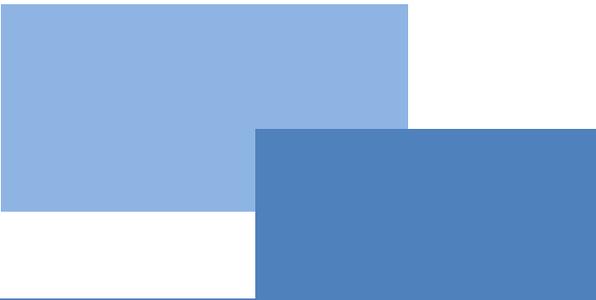

CATALOGO CORSI



Sommario

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO	6
Bilancio per non addetti	6
Dal bilancio civilistico al rendiconto finanziario	7
Strumenti e tecniche di analisi del bilancio	8
Come determinare la solvibilità e la redditività d’impresa	9
La sostenibilità dell’indebitamento e i flussi di cassa.....	10
La previsione dei fabbisogni monetari e la redazione del piano finanziario	11
Fondamenti di contabilità e bilancio 1	12
Fondamenti di contabilità e bilancio 2	13
La costruzione del budget	14
Il calcolo dei costi e della redditività di prodotto per le PMI	15
Paghe e contributi	16
SVILUPPO DEI COMPORTAMENTI ORGANIZZATIVI	17
Project Management.....	17
Project Management Advanced	19
Project Management per i progetti ICT.....	20
Public speaking	21
Tecniche di presentazione.....	22
Comunicazione scritta efficace - Come scrivere in maniera efficace per comunicare in azienda	23
Leadership al femminile	24
Leadership	25
Il ruolo dei capi all’interno dell’azienda	26
L’arte della delega	27
La gestione del tempo	28
La riunione efficace	29
Team working e team building.....	30
La gestione e la valutazione della performance.....	31
Negoziazione e gestione dei conflitti	32
Crucial Conversation.....	33
Il fascino del sipario: Breve percorso teatrale per manager e professional.....	34
Resilienza: Come superare le difficoltà della crisi e i cambiamenti nella vita professionale dei manager .	35
La gestione del personale.....	36
Strumenti e tecniche di Problem Solving & Decision Making	37

Creatività e innovazione - Tecniche e strategie creative per lavorare a valore aggiunto	38
Misure per migliorare l'assetto organizzativo	39
Meeting & negotiation strategies (in lingua inglese)	40
Presenting with influence (in lingua inglese)	41
Technical & report writing skills (in lingua inglese)	42
International leadership development (in lingua inglese)	43
Interpersonal communication & problem solving (in lingua inglese)	44
LINGUE.....	45
Lingua Inglese/Spagnola/Tedesca/Francese/Portoghese	45
Lingua italiana per stranieri.....	46
SISTEMI INFORMATIVI	47
Microsoft Word base e avanzato	47
Microsoft Excel base e avanzato	48
Power Point	49
Outlook Express e Internet Explorer	50
La creazione di un data base attraverso Access	51
La posta elettronica: gestire l'overload	52
Google: valore delle informazioni e affidabilità delle fonti.....	53
Strumenti web gratuiti per l'efficienza in ufficio: Produrre, comunicare e condividere.....	54
GESTIONE DEL MERCATO E DEI CLIENTI.....	55
Il processo di marketing	55
Marketing dei beni industriali	56
La contrattualistica	57
L'orientamento al cliente	58
Il CRM - Customer Relationship Management	59
Le trattative di acquisto: aspetti di strategia e tecniche operative.....	60
La gestione di ordini e commesse in una logica di consolidamento e sviluppo del rapporto con il cliente	61
Strategie di filiera. Piani di sviluppo e marketing condiviso.....	62
La costruzione operativa del Piano Commerciale e dei relativi Piani di azione	63
Gestire la rete di vendita	64
Organizzazione e sviluppo della struttura commerciale	65
Gestire la relazione di vendita con efficacia.....	66
Corso teleselling	67
Costruire l'export: come muovere i primi passi sui mercati esteri	68

Le PMI e i nuovi mercati internazionali	69
La gestione della vendita ai grandi clienti	70
Marketing per l'internazionalizzazione	71
Gli Acquisti nell'era di internet: metodi e tecniche evolute.....	72
Customer care e assistenza postvendita	73
L'assistenza tecnica come risorsa per lo sviluppo del business	74
La gestione dei reclami	75
Il recupero crediti	76
Garanzie e strumenti di pagamento.....	77
Migliorare i margini con la strategia dei prezzi	78
Web Marketing.....	79
Sviluppare il business con il digitale: guardiamo oltre il commercio elettronico	80
Corso SEO e SEM: il posizionamento sui motori di ricerca.....	82
Relazionarsi con il cliente grazie ai social media	83
QUALITA'	84
La Direttiva Macchine.....	84
Qualità: implementare e mantenere un efficace sistema di qualità secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2008.....	85
La norma UNI ISO/ TS 16949:2009 Requisiti ed applicazioni	86
UNI EN ISO 9001:2008	87
La gestione strategica degli audit aziendali.....	88
Il Sistema di Gestione Qualità: la gestione per processi	89
APPROVVIGIONAMENTI E LOGISTICA	90
Supply chain aziendale	90
Approvvigionamento e logistica	91
La gestione delle scorte	92
Progettare e gestire in maniera efficace il magazzino	93
La gestione della manutenzione.....	94
Gestione e valutazione dei fornitori.....	95
PROCESSI E TECNICHE DI PRODUZIONE	96
Lean production.....	96
Approccio 6 Sigma: caratteristiche e strategie di introduzione in azienda.....	97
Business process management	98
Modelli di pianificazione e controllo della produzione	99

Lean Development: abbattere i costi di ingegneria	100
CAD meccanico bidimensionale	101
CAD meccanico tridimensionale.....	102
Progettazione CAD - CAE	103
Progettazione integrata CAD - CAM	104
Tecniche di prototipazione rapida o virtuale	105
Modelli di pianificazione e controllo della produzione	106
Programmazione dei Controlli Numerici	107
Programmazione PLC.....	108
Saldatura ossiacetilenica e ossitaglio	109
Saldatura a elettrodo rivestito	110
Procedimento a saldatura MIG	111
Procedimento a saldatura TIG	112
Il processo di manutenzione delle caldaie	113
Elettronica e le sue applicazioni	114
Elettrotecnica e le sue applicazioni	115
Qualità ed efficacia in produzione.....	116
Materiali innovativi per la progettazione di macchine.....	117
Oleodinamica e sue applicazioni	118
Organizzazione e gestione della produzione.....	119
Pneumatica e sua applicazioni	120
Programmazione dei processi produttivi	121
Simulazione di assemblaggio e collaudo cinematico.....	122
Simulazione di processi manifatturieri.....	123
Sistemi di programmazione e controllo della produzione	124

AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Bilancio per non addetti

Obiettivi

Il corso ha finalità di fornire nozioni utili per leggere e comprendere il bilancio, i principali documenti che ne interano le informazioni ed effettuare le prime valutazioni sulla struttura economico-finanziaria dell'impresa. Inoltre verrà illustrato come, partendo dai dati del bilancio, sia possibile trarre informazioni significative sulla realtà aziendale attraverso ad esempio: correlazioni tra le voci, le principali riclassificazioni e l'analisi per indici

Contenuti

- Struttura e composizione del bilancio
- Stato patrimoniale e conto economico
- Nota integrativa
- Relazione sulla gestione
- Relazioni del collegio sindacale
- Relazione dei revisori contabili
- Principali metodi di riclassificazioni del bilancio d'esercizio
- Analisi della redditività, dell'indebitamento, della solidità patrimoniale, della liquidità attraverso l'utilizzo degli indicatori di bilancio
- Identificazione delle leve gestionali a disposizione per migliorare i risultati aziendali

Destinatari

Lavoratori che intendano migliorare o approfondire le tematiche relative al bilancio

Durata

16 ore

Dal bilancio civilistico al rendiconto finanziario

Obiettivi

Il corso intende far acquisire ai partecipanti le conoscenze necessarie per predisporre e interpretare correttamente un rendiconto finanziario come:

- Strumento per valutare gli esiti e le prospettive della gestione di un'impresa
- Prospetto obbligatorio secondo i principi contabili OIC 12 e IAS1
- Documento contabile attraverso cui l'impresa può fornire ai destinatari esterni informazioni sulla propria situazione finanziaria

Contenuti

- Rilevanza del rendiconto finanziario: lettura del rendiconto finanziario
- Possibili grandezze di riferimento
- Costruzione del rendiconto finanziario per flussi di CCN e di cassa
- Il rendiconto finanziario secondo i principi IAS/IFRS
- Analisi del fabbisogni finanziari e delle scelte di finanziamento
- Il rendiconto finanziario in bilancio
- Le scelte strategiche nella comunicazione finanziaria, la nuova informativa del bilancio, la lettura del bilancio integrato
- Il rendiconto finanziario in bilancio, a user focus: le banche
- La valutazione del rischio finanziario, la gestione efficace delle crisi. le strategie finanziarie condivise
- Il rendiconto finanziario in bilancio a user focus: il Tribunale.
- Come cambia il contenzioso con il Tribunale:
 - l'individuazione della manifesta insolvenza nella fase pre-fallimentare
 - l'individuazione del presupposto soggettivo per l'azione revocatoria
 - l'individuazione del presupposto soggettivo per l'azione di responsabilità

Destinatari

Responsabili finanziari e amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

16 ore

Strumenti e tecniche di analisi del bilancio

Obiettivi

Il corso si propone l'obiettivo generale di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari da un lato per interpretare il bilancio d'esercizio redatto secondo i principi contabili e civilistici, dall'altro per comprendere gli aspetti rilevanti della gestione e le leve a disposizione del management, al fine di migliorare i risultati aziendali alla luce delle principali logiche gestionali

Contenuti

- Principali riclassificazioni degli schemi di conto economico e stato patrimoniale
- Interpretazione dei principali aggregati gestionali
- Identificazione delle leve gestionali a disposizione del management per migliorare i risultati aziendali
- Analisi di sensitività

Destinatari

Responsabili finanziari, amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

16 ore

Come determinare la solvibilità e la redditività d'impresa

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo specifico quello di fornire ai partecipanti strumenti efficaci per controllare e valutare la dimensione economico-finanziaria dell'impresa, a partire dalle indicazioni delle correlazioni fra dinamica reddituale e dinamica finanziaria, ricavabili dalla lettura dei principali indicatori di redditività e solvibilità dell'impresa

Contenuti

- I fattori determinanti la redditività delle imprese
- La struttura finanziaria e redditività aziendale
- L'interpretazione dei più significativi indicatori di redditività e di solvibilità finanziaria
- La situazione di liquidità e relazioni con redditività, solidità e sviluppo aziendale

Destinatari

Responsabili finanziari, amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

16 ore

La sostenibilità dell'indebitamento e i flussi di cassa

Obiettivi

Il corso vuole evidenziare la capacità dell'azienda di generare reddito, tramite la gestione caratteristica, si deve coniugare con un indebitamento sostenibile, per permettere un'equilibrata gestione economico-finanziaria, in coerenza con la generazione di risorse adeguate a ripagarlo nelle modalità e nei termini concordati con i finanziatori

Contenuti

- Costruzione del prospetto dei flussi di cassa e sua interpretazione
- L'importanza del prospetto dei flussi di cassa
- Lettura coordinata di indici e flussi di cassa per valutare la situazione economico-finanziaria
- Un modello per la sostenibilità finanziaria

Destinatari

Responsabili finanziari, amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

16 ore

La previsione dei fabbisogni monetari e la redazione del piano finanziario

Obiettivi

Il percorso formativo si propone come obiettivo generale da un lato quello di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per sviluppare la capacità di controllare preventivamente la dinamica del fabbisogno finanziario, dall'altro quello di impostare politiche di investimento e di finanziamento congruenti con la qualità/quantità del fabbisogno finanziario; il corso si propone altresì di fornire ai partecipanti, attraverso esemplificazioni pratiche, le conoscenze necessarie per monitorare l'attitudine delle scelte gestionali e generare valore per gli azionisti

Contenuti

- La costruzione del business plan: definizione delle ipotesi di sviluppo e costruzione del modello di calcolo
- La verifica del fabbisogno finanziario e sua sostenibilità

Destinatari

Responsabili finanziari, amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

16 ore

Fondamenti di contabilità e bilancio 1

Obiettivi

Il corso si propone di fornire ai partecipanti gli elementi e le conoscenze necessarie per maturare una visione d'insieme del ciclo completo dei processi contabili, alla base del bilancio d'esercizio

Contenuti

- Elementi di contabilità e bilancio
- I concetti di capitale, di reddito e di bilancio d'esercizio
- I valori che originano gli scambi monetari e gli strumenti di rilevazione contabile
- Le rilevazioni delle variazioni di esercizio e dei connessi valori numerari (ciclo acquisti, ciclo vendite, ciclo paghe)
- Le rilevazioni dei valori non numerari comuni a più esercizi, dei crediti, dei debiti di finanziamento e dei valori di capitale
- Il primo bilancio di verifica, le scritture di rettifica e integrazione, il secondo bilancio di verifica
- Le operazioni di chiusura e di riapertura del sistema dei valori
- La costruzione del bilancio pubblico

Destinatari

Responsabili finanziari e amministrativi

Durata

16 ore

Fondamenti di contabilità e bilancio 2

Obiettivi

Il corso si propone di fornire ai partecipanti gli elementi e le conoscenze necessarie per maturare una visione d'insieme del ciclo completo dei processi contabili, alla base del bilancio d'esercizio

Contenuti

- Lettura e analisi del bilancio pubblico
- Leggere il bilancio pubblico
- Il passaggio a bilancio fiscale
- L'interpretazione degli indici di bilancio più significativi
- Valutazione delle quote di una società
- La lettura del bilancio delle società da parte delle banche
- L'individuazione delle situazioni di falso nei bilanci delle società
- L'individuazione delle crisi d'impresa

Destinatari

Responsabili finanziari e amministrativi

Durata

16 ore

La costruzione del budget

Obiettivi

Il corso si propone l'obiettivo di fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per effettuare la gestione economico-amministrativa di un'azienda, per leggere e interpretare gli aspetti fondamentali del budget aziendale e per svolgere le principali operazioni di budget operativi

Contenuti

- La programmazione di breve periodo dell'azienda
- Il sistema di budget
- Budget operativi, finanziari e degli investimenti
- La definizione dei valori obiettivi e le tecniche e il processo di redazione dei budget operativi

Destinatari

Responsabili di area e di progetto

Durata

24 ore

Il calcolo dei costi e della redditività di prodotto per le PMI

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo specifico quello di fornire ai partecipanti strumenti efficaci per controllare e valutare la dimensione economico-finanziaria dell'impresa, a partire dalle indicazioni delle correlazioni fra dinamica reddituale e dinamica finanziaria, ricavabili dalla lettura dei principali indicatori di redditività e solvibilità dell'impresa

Contenuti

- I fattori determinanti la redditività delle imprese
- La struttura finanziaria e redditività aziendale
- L'interpretazione dei più significativi indicatori di redditività e di solvibilità finanziaria
- La situazione di liquidità e relazioni con redditività, solidità e sviluppo aziendale

Destinatari

Responsabili finanziari e amministrativi e personale che si occupa di amministrazione e finanza

Durata

24 ore

Paghe e contributi

Obiettivi

Il corso si propone l'obiettivo di fornire ai partecipanti un aggiornamento, un approfondimento in materia di amministrazione del personale

Contenuti

- Lettura della busta paga
- La retribuzione
- I contributi previdenziali e assistenziali
- La tassazione
- Trattamento TFR
- La gestione delle assenze (malattia, infortunio, maternità, congedi e aspettativa)

Destinatari

Responsabili o collaboratori dell'area risorse umane. Personale addetto all'amministrazione del personale

Durata

16 ore

SVILUPPO DEI COMPORAMENTI ORGANIZZATIVI

Project Management

Obiettivi

Il corso fa riferimento alle metodologie proposte dal PMI – Project Management Institute ed al corpo di competenze per il Project Management da questo Individuate (PMBok – Project Management Body of Knowledge). In questo corso l'apprendimento è di tipo misto: a fronte della presentazione e discussione dei fondamentali teorici sui concetti chiave, saranno svolte numerose esercitazioni. In aula si farà uso di software open source in ausilio alle attività di Project Management. Gli obiettivi sono:

- Presentare le peculiarità del lavoro e dell'organizzazione per progetti rispetto alle modalità di lavoro più usuali;
- Approfondire i concetti di progetto, programma e portafoglio di progetti e le differenti criticità operative e di misurazione;
- Discutere le metodologie progettuali più diffuse, con particolare riferimento a quella proposta dal PMI - Project Management Institute;
- Approfondire e sperimentare il ciclo di pianificazione, programmazione, esecuzione e verifica delle attività progettuali, con i relativi processi operativi e prodotti sviluppati;
- Introdurre e sperimentare attivamente criteri, tecniche, approcci e strumenti, sia metodologici che pratici, utilizzati nella gestione dei progetti;
- Approfondire il concetto di rischio progettuale e discutere le sue modalità di governo sia in sede di pianificazione che di esecuzione.

