioni efficaci con i propri collaboratori.

### Destinatari

Dirigenti, Manager responsabili e gestori di persone.  
Responsabili e specialisti della Funzione HR.

### Prerequisiti

Nessuno.

ISCRIZIONE GOLD 129

---

PARTECIPAZIONI MULTIPLE AD UNO STESSO CORSO 130

---

LISTINO PREZZI 131

---

MODULO DI ISCRIZIONE 140

---





## Mai più senza il corso!

### *Iscrizione GOLD*

---

scopri i vantaggi che offre questa formula

- ✓ con l'iscrizione Gold se il corso che ti interessa non è in calendario potrai concordare con noi la data e lo inseriremo al più presto nella programmazione
- ✓ la formula assicura che l'edizione è garantita

### *Come può un'Azienda perfezionare una iscrizione Gold?*

Si attiva con l'iscrizione di almeno due partecipanti della stessa azienda inviando per fax il modulo di iscrizione compilato in tutte le sue parti e la copia del bonifico.

### *E se un'Azienda ha un singolo partecipante?*

È possibile perfezionare un'iscrizione Gold, anche in presenza di un solo partecipante. In questo caso alla quota di iscrizione va aggiunta l'Opzione Gold (pari al 90% della quota d'iscrizione). Poiché il corso è a catalogo, ulteriori iscrizioni potranno giungere da altre aziende; in tal caso l'Opzione Gold sarà rimborsata.

*Con l'iscrizione Gold il corso si terrà anche se rimarrai l'unico iscritto!*

## Partecipazioni Multiple ad uno stesso corso

Per i corsi a catalogo, sono previsti **sconti** per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda:

- 10% sulla **seconda** partecipazione
- 40% sulla **terza**
- 80% dalla **quarta** partecipazione in poi.

Lo sconto è attivo solo inviando scheda di iscrizione e copia dell'avvenuto pagamento prima dell'edizione del corso.

Di seguito sono riportati tutti i corsi a catalogo, con l'indicazione della sigla, titolo, durata e Quota di iscrizione.

La **Quota di iscrizione** comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Gli sconti per le **iscrizioni multiple sono riportati nella sezione precedente.**

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
<b>Benessere Organizzativo e Gestione dello Stress (BEO)</b>			
BEO832	Tecniche di Gestione dello Stress	2	1.190
BEO833	Viva il Lunedì	2	1.190
BEO834	La resilienza: una risorsa per il benessere	2	1.190
BEO836	Tutelare la salute psicofisica e promuovere il benessere individuale e collettivo nei luoghi di lavoro	1	640
BEO838	Lo stress lavoro correlato: il decreto legislativo, il significato e il modello di intervento	1	640
<b>Strumenti di Direzione Aziendale (DAZ)</b>			
DAZ730	Finanza per non specialisti	3	1.540
DAZ735	Budget e Controllo di Gestione per non specialisti	3	1.540
DAZ738	Economics per il successo dell'impresa	3	1.640
DAZ741	Business Planning: pianificazione strategica e economico finanziaria	3	1.640
<b>Basi Dati e Servizi(DBS)</b>			
DBS550	Basi di dati relazionali: metodologie di progetto e di analisi dei dati	2	1.190
DBS551	Il linguaggio SQL per utenti	2	1.690
DBS552	Il linguaggio SQL: Base	3	1.640
DBS553	Il linguaggio SQL: Avanzato	2	1.280
DBS554	Database in ambiente Oracle: PL/SQL	3	1.690
DBS560	Introduzione alla Business Intelligence	2	1.190
DBS561	Strumenti per la Business Intelligence	2	1.190
DBS564	Data Mining	3	1.690
DBS565	Data Mining per il supporto alle decisioni aziendali	2	1.190
DBS570	Data Warehouse: analisi dei dati a supporto delle decisioni aziendali	5	2.480
DBS572	Sviluppo di procedure ETL in Datastage	4	1.980
<b>La Gestione del Cambiamento (GEC)</b>			
GEC952	Gestione della complessità	3	1.690
GEC954	Il governo del cambiamento	2	2.240
GEC956	Il pensiero flessibile	3	1.640
GEC958	Problem solving e decision making in situazioni di crisi	3	1.640

