

Catalogo per la formazione aziendale PAVIA



CONFINDUSTRIA PAVIA

INDICE

Scheda 1: Sviluppo dei comportamenti organizzativi

Scheda 2: Informatica e lingue straniere

Scheda 3: Marketing e gestione del cliente

Scheda 4: Logistica e produzione

SVILUPPO DEI COMPORTAMENTI ORGANIZZATIVI

Contenuti

1. Project Management
2. Project Management Advanced
3. Il ruolo dei capi all'interno dell'azienda
4. Strumenti e tecniche di Problem Solving & Decision Making
5. Negoziazione e gestione dei conflitti



1. 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 specifici 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.

DURATA 40 ORE

2. 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

3. 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

4. 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 gruppalì;
- 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

5. 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

6. 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 e altrui aggressività, di risolvere i conflitti di ruolo e di gestire i conflitti in modo creativo

CONTENUTI

- I modelli comportamentali prevalenti (aggressivo, passivo, assertivo);
- a 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

INFORMATICA E LINGUE STRANIERE

Contenuti

1. Microsoft Excel base e avanzato
2. IT Governance: Project Management per i progetti ICT
3. Lingua Inglese/Spagnola/Tedesca/Francese/Portoghese
4. Technical report & writing skills (in lingua inglese)

Scheda
2



1. 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 base di Windows

DURATA Da 16 a 24 ore

IT GOVERNANCE: 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 Da 24 ore a 32 ore, secondo i livelli di approfondimento

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

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 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

MARKETING E GESTIONE DEL CLIENTE

Contenuti

1. Il CRM – Customer Relationship Management
2. La gestione di ordini e commesse in una logica di consolidamento e sviluppo del rapporto con il cliente
3. La costruzione di una strategia commerciale e dei relativi piani di azione
4. Gestire la relazione di vendita con efficacia
5. Web