Contenuti

- Cosa è e cosa non è un progetto;
- Caratteristiche specifiche dell'attività progettuale;
- Aspetti critici del progetto;
- Progetti, programmi, portfolio, project management office;
- Il Project Management e la misura del successo di un progetto;
- La gestione dei processi ed il progetto;
- Progetti e processi, similitudini e differenze;
- Il ruolo, le competenze e le attitudini del Project Manager;
- Le attività del Project Manager;
- Metodologie e standard di Project Management;
- Il Project Management Institute, le certificazioni CAPM e PMP ed il PMbok;
- Processi e competenze nel metodo PMI;
- Soft skills, le competenze trasversali ed interpersonali nel progetto;
- L'allineamento tra progetti e strategie;
- Il "Piano di Progetto" ed il "Piano della Comunicazione";
- Strumenti di pianificazione: Gantt e PERT;
- Il "Ciclo di Vita" del progetto e le sue fasi tipiche;
- Il "Project Charter", statuto del progetto;
- La WBS (Work Breakdown Structure), il processo di stima e la schedulazione;
- I problemi della stima, l'effort ed il governo dei rischi progettuali;

- Il project team e la gestione delle risorse umane;
- Le “sfere di influenza”;
- Aspettative, requisiti, “project scope” e processi di gestione;
- Priorità e cambiamenti;
- Le fasi, i contenuti, processi e risultati;
- Lo stato d’avanzamento e la revisione del piano;
- Gestire i “Review Meeting” e gli stakeholders;
- Le nuove frontiere del Project Management;
- Cenni di gestione multi-progetto e conciliazione progetti/processi;
- Verso il “Project Management Agile”
- Analisi post-progettuale ed il consolidamento delle competenze.

Destinatari

Il corso è rivolto a chi sia chiamato ad avere un ruolo attivo in un’organizzazione che opera per progetti, ovvero persegue obiettivi stringenti e non ripetitivi, da raggiungere attraverso attività interconnesse, compiute in cooperazione da più persone ed, eventualmente, da più organizzazioni.

Durata

40 ore

Project Management Advanced

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di comprendere come gestire la selezione di un portafoglio di progetti e, più in generale, come si declina una gestione multi-progetto valutando anche quali strutture organizzative e strumenti software possono supportarla

Contenuti

Il programma è strutturato su due moduli della durata di una giornata:

- Gestione multi progetto: tecniche strumenti e metodologie (con utilizzo della versione client-server di Microsoft Project)
- Gestione dei requisiti e del rischio di progetto
- Sono previste simulazioni

Destinatari

Il programma si rivolge principalmente a manager che posseggano già una cultura di gestione di progetto e che vogliano acquisire maggior sensibilità nell'ambito del project management e della gestione dell'innovazione, a professionisti interessati ad un corretto approccio verso il rischio di progetto, alla gestione multi-project e all'utilizzo avanzato di applicativi software finalizzati alla gestione di progetto. È fortemente consigliabile aver già seguito un corso base o avere esperienza in gestione di progetti

Durata

16 ore

Project Management per i progetti ICT

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo principale quello di illustrare la necessità di gestione manageriale per il processo di sviluppo software e fornire una serie di best-practice per la gestione dei progetti di sviluppo

Contenuti

- Processi di Sviluppo del Software
- Il processo di sviluppo del software: aspetti economici, organizzativi e metodologici; il gruppo di lavoro; prodotto software e processo; il ciclo di vita dei sistemi software; modelli di sviluppo software: modello tradizionale a cascata; modello evolutivo e a fontana, altri modelli.
- Le fasi operative del progetto software
- Analisi e progettazione del software
- Scrittura del software
- Il test del software
- Messa in opera del software entro l'hardware
- La fase di esercizio
- Metodologie di gestione dei progetti software: il project management;
- La conduzione operativa di un progetto:
 - impostazione e definizione di obiettivi
 - analisi dei vincoli; scelta di strumenti e architetture
 - il lavoro in team
 - metriche e diagrammi utili (Gantt, Perth, ...)
 - il problema della documentazione
 - comunicazione entro e fuori un team
 - evoluzione e manutenibilità dei sistemi
 - manutenzione evolutiva

Destinatari

Analisti, progettisti software e capi progetto

Durata

32 ore

Public speaking

Obiettivi

Il percorso formativo si pone come obiettivo specifico quello di fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per sviluppare e concludere un discorso in modo efficace, adattandolo alla tipologia di uditorio e suscitando interesse e l'attenzione del pubblico. Il corso inoltre porrà l'attenzione su aspetti importanti, quali il saper calibrare la voce, il saper controllare l'emotività, anche attraverso l'aumento della consapevolezza delle proprie capacità oratorie

Contenuti

- Differenza tra parlare e comunicare
- I tre canali della comunicazione
- Le condizioni fondamentali per essere un bravo public speaker
- La preparazione
- Le fasi operative
- Abilità, capacità, comportamenti
- La gestione dello stress del parlare in pubblico
- La gestione psicologica del gruppo
- Gli ostacoli psicologici del gruppo
- Tipologie di partecipanti a rischio
- Le convinzioni potenzianti

Destinatari

Tutti coloro che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione in pubblico

Durata

16 ore

Tecniche di presentazione

Obiettivi

L'obiettivo specifico del corso è quello di trasmettere ai partecipanti tecniche pragmatiche ed efficaci per affrontare con successo presentazioni pubbliche, per gestire una riunione, per comunicare con efficacia informazioni e idee

Contenuti

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- utilizzare in maniera consapevole le strutture della comunicazione: verbale, paraverbale e non verbale
- iniziare, sviluppare e concludere un discorso in maniera efficace
- utilizzare le proprie risorse interne per trasmettere disinvoltura, confidenza e incisività
- utilizzare il tempo disponibile massimizzando l'efficacia dell'intervento
- utilizzare al meglio i supporti visivi (slides, lavagne, oggetti)

Destinatari

Manager, quadri e in generale tutti coloro che affrontano presentazioni nei diversi ambiti e contesti (riunioni ristrette o allargate, convegni, meeting...) e che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione in pubblico

Durata

24 ore

Comunicazione scritta efficace - Come scrivere in maniera efficace per comunicare in azienda

Obiettivi

La nostra vita professionale è sommersa da messaggi, da leggere ma anche da scrivere. La maggior parte delle e-mail, dei documenti e dei messaggi aziendali mette a dura prova la pazienza di chi legge. Soltanto i lettori più coraggiosi li leggono cercando di coglierne i punti salienti; ma gli altri li archiviano o li cestinano senza neppure guardarli. Che ci piaccia o meno, oggi siamo chiamati a scrivere sempre di più. Ma scrivere non basta: occorre farlo in modo adeguato ai nostri obiettivi e al pubblico cui ci stiamo rivolgendo. Il corso intende spiegare, con semplici ed efficaci strumenti:

- come catturare e mantenere l'attenzione del lettore
- come scrivere testi chiari e piacevoli
- come evidenziare i passaggi chiave

Contenuti

Cosa significa saper scrivere, oggi:

- L'importanza di una scrittura efficace
- Scrivere in azienda
- Vantaggi e limiti della scrittura
- Due fattori a sorpresa: l'interesse e la persona
- Alcuni miti (da sfatare) contro l'importanza della scrittura

Scrivere pensando a chi legge

- Cominciamo pensando alla fine...
- I primi 15 secondi
- Regole pratiche per scrivere in modo chiaro, semplice, efficace
- Sviluppare uno stile semplice ed incisivo
-

Le e-mail

- La libertà delle e-mail
- Mezzo diretto, linguaggio diretto
- Regole pratiche per e-mail efficaci
- Il primo impatto
- L'oggetto
- L'intestazione
- Il testo
- La chiusura
- Come costruire un messaggio efficace

Destinatari

Tutti coloro che solitamente in azienda utilizzano la comunicazione scritta e che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione

Durata

8 ore

Leadership al femminile

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo specifico di fornire alle partecipanti strumenti per valorizzare il proprio talento e per comunicarlo in modo efficace in azienda

Contenuti

- Essere capo donna: criticità e opportunità
- Leadership, autorità, potere
- Lo sviluppo della propria leadership femminile
- L'autostima femminile
- Quale leadership femminile oggi
- Potere "con" gli altri e potere "sugli" altri
- La propria relazione con la leadership, l'autorità e il potere
- La gestione della propria emotività
- La relazione con il contesto organizzativo
- La progettazione del proprio percorso di carriera

Destinatari

Il corso si rivolge a donne in sviluppo di carriera con responsabilità di gestione dei collaboratori

Durata

16 ore

Leadership

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di migliorare l'efficacia del proprio agire manageriale nella relazione con i collaboratori, fornendo ai partecipanti chiavi di lettura psicosociali delle relazioni e dei ruoli. Ciò comporta una maggior consapevolezza del manager che, divenuto capace di leggere le relazioni in maniera approfondita, riesce a migliorare il proprio stile di leadership in linea con gli obiettivi personali e professionali.

Contenuti

Il corso è basato sui seguenti contenuti:

- Gli ingredienti della leadership
- Gli stili di leadership
- Autodiagnosi del proprio stile di leadership
- Sviluppare commitment
- La relazione con il collaboratore
- La gestione del feedback
- La gestione delle performance del collaboratore
- La leadership situazionale
- La gestione del conflitto
- La gestione del cambiamento

Il corso è caratterizzato da una forte interattività d'aula: grazie all'uso costante di esercizi e simulazioni, i partecipanti possono realmente affinare le proprie modalità di interazione con i collaboratori predisponendo dei piani di miglioramento.

Destinatari

Il corso si rivolge a responsabili di gruppi di lavoro e di funzione e a chiunque gestisca dei collaboratori a vario titolo ed è focalizzato sulla rielaborazione delle proprie strategie comportamentali nei confronti dei collaboratori

Durata

16 ore

Il ruolo dei capi all'interno dell'azienda

Obiettivi

- Condividere il significato delle responsabilità manageriali e di gestione connesse al ruolo ricoperto
- Fornire concetti, orientamenti e strumenti che sviluppino la leadership ed il lavoro di team in azienda, sia di natura funzionale che inter funzionale
- Sviluppare le capacità “trasversali” relative all’uso della comunicazione e di gestione delle relazioni organizzative
- Aumentare alcune capacità manageriali specifiche con particolare riferimento alla motivazione, guida e valutazione del collaboratore e alla gestione del conflitto

Contenuti

- L'organizzazione come sistema complesso e funzione di leadership e di management nella prospettiva della competizione e del risultato
- Ruolo, responsabilità e capacità manageriali: dinamiche di esercizio e fattori di successo
- La responsabilizzazione, la gestione e lo sviluppo del collaboratore : l’esercizio efficace della leadership
- La gestione efficace del team di lavoro
- La comunicazione come strumento di gestione delle relazioni organizzative
- Il lavoro per obiettivi, la valutazione dei risultati, il feed-back ed i riconoscimenti
- La gestione del conflitto

Destinatari

Il corso si rivolge a responsabili di gruppi di lavoro e di funzione e a chiunque gestisca dei collaboratori a vario titolo ed è focalizzato sulla rielaborazione delle proprie strategie comportamentali nei confronti dei collaboratori

Durata

16 ore

L'arte della delega

Obiettivi

La capacità di delegare è una delle competenze manageriali più importanti. La delega efficace è essenziale per ottenere il meglio dai propri collaboratori. La capacità di delegare in maniera efficace comporta dei benefici concreti per i manager, per i collaboratori e per l'intera organizzazione. Un requisito indispensabile consiste nel comprendere l'importanza di creare e sviluppare solidi rapporti di fiducia tra le persone. Gli obiettivi sono:

- Comprendere perché la delega è un fattore cruciale per i manager
- Imparare a creare le condizioni per delegare con efficacia e senza rischi
- Utilizzare la delega come strumento di motivazione
- Evidenziare le ripercussioni di uno scarso utilizzo del processo di delega: l'impatto sulle performance e sui risultati

Contenuti

- Introduzione alla delega
- La delega come strumento di gestione
- Sviluppare le condizioni per delegare
- Stile e comportamento per la delega efficace
- Prepararsi a delegare
- Delega e priorità
- Delega e decision making
- Gli effetti di un processo di delega non efficace
- Verifica operativa: piano di miglioramento personale

Destinatari

Il corso è indirizzato a manager che intendono migliorare la gestione dei propri collaboratori, in modo da aumentare la produttività e stimolare la motivazione.

Durata

8 ore

La gestione del tempo

Obiettivi

Il tempo è la risorsa più importante che un leader possiede. Saper gestire bene il proprio tempo è uno dei segreti più importanti per ottenere successo, professionale e personale. Per essere padroni del proprio tempo, e non farsi schiacciare dalle richieste di inevitabili “ladri di tempo”, è importante focalizzarsi su ciò che per noi è più importante, all’insegna dell’equilibrio tra le diverse aree esistenziali, così da stare bene con noi stessi ed entrare in sintonia con le persone con cui viviamo e lavoriamo. Il corso intende offrire ad ogni partecipante delle tecniche pratiche per gestire al meglio le proprie azioni nel tempo, in modo da orientarsi verso i propri obiettivi e raggiungere più rapidamente risultati importanti.

Contenuti

Che cos’è il tempo?