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
<b>La Gestione delle Relazioni (GRE)</b>			
GRE932	Negoziazione e gestione dei conflitti	5	2.240
GRE934	Team building e teamwork	3	1.640
GRE935	Consulting Skill for IT Professionals	2	1.190
GRE936	La costruzione della squadra	3	1.640
GRE937	La comunicazione efficace con il modello del process communication®	2	1.190
GRE938	La gestione delle riunioni	2	1.190
GRE939	Gestire il proprio ruolo nell'interfunzionalità	3	1.640
<b>Sistemi Gestionali (GST)</b>			
GST782	La Gestione delle persone e delle competenze	4	1.840
GST784	Il colloquio di valutazione e di feedback	3	1.640
GST786	L'intervista di selezione	2	1.190
GST787	Assessment e Development Center	3	1.640
GST790	Il processo di Formazione	4	1.840
GST791	Formazione Formatori	3	1.640
<b>Reti IP (IPN)</b>			
IPN210	Ethernet: dalle reti locali alle reti metropolitane	3	1.640
IPN214	Le Reti Metro Carrier Ethernet	2	1.280
IPN218	Introduzione alle reti per dati ed al Cisco IOS	5	2.060
IPN220	Internet e il protocollo IP per non tecnici	2	1.190
IPN221	Fondamenti di Internet, IPv4 ed IPv6	5	2.060
IPN222	Networking IP in ambiente Cisco	5	2.060
IPN223	Cisco Certified Network Associate (CCNA) - Ultra rapido	5	2.650
IPN232	Routing IP nell'IOS Cisco	5	2.400
IPN232FT	Routing IP nell'IOS Cisco - CCNP ROUTE Rapido (con esame)	5	2.690
IPN233	Routing IP nell'IOS XR Cisco	3	1.840
IPN234	Troubleshooting di reti Cisco	5	2.400
IPN234FT	Troubleshooting di reti Cisco - CCNP TSHOOT Rapido (con esame)	5	2.740
IPN236	Cisco Nexus 7000 Switch per Data Center	3	2.290
IPN238	Configurazione, esercizio e manutenzione dei router Cisco Hi-End con sistema operativo IOS-XR	3	1.980
IPN242	Strumenti Open Source per il Network Management	3	1.640
IPN246	BGP: aspetti base	3	1.640
IPN247	BGP: aspetti avanzati	3	1.690
IPN249	Routing Multicast	3	1.690
IPN252	Introduzione alla Configurazione di Router Juniper	3	1.280
IPN253	Routing IP nel JUNOS Juniper: aspetti di base	3	1.640
IPN254	Routing IP nel JUNOS Juniper: aspetti avanzati	4	2.400

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
IPN255	Routing multicast nel JUNOS Juniper	2	1.280
IPN256	Carrier Ethernet in ambiente Juniper	2	1.280
IPN257	Switching nel JUNOS Juniper	3	1.690
IPN258	MPLS nel JUNOS Juniper	5	3.100
IPN259	QoS IP nel JUNOS Juniper	2	1.280
IPN260	Aspetti avanzati del Routing IP nelle reti Enterprise Juniper	3	1.980
IPN261	Aspetti avanzati delle Reti Switched Ethernet Juniper	2	1.690
IPN262	Multilayer Switching e Reti di Campus	5	2.400
IPN262FT	Multilayer Switching e Reti di Campus – CCNP SWITCH Rapido (con esame)	5	2.690
IPN264	Il Routing IP nelle Reti ISP: aspetti di base	5	2.700
IPN265	Il Routing IP nelle Reti ISP: aspetti avanzati	5	2.840
IPN266	Tecnologie dei backbone nelle reti ISP	5	2.840
IPN267	Servizi VPN nelle reti ISP	5	2.840
IPN269	Next Generation Multicast VPN	2	1.280
IPN272	MPLS: dalla Teoria alla Pratica	3	1.640
IPN273	MPLS: servizi avanzati	3	1.690
IPN276	MPLS nell'IOS XR Cisco	3	2.190
IPN650	Networking IP in ambiente Huawei	8	2.480
IPN652	Networking IP in ambiente Huawei - Fast Track	4	1.840
IPN654	Enterprise Routing in tecnologia Huawei	5	1.880
IPN655	Enterprise Switching in tecnologia Huawei	5	1.880
IPN656	Sicurezza, Alta Affidabilità e QoS in Tecnologia Huawei	5	1.930
IPN670	IPv6 e gli scenari di migrazione	1	640
IPN672	IPv6: istruzioni per l'uso	4	1.980
IPN674	IPv6 nelle reti ISP	3	1.690
IPN675	Routing IPv6 nell'IOS XR Cisco	3	2.190
IPN676	IPv6 nel JUNOS Juniper	3	1.690
IPN680	Evoluzione delle reti IP Broadband: fondamenti e linee guida	3	1.790
IPN682	Software Defined Networking (SDN), OpenFlow e Network Function Virtualization (NFV)	2	1.280
IPN683	Overlay Virtual Networking nei Data Center	2	1.280
IPN684	Cloud Computing Networking	2	1.280
<b>Servizi IP (IPS)</b>			
IPS282	La Qualità del Servizio nelle reti IP	2	1.280
IPS284	Cisco Voice over IP	4	1.840
IPS286	Voice over IP: architetture, protocolli e servizi	4	1.840
IPS292	Segnalazione su IP: SIP e DIAMETER	3	1.690
IPS294	SIP: architetture, protocollo e servizi	3	1.690
IPS296	IMS: architettura e applicazioni in ottica NGN	3	1.690

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
IPS685	Asterisk	4	2.190
IPS690	CCNA Collaboration	5	2.400
IPS691	Voice Communications and QoS in ambiente Cisco	5	2.480
IPS692	Cisco Unified Communications Manager: Base	5	2.480
IPS693	Cisco Unified Communications Manager: Avanzato	5	2.480
IPS694	Troubleshooting Cisco IP Telephony & Video v1.0 (300-080)	5	2.480
IPS695	Implementing Cisco Collaboration Application v1.0 (300-85)	5	2.480
<b>Servizi IT (ITS)</b>			
ITS483	ITIL® v3: Overview per Manager	1	690
ITS484	ITIL® v3 Foundation	3	1.190
ITS485	ITIL® V3 Intermediate	3	1.280
ITS486	ITIL® V3 Managing Across Lifecycle	3	1.280
ITS491	Architetture Data Center: Gestione Operativa del Network	2	3.100
ITS492	Architetture Data Center: Scalabilità ed Automazione nella Gestione Operativa del Network	2	2.550
ITS494	Cloud Computing	3	1.690
ITS495	Data Center: Storage Networking e Server Virtualization	3	1.790
ITS496	Nuove Architetture per Data Centre nell'approccio Cisco Systems	2	1.280
ITS497	Progettazione e configurazione di soluzioni Cisco Unified Computing	3	1.690
ITS498	Virtualizzare con VMware: Progetto e Implementazioni	3	1.790
<b>Linguaggi ed Architetture software (LAP)</b>			
LAP391	Excel Avanzato: importazione, analisi e reporting	3	1.190
LAP394	Excel VBA	2	940
LAP504	Programming in C#	5	1.690
LAP507	Strumenti per il WEB: Applicazioni ASP	3	1.540
LAP510	XML e tecnologie afferenti	3	1.640
LAP512	La programmazione Object Oriented in Java	4	1.690
LAP513	Web programming e usabilità con PHP e MySQL	3	1.540
LAP514	Responsive Web Design e Web Development	5	2.240
LAP515	Gang of Four Design Patterns	3	1.640
LAP518	Sharepoint 2010 Business Intelligence	4	1.840
LAP522	Sviluppo di applicazioni Web con Servlet e JSP	4	1.840
LAP523	Cloud Computing: Porting e progettazione di applicazioni e servizi	3	1.640
LAP524	JBOSS for Administrators	4	1.980
LAP525	Linux, Apache, MySQL, PHP (LAMP)	3	1.640
LAP526	CMS JOOMLA - Base	3	1.190
LAP527	Pubblicazione di contenuti su Web con piattaforme open source	3	1.640
LAP528	Progettazione Object Oriented con UML	3	1.640
LAP530	Progettazione e Governance di architetture SOA	3	1.980