- La diversa percezione del tempo
- Cosa si intende per “gestire il tempo”

Criteri orientativi

- Pianificazione strategica degli obiettivi
- Obiettivo – Finalità – Piano d’azione

Focus sulle priorità

- Urgenza e Importanza
- Influenza e controllo
- Classificare e organizzare le attività

Organizzazione delle attività nel tempo

- Definizione dei propri ruoli personali e professionali
- Domande efficaci per la gestione del tempo
- Che cosa ci “ruba” tempo e come eliminare i “ladri di tempo”
- Regole pratiche per recuperare tempo vivendo in equilibrio e con ritmo

La gestione della delega

- Che cosa delegare
- La pianificazione della delega
- La scelta della persona giusta e l’assegnazione della delega
- Come preparare i collaboratori alla delega

Destinatari

Lavoratori interessati ad avere uno spazio di riflessione, in un’ottica di miglioramento, sulla propria capacità di time management

Durata

16 ore

La riunione efficace

Obiettivi

La riunione è uno strumento essenziale per la gestione di un gruppo di lavoro, fondamentale per la condivisione, l'aggiornamento e il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Rendere efficace il tempo dedicato a questo strumento permetterà di ottimizzare le risorse, le performance e la motivazione di tutti i collaboratori. Facilitare tutti nell'apportare il proprio contributo, gestire le comunicazioni del gruppo, esercitare la leadership attraverso il coordinamento e l'integrazione delle risorse professionali, renderà questi momenti d'incontro utili, costruttivi, produttivi ed efficaci. Gli obiettivi sono:

- Capire quali sono i fattori decisivi per il successo di una riunione
- Imparare ad organizzare e gestire i diversi momenti di una riunione
- Apprendere come orientare le dinamiche dei partecipanti
- Apprendere atteggiamenti e comportamenti efficaci determinanti per il successo di una riunione
- Apprendere e mettere in pratica le tecniche di moderazione, di gestione delle obiezioni e dei conflitti

Contenuti

- Tipologie di riunione
- Progettazione della riunione
- Profilo dell'uditorio
- Le fasi della riunione
- La comunicazione efficace
- Abilità di comunicazione
- La gestione dello stress
- La gestione psicologica del gruppo
- La gestione delle obiezioni
- La gestione delle situazioni problematiche e conflittuali

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che, in ambito professionale, hanno il compito di gestire frequentemente riunioni

Durata

16 ore

Team working e team building

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivi specifici quelli di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari da un lato per acquisire abilità nel riconoscere e gestire le complesse dinamiche di gruppo, dall'altro per imparare a stimolare la motivazione e la coesione dei gruppi; il percorso formativo si propone altresì di fornire gli elementi utili per imparare a gestire le situazioni conflittuali e di crisi all'interno dei gruppi, al fine di ottenere risultati più soddisfacenti dai gruppi

Contenuti

- Definizione di Team Building
- Discussione su modelli tecnici aziendali
- Differenza gruppo di lavoro-team
- Gestione della comunicazione in assetto aziendale
- Cos'è la leadership
- Tipi di leader
- Differenza tra manager e leader
- La delega
- Empowerment: i drivers di innesco
- Le resistenze alla delega
- Tipi di delega
- Il processo di costruzione di delega
- Definizione di controllo
- I sistemi di controllo
- Lo sviluppo delle risorse del team tramite delega
- Il monitoraggio dei cambiamenti gruppali
- Case history aziendali

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che gestiscono direttamente un gruppo di lavoro, che vogliono costruire e rafforzare il loro team o ne fanno parte e desiderano sviluppare la propria efficacia nel lavoro in team

Durata

16 ore

La gestione e la valutazione della performance

Obiettivi

L'obiettivo specifico del corso è quello di presentare uno strumento puntuale ed efficace per definire in quale misura le risorse disponibili siano adeguate agli obiettivi aziendali e per saperne sviluppare di conseguenza le capacità e competenze, dando oggettività alle più importanti politiche di gestione e sviluppo del personale

Contenuti

- La gestione della prestazione nel rapporto capo/collaboratore
- La razionalizzazione delle decisioni di gestione del personale
- Importanza e finalità della valutazione
- Potenziale e prestazione
- Il sistema di valutazione e i suoi output
- Modalità di valutazione
- Il Processo di valutazione
- Il processo di assegnazione degli obiettivi
- Esempio e analisi di una scheda di valutazione per il miglioramento delle prestazioni
- Il colloquio di valutazione: come si prepara e si conduce

Destinatari

Manager, capi progetto e quadri che hanno la responsabilità della gestione e valutazione delle performance

Durata

8 ore

Negoziazione e gestione dei conflitti

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo precipuo quello di accrescere la conoscenza dei propri stili di relazione, di migliorare la gestione della propria ed altrui aggressività, di risolvere i conflitti di ruolo e di gestire i conflitti in modo creativo

Contenuti

- I modelli comportamentali prevalenti (aggressivo , passivo , assertivo)
- La capacità di ascolto e gli stili d'influenzamento attuati
- La risoluzione dei conflitti di potere
- Individuare i problemi, valutare le opzioni e trovare le soluzioni
- Gestire i conflitti in modo creativo

Destinatari

Tutti coloro che intendano migliorare la capacità di gestione dei conflitti e dei processi negoziali

Durata

16 ore

Crucial Conversation

Obiettivi

Il percorso formativo si pone come obiettivo specifico quello di fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per sviluppare e concludere un discorso in modo efficace. Trasmettere strumenti concreti e necessari per raggiungere i migliori risultati dal colloquio

Contenuti

- Riconoscere le situazioni bloccanti o di stallo in una conversazione
- Comprendere le proprie motivazioni
- Capire e comprendere quando si è parte di un colloquio cruciale
- Trasformare le emozioni negative in dialogo efficace
- Restare nel dialogo con forti emozioni
- La conversazione persuasiva
- Capire le emozioni degli interlocutori
- Risultati positivi in una conversazione cruciale

Destinatari

Tutti coloro che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione in pubblico

Durata

16 ore

Il fascino del sipario: Breve percorso teatrale per manager e professional

Obiettivi

Il percorso aiuta i manager e i dirigenti ad aumentare la fiducia in se stessi, utilizzando un linguaggio del corpo sicuro, in grado di trasmettere leadership. I partecipanti imparano ad esprimere al meglio le emozioni per presentare se stessi e i propri prodotti o servizi. Migliorano la comunicazione, le capacità di ascolto, la percezione di segnali deboli intorno a se, la creatività e il problem solving nel proprio lavoro

Contenuti

- Leadership
- Comunicazione
- Ascolto
- Creatività e problem solving
- Intelligenza emotiva
- La percezione di sé
- La percezione dell'io e del sé nell'utilizzo dello spazio
- L'intelligenza emotiva
- L'ascolto dell'altro
- L'interazione. Il corpo nello spazio
- Coerenza fra il linguaggio verbale e non verbale
- La parola come strumento espressivo
- L'espressività per potenziare la propria capacità di esposizione e convincimento

Destinatari

Tutti coloro che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione in pubblico

Durata

24 ore

Resilienza: Come superare le difficoltà della crisi e i cambiamenti nella vita professionale dei manager

Obiettivi

Manager e Dirigenti che nel far fronte all'esigenza di essere sempre in gara si trovano a fronteggiare cambiamenti e situazioni di crisi. Anche di fronte ad eventuali errori, devono mantenere costantemente alta la motivazione la positività e l'energia, senza dimostrare segni di stress

Contenuti

- Che cosa è la resilienza
- Come reagiamo di fronte agli imprevisti e agli errori
- La consapevolezza del proprio equilibrio psico fisico e dei segnali del corpo
- Stabilire e raggiungere i propri obiettivi affrontando stress e paure
- Riconoscere e gestire le emozioni
- L'intelligenza emotiva e la capacità di riconoscere l'umore
- La capacità di transitare da sentimenti negativi verso sentimenti positivi (da frustrazione a entusiasmo)
- Saper arrestare e superare le preoccupazioni
- Sapersi auto motivare
- Adottare una voce interiore positiva
- Saper gestire gli imprevisti attraverso la creatività e la spontaneità
- Utilizzare efficacemente l'intuito
- L'intelligenza interpersonale
- Importanza delle relazioni interpersonali
- Le ragioni per cui le relazioni possono fallire
- Essere un manager dotato di intelligenza emotiva capace di sviluppare impegno di squadra e motivazione diffusa
- Come gestire il cambiamento transitando da giudizio e paura curiosità ed entusiasmo
- Usare l'immaginazione per visualizzare il futuro

Destinatari

Manager e direttivi che si trovano ad affrontare situazioni di cambiamento sia in ambito organizzativo sia in ambito professionale

Durata

24 ore

La gestione del personale

Obiettivi

Obiettivo del corso è fornire un quadro delle problematiche tipiche della gestione delle risorse umane dal punto di vista dell'organizzazione, analizzando le varie leve di gestione a disposizione e concentrando la loro trattazione sul concetto di gestione delle competenze

Contenuti

- La gestione delle competenze e i processi tipici della gestione delle risorse umane
- L'acquisizione delle risorse umane (reclutamento, selezione, inserimento)
- Lo sviluppo delle risorse umane (la formazione e i piani di carriera)
- La valutazione delle risorse umane

Destinatari

Responsabili e collaboratori dell'area risorse umane

Durata

16 ore

Strumenti e tecniche di Problem Solving & Decision Making

Obiettivi

Il corso è focalizzato sugli aspetti del processo di analisi dei problemi e di presa di decisioni con l'obiettivo di facilitare la capacità di pervenire a decisioni corrette anche nelle situazioni più critiche.

Contenuti

- Conoscere le principali metodologie per l'analisi e la risoluzione di problemi
- Saper identificare soluzioni utili e soluzioni inutili
- Condividere un processo per l'analisi del problema e la presa di decisione nei gruppi di lavoro
- Adottare un approccio più razionale alla soluzione dei problemi e alla pianificazione
- Capire come trasformare le decisioni in azioni
- Identificare i comportamenti individuali e collettivi che facilitano i processi di analisi e decisione nei gruppi
- Valutare l'impatto delle decisioni
- Sviluppare la leadership nella comunicazione delle decisioni prese

Destinatari

Tutti coloro che necessitano di un modello efficace per analizzare i problemi, formulare soluzioni, prendere decisioni e metterle in atto

Durata

24 ore

Creatività e innovazione - Tecniche e strategie creative per lavorare a valore aggiunto

Obiettivi

Obiettivo del corso è imparare a dare libera voce alla nostra creatività che potrà aprirci nuovi orizzonti. La novità e l'originalità del corso consiste nell'utilizzo della musica quale efficace metafora per spiegare, far apprendere e far sperimentare ad ogni partecipante semplici tecniche per liberare ed utilizzare la nostra creatività nella propria attività professionale. Obiettivi del corso sono:

- Imparare a riconoscere, creare e sfruttare positivamente le nuove opportunità
- Contribuire a creare un clima favorevole allo sviluppo della creatività a servizio dell'innovazione
- Incoraggiare a "rischiare" e ad "osare" disponendosi positivamente nei confronti della cultura dell'innovazione
- Motivare al cambiamento
- Indurre a moltiplicare le proprie energie creative
- Condurre alla scoperta di un nuovo modo di lavorare
- Garantire l'applicazione di tecniche per la generazione di idee
- Imparare a gestire i processi creativi individuali e di gruppo

Contenuti

- Che cos'è la creatività?
- Generazione e condivisione di idee
- Strategie creative
- Creatività e passione

Destinatari

Tutti coloro che necessitano di un modello efficace per formulare soluzioni innovative funzionali al business

Durata

8 ore

Misure per migliorare l'assetto organizzativo

Obiettivi

- Sviluppare la cultura del feedback
- Responsabilità individuali e collettive per migliorare le performance aziendali
- Individuare strumenti, metodi e chiavi di lettura per la comprensione del contesto organizzativo
- Favorire il miglioramento personale e collettivo in coerenza con i comportamenti e gli obiettivi d'impresa

Contenuti

- Elementi di evoluzioni macroeconomiche
- Elementi di evoluzioni del mercato specifico
- La situazione economica dell'impresa (trend)
- Visione – missione - obiettivi
- Il modello di Business
- Indicatori di performance e responsabilità
- La tensione al miglioramento

Destinatari

Responsabili e manager delle funzioni aziendali

Durata

16 ore

Meeting & negotiation strategies (in lingua inglese)

Obiettivi

- Analysis of communication tools required to best express ones position and ideas
- Control, flexibility and changing approach during a negotiation
- Acquiring influencing skills
- Developing autonomy, security and confidence when communicating in a second language

Contenuti

- Examining your working practices and your current beliefs
- Making changes
- Different types of negotiations – from lose/lose to collaboration
- Matching and leading techniques, values and positive language
- Live meeting – role-play

Destinatari

Tutti coloro che hanno la necessità di migliorare le proprie tecniche di negoziazione in lingua inglese

Durata

16 ore

Presenting with influence (in lingua inglese)

Obiettivi

- Understanding the phases in the creation of a presentation
- Capturing the audience's attention and assuring positive impact
- Developing confidence and techniques when delivering presentations

Contenuti

- Developing your confidence as a presenter
- Improving vocal delivery and clarity
- Awareness of positive body language
- Identifying communication patterns (Visual, Auditory, Kinesthetic)
- Brainstorming and mindmapping as a presentation design tools
- Creating effective visuals
- Preparing to present with confidence
- Dealing with questions and audience

Destinatari

Tutti coloro che intendano migliorare le proprie tecniche di presentazione in lingua inglese

Durata

16 ore

Technical & report writing skills (in lingua inglese)

Obiettivi

- Improve written communication in English
- Plan and structure written reports, email and general texts
- Develop confidence, accuracy and style when writing in English

Contenuti

- The importance of and criteria for effective writing
- Defining aims: identifying subject, purpose and scope
- Audience: analysis of a reader's needs
- Planning structure: note-taking techniques, sections and headings
- Introductions
- Organising information: text, data, graphs and tables
- Narrative Style
- Writing conclusions and recommendations
- Self editing, proofreading and correction

Destinatari

Tutti coloro che intendano migliorare le proprie tecniche di comunicazione scritta in inglese

Durata

16 ore

International leadership development (in lingua inglese)

Obiettivi

- Test your leadership qualities
- Acquire vision, ability, motivation and tools for personal development
- Identify the key and critical elements to success in managing human resources

Contenuti

- Managing change
- Emotional intelligence
- Lobbying and influencing skills
- Strategic planning
- Problem solving & decision making
- Improved team communication techniques
- Listening techniques that gain respect & motivate employees
- Boardroom leaders – video analysis and discussion
- Oral and written communication
- Interpersonal communication skills

Destinatari

Manager, quadri e capi progetto che abbiano la necessità di migliorare la propria capacità di esercitare leadership in contesti internazionali

Durata

16 ore

Interpersonal communication & problem solving (in lingua inglese)

Obiettivi

- Manage relationships and communication in English
- Implementing communication strategies and techniques when working in English

Contenuti

- Understanding communication – self assessment
- Exploring sensory thinking patterns
- Styles of communication and the communication cycle
- Active listening
- Giving and receiving feedback
- Precision questions
- Understanding non verbal communication/body language
- Dealing with conflict; resolving controversy (communicating with colleagues and the boss)
- Building self-esteem
- Practicing effective interpersonal communication

Destinatari

Tutti coloro che hanno la necessità di migliorare le proprie tecniche di comunicazione e di problem solving in lingua inglese

Durata

16

ore

LINGUE

Lingua Inglese/Spagnola/Tedesca/Francese/Portoghese (base / intermedio / avanzato)

Obiettivi

I singoli corsi attraverso l'impiego del "minigroup", che è una tipologia di formazione progettata per piccoli gruppi di lavoro e di studio si pongono come obiettivo specifico la creazione di un ambiente dinamico e stimolante, dove le strutture linguistiche vengono consolidate e migliorate tramite contenuti e attività scelti in sintonia con l'area professionale di appartenenza e con le competenze richieste.

Le tipologie di corsi offerti si suddividono in corsi di lingua "generale" e mirati o tematici, sulla base del livello di conoscenza della lingua dei partecipanti, del ruolo e settore di appartenenza, dell'utilizzo della lingua nel contesto lavorativo e dalle indicazioni specifiche del Cliente.

Contenuti

L'attenzione verrà puntata sulla comunicazione e sulle capacità pratiche da acquisire nei particolari settori di interesse, sulla base di un programma di lavoro e di un percorso formativo preventivamente individuato e progettato. I programmi tratteranno, attraverso l'uso di contenuti e materiali specifici, argomenti relativi ai ruoli professionali e agli obiettivi dei partecipanti, sulla base del livello iniziale di conoscenza della lingua. In generale, i corsi mireranno ad acquisire e consolidare le strutture linguistiche da implementare o già presenti, incrementare vocabolario e gamma di espressione, introducendo gradualmente un linguaggio sempre più accurato.