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
LAP531	XML e SOA	3	1.540
LAP532	Service-Oriented Architecture (SOA): orchestrazione e integrazione di servizi di business	3	1.640
LAP534	Evoluzione delle applicazioni per l'e-business dalle web application verso la Service-Oriented Architecture (SOA)	3	1.690
LAP541	Sviluppo di applicazioni e di servizi RESTful	3	1.640
LAP543	Usabilità ed accessibilità dei Siti Web e lo standard W3C	2	1.190
LAP544	Usabilità: progettazione dei servizi e delle applicazioni	3	1.640
LAP545	Le piattaforme applicative per dispositivi mobili	3	1.640
LAP546	Objective C per iOS	4	1.840
LAP547	Android: progettazione di applicazioni per terminali mobili	5	2.240
<b><i>Lo Sviluppo della Leadership (LDR)</i></b>			
LDR980	Laboratorio per lo sviluppo della leadership	2	2.240
LDR982	Leadership e Coaching	3	1.640
LDR984	Gestire le Risorse Umane: aree e strumenti di intervento	4	1.840
LDR986	La sfida della fiducia: dall'efficacia all'eccellenza	2	1.190
LDR988	Lean Leadership	2	2.240
<b><i>Aspetti Legali, Normativi e di Regolamentazione (LEG)</i></b>			
LEG850	La privacy: aspetti tecnici, organizzativi e legali per le aziende	3	1.640
LEG853	Security Manager: Sicurezza e protezione delle informazioni Personali e Istituzionali	2	1.280
LEG854	Data Privacy e Data Protection nelle Infrastrutture Critiche nazionali	3	1.640
LEG855	Security vs Privacy: misure per la protezione e conservazione dei dati di traffico telefonico e telematico	3	1.640
LEG857	La responsabilità amministrativa e penale delle Persone Giuridiche (ex D. Lgs. 231/2001)	1	640
LEG860	Gli appalti per la fornitura di beni e di servizi informatici e telematici nella Pubblica Amministrazione	4	1.840
LEG864	La gestione documentale: Conservazione Sostitutiva a norma, Fatturazione Elettronica e Privacy	3	1.690
LEG870	Frode di Identità e Falso Documentale: tecniche e conoscenze per verificare i documenti di identità	1	940
LEG872	La proprietà intellettuale in rete	3	1.640
LEG874	Profili Giuridici dei contratti tra imprese: come costituire, redigere ed interpretare un contratto commerciale	3	1.640
LEG876	Profili giuridici del Commercio Elettronico	3	1.640
LEG880	La regolamentazione dei servizi di TLC	1	1.190
LEG881	Gli aspetti giuridici nella regolamentazione del mercato di TLC	1	1.190
LEG891	La gestione economico-giuridica dell'innovazione	2	1.190
LEG893	Diritti di proprietà Industriale : il Brevetto	1	640
LEG894	Diritti di proprietà Industriale : il Marchio	1	640

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
<b>Marketing &amp; Sales (MKS)</b>			
MKS750	Il successo nella vendita	3	1.640
MKS752	Strategie e tecniche di vendita per il mercato Business	3	1.640
MKS755	Gestire con successo la forza vendita	3	1.640
MKS758	Le Vendite Complesse	3	1.790
MKS760	Vendere in un Mercato in Flessione	2	1.280
MKS762	In sintonia con il cliente per vendere servizi informatici e telematici	3	1.640
MKS764	Vendere soluzioni ICT	3	1.690
<b>Strategic Management (MNG)</b>			
MNG700	Strategic Management: Corporate & Business Strategies	3	1.640
MNG705	Compliance & Risk Management	2	1.190
MNG707	Governance, Corporate Risk management & Compliance	3	1.690
MNG710	Performance Management: valutazione e gestione delle performance	3	1.640
MNG711	Migliorare i risultati aziendali con la leva dei processi	2	1.690
MNG712	Strumenti e metodologie di Business Process Management	3	1.640
MNG715	L'approccio Agile all'Informatica a supporto del BPM e Lean & Digitize	3	1.640
MNG716	Design Thinking for Process Improvement	2	1.190
MNG717	Change Management: la gestione efficace dei cambiamenti organizzativi	2	1.190
MNG718	Change & Innovation	1	640
MNG719	Business Excellence Models: percorsi verso l'eccellenza	3	1.640
MNG725	International Business Management	3	1.690
<b>Reti e Servizi di TLC (NET)</b>			
NET020	Le Telecomunicazioni "senza formule"	5	2.060
NET022	Reti di telecomunicazione: servizi, architetture e protocolli	5	2.060
NET023	Progettazione della rete di accesso in fibra ottica NGAN	3	1.790
NET024	I cablaggi strutturati negli edifici e nei Data Center: progettazione e normative	3	1.690
NET025	Progettazione del cablaggio nei Data Center	2	1.280
NET034	Evoluzione dei Servizi e delle Reti di TLC	2	1.190
NET038	NGN (Next Generation Networks): le reti di TLC di nuova generazione	2	1.190
NET042	Televisione digitale e standard DVB	3	1.640
NET044	Sistemi di trasmissione radio via satellite	5	2.480
NET045	Reti Satellitari: aspetti applicativi	2	1.190
NET046	Reti Satellitari: Tecnologie, architetture e servizi	3	1.790
NET048	Ottimizzazione delle codifiche e compressione sui Carrier satellitari	5	2.480
NET050	Fondamenti della trasmissione numerica: il segnale dall'origine al transito su una fibra ottica	3	1.540
NET055	Evoluzione delle reti di trasporto trasmissive: dalla SDH alla PTN	3	1.640
NET060	Sistemi di alimentazione, di emergenza e fiscalità energetica	3	1.790
NET062	Qualità dei sistemi e dei servizi nelle reti di telecomunicazioni: parametri e misure	3	1.690

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
NET064	Monitoraggio del traffico di Rete	3	1.690
NET065	ADSL e Sistemi DSL per non tecnici	2	1.190
NET066	ADSL e Sistemi DSL: tecnologie e applicazioni	3	1.640
NET069	Sistemi DSL e Reti a larga banda	3	1.640
NET070	Diagnosi e localizzazione dei guasti nei cavi per TLC in rame	2	1.190
NET071	Misure per la caratterizzazione della linea per sistemi xDSL	2	1.190
<b>Sistemi Operativi (OPS)</b>			
OPS602	Architettura UNIX ed ambiente utente	5	2.060
OPS604	La gestione di un server UNIX su una rete IP	5	2.240
OPS610	Linux System & Network Administration	5	2.480
OPS620	Microsoft Windows 8	5	1.690
OPS622	Microsoft Windows 2012	5	1.690
OPS624	Windows 8/2012: amministrazione remota e scripting	3	1.640
OPS630	Windows/Unix:interoperabilità dei servizi di rete	3	1.640
<b>Project Management (PRJ)</b>			
PRJ803	One Page Project Map	2	1.280
PRJ805	Basics di Project management	3	1.540
PRJ807	Microsoft Project - Base	2	1.090
PRJ808	Microsoft Project - Avanzato	2	1.190
PRJ810	Lavorare per progetti	5	2.240
PRJ812	La gestione dei progetti ICT	5	2.240
PRJ816	Project Management Professional : Certificazione PMP/PMI®	8	4.500
PRJ818	La gestione dei rischi e delle opportunità di progetto	3	1.640
PRJ820	Le capacità manageriali del project manager	3	1.640
PRJ821	IT Planning & Programming	2	1.190
PRJ824	Agile Project Management	2	1.190
<b>Scenari e contesti (SCN)</b>			
SCN400	Il settore ICT&M nel contesto economico e di mercato	2	1.190
SCN404	Scenari di mercato delle telecomunicazioni	2	1.190
SCN408	Il Mobile Marketing	1	640
SCN410	Web 2.0 & Social Networking: scenari e impatti	1	640
SCN412	Enterprise 2.0: applicazioni, modelli e scenari di mercato	1	640
SCN414	Cloud Oriented	1	640
SCN418	On-line Marketing: le nuove modalità del marketing in rete	2	1.190
SCN420	CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari	1	640
SCN424	SEM: Search Engine Marketing. Come ottenere visibilità in rete	1	640
SCN428	Il Podcasting aziendale: modelli, opportunità e scenari evolutivi	1	640
SCN430	Open Innovation e Crowdsourcing: modelli, esperienze, opportunità e criticità	1	640