Destinatari

Il corso è destinato a tutti coloro che desiderino migliorare la conoscenza delle lingue in oggetto; prima dell'avvio del corso verrà somministrato un test on line per determinare il livello linguistico di ingresso.

Durata

Da 20 a 40 ore

Lingua italiana per stranieri

Obiettivi

Livello base: apprendere le funzioni morfologiche di base, le strutture sintattiche fondamentali e il vocabolario richiesti per poter interagire nelle situazioni più comuni della vita quotidiana.

Livello intermedio: ampliare la terminologia di base e introdurre espressioni di uso pratico o relative a contenuti caratterizzati linguisticamente e culturalmente da una serie di temi specifici e di media comprensione.

Livello avanzato: sviluppare in modo approfondito le capacità di ascolto, di comprensione e di produzione orale e scritta; utilizzare efficacemente le proprie risorse grammaticali e lessicali, socio-linguistiche (espressioni idiomatiche, registri e stili linguistici) e pragmatiche (organizzazione del discorso e funzioni comunicative) per percepire e interpretare testi diversi.

Contenuti

Livello base: presentazione di se stessi, descrizione di cose e persone, descrizione attività di routine, offrire e chiedere informazioni, nozioni di base sull'uso del telefono.

Livello intermedio: rassegna strutture grammaticali, come fare prenotazioni e ordini, lessico relativo ad attività della vita quotidiana, lessico relativo ad attività professionali.

Livello avanzato: i periodi ipotetici, il condizionale, i verbi modali, e-mail e lettere commerciali, la comunicazione telefonica.

Destinatari

Dipendenti stranieri appartenenti a qualsiasi area aziendale.

Durata

40 ore

SISTEMI INFORMATIVI

Microsoft Word base e avanzato

Obiettivi

Il corso Microsoft Word intende offrire strumenti e conoscenze essenziali per diventare autonomi nell'utilizzo e nell'implementazione degli elementi necessari per elaborare testi, creando, gestendo e stampando documenti in formato Word di aspetto professionale

Contenuti

- Nozioni fondamentali ed operazioni di base
- Formattazione strumenti di controllo del testo
- Stampa
- Immissione automatica di testo
- Unione di documenti
- Modelli semplici e complessi
- Creazioni di stili
- Utilizzo delle tabelle
- Visualizzazione della struttura
- Sommario e indice analitico
- Pubblicazioni grafiche
- Layout di pagina
- Revisione dei documenti
- Macro e Opzioni aggiuntive

Destinatari

Lavoratori con qualsiasi livello di conoscenza in ingresso

Durata

da 16 a 32 ore

Microsoft Excel base e avanzato

Obiettivi

Il corso è consigliato a coloro che vogliono acquisire competenze sulle funzionalità del foglio elettronico Excel per avere una visione complessiva degli strumenti e delle opportunità offerte da Excel e, di conseguenza, per raggiungere una maggiore padronanza nel suo impiego.

Contenuti

- Il foglio elettronico Excel
- La formattazione
- Le formule
- Le funzioni
- La rappresentazione grafica dei dati
- Le funzioni condizionali e le funzioni logiche
- La gestione di dati in tabella
- Le tabelle pivot
- L'analisi di simulazione
- L'importazione e l'esportazione di dati in altri formati
- Le opzioni di protezione
- Le macro

Destinatari

Lavoratori con conoscenza di base di Windows

Durata

Da 16 a 24 ore

Power Point

Obiettivi

L'obiettivo principale del corso è quello di fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per creare efficaci presentazioni in PowerPoint da utilizzare per l'esposizione di idee, relazioni, progetti e rendiconti.

Il corso prevede inoltre la realizzazione pratica di esercizi esemplificativi che permettono di mettere immediatamente in pratica le conoscenze acquisite

Contenuti

- Introduzione a MS Power Point
- Lavorare con MS Power Point
- Le diapositive: organizzazione della struttura; visualizzazioni delle diapositive; inserimento ed eliminazione di diapositive; salvataggio delle diapositive; stampa
- L'animazione
- Gestione della distribuzione di una presentazione; distribuzione delle presentazioni; gestione di una presentazione su portatile; installazione ed esecuzione di una presentazione su portatile; analisi e scelta dei formati del documento
- Il messaggio: presentazione del concetto
- Gli strumenti multimediali: progettazione del supporto visivo

Destinatari

Lavoratori con qualsiasi livello di conoscenza in ingresso

Durata

16 ore

Outlook Express e Internet Explorer

Obiettivi

Il corso è rivolto a tutti coloro che vogliono certificare la propria competenza nell'uso della posta elettronica e nella navigazione in Internet

Contenuti

- Inviare e ricevere messaggi di posta elettronica
- Inserire allegati
- Gestione della rubrica
- Regole dei messaggi
- Gestione dei newsgroup
- Utilizzo di Internet Explorer
- I motori di ricerca

Destinatari

Lavoratori con conoscenza di base di Windows

Durata

8 ore

La creazione di un data base attraverso Access

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo generale quello di trasferire ai corsisti le conoscenze e le abilità necessarie al fine di:

- creare database di media complessità
- realizzare elaborazione di dati archiviati nel database o estratti da altri sistemi gestionali

Contenuti

- La progettazione di un database:
 - introduzione ad ms access
 - le tabelle
 - le relazioni
 - introduzione all'sql
 - esercitazione: come costruire un database
- Gli strumenti disponibili:
 - Le query
 - Le maschere
 - I report
 - Le interrogazioni
 - Esercitazione: Come costruire un database

Destinatari

Tutti i lavoratori intendono acquisire competenze nell'ambito dell'applicativo Microsoft Access

Durata

16 ore

La posta elettronica: gestire l'overload

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo specifico quello di fornire accorgimenti tecnici e formali per ridurre la quantità di e-mail e di fornire gli strumenti per gestire l'organizzazione delle e-mail e le modalità comunicative dei propri messaggi

Contenuti

- La posta elettronica in azienda
- Accorgimenti tecnici per inviare qualche e-mail in meno
- Accorgimenti formali per ricevere qualche e-mail in meno
- L'organizzazione efficiente delle e-mail
- La comunicazione efficace con le e-mail

Destinatari

Risorse che, indipendentemente dal proprio ruolo aziendale, debbano gestire un elevato numero di e-mail in entrata e in uscita

Durata

8 ore

Google: valore delle informazioni e affidabilità delle fonti

Obiettivi

- Utilizzare bene il motore di ricerca
- Velocizzare il tempo di ritrovamento dei dati cercati
- Trovare informazioni più pertinenti e aggiornate
- Automatizzare ed ottimizzare alcune funzioni di ricerca
- Migliorare il proprio sito e fargli ottenere più visibilità rendendolo più adatto all'analisi dei motori di ricerca più noti

Contenuti

- Introduzione ad internet
- I motori di ricerca
- Qualità delle informazioni e affidabilità delle fonti
- Utilizzare i principali sistemi di miglioramento per le ricerche
- Utilizzo delle maschere per la ricerca avanzata
- Valutare la qualità delle fonti in base alle caratteristiche e ai contenuti delle pagine ritrovate
- Esercitazioni pratiche

Destinatari

Tutti i lavoratori intendono acquisire competenze per migliorare l'utilizzo dello strumento

Durata

8 ore

Strumenti web gratuiti per l'efficienza in ufficio: Produrre, comunicare e condividere

Obiettivi

- Riconoscere cosa caratterizza il web 2.0 e valutare i possibili utilizzi nella propria attività lavorativa
- I principali strumenti di produzione on line
- Utilizzare gli strumenti di web 2.0 per implementare strategie di collaborazione e condivisione

Contenuti

- Introduzione a Web 2.0
- Produrre utilizzando il web: Google doc e altri strumenti
- Strumenti di collaborazione: Google Calendar, Wikia, Senduit
- Strumenti di condivisione: Delicious, Box.net, Scribt
- Esercitazioni pratiche

Destinatari

Tutti i lavoratori intendono acquisire competenze per migliorare l'utilizzo dello strumento

Durata

8 ore

GESTIONE DEL MERCATO E DEI CLIENTI

Il processo di marketing

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti metodologie, strumenti e tecniche di gestione strategica del processo di marketing nella sua totalità, focalizzandosi sul ruolo e l'importanza del marketing sia come processo metodologico, sia come cultura pervasiva e condivisa a livello aziendale. In particolare verranno affrontati i principali elementi di marketing strategico (analisi del mercato, analisi del sistema competitivo, segmentazione e scelta dei mercati obiettivo) e di marketing operativo (leve del marketing mix: prodotto-servizio, prezzo, comunicazione integrata, canali di distribuzione, personale di front end di vendita)

Contenuti

- Marketing strategico:
 - analisi del mercato
 - analisi del sistema competitivo
 - segmentazione e scelta dei mercati obiettivo
- Marketing operativo:
 - leve del marketing mix: prodotto-servizio
 - prezzo
 - comunicazione integrata
 - canali di distribuzione
 - personale di vendita

Destinatari

Il programma si rivolge a lavoratori con competenze di base in ambito marketing

Durata

16 ore

Marketing dei beni industriali

Obiettivi

Acquisire i modelli di riferimento e l'inquadramento concettuale e metodologico per creare, sviluppare e mantenere nel tempo logiche "customer centric" nell'ambito dei beni industriali

Contenuti

- Analisi dello scenario competitivo
- L'identificazione dei clienti
- L'elaborazione della strategia
- Il piano di attività
- Lo sviluppo e la pianificazione delle azioni di miglioramento
- Saper anticipare il mercato
- Come ottimizzare gli investimenti
- Il controllo economico
- Analisi incidenza dei costi di Marketing e Vendita
- Valutazione dei rischi
- Elaborazione del budget e del forecast
- Realizzazione e controllo a consuntivo

Destinatari

Responsabili marketing e responsabili commerciali

Durata

32 ore

La contrattualistica

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo generale quello di illustrare ai partecipanti i principi fondanti della contrattualistica e fornire loro gli strumenti necessari per condurre in modo efficace una trattativa di vendita

Contenuti

- Nozioni Generali
- Il contratto di compravendita
- Tipi particolari di vendita mobiliare
- Inadempimento dell'acquirente
- La vendita internazionale

Destinatari

Risorse coinvolte nel processo di vendita e di relazione con il cliente

Durata

16 ore

L'orientamento al cliente

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare le capacità di persuasione e di ascolto delle esigenze del Cliente, individuando anche le opportunità di sviluppo della relazione.
- Potenziare le capacità di sviluppo di soluzioni adeguate e innovative, della relativa presentazione e della costruzione di un rapporto equilibrato nel tempo con il Cliente.
- Sviluppare nuove competenze nei partecipanti sui versanti della gestione di rapporti complessi e/o in Grandi Clienti, di valore strategico per l'Azienda.

Contenuti

- L'azienda orientata al Cliente
- Creare una visione tesa a mantenere il Cliente
- Esempi
- Far risuonare la voce del Cliente
- Conoscere i Clienti e relazionarsi con loro
- Imparare la lezione dai vincitori
- Nove fasi
- Togliere i freni ai paladini dei Clienti
- Il rapporto con i collaboratori
- Abbattere le barriere ai comportamenti positivi
- Le barriere all'innovazione e al servizio
- Misurare, misurare, misurare
- Il Cliente ci misura
- Gli indici di soddisfazione del Cliente
- Strumenti e tecniche per orientare l'azienda al Cliente

Destinatari

Risorse coinvolte nel processo di vendita e di relazione con il cliente

Durata

16 ore

Il CRM - Customer Relationship Management

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Presentare ai partecipanti le caratteristiche dei sistemi CRM, i grandi vantaggi per il commerciale ed anche per altri enti aziendali, quali l'assistenza e il marketing.
- Sviluppare le competenze necessarie per prepararsi all'introduzione dei sistemi CRM, che rappresentano una delle più grandi evoluzioni negli strumenti di supporto alle attività commerciali ed aziendali in genere.
- Potenziare le capacità dei partecipanti nello sfruttare i concetti e le opportunità offerte dai sistemi CRM per sviluppare le vendite e migliorare le relazioni con i Clienti

Contenuti

- CRM strategico
- Quattro approcci al CRM
- I malintesi sul CRM
- Definizioni, gruppi e contesto commerciale
- Cinque modelli di CRM
- La "R" di CRM è la Relazione
- Pianificare e realizzare i Progetti CRM
- Sviluppo e gestione del database Clienti
- La gestione del portafoglio Clienti
- La "Customer Experience" e il CRM
- Come creare valore per il Cliente
- Il ciclo di vita dei Clienti: Acquisizione e Customer Retention
- CRM e la gestione di Networks, Fornitori e Partners
- CRM e Information Technology
- L'automazione della Rete Vendita, del Marketing e del Service
- CRM e i temi organizzativi

Destinatari

Il corso si rivolge a venditori, capi area, responsabili vendita, marketing e assistenza, a tutti coloro che desiderano conoscere o approfondire i sistemi CRM, che oggi si stanno introducendo anche nelle PMI, per coglierne i vantaggi operativi, prima e meglio della concorrenza, con l'utilizzo di esempi ed esperienze reali

Durata

24 ore

Le trattative di acquisto: aspetti di strategia e tecniche operative

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare le tecniche di negoziazione e di analisi del processo di acquisto.
- Sviluppare nuove competenze nei partecipanti nella capacità di individuare le strategie e tattiche della controparte, di percepire le informazioni necessarie nel processo di negoziazione e di comunicare correttamente.
- Potenziare le capacità di gestione di trattative difficili e complesse, con l'utilizzo di metodi e strumenti opportuni per raggiungere un risultato efficace ed efficiente per l'Azienda.

Contenuti

- La natura della negoziazione
- La strategia, lo scenario e il piano d'azione
- Strategie e tattiche della negoziazione
- Percezione, comprensione e comunicazione
- Le fonti del potere negoziale
- Le tattiche etiche e non etiche
- La negoziazione globale
- Le negoziazioni più difficili
- Esempio di una negoziazione efficace

Destinatari

Addetti alla vendita e responsabili uffici acquisti

Durata

16 ore

La gestione di ordini e commesse in una logica di consolidamento e sviluppo del rapporto con il cliente

Obiettivi

Il corso si propone l'obiettivo specifico di acquisire i modelli di riferimento e l'inquadramento concettuale e metodologico per creare, sviluppare e mantenere nel tempo una relazione di valore con il cliente

Contenuti

- Dalla customer satisfaction alla fidelizzazione del cliente
- Il Customer relationship Management
- L'identificazione dei clienti chiave
- Il processo di allineamento con il cliente: metodologie, criticità, ruoli coinvolti ed impatto sulla propria organizzazione
- Lo sviluppo e la pianificazione delle azioni sui clienti chiave
- Anticipare le esigenze e risolvere i problemi del cliente
- Gestire il "valore percepito dal cliente"
- Costruire relazioni durature con i clienti (maintenance strategy) ai fini di raccordare le reciproche opportunità di business

Destinatari

Responsabili e professional di area commerciale, tecnici e operatori coinvolti nelle attività connesse alla relazione con il cliente nelle fasi a monte ed a valle della vendita (pre-progettazione, sviluppo progetto, fornitura, installazione e assistenza post vendita)

Durata

32 ore

Strategie di filiera. Piani di sviluppo e marketing condiviso

Obiettivi

- Effettuare la gestione economico-amministrativa di un'azienda
- Applicare tecniche di sviluppo condivise tra aziende di una stessa filiera produttiva
- Individuare le sinergie e i fattori di innovazione e competitività

Contenuti

- Servizi condivisi
- Elaborazione di Piani di sviluppo sinergici ed integrati
- Elaborazione di strategie di marketing condivise
- Modelli

Destinatari

Commerciali e responsabili marketing

Durata

32 ore

La costruzione operativa del Piano Commerciale e dei relativi Piani di azione

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare le competenze dei partecipanti nella creazione tempestiva di un Piano di lavoro in modo semplice, chiaro ed organizzato, che fornisca reali indicazioni e risposte ragionate alle varie situazioni e per guidare annualmente l'attività commerciale.
- Supportare i partecipanti nel dettagliare il Piano commerciale, efficace e in linea con gli obiettivi generali aziendali le azioni concrete e aggiornate su: mercati target, analisi sul venduto, concorrenza, prodotti e servizi offerti, strategie sui prezzi, vendite e distribuzione, comunicazione e post-vendita.
- Fornire strumenti e tecniche prontamente utilizzabili per sviluppare in aula un Piano che include tutti gli elementi necessari, insieme alle indicazioni sulla sua organizzazione, realizzazione e gestione durante l'anno, anche per la valutazione e controllo della Rete di vendita.

Contenuti

- Il ruolo del Piano commerciale
- La fotografia della situazione di partenza
- Le valutazioni di base
- La decisione degli obiettivi e delle strategie
- La gestione delle leve del mix commerciale
- Gli strumenti operativi di controllo del Piano

Destinatari

Addetti alla vendita e responsabili uffici acquisti

Durata

16 ore

Gestire la rete di vendita

Obiettivi

L'azione formativa si propone di implementare le competenze di marketing relative alle attività di vendita e di far acquisire gli strumenti pratici per l'organizzazione, la gestione e il controllo della forza vendita. Il corso si propone altresì di fornire le competenze necessarie per la gestione delle risorse umane della vendita, in particolare la ricerca e selezione, la motivazione e la formazione, la valutazione e l'incentivazione

Contenuti

- Marketing
- Organizzazione e gestione rete di vendita
- Nuovi strumenti telematici di gestione
- Gestione e sviluppo risorse umane della vendita
- Follow up focalizzato

Destinatari

Responsabili commerciali e responsabili della rete di vendita

Durata

24 ore

Organizzazione e sviluppo della struttura commerciale

Obiettivi

- Migliorare gli strumenti di vendita nelle sue componenti operative e di analisi del processo di acquisto dei Clienti.
- Sviluppare nuove competenze nei partecipanti sui versanti della gestione di trattative complesse e/o Grandi Clienti, di valore strategico per l'azienda
- Potenziare le capacità di sviluppo delle vendite, di organizzazione e di rapporto con clienti esterni ed interni

Contenuti

- L'organizzazione commerciale interna
- Principi generali organizzativi
- Obiettivi e risorse
- I Piani di sviluppo Italia/estero
- Gli strumenti necessari alle Vendite
- I listini di vendita
- Gli argomentari
- Il Piano di Vendita annuale
- La gestione operativa della Rete commerciale
- Gli obiettivi della gestione della rete
- Misurazioni, indici e valutazione dei risultati
- Casi specifici da risolvere
- L'organizzazione e sviluppo del Post-Vendita
- Gli obiettivi e le conseguenti strategie
- I livelli di servizio attesi
- Il Piano annuale del Post-Vendita
- La definizione e l'elaborazione del Budget di Vendita
- La raccolta e l'elaborazione delle informazioni di base
- Lo schema di riferimento da utilizzare
- Il processo di elaborazione del Budget
- I controlli periodici

Destinatari

Responsabili commerciali e responsabili della rete di vendita

Durata

24 ore

Gestire la relazione di vendita con efficacia

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo principale quello di fornire ai partecipanti gli strumenti concettuali e relazionali per gestire relazioni di vendita efficaci. In particolare il corso intende:

- migliorare l'efficacia dell'azione di vendita
- fornire ai partecipanti le chiavi di lettura del processo di vendita e nel colloquio di vendita
- apprendere a monitorare lo svolgimento della relazione col cliente
- sviluppare una maggior consapevolezza del proprio stile di relazione con il cliente

Contenuti

- Le logiche di fondo della vendita e le condizioni di successo:
 - L'incontro domanda-offerta e la relazione stabile con il cliente (profittabilità nel tempo)
 - La logica win-win e le leve della persuasione
 - La preparazione della strategia di vendita: dalla logica product-oriented alla logica client-oriented
- Il colloquio di vendita:
 - Le fasi: l'apertura, le domande, la conoscenza del cliente, la chiusura
 - Gli strumenti: la gestione delle obiezioni; il linguaggio efficace; l'ascolto attivo e la vendita consulenziale
- Gestire la relazione di vendita: l'analisi del cliente complesso; lo sviluppo del portafoglio clienti

Destinatari

Il corso è rivolto a giovani figure commerciali che abbiano già intrapreso l'attività di gestione della clientela e vogliano acquisire strumenti e logiche professionali di gestione del cliente e/o migliorare la gestione della relazione con essi

Durata

16 ore

Corso teleselling

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo didattico quello di implementare le capacità comunicative dei partecipanti, fornendo loro gli strumenti necessari per gestire in modo efficace ed efficiente la telefonata di teleselling

Contenuti

- Gli stili di teleselling
- La struttura della telefonata di teleselling
- Come gestire e superare il filtro
- La psicologia del linguaggio
- Come presentare la propria proposta in modo credibile e motivante
- Tecniche di gestione delle obiezioni
- Tecniche di chiusura
- Come congedarsi dal cliente
- Simulazioni

Destinatari

Risorse coinvolte nel processo di Teleselling

Durata

16 ore

Costruire l'export: come muovere i primi passi sui mercati esteri

Obiettivi

Il corso fornisce strumenti e tecniche per affrontare il mercato estero, offrendo un vantaggio competitivo attraverso una metodologia, informazioni ed esperienze

Contenuti

- Siamo pronti per esportare?
- Esportare o internazionalizzare?
- Come (non) esportare: gli errori più comuni
- I rischi da affrontare
- Come impostare il piano di internazionalizzazione
- Come promuovere la nostra azienda
- Come organizzare la partecipazione a fiere internazionali
- La ricerca, il registro, il monitoraggio del marchio.
- I parametri del prodotto a vocazione internazionale.
- Come identificare clienti o i partners
- Criteri e strumenti per proporsi, identificare e selezionare i contatti sui mercati

Destinatari

Manager, assistenti all'ufficio export, funzionari commerciali e risorse appartenenti a consorzi export

Durata

8 ore

Le PMI e i nuovi mercati internazionali

Obiettivi

- Effettuare l'analisi strategica del mercato di un'organizzazione
- Riconoscere ed interpretare le caratteristiche tipiche dei nuovi mercati internazionali

Contenuti

- Le caratteristiche peculiari dei nuovi mercati internazionali
- Caratteristiche economiche e normative dei nuovi mercati internazionali
- Barriere di ingresso

Destinatari

Manager, funzionari commerciali e risorse appartenenti a consorzi export

Durata

24 ore

La gestione della vendita ai grandi clienti

Obiettivi

- Migliorare le capacità di analisi del mercato delle Grandi Aziende potenziali Clienti della Società e del loro processo di acquisto
- Sviluppare nuove competenze nei partecipanti sui versanti della gestione di trattative complesse con Grandi Clienti, di valore strategico per l'Azienda
- Potenziare le capacità di selezione delle risorse adatte alla gestione dei Grandi clienti e degli strumenti necessari per la vendita

Contenuti

- L'analisi del mercato aggredibile dall'azienda
- La segmentazione del mercato
- I Fattori chiave di successo
- I processi di acquisto dei Grandi Clienti
- Gli strumenti necessari alle Vendite
- I listini di vendita e le politiche di sconto
- Gli argomenti
- Il Piano di Vendita annuale
- La trattativa complessa con i Grandi Clienti
- Il Piano negoziale
- I pacchetti d'offerta
- La selezione delle risorse
- I profili necessari
- La selezione e formazione
- Obiettivi e misurazioni

Destinatari

Responsabili marketing e responsabili commerciali

Durata

32 ore

Marketing per l'internazionalizzazione

Obiettivi

Il corso intende fornire le competenze per individuare le opportunità di mercato e commerciali all'estero, comprendere come gestire il proprio portafoglio clienti in una logica internazionale, sviluppare la capacità di definire un piano per le attività commerciali all'estero e imparare a misurare il risultato delle scelte di internazionalizzazione

Contenuti

- Opportunità e criticità dei mercati esteri: la scelta dei mercati - paesi
- Strumenti di analisi e gestione del portafoglio internazionale clienti
- La definizione delle modalità di ingresso nei mercati esteri
- La pianificazione delle attività commerciali all'estero
- La misurazione delle performance nei diversi mercati

Destinatari

Responsabili, tecnici e operatori coinvolti nelle attività connesse alla relazione con il cliente nelle fasi a monte e a valle della vendita

Durata

40 ore

Gli Acquisti nell'era di internet: metodi e tecniche evolute

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare le capacità di analisi, qualificazione e valutazione dei fornitori, con l'utilizzo di strumenti specifici.
- Trasferire competenze tecniche di acquisto, anche alla luce dei nuovi scenari internet.
- Sviluppare nuove conoscenze ed abilità nella gestione concreta e operativa delle attività di acquisto, con l'utilizzo delle leve decisionali.

Contenuti

- Il processo di acquisto
- Strumenti di analisi per gli Acquisti
- L'acquisto e la gestione dei materiali diretti e indiretti
- L'acquisto e la gestione dei servizi
- La selezione e valutazione dei fornitori
- L'e-commerce e l'e-Procurement

Destinatari

Addetti alla vendita e responsabili uffici acquisti

Durata

16 ore

Customer care e assistenza postvendita

Obiettivi

Il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti concettuali e relazionali necessari per una corretta gestione del rapporto con i clienti, in particolare il corso si propone la finalità di implementare la capacità di ascolto e di anticipare i bisogni dei clienti, oltre che di creare un ambiente favorevole all'ingresso di nuovi clienti. L'attività formativa si propone inoltre di illustrare ai partecipanti come sviluppare una visione del post vendita come business unit specifica

Contenuti

- Che cos'è la customer care
- La comunicazione come strumento di ascolto
- Indagini, sondaggi ed audit cosa sono e come utilizzarli
- Come creare un "ingresso accogliente" per il cliente potenziale
- Prevenire i bisogni ed offrire eccellenza
- Obiezioni, reclami, lamentele: come gestirle e quali procedure attivare
- Raccolta dati e gestione delle informazioni
- Come ottenere informazioni strategiche dal cliente
- Monitoraggio della soddisfazione dei clienti attraverso i dati raccolti
- Cosa misurare nella customer care e perché
- Preparazione check-list della qualità
- Come comunicare il Brand aziendale per aumentare la percentuale di riacquisto e fidelizzare il cliente
- I processi di un'unità di post vendita
- L'organizzazione del post vendita
- Misurare i risultati

Destinatari

Personale addetto all'assistenza e al servizio clienti

Durata

16 ore

L'assistenza tecnica come risorsa per lo sviluppo del business

Obiettivi

Sviluppare consapevolezza del ruolo che l'assistenza tecnica può svolgere per consolidare il rapporto con il cliente e favorire nuove opportunità di business

Contenuti

- Orientamento commerciale e visione tecnica: la ricomposizione di punti di vista diversi in un approccio unitario di gestione del cliente per lo sviluppo del business aziendale
- L'assistenza tecnica all'interno del ciclo di gestione della relazione con il cliente: criticità e opportunità
- Da un orientamento al prodotto ad un orientamento al cliente
- I problemi tecnici come opportunità di consolidamento della relazione con il cliente: interpretare le richieste e anticipare i problemi
- Le criticità dell'assistenza tecnica come occasione di apprendimento e conoscenza dei clienti: le indicazioni per nuove opportunità di business
- Le nuove competenze richieste ai tecnici che seguono l'assistenza tecnica

Destinatari

Operatori di unità di customer service e professional che presidiano le attività di assistenza tecnica in stretta interazione con i clienti

Durata

24 ore

La gestione dei reclami

Obiettivi

Il corso si propone di fornire conoscenze, metodologie e tecniche per:

- Comprendere l'utilità dei reclami per migliorare sia la qualità del servizio reso al cliente sia le performance aziendali
- Condividere un efficace modello per la gestione dei reclami in modo da individuare ed eliminare le cause che li hanno originati
- Formare le risorse aziendali al fine di aumentare la loro efficacia nella gestione della relazione con il cliente che reclama

Contenuti

- La conoscenza dei reclami
- La gestione dei reclami nelle imprese del terziario
- La relazione con il cliente

Destinatari

Il corso è destinato a responsabili commerciali, responsabili qualità, responsabili customer service e customer care. Il corso non è indicato per il personale addetto al front office

Durata

24 ore

Il recupero crediti

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo principale quello di proporre l'analisi e l'esercizio delle tecniche di comunicazione telefonica come strumento per rafforzare le capacità di approccio all'interlocutore e di conoscere le più aggiornate normative e tecniche di riferimento per il recupero crediti

Contenuti

- Tecniche di comunicazione telefonica
- Ascolto attivo e tecniche delle domande
- Acquisto/cessione pro soluto e pro solvendo
- Documentazione: finanziamento, busta paga, lettera di cessione, messa in mora, decadenza beneficio del termine ecc.
- Debitore (persona fisica, società)
- Lavorazione
- Banche dati
- Modalità di pagamento cambiale
- Attività di recupero: extragiudiziale e giudiziale
- Sollecito: presentazione della TRC Call srl con attività di BUI e BUC
- Legge sulla privacy e codice deontologico dell'operatore
- L'attività di sollecito vs recupero
- L'importanza del lavoro di gruppo
- Lavorazione delle scadenze

Destinatari

Risorse coinvolte nel processo di recupero crediti e di relazione con il cliente

Durata

16 ore

Garanzie e strumenti di pagamento

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo generale quello di illustrare ai partecipanti i diversi strumenti di pagamento per condurre in modo efficace una trattativa di vendita

Contenuti

- Le garanzie (tipiche e atipiche):
 - Fidejussione
 - Pegno
 - Ipoteca
 - First demand guarantee
 - Lettera di patronage
 - Mandato di credito
 - Cessione di credito in garanzia (vd infra)
- Il pagamento, nozioni generali:
 - Le Parti in causa
 - Il quantum
 - I Termini (con riferimento alle regole speciali dettate per le transazioni tra imprenditori)
 - Il luogo
 - La quietanza
- Gli strumenti di pagamento:
 - Il denaro
 - La moneta bancaria: assegno bancario e circolare
 - Bonifico bancario
 - Cenni sul Credito Documentario d'uso nelle transazioni internazionali

Destinatari

Risorse coinvolte nel processo di vendita e di relazione con il cliente

Durata

8 ore

Migliorare i margini con la strategia dei prezzi

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono:

- Presentare ai partecipanti le potenzialità offerte da una strategia dei prezzi specifica e focalizzata che consenta, con poche modifiche, di recuperare una parte di reddito potenzialmente raggiungibile.
- Sviluppare le competenze necessarie per valutare il valore offerto al Cliente e determinare le strategie di prezzo opportune per nuovi prodotti, scale sconto e posizionamenti di mercato.
- Potenziare le capacità dei partecipanti nell'utilizzo di vari strumenti e tecniche quali il bundling, l'unbundling, prezzi non lineari etc, con vari esempi pratici di applicazione.

Contenuti

- Gli aspetti fondamentali delle decisioni di prezzo
- La definizione di un prezzo unico
- La concorrenza e le variazioni di prezzo
- Il metodo dei prezzi non lineari
- Il metodo del Bundling
- Il metodo dei prezzi di gruppo
- Le strategie di prezzo per una gamma di prodotti
- I prezzi nei mercati esteri
- Le strategie sugli sconti
- Strumenti operativi per decidere i prezzi
- Le regole per determinare i prezzi corretti

Destinatari

Responsabili commerciali e responsabili della rete di vendita.

Durata

16 ore

Web Marketing

Obiettivi

Gestire i principali strumenti offerti dai media digitali e sviluppare strategie di Web Marketing: come Internet può aumentare le visite verso un sito web, generare brand awareness e coinvolgere gli utenti nelle attività di comunicazione. Il corso si propone di esporre i principali strumenti media a pagamento per aumentare le visite al proprio sito, generare brand awareness ed engagement dell'utente. Conoscere le modalità di acquisto e le metriche di valutazione per calcolare il ROI (Return on Investment) sono elementi indispensabili per una strategia di Web Marketing appropriata. Verrà approfondito il glossario di Advertising e Marketing online (CPM, CPC, CPA) e come le logiche della comunicazione tradizionale vengono applicate al Web attraverso un percorso strutturato, in modo da affrontare consapevolmente l'approccio a uno strumento innovativo e in continua evoluzione.

Contenuti

- Le evoluzioni del media Internet e del panorama italiano degli investimenti pubblicitari
- Glossario di Advertising e Marketing e dei media online: CPM, CPC CPA
- I principali formati e le logiche di affollamento pubblicitario
- Brand Awareness, Direct Marketing ed Engagement dei consumatori ai tempi di internet.
- Newsletter e DEM (Direct Email Marketing) come strumenti di contatto qualificato con i potenziali clienti
- Le logiche e le modalità di misurazione di una campagna internet: il click, il GRP, la copertura efficace

Destinatari

PMI che guardano al web come a una possibile area di recruiting di nuovi clienti e di lead generation; responsabili di uffici Marketing e Comunicazione delle Piccole e Medie Imprese.

Durata

8 ore

Sviluppare il business con il digitale: guardiamo oltre il commercio elettronico

Obiettivi

- Attivare il canale digitale all'interno del proprio marketing mix
- Promuovere le vendite utilizzando le tecniche del web-marketing
- Usare al meglio i social media per vendere online.
- Inquadrare il business digitale all'interno di una prospettiva di multicanalità

Contenuti

Il lancio di un'attività e-commerce

- Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi - dal punto di vista dell'intensità e della qualità - a seguito della diffusione dei social media e degli smartphone. I numeri in campo e i modelli che sottendono.
- Vendere online non richiede necessariamente l'apertura di un e-commerce. I marketplace consentono l'attivazione di un canale digitale anche senza l'apertura di un sito e-commerce. Opportunità e cautele nel loro utilizzo.
- Il lancio di un sito di e-commerce

Promuovere un sito e-commerce

- La pre-condizione: la web analytics. Strumenti di tracciamento e metriche di business. Implementare Analytics e le funzioni avanzate con la propria attività online.
- I link sponsorizzati: il SEM e le formule pay-per-click. Google Adwords o Facebook Ads?
- I comparatori di prezzo. Il database marketing.
- Il marketing su base commissionale: il performance marketing, i marketplace generalisti e verticali. Quando e come fare un'operazione promozionale. Come gestirla all'interno della rete distributiva tradizionale.
- Gli outlet online. L'acquisto d'impulso e la vendita ad evento.
- Focus su eBay ed Amazon. Amazon Prime e Amazon Marketplace.
- L'e-mail marketing e lead generation. Il ruolo dei contenuti ai fini della generazione di contatti commerciali.
- La multicanalità. Come gestire al meglio le attività digitali per promuovere le vendite offline. Rivedere la strategia digital alla luce di obiettivi multicanali.
- Il couponing. Groupon ed i gruppi di acquisto. Analizziamo un caso d'insuccesso per comprendere cosa non sbagliare.

I Social Media per vendere

- Dal SEO al social media marketing. Come il SEO è cambiato con l'avvento dei social media. Il ruolo del blog aziendale al servizio del SEO e delle vendite. Casi di successo provenienti dal mondo B2C e B2B.
- Vendere grazie ai social: esempi da seguire e da evitare di uso dei social media per il commercio elettronico. I social plugin e le applicazioni OpenSocial al servizio della personalizzazione dell'esperienza di navigazione e scelta dell'utente.
- Vendere sui social: applicazioni ed ambienti di social commerce. Come esserci, come integrare il sito con le aree di social commerce.

Il Mobile Commerce. Come cambiano le vendite con smartphone e tablet

- Il mobile. Sistemi operativi, devices, modelli di business: impariamo a destreggiarci grazie alle buone pratiche esistenti.
- Mobile e multicanalità:
- Google Maps: come farsi recensire. L'importanza delle opinioni degli utenti.
- I social geolocalizzati. Come servirsene per attrarne nuovi clienti e premiare quelli esistenti. Il caso Foursquare.
- Mobile payments. Prepariamoci all'avvento delle funzionalità di near-field communication.
- L'e-commerce. Ottimizzazione del sito, applicazioni e utilizzo degli ambienti dove è privilegiato l'acquisto d'impulso. Adattiamo la nostra proposizione e-commerce al differente modo di fruizione dei contenuti da parte dell'utente.

Destinatari

Imprenditori, aziende e PMI che guardano al web come a una possibile area di recruiting di nuovi clienti e di lead generation

Durata

8 ore

Corso SEO e SEM: il posizionamento sui motori di ricerca

Obiettivi

Il corso è dedicato all'ottimizzazione e al posizionamento sui motori di ricerca, nei risultati organici e a pagamento, per acquisire le competenze necessarie a gestire i contenuti in ottica SEO e SEM e monitorando i dati di web analytics. Nella gestione di un sito web o di un blog è fondamentale prendere in considerazione tutte le logiche utili al posizionamento e all'ottimizzazione su Google, impostando strategie di SEO (Search Engine Optimization), per le ricerche organiche, e SEM (Search Engine Marketing), per quelle a pagamento, al fine di guadagnare visibilità online e generare traffico qualificato verso il proprio sito. Farsi trovare in Rete è imprescindibile per promuovere e sviluppare il proprio business online lavorando sul posizionamento del proprio sito Internet.

Contenuti

- Panoramica sulle principali strategie di marketing per i motori di ricerca (SEO, SEM)
- I fattori di posizionamento sui Google
- Scelta delle keyword attraverso l'utilizzo degli strumenti appropriati (Google Insights, Google Trends...)
- L'importanza dei contenuti e dei backlink per il successo nel SEO
- Scenario completo e di prospettiva sui motori di ricerca (local marketing)
- Strumenti di Analytics per monitorare e misurare il traffico sul proprio sito web

Destinatari

Il corso SEO e SEM è dedicato a coloro che desiderano rafforzare la propria visibilità online all'interno delle strategie di web marketing.

Durata

8 ore

Relazionarsi con il cliente grazie ai social media

Obiettivi

- Evidenziare le differenze fra i social media più diffusi
- Comprendere le opportunità di comunicazione tanto sul fronte della customer retention che della customer acquisition
- Trarre il massimo dai social media per il professionista ai fini della riconoscibilità del proprio lavoro

Contenuti

- Cambiamento del panorama media: come sta cambiando la fruizione dei mezzi - dal punto di vista dell'intensità e della qualità - a seguito della diffusione della Rete e del Mobile.
- Il mondo della comunicazione: come il cambiamento dei media sta impattando sulle strategie di comunicazione secondo la logica della multicanalità e dell'engagement.
- Il Web: il protagonismo dei social media e dei motori di ricerca nel ridisegnare le dinamiche della Rete e le strategie di web-marketing.
- Il mobile: la diffusione dell'uso della Rete in mobilità secondo la logica dell'always-on. Le applicazioni, protagoniste di un nuovo modo di creare interazione fra marca e consumatore.
- Gli obiettivi di un piano di social media marketing: customer acquisition, customer retention, viral marketing, digital reputation.
- Gli strumenti e come utilizzarli:
 - Facebook, un aperitivo di lavoro;
 - Twitter, l'intervento ad un convegno;
 - LinkedIn, un incontro d'affari;
 - Yahoo Answers, Youtube, Flickr, Tumblr, i blog: le piattaforme per accreditare la propria competenza;
 - Google+ la festa con pochi invitati
 - il mobile ed il futuro dei social media local. Il caso Foursquare. Google Maps e l'importanza delle recensioni.
- Le criticità dei social media:
 - la violazione della privacy: rischi e opportunità di essere presenti sui social media;
 - la net reputation: cosa si dice di noi in Rete?
- Quali metriche per il social media marketing ? Darsi gli obiettivi corretti e monitorare gli sforzi che si stanno facendo.

Destinatari

Imprenditori e i responsabili marketing; per aziende già attive sul canale digitale che intendono consolidare la propria presenza e le proprie conoscenze sul canale

Durata

8 ore

QUALITA'

La Direttiva Macchine

Obiettivo

Fornire le conoscenze dei requisiti della Direttiva Macchine 2006/42/CE, degli adempimenti da essa richiesti, delle responsabilità dei vari soggetti coinvolti (progettisti, fabbricanti, venditori, utilizzatori).

Attraverso esempi applicativi, il corso vuole inoltre trasmettere una metodologia per l'effettuazione dell'Analisi dei Rischi in relazione ai requisiti essenziali di sicurezza e ambiti della Norma UNI EN-ISO 14121-1

Contenuti

- La nuova Direttiva Macchine
- L'articolato
- Applicabilità della Direttiva
- Le esclusioni della Direttiva
- Immissione sul mercato e messa in servizio
- Presunzione di conformità e norme armonizzate
- Categorie di macchine potenzialmente pericolose
- Procedure di valutazione della conformità delle macchine
- Marcatura
- Documentazione delle macchine
- Esempi applicativi dell'Analisi dei Rischi

Destinatari

Progettisti, personale tecnico-commerciale e addetti agli acquisiti di prodotti che rientrano nel campo di applicazione della Direttiva Macchine

Durata

40 ore

Qualità: implementare e mantenere un efficace sistema di qualità secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2008

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo generale quello di fornire gli elementi per individuare una serie di best-practice per la redazione dei principali documenti di sistema e per l'approccio dei processi in un'ottica di efficacia ed efficienza.

Il percorso si propone altresì di fornire le conoscenze specifiche relative alla normativa UNI EN ISO 9001:2008

Contenuti

- Il significato della certificazione UNI EN ISO 9001 in ambito aziendale ed i suoi vantaggi:
 - Cosa significa ottenere la certificazione secondo i requisiti espressi dalla Normativa di riferimento
 - Panoramica sulle norme di riferimento
- Come ottenere e mantenere la certificazione
 - Quali sono gli step per l'ottenimento ed il mantenimento della certificazione
 - Individuazione ed analisi dei processi dell'organizzazione e relative interazioni alla luce delle prescrizioni della norma
 - Approccio per processi: individuazione dei processi aziendali
- Il massimo coinvolgimento del personale
- Una chiave di lettura evoluta dei requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2008:
- La Responsabilità della Direzione: la politica per la qualità, gli obiettivi ed il riesame della Direzione
 - La gestione delle risorse umane
 - La realizzazione del prodotto/servizio
 - La misurazione della soddisfazione del cliente
 - Analisi dei dati e miglioramento continuo
- Sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità:
 - Quali procedure redigere
- Stesura della documentazione di sistema:
 - La struttura del manuale della qualità
 - La struttura delle procedure
- Implementazione e verifica delle attività descritte mediante audit e riesami della direzione:
 - Struttura di un Audit interno
 - Simulazione di un riesame della Direzione
- Scelta dell'ente di Certificazione
- Esercitazioni individuali e lavori di gruppo

Destinatari

Responsabili qualità aziendale

Durata

24 ore

La norma UNI ISO/ TS 16949:2009 Requisiti ed applicazioni

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo generale quello di approfondire la specifica tecnica ISO/TS 16949:2009 attraverso l'illustrazione dei punti della norma e l'analisi di casi studio; nonché di conoscere i principali strumenti operativi specifici del settore automobilistico; Il corso si propone altresì quello di fornire le linee guida per la certificazione dei sistemi qualità nel settore automobilistico

Contenuti

- Il Sistema Qualità Aziendale e la famiglia delle norme ISO 9000:2008
- Il panorama di classificazione dei veicoli nel settore automotive
- Gli schemi di certificazione automotive e l'evoluzione verso l'ISO/TS 16949 :2009
- L'approccio per processi del settore automotive
- I requisiti della specifica tecnica, in particolare quelli specifici del settore automotive, rispetto alla norma ISO 9001:2008
- Cenni sui manuali operativi specifici: APQP e Control Plan, FMEA, SPC, MSA
- La procedura di certificazione secondo ISO/TS 16949:2009: la fase di istruttoria, il metodo di valutazione
- Cenni sui requisiti specifici del cliente
- Rules IATF 3rd edition: cenni

Destinatari

Responsabili qualità aziendale

Durata

24 ore

UNI EN ISO 9001:2008

Corso pratico per coloro che si accostano per la prima volta alle norme

Obiettivi

Il corso si propone di fornire cenni teorici e strumenti operativi per la progettazione ed implementazione di un Sistema di Gestione Qualità in accordo alla norma UNI EN ISO 9001:2008.

Contenuti:

- La norma UNI EN ISO 9001:2008
- Principali requisiti per la progettazione ed implementazione di un Sistema di Gestione Qualità
- Valutazione dell'applicazione dei principi per la Qualità
- Gestione documentale: tenuta e monitoraggio
- Il Miglioramento Continuo: concetti e strumenti operativi
- Audit di prima, seconda e terza parte
- La norma UNI EN ISO 19011 e la corretta realizzazione degli audit interni
- Mantenimento annuale della certificazione

Destinatari

Risorse appartenenti a PMI che, indipendentemente dal proprio ruolo aziendale, si accostano per la prima volta alle norme.

Durata

24 ore

La gestione strategica degli audit aziendali

Obiettivi

La norma UNI EN ISO 9001:2008 richiede l'esecuzione di verifiche periodiche per valutare l'efficacia del sistema di gestione implementato e per l'individuazione di opportunità di miglioramento. A tale fine, il corso si propone di fornire cenni teorici e strumenti operativi per pianificare correttamente e partecipare efficacemente ad audit.

Contenuti:

- Gli audit: obiettivi e responsabilità
- La norma UNI EN ISO 19011: corretta pianificazione e realizzazione di un audit
- Risorse e ruoli – comunicazione - gestione e analisi documentale
- Modalità di espressione e interpretazione dei risultati di audit: non conformità, **osservazioni**
- Gli errori da evitare

Destinatari

Risorse che, indipendentemente dal proprio ruolo aziendale, hanno necessità di pianificare e/o partecipare ad audit aziendali.

Durata

8 ore

Il Sistema di Gestione Qualità: la gestione per processi

Obiettivi

Il corso si propone di fornire cenni teorici e strumenti operativi per la progettazione ed implementazione di un Sistema di Gestione Qualità in accordo alla norma UNI EN ISO 9001:2008.

Contenuti:

- La PMI e la gestione per processi
- La gestione della documentazione
- La direzione aziendale e i processi di management
- La gestione delle risorse e dei processi operativi
- Miglioramento continuo e Verifiche Ispettive

Destinatari

Risorse appartenenti a PMI che, indipendentemente dal proprio ruolo aziendale, si accostano per la prima volta alle norme.