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
SCN432	Gli Advergames: opportunità, criticità e prospettive di sviluppo	1	640
SCN434	Innovation Driving Design Thinking	2	1.190
SCN435	Pubblica Amministrazione e sviluppo della Banda Larga e Ultralarga	1	640
SCN436	Innovazione nella PA: dal CAD all'Agenda Digitale	2	1.190
SCN438	La Conservazione Sostitutiva	2	1.280
SCN440	La gestione documentale	3	1.690
<b>Sicurezza delle Reti e delle Applicazioni (SEC)</b>			
SEC302	La sicurezza dei sistemi, dei dati e delle reti	5	2.240
SEC303	Cyber Security: Minacce e Criteri di Protezione	3	1.790
SEC306	Ethical Hacking e Penetration Test di Applicativi Web	3	2.060
SEC307	Ethical Hacking e Penetration Test: dalla teoria alla pratica	5	3.490
SEC308	Sicurezza di rete: firewall, IPS e VPN	4	1.840
SEC309	OpenVPN e CISCO VPN	4	2.190
SEC314	Reti sicure in ambiente SonicWall: aspetti di base	2	1.190
SEC316	Reti sicure in ambiente Cisco, difesa perimetrale con IOS Firewall	5	2.400
SEC318	PCI DSS v3.1 (Payment Card Industry Data Security Standard)	2	1.280
SEC320	Reti sicure in ambiente Cisco, difesa perimetrale e accesso remoto con ASA NG	5	2.400
SEC323	La sicurezza nei Sistemi operativi Windows: aspetti e strumenti di gestione	5	2.240
SEC324	Progettare e realizzare la sicurezza di Sistemi Operativi Microsoft Windows	5	2.240
SEC325	La sicurezza nei Sistemi operativi UNIX/Linux	4	1.980
SEC326	Application Security: criteri e aspetti operativi per lo sviluppo di applicazioni sicure	3	1.690
SEC328	Autorità di certificazione, certificati digitali, carta nazionale dei servizi e posta elettronica certificata	3	1.690
SEC330	Rilevamento della sicurezza di un sistema informatico	3	1.690
SEC331	ICT Security: aspetti di base	3	1.640
SEC332	Gestione degli incidenti in un sistema informativo (Incident Management)	3	1.690
SEC333	La gestione della Continuità Operativa - Business Continuity Management	3	1.790
SEC334	Analisi dei Rischi Informatici	3	1.640
SEC335	La gestione della Sicurezza dell'Informazione (ISMS): dalla norma ISO/IEC 27001 all'Audit UNI EN ISO 19011	3	1.690
SEC337	Aggiornarsi alla norma ISO/IEC 27001:2013 e tematiche di Audit	2	1.280
SEC338	Informatica Forense (Computer Forensics): aspetti pratici	3	1.790
SEC339	Digital Forensics	3	1.790
SEC340	Analisi Forense dei Dispositivi Mobili (Mobile Forensics)	3	1.690
SEC341	La Business Impact Analysis (BIA)	3	1.690
SEC342	I sistemi di monitoraggio e controllo in rete	3	1.690
SEC345	Il Sistema di Gestione dei Servizi IT (SGSIT): introduzione alla norma ISO/IEC 20000-1:2011	1	640
SEC346	Il Sistema di Gestione dei Servizi IT (SGSIT): introduzione alla norma ISO/IEC 20000-1:2011 agli audit interni (UNI EN ISO 19011)	3	1.690
SEC347	Il Sistema di Gestione dei Servizi IT (SGSIT): introduzione alla norma ISO/IEC 27001:2013	1	640
SEC348	ISO/IEC 27001 Foundation (APMG)	3	1.690

Sigla	Titolo	Durata (giorni)	Quota Iscrizione (al netto IVA)
SEC350	La Cloud Security	2	1.280
SEC353	Realizzare reti sicure con CheckPoint	3	1.880
SEC354	Realizzare reti sicure con CheckPoint: aspetti avanzati	4	1.930
SEC357	Reti sicure in ambiente Fortinet: aspetti di base	2	1.190
SEC358	Reti sicure in ambiente Fortinet: aspetti avanzati	3	1.690
SEC360	Access Control: la gestione sicura degli utenti e relativi dispositivi di accesso in contesti critici	3	1.690
SEC362	Reti sicure in ambiente Juniper: aspetti base	4	2.190
SEC363	Reti sicure in ambiente Juniper: aspetti avanzati	5	3.100
SEC370	CCNA Security	5	2.300
SEC374	Reti sicure in ambiente Cisco, difesa perimetrale con IOS e ASA	5	2.700
SEC375	Reti sicure in ambiente Cisco, difesa perimetrale avanzata con ASA	5	2.700
SEC376	Reti sicure in ambiente Cisco, identificazione ed accessi sicuri	5	2.700
SEC377	Reti sicure in ambiente Cisco, connessioni remote e VPN	5	2.700
<b>Strumenti per l'Efficacia Personale (SEP)</b>			
SEP900	La comunicazione brillante e efficace	3	1.640
SEP903	Effective Work Habits	2	1.190
SEP912	Smart Memory: apprendimento rapido ed efficace	3	1.640
SEP914	Lettura strategica: massimo rendimento, minimo sforzo	3	1.640
SEP916	Mind Mapping: come ridurre un documento del 90%	3	1.640
SEP920	Public Speaking: l'arte della persuasione	3	1.640
SEP924	Time Management	2	1.190
SEP925	Laboratorio di Gestione del Tempo	2	1.280
SEP926	L'Intelligenza emotiva: una risorsa per l'efficacia personale	2	2.240
<b>Reti e Servizi Wireless (WIR)</b>			
WIR104	Evoluzione delle tecnologie per la mobilità: dal GSM a LTE	5	2.240
WIR105	I sistemi radiomobili per non tecnici dal GSM a LTE	2	1.640
WIR106	Evoluzione dei sistemi Radiomobili: dal GSM a LTE	1	640
WIR112	UMTS: la terza generazione delle reti mobili ed evoluzioni verso la quarta generazione	4	1.840
WIR119	La segnalazione nelle reti 3G e sue evoluzioni	4	1.980
WIR126	Multi Environment Networks: evoluzione e integrazione delle tecnologie wireless	3	1.640
WIR132	Wi-Fi e Wi-Max	2	1.190
WIR134	Wireless LAN	3	1.690
WIR140	Long Term Evolution (LTE)	2	1.280
WIR142	Long Term Evolution (LTE): Radio Access Network	3	1.790
WIR144	Long Term Evolution (LTE): aspetti avanzati	5	2.700
WIR146	Evoluzione della Core Network Mobile dal GSM al 4G	3	1.790

# Modulo di Iscrizione



## Modulo di iscrizione ai Corsi

Fax +39 0862 028308  
mail [corsi@ssgrr.com](mailto:corsi@ssgrr.com)  
[www.reissromoli.com](http://www.reissromoli.com)

Il modulo deve essere compilato nelle due pagine in ogni sua parte ed inviato, allegando copia del pagamento della quota d'iscrizione, via fax al n. **+39 0862 028308**

Partecipanti al corso (sigla) \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ sede \_\_\_\_\_

Nome e Cognome	Ruolo	email

Iscrizione **GOLD**

Opzione **GOLD** (+90% della quota di iscrizione)



Quota di Iscrizione	Totale	
	(in caso di esenzione indicare la motivazione) IVA	

### Dati della Azienda/Ente

Azienda/Ente		
Indirizzo		
Città	CAP	PR
P.IVA	C.F.	

Referente iscrizione \_\_\_\_\_

email \_\_\_\_\_ tel \_\_\_\_\_ fax \_\_\_\_\_

### Modalità di Pagamento: Bonifico Bancario

Banca dell'Adriatico  
Codice IBAN IT 48 J 05748 03602 100000009179

### La Fattura va intestata a:

Azienda/Ente		
Indirizzo		
Città	CAP	PR
P.IVA	C.F.	
Esenzione IVA <input type="checkbox"/>	Motivazione	

### La Fattura va Inviata a:

Cognome	Nome	
Indirizzo		
Città	CAP	PR

**Condizioni Generali di Fornitura****OGGETTO**

Oggetto delle presenti Condizioni Generali è la fornitura da parte di Reiss Romoli s.r.l. di corsi di formazione, il cui elenco, le date ed i prezzi sono riportati sul sito [www.reissromoli.com](http://www.reissromoli.com).

**ISCRIZIONI**

Le iscrizioni possono pervenire fino a 5 giorni lavorativi prima dell'inizio del corso e saranno accettate secondo l'ordine cronologico di arrivo. L'iscrizione è confermata al ricevimento del corrispettivo da parte di Reiss Romoli.

**ISCRIZIONE GOLD e OPZIONE GOLD**

Se il corso ha l'icona, perfezionando un'iscrizione GOLD si può concordare la data se il corso non è programmato e avere certezza dell'edizione.

Si perfeziona l'iscrizione GOLD o iscrivendo almeno 2 partecipanti della stessa azienda o, in presenza di un solo partecipante, con l'aggiunta dell'Opzione GOLD (pari al 90% della quota d'iscrizione). In caso di iscrizione singola, se

ulteriori iscrizioni giungono da altre aziende, l'Opzione GOLD sarà rimborsata.

**CORRISPETTIVI**

Tutti i prezzi pubblicati da Reiss Romoli si intendono IVA esclusa. L'IVA sarà applicata ai sensi di legge.

Le quote di iscrizione comprendono la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

**MODALITÀ DI PAGAMENTO**

Il cliente corrisponderà a Reiss Romoli s.r.l. gli importi previsti dal listino in vigore al momento dell'iscrizione al corso di interesse ed in base al numero dei partecipanti. Tutte le variazioni saranno specificate esclusivamente con un'offerta scritta emessa da Reiss Romoli.

Il pagamento dovrà avvenire con Bonifico Bancario anticipato intestato a Reiss Romoli s.r.l. - Banca dell'Adriatico -

IBAN: IT 48 J 05748 03602 100000009179. La fattura sarà emessa al termine del corso.

**DISDETTA**

Il Cliente potrà annullare l'iscrizione ai corsi in ogni momento fino al giorno precedente il loro inizio, mediante comunicazione a Reiss Romoli tramite e-mail a [corsi@ssgrr.com](mailto:corsi@ssgrr.com), oppure tramite fax al numero 0862 028308. Resta inteso che, qualora tale comunicazione non pervenga a Reiss Romoli srl almeno 6 giorni lavorativi prima della data di inizio del Corso, il Cliente sarà tenuto a corrispondere a Reiss Romoli a titolo di penale il 75% del corrispettivo individuale previsto. Il Cliente sarà, comunque, tenuto al pagamento dell'intero corrispettivo individuale, in caso di mancata disdetta, qualora il partecipante non si presenti al Corso alla data stabilita o interrompa la frequenza al corso stesso per cause non attribuibili a Reiss Romoli.

Gli iscritti possono essere sostituiti da nuovi partecipanti a condizione che il corso non abbia ancora avuto inizio.

**ANNULLAMENTO**

Reiss Romoli si riserva la possibilità di annullare il corso per qualsiasi causa. In tal caso Reiss Romoli rimborserà le quote già pervenute.

**DIRITTO D'AUTORE**

I materiali e la documentazione distribuiti durante il corso sono di proprietà di Reiss Romoli o dei propri partner e non possono essere riprodotti o distribuiti a terze parti senza autorizzazione scritta dei proprietari.

**DISPOSIZIONI GENERALI**

Qualsiasi modifica alle presenti Condizioni Generali dovrà essere effettuata per iscritto. Le Condizioni Generali di fornitura saranno comunque prevalenti rispetto a qualsiasi altro accordo.

**FORO COMPETENTE**

Per qualsiasi controversia riguardo la validità, l'interpretazione e l'esecuzione delle presenti Condizioni Generali, sarà competente il Foro di L'Aquila.

Ai sensi e per gli effetti degli artt. 1341 e 1342 del Codice Civile, il cliente approva espressamente le Condizioni Generali di fornitura

**IL CLIENTE**

---

Timbro e FIRMA E DATA

**LEGGE SULLA PRIVACY**

Ai sensi e per gli effetti del DLgs. 30.6.2003 n. 196, relativo alla tutela del trattamento dei dati personali, il cliente fornisce il consenso al trattamento dei dati forniti per scopi amministrativi e marketing-commerciali. Reiss Romoli s. r. l. si impegna a non comunicare tali dati a terze parti. Il cliente ha il diritto di verificare i dati e di richiederne gratuitamente e in qualunque momento la modifica o la cancellazione tramite email a [corsi@ssgrr.com](mailto:corsi@ssgrr.com)

**IL CLIENTE**

---

Timbro e FIRMA E DATA