Durata

8 ore

APPROVVIGIONAMENTI E LOGISTICA

Supply chain aziendale

Obiettivo

L'obiettivo didattico perseguito dal corso è di creare una specifica base formativa relativamente alla gestione dei processi lungo la supply chain, con particolare riferimento agli strumenti informativi a supporto. Il corso si propone di affrontare temi che vanno dall'outsourcing e la gestione strategica degli acquisti alla gestione di una rete integrata di imprese, enfatizzando i problemi che emergono nel coordinamento, nella condivisione delle informazioni e nella gestione della domanda di mercato. Tali temi saranno trattati alla luce dei principali strumenti metodologici e operativi per assumere le decisioni più idonee allo specifico contesto aziendale

Contenuti

- Introduzione
 - Il concetto Supply Chain
 - Supply Chain e Supply Network
 - Perché gestire la Supply Chain
 - I concetti chiave
 - Valore strategico del SCM
 - Logistica e SCM
 - I processi della SC
 - Il modello SCOR
 - La collaborazione
- Le performance e i trade-off
 - Livello di servizio
 - Costo logistico totale
 - Il miglioramento dei trade-off
 - La sfida dell'agilità
- Le scelte strategiche di make or buy
 - L'evoluzione dei rapporti cliente-fornitore
 - Mercato competitivo, collaborativo e integrazione
 - Complessità specificità e incertezza
 - I driver strategici
 - Le reti di fornitura
- Gli acquisti
- La gestione della partnership

Destinatari

Responsabili acquisti di PMI, buyers e addetti alla funzione acquisti, approvvigionamenti e logistica

Durata

40 ore

Approvvigionamento e logistica

Obiettivi

Il corso si propone di formare una figura che presidi sempre più a monte il processo di acquisto e sia in grado di gestire nella maniera più efficace il rapporto con il fornitore, fornendo strumenti e tecniche efficaci a migliorare tutte le performance dell'ufficio acquisti

Contenuti

- Il processo acquisti e la strategia aziendale
- Il ruolo e le competenze del buyer e del responsabile acquisti
- Politica di gestione degli acquisti e dei fornitori
- Strumenti di gestione controllo
- Scelta degli indicatori (KPI) e definizione degli obiettivi
- Migliorare i costi totali d'acquisto
- Il processo negoziale: l'elaborazione della strategia
- La trattativa di acquisto
- I contratti di acquisto

Destinatari

Impiegati e quadri dell'area acquisti e logistica

Durata

24 ore

La gestione delle scorte

Obiettivi

Il corso consente di affrontare i concetti base, le tecniche di gestione consolidate e innovative e i risvolti gestionali per ottimizzare le scorte all'interno di un flusso fisico e informativo

Contenuti

- Sviluppare e gestire un piano degli stock
- Comprendere e determinare il livello di scorte di sicurezza, il lotto economico di approvvigionamento e il lotto economico di produzione
- Migliorare la gestione degli stock mediante l'analisi ABC e la matrice incrociata consumi-giacenze
- Misurare l'efficienza ed efficacia della gestione degli stock

Destinatari

Responsabili di magazzino, della gestione dei materiali, della logistica e delle scorte

Durata

24 ore

Progettare e gestire in maniera efficace il magazzino

Obiettivi

Il corso intende fornire ai partecipanti l'acquisizione degli strumenti operativi per gestire efficientemente il ciclo di allestimento e l'audit di magazzino e per valutare correttamente una scelta di terziarizzazione.

Inoltre mira a sviluppare le tecniche e i criteri di valutazione delle giacenze, alla luce di un'efficace gestione del magazzino e la capacità di analisi delle differenze esistenti nei criteri di valutazione delle rimanenze di magazzino

Contenuti

- La funzione magazzino
- Tipologie e strutture di magazzino
- Il ciclo di allestimento
- L'allestimento dell'ordine e i tempi di risposta del magazzino
- L'audit del magazzino
- I sistemi informativi e il flusso delle scorte
- La terziarizzazione delle attività di magazzino
- Le giacenze di magazzino
- La valutazione delle rimanenze di materie prime e prodotti finiti
- La valutazione dei lavori in corso
- Gli aspetti gestionali
- Gli aspetti contabili e fiscali
- La gestione delle differenze inventariali

Destinatari

Responsabili di magazzino, della gestione dei materiali, della logistica e delle scorte

Durata

24 ore

La gestione della manutenzione

Obiettivi

Fornire ai partecipanti le conoscenze e le applicazioni relative alle varie filosofie e tecniche di manutenzione utilizzate nelle aziende

Contenuti

- Manutenzione cos'è e come si applica
- Le filosofie di manutenzione:
 - pronto intervento
 - preventiva, a data costante, a tempo costante
 - predittiva (su condizione)
 - ordinaria
 - straordinaria
 - migliorativa
 - TPM (Total Productive Maintenance)
 - Global services
- Manutenzione centralizzata, manutenzione zonale: analisi
- Esempio di fasi tipiche di interventi di manutenzione
- Curve caratteristiche delle condizioni dei macchinari/impianti/componenti: analisi
- Definizioni usate nella manutenzione:
- MTBM – MTBF – MTTR - MTD – MLDT - MTBPM – MTBUM
- Schemi di flusso della metodologia di manutenzione
- Scheda analisi dei guasti
- FMECA di un mezzo di lavoro
- Scelta della manutenzione più opportuna
- Come programmare un intervento
- Esecuzione del diagramma di Gantt per la costruzione di un nastro trasportatore: tempistica e costi
- Scomposizione macchina secondo la tecnica FMECA
- Analisi tra manutenzione predittiva e preventiva

Destinatari

Tecnici, responsabili e operatori provenienti dalle officine di manutenzione

Durata

32 ore

Gestione e valutazione dei fornitori

Obiettivi

Fornire le conoscenze per integrare i fattori tecnici ed economici nella scelta dei fornitori e nella realizzazione della politica aziendale degli acquisti e attuare un approccio sistematico che consenta la fidelizzazione dei fornitori

Contenuti

- La valutazione dei fornitori
- Principali metodologie di valutazione dei fornitori
- Le procedure e i parametri tecnico-economici

Destinatari

Responsabili acquisti, buyers, responsabili tecnici e produzione in rapporto con i fornitori

Durata

16 ore

PROCESSI E TECNICHE DI PRODUZIONE

Lean production

Obiettivi

Obiettivo del corso base è quello di comprendere a fondo i concetti e approfondire i pilastri alla base del sistema organizzativo oggi noto come Lean Production, al fine di comprenderne appieno i punti di forza e debolezza e il suo valore strategico nel contesto economico-competitivo attuale

Contenuti

- Storia dei sistemi produttivi e concetti base della Produzione di Massa
- Il tempio della Lean Production e i 5 pilastri
- I pilastro – I concetti di valore e di spreco
- II pilastro – Flusso VS lotti & code
- III pilastro – Takt time e livellamento
- IV pilastro – Produzione tirata dalla domanda
- V pilastro – Il miglioramento continuo

Destinatari

Responsabili di stabilimento, responsabili di produzione e pianificazione, responsabili acquisti, capireparto

Durata

24 ore

Approccio 6 Sigma: caratteristiche e strategie di introduzione in azienda

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo principale quello di illustrare la struttura dell'approccio 6 Sigma ed il suo significato in relazione alle funzioni aziendali e di fornire una serie di best-practices per la redazione dei principali documenti di sistema e per l'approccio per processi in un'ottica di efficacia ed efficienza

Contenuti

- Il concetto e la definizione di SIX Sigma, principi base
- Le figure aziendali coinvolte
- IL miglioramento continuo, la metodologia PDCA
- Il concetto di PDMO
- Le fasi dei progetti SIX Sigma: dal PDCA al DMAIC
- L'individuazione delle Caratteristiche Critiche (CTQ) nei processi
- Misurare il funzionamento del processo
- Calcolo della capability di processo
- Azioni di miglioramento tramite strumenti statistici
- Il monitoraggio dei progetti SIX Sigma
- L'uso del software per la gestione dei progetti SIX Sigma
- Esempi di progetti SIX Sigma

Destinatari

Responsabili qualità aziendale e responsabili controllo di gestione e finance

Durata

24 ore

Business process management

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo precipuo di fornire le competenze di base necessarie per affrontare l'analisi organizzativa dell'azienda e gestire la ingegnerizzazione e/o la re-ingegnerizzazione dei processi, utilizzando strumenti specifici

Contenuti

- I concetti fondamentali di Business Process Management
- Tecniche di analisi dei dati e dei processi aziendali: I principi generali dell'analisi di processo (concetti e definizioni) - Architettura dei processi aziendali e le più diffuse tecniche di modellazione dei processi (flow chart, DFD, IDEF, BPMN) e dei dati (E-R)
- Il Ciclo del BPM (implementazione)
- Il Ciclo del BPM (gestione)

Destinatari

Il corso è rivolto persone che svolgono attività nell'ambito dello sviluppo e/o dei servizi, in area ICT, nell'organizzazione o, più in generale che vogliono approfondire i concetti riguardanti l'analisi organizzativa orientata ai processi, acquisendo competenze pratiche da utilizzare nel contesto del loro lavoro

Durata

24 ore

Modelli di pianificazione e controllo della produzione

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo principale quello di accompagnare i partecipanti nello sviluppo di una valutazione oggettiva delle variabili economiche connesse con gli aspetti logistici e produttivi, utilizzando strumenti e tecniche che permettano di individuare le scelte gestionali più opportune

Contenuti

- Modelli di gestione dei dati tecnici di produzione: codifica parti, distinta base, ciclo di lavorazione
- Gestione delle informazioni su supporto informatico: il sistema informatico di produzione
- Pianificazione della produzione
- Modelli di programmazione della produzione, punto di penetrazione dell'ordine e il piano principale di produzione
- Le logiche MRP nella programmazione della produzione
- Le logiche Just i time nella gestione dei materiali
- La riprogettazione dei sistemi produttivi nella logica "lean production"
- La schedulazione ed il controllo della produzione
- Le implicazioni organizzative sui sistemi di gestione della produzione
- Analisi del carico sulle risorse
- I misuratori di produttività e di efficienza della produzione
- Politiche di gestione del portafoglio prodotti e formulazione di previsioni di vendita
- Le soluzioni informatiche legate alla gestione della produzione

Destinatari

Manager che operano nell'ambito della produzione, della gestione dei materiali e della logistica, della funzione acquisti e del customer service, tutti coloro che operano in posizione di staff all'interno di funzioni con forte integrazione con la funzione logistica e con i clienti finali

Durata

16 ore

Lean Development: abbattere i costi di ingegneria

Obiettivi

Il corso supporta i partecipanti a fare scelte di “make or buy”, affidando progetti in outsourcing per snellire la propria organizzazione, sfruttando partnership con i paesi low-cost e riducendo l'impatto sui costi totali, valutando a priori criteri tattici o strategici

Contenuti

- Ridurre i costi e i tempi di sviluppo dei nuovi prodotti e servizi
- Ridurre le modifiche tecniche dopo il lancio in produzione
- Definire chiaramente le richieste del mercato all'inizio del progetto
- Standardizzare processi e metodologie di lavoro
- Sviluppare le competenze nelle persone coinvolte nel progetto
- Prevenire problemi e ritardi già nelle prime fasi di progetto

Destinatari

Manager, responsabili di funzione o servizio, quadri con funzione di coordinamento e ruoli tecnici

Durata

16 ore

CAD meccanico bidimensionale

Obiettivi

Conoscere i principali comandi e applicazioni bidimensionali del software AUTOCAD

Contenuti

- Comandi di gestione del sistema
- Comandi bidimensionali
- Vuotature
- Creazioni distinte
- Creazione e gestione librerie
- Gestione di un progetto con supporto CAD

Destinatari

Lavoratori operanti in uffici tecnici di imprese metalmeccaniche

Durata

36 ore

CAD meccanico tridimensionale

Obiettivi

Conoscere i principali comandi e applicazioni tridimensionali del software AUTOCAD

Contenuti

- Comandi tridimensionali
- Visualizzazioni
- Vuotature
- Gestione avanzata delle librerie
- Stampa
- Gestione di un progetto con supporto CAD
- Comandi avanzati di gestione del sistema

Destinatari

Lavoratori operanti in uffici tecnici di imprese metalmeccaniche, già in possesso di conoscenze del CAD bidimensionale

Durata

40 ore

Progettazione CAD - CAE

Obiettivi

Il corso ha la finalità di sviluppare competenze professionali per impostare e realizzare progetti meccanici integrando l'uso di modelli di calcolo, di modellatori solidi, di software agli elementi finiti, resi disponibili dai moderni sistemi integrati CAD/CAE che consentono alle imprese di conseguire consistenti vantaggi competitivi attraverso la riduzione dei tempi di sviluppo del prodotto e l'incremento significativo della qualità dei prodotti

Contenuti

- Interfaccia grafica e comandi principali
- Pre-processing, impostazione del modello a elementi finiti per verifiche strutturali:
 - scelta del tipo di analisi da effettuare
 - scelta del tipo di elementi finiti
 - definizione dei parametri dei materiali
 - definizione del reticolo di nodi del problema discreto
 - costruzione della discretizzazione a elementi finiti
 - applicazione dei vincoli e dei carichi
- Calcolo-risoluzione del problema a elementi finiti
- Post-processing, elaborazione e rappresentazione del risultato/soluzione e relativa analisi
- Esempi pratici e applicazioni
- Esempi di applicazioni FEM per altre sollecitazioni: ambito termico e fluidico

Destinatari

Progettisti e disegnatori meccanici con competenze nell'utilizzo di strumenti CAD 3D ed esperienza di modellazione solida e calcolo

Durata

40 ore

Progettazione integrata CAD - CAM

Obiettivi

Il corso ha la finalità di sviluppare competenze professionali per utilizzare in modo integrato strumenti e logiche di progettazione, studio di fabbricazione e definizione dei cicli di lavorazione delle parti, ottimizzando il processo tecnico aziendale e riducendo il “time to market” del nuovo prodotto

Contenuti

- Acquisizione del modello geometrico da CAD
- Definizione del ciclo di lavorazione
- Selezione della macchina utensile
- Impostazione del sistema di coordinate usato dalla macchina utensile
- Definizione delle parti del pezzo da lavorare e delle lavorazioni da realizzare
- Definizione del piazzamento e dell’attrezzatura di fissaggio del pezzo
- Consultazione delle librerie di cicli
- Definizione utensili e parametri di lavorazione per ogni lavorazione da eseguire
- Generazione delle istruzioni
- Visualizzazione ed eventuale modifica della sequenza di istruzioni generate
- Visualizzazione grafica del percorso utensile generato
- Invio dei dati al controllo numerico della macchina utensile

Destinatari

Progettisti e disegnatori meccanici, tecnici di fabbricazione, tecnici di programmazione macchine a controllo numerico in possesso di competenze nell’utilizzo di strumenti CAD 3D e di cicli di lavorazione

Durata

24 ore

Tecniche di prototipazione rapida o virtuale

Obiettivi

Fornire ai partecipanti i concetti e le metodologie fondamentali della modellazione e prototipazione rapida, con particolare attenzione allo sviluppo di prodotti meccanici

Contenuti

- Progettazione di modelli relativi a prodotti meccanici
- La prototipazione rapida e la progettazione: valutazione di peso, spessori, scelta dei materiali
- La prototipazione rapida nella gestione del rapporto con il cliente: applicazione di rendering al fine di definire in maniera precisa i costi o concordare eventuali modifiche senza la necessità di realizzare alcun modello fisico
- La modellizzazione e prototipazione rapida per la pianificazione della produzione
- Sviluppo di un progetto personalizzato con sistema di prototipazione rapida

Destinatari

Tecnici di progettazione in possesso di consistente esperienza professionale e dei prerequisiti di base nell'utilizzo di sistemi di modellizzazione in 3D

Durata

24 ore

Modelli di pianificazione e controllo della produzione

Obiettivi

Saper applicare logiche di programmazione e controllo della produzione finalizzate alla creazione del valore nella supply chain, sfruttando l'apporto dei sistemi informativi di supporto

Contenuti

- Il ruolo di pianificazione della produzione nella supply chain
- Classificazione dei sistemi di produzione: la matrice prodotto/processo
- Dati di base nella programmazione della produzione: anagrafica articoli, distinta base, anagrafica risorse, cicli di lavorazione
- Logiche push e logiche pull di programmazione della produzione (flussi di materiali e informazioni)
- Sistemi push: MRPII, schedulazione a capacità infinita e capacità finita, Advanced Planning Systems e closed loop
- Contestualizzazione dei modelli alle specifiche caratteristiche ed obiettivi del business

Destinatari

Responsabili di produzione e professional di programmazione, logistica ed EDP

Durata

16 ore

Programmazione dei Controlli Numerici

Obiettivi

Il corso fornirà la possibilità di approfondire la programmazione di macchine utensili a controllo numerico (C.N.), applicando procedure di programmazione macchine utensili e utilizzando i linguaggi di programmazione sistemi a controllo numerico computerizzato

Contenuti

- Concetti base e coordinate cartesiane
- Origini e compensazioni utensili
- Parametri tecnologici
- Coordinate polari
- Interpolazioni
- Cicli di lavorazione
- Controlli adattativi
- Esempi di lavorazioni tipiche

Destinatari

Operatori macchine utensili a controllo numerico

Durata

40 ore

Programmazione PLC

Obiettivi

Fornire le conoscenze dei principi base dei programmatori a logica programmabile e della loro applicazione in ambito industriale

Contenuti

- Struttura del PLC
- Dispositivi input/output
- Linguaggi di programmazione
- Inserimento e gestione programmi
- Progettazione circuiti elementari
- Software di programmazione
- Diagnosi dei guasti

Destinatari

Operatori di processi di automazione industriale

Durata

36 ore

Saldatura ossiacetilenica e ossitaglio

Obiettivi

Eseguire correttamente la saldatura ossiacetilenica e ossitaglio

Contenuti

- Lettura disegno di carpenteria
- Tecnologia di saldatura e procedimento ossiacetilenico
- Materiali di apporto; preparazione e controllo dei giunti
- Norme di sicurezza e igiene
- Esercitazioni di saldatura e ossitaglio

Destinatari

Operatori del reparto produzione che utilizzano metodi di saldatura

Durata

36 ore

Saldatura a elettrodo rivestito

Obiettivi

Eseguire correttamente la saldatura a elettrodo rivestito

Contenuti

- Lettura disegno di carpenteria
- Tecnologia di saldatura e procedimento a elettrodo rivestito
- Tipi di elettrodi e regolazione parametri
- Preparazione e controllo dei giunti
- Norme di sicurezza e igiene
- Esercitazioni di saldatura a elettrodo rivestito

Destinatari

Operatori del reparto produzione che utilizzano metodi di saldatura

Durata

36 ore

Procedimento a saldatura MIG

Obiettivi

Eseguire correttamente il procedimento di saldatura MIG

Contenuti

- Lettura disegno di carpenteria
- Tecnologia di saldatura e procedimento MIG
- Diametro filo e regolazione parametri
- Preparazione e controllo dei giunti
- Norme di sicurezza e igiene
- Esercitazioni di saldatura MIG.

Destinatari

Operatori del reparto produzione che utilizzano metodi di saldatura

Durata

36 ore

Procedimento a saldatura TIG

Obiettivi

Eseguire correttamente il procedimento di saldatura TIG

Contenuti

- Lettura disegno di carpenteria
- Tecnologia di saldatura e procedimento TIG
- Materiali, flusso gas e regolazione parametri
- Preparazione e controllo dei giunti
- Norme di sicurezza e igiene
- Esercitazioni di saldatura TIG

Destinatari

Operatori del reparto produzione che utilizzano metodi di saldatura

Durata

36 ore

Il processo di manutenzione delle caldaie

Obiettivi

Fornire i fondamenti teorici e gli strumenti operativi indispensabili all'utilizzo e alla manutenzione, in sicurezza, delle caldaie

Contenuti

- Elementi di meccanica, di fisica e termologia: la trasmissione del calore
 - Massa volumica, volume massimo e peso volumico
 - Dilatazione termica e cambiamento di stato
 - Pressione atmosferica, barometri, manometri e temperatura
 - Calore, termometri, scale termometriche e calore specifico

- Combustibili
 - Caratteristiche generali dei combustibili solidi, liquidi o gassosi, ivi compreso combustibili poveri e residui di lavorazione
 - Poteri calorifici e metodi per la loro precisa determinazione

- Combustione
 - Il fenomeno della combustione dei combustibili solidi, liquidi o gassosi
 - Condizione di migliore combustione e sua regolamentazione
 - Combustione di residui di lavorazione e di combustibili poveri
 - Eccesso d'aria, aria supplementare: preriscaldamento dell'aria comburente
 - Composizione dei prodotti della combustione e metodi di analisi
 - Elementi atti a rilevare l'andamento della combustione in camera di combustione e nei circuiti dei fumi. Incombusti gassosi.
 - Valutazione ai fini del controllo della combustione degli elementi ricavati dalle predette determinazioni

- Apparecchi di combustione
 - Focolari per combustibili solidi, liquidi e gassosi
 - Bruciatori, refrattari e isolanti

- Controllo della combustione
 - Il triangolo di Ostwald
 - Bilancio diretto e indiretto (rendimento)

Destinatari

Risorse interessate ad acquisire conoscenze basilari per l'utilizzo e la manutenzione, in sicurezza, di impianti e apparecchi termici

Durata

80 ore

Elettronica e le sue applicazioni

Obiettivi

Fornire le conoscenze dei principi base dell'elettronica e della sua applicazione in ambito industriale

Contenuti

- Principi di elettronica e lettura schemi
- Strumenti di misura
- Cablaggi
- Progettazione circuiti elementari
- Tecniche di diagnostica e ricerca guasti

Destinatari

Operatori di processi di automazione industriale

Durata

36 ore

Elettrotecnica e le sue applicazioni

Obiettivi

Fornire le conoscenze dei principi base della pneumatica e della sua applicazione in ambito industriale

Contenuti

- Basi di fluidica
- Produzione, distribuzione e trattamento aria
- Simbologia e lettura schemi
- Componentistica pneumatica ed elettropneumatica
- Realizzazione impianti di base
- Controllo e manutenzione impianti

Destinatari

Operatori di processi di automazione industriale

Durata

36 ore

Qualità ed efficacia in produzione

Obiettivi

- Attivare un'intensa collaborazione trasversale tra l'area produttiva e le diverse funzioni aziendali
- Creare miglioramento continuo, mantenere e migliorare l'allineamento con il mercato

Contenuti

- Gli elementi di evoluzione del mercato
- Il ruolo del sistema produttivo nel quadro generale
- Criticità e difficoltà in produzione
- Le misure della produzione
- Cosa è il miglioramento? Come si produce?
- Il metodo A3 per il miglioramento
- Le difficoltà del cambiamento
- Casi applicativi ed esercitazioni

Destinatari

Capi reparto, capi turno, team leader, responsabili di macchine e altre funzioni

Durata

16 ore

Materiali innovativi per la progettazione di macchine

Obiettivi

Il corso ha la finalità di fornire conoscenze aggiornate sullo stato dell'arte dei materiali innovativi per la progettazione e costruzione di macchine. I materiali costituiscono un'importante risorsa a disposizione del tecnico e la loro scelta consapevole può contribuire in misura determinante al successo del prodotto sui mercati. Poiché il rapido sviluppo di nuovi materiali va aprendo nuovi scenari e prospettive ai progettisti, sia in termini di ricadute sui processi manifatturieri piuttosto che sulle caratteristiche di impiego del prodotto finale, la conoscenza di queste nuove opportunità è indispensabile bagaglio di chi è chiamato ad effettuare in azienda scelte tecniche ed economiche che possono avere effetti importanti sulla competitività dei prodotti

Contenuti

- Richiami sulle caratteristiche generali dei materiali
- Parametri prestazionali macchine utensili e nuovi materiali
- I materiali innovativi (materiali compositi, sandwich, schiume metalliche)
- Materiali compositi FRP (Fiber Reinforced Polymer) e MMC (Metal Matrix Composite): caratteristiche, parametri strutturali di progetto, tecnologie di fabbricazione
- Materiali Cellulari (honeycomb, schiume metalliche) e Sandwich: caratteristiche, parametri strutturali di progetto, tecnologie di fabbricazione
- Tecnologie di giunzione dei materiali compositi e sandwich
- Nuovi sviluppi: compositi multifunzionale e materiali "smart"
- Criteri di analisi per l'ottimizzazione di strutture di macchine mediante l'impiego di nuovi materiali
- Criteri di selezione dei materiali basati su indici di merito
- Presentazione e descrizione di Sw tools per la selezione dei materiali
- Esempi applicativi di selezione di materiali sulla base di indici di merito
- Casi studio: esempi di applicazione di materiali compositi nel settore della macchina utensile
- Computer Aided Eco-Auditing: esempi di valutazione dell'impatto ambientale del prodotto nelle fasi iniziali di progettazione

Destinatari

Responsabili della progettazione e progettisti, responsabili e tecnici di Ricerca e Sviluppo, project & product manager

Durata

16 ore

Oleodinamica e sue applicazioni

Obiettivi

Fornire le conoscenze dei principi base della oleodinamica e della sua applicazione in ambito industriale

Contenuti

- Principi fisici di fluidica
- Pompe idrauliche, cilindri e motori
- Simbologia e lettura schemi
- Componentistica idraulica
- Realizzazione impianti di base
- Oleodinamica proporzionale
- Controllo e manutenzione impianti

Destinatari

Operatori di processi di automazione industriale

Durata

36 ore

Organizzazione e gestione della produzione

Obiettivi

Il corso si propone come obiettivo principale quello di accompagnare i partecipanti nello sviluppo di una valutazione oggettiva delle variabili economiche connesse con gli aspetti logistici e produttivi, utilizzando strumenti e tecniche che permettano di individuare le scelte gestionali più opportune

Contenuti

- Modelli di gestione dei dati tecnici di produzione: codifica parti, distinta base, ciclo di lavorazione
- Gestione delle informazioni su supporto informatico: il sistema informatico di produzione
- Pianificazione della produzione
- Modelli di programmazione della produzione, punto di penetrazione dell'ordine e il piano principale di produzione
- Le logiche MRP nella programmazione della produzione
- Le logiche Just i time nella gestione dei materiali
- La riprogettazione dei sistemi produttivi nella logica "lean production"
- La schedulazione ed il controllo della produzione
- Le implicazioni organizzative sui sistemi di gestione della produzione
- Analisi del carico sulle risorse
- I misuratori di produttività e di efficienza della produzione
- Politiche di gestione del portafoglio prodotti e formulazione di previsioni di vendita
- Le soluzioni informatiche legate alla gestione della produzione

Destinatari

operatori nell'ambito della produzione, della gestione dei materiali e della logistica, della funzione acquisti e del customer service

Durata

80 ore

Pneumatica e sua applicazioni

Obiettivi

Fornire le conoscenze dei principi base della pneumatica e della sua applicazione in ambito industriale

Contenuti

- Basi di fluidica
- Produzione, distribuzione e trattamento aria
- Simbologia e lettura schemi
- Componentistica pneumatica ed elettropneumatica
- Realizzazione impianti di base
- Controllo e manutenzione impianti

Destinatari

Operatori di processi di automazione industriale

Durata

36 ore

Programmazione dei processi produttivi

Obiettivi

Migliorare la valutazione oggettiva delle variabili economiche connesse con gli aspetti logistici e produttivi utilizzando strumenti e tecniche che permettano di individuare le scelte gestionali più opportune

Contenuti

- Modelli di gestione dei dati tecnici di produzione: codifica parti, distinta base, ciclo di lavorazione
- Gestione delle informazioni su supporto informatico: il sistema informatico di produzione
- Pianificazione della produzione
- Modelli di programmazione della produzione, punto di penetrazione dell'ordine e il piano principale di produzione
- Le logiche MRP nella programmazione della produzione
- Le logiche just in time nella gestione dei materiali
- La riprogettazione dei sistemi produttivi nella logica "Lean production"
- La schedulazione e il controllo della produzione
- Le implicazioni organizzative sui sistemi di gestione della produzione
- Analisi del carico sulle risorse
- I misuratori di produttività e di efficienza della produzione
- Politiche di gestione del portafoglio prodotti e formulazione di previsioni di vendita
- Le soluzioni informatiche legate alla gestione della produzione

Destinatari

Professional che operano nell'ambito della produzione, della gestione dei materiali e della logistica, della funzione acquisti e del customer service

Durata

40 ore

Simulazione di assemblaggio e collaudo cinematico

Obiettivi

Il corso ha la finalità di sviluppare competenze professionali per effettuare verifiche di montabilità delle parti e verifiche funzionali sull'assieme attraverso l'utilizzo di sistemi di simulazione CAD. L'analisi del comportamento del prodotto durante la sua ideazione attraverso l'utilizzo di tecniche e strumenti di simulazione consente all'impresa di migliorare l'efficacia del processo di progettazione, fin dalla fase di studio e definizione del prodotto, anticipando l'individuazione di eventuali problemi e permettendo di intervenire con soluzioni idonee in modo preventivo

Contenuti

- Gerarchia di assiemi
- Vincoli e configurazioni
- Operazioni sulla gerarchia, copie associative, sfoltimento
- Introduzione alla progettazione dei meccanismi
- Generazione di assiemi
- Creazione di vincoli cinematici standard
- Risoluzione della cinematica di un meccanismo e post-processamento dei risultati
- Creazione di vincoli cinematici complessi
- Definizione di funzioni
- Risoluzione della dinamica di un meccanismo
- Esercitazioni applicative

Destinatari

Progettisti e tecnici di progettazione con esperienza di utilizzo di sistemi CAD 3D

Durata

24 ore

Simulazione di processi manifatturieri

Obiettivi

Il corso ha la finalità di fornire conoscenze aggiornate e sviluppare competenze relative all'utilizzo di moderni strumenti di simulazione virtuale per una efficace pianificazione, realizzazione e gestione della fabbrica reale, sia in termini di processo e flussi che di risorse: finanziarie, tecnologiche e umane

Contenuti

- Concetti generali di pianificazione aziendale e analisi costi/benefici applicata a: collocazione impianto, dimensionamento impianti, layout, logistica
- La rappresentazione dei processi manifatturieri: identificazione input e output; definizione di attività, risorse e vincoli; materiali e handling componenti
- Il software di simulazione, funzioni e comandi
- Identificazione delle catene di approvvigionamento: deposito, trasporto, logistica e sistemi interni
- Simulazione delle prestazioni del processo: variazione di variabili chiave quali flussi, risorse, cicli, tempi di ciclo, manutenzioni, incidenti, e analisi di carichi, efficienza e produttività
- Bilanciamento del processo in funzione degli output e della loro variazione nel tempo

Destinatari

Professional delle funzioni di progettazione, produzione, logistica e manutenzione; responsabili della pianificazione aziendale e della programmazione produttiva

Durata

24 ore

Sistemi di programmazione e controllo della produzione

Obiettivi

Il corso consente di avere una visione chiara e completa del processo di programmazione e controllo della produzione. Fornisce, infatti, strumenti per migliorare la capacità di pianificazione e di gestione degli stock, per garantire un buon livello di saturazione degli impianti e per rispettare le date di consegna previste. In questo modo sono ottimizzate le attività di programmazione e di controllo della produzione, garantendo un efficace servizio al cliente

Contenuti

- Obiettivi della programmazione della produzione
- Piano principale di produzione o Master Production Schedule (MPS)
- Elementi di Lean Manufacturing
- Pianificazione delle capacità produttive del personale e dei macchinari
- La gestione degli ordini in conto lavoro e delle produzioni su commessa
- La programmazione operativa di produzione o schedulazione delle lavorazioni
- Controllo dell'avanzamento di produzione
- Indicatori di prestazione in produzione
- Sistemi informativi di supporto alla programmazione e alla produzione

Destinatari

Responsabili di produzione e professional di programmazione, logistica ed EDP

Durata

24 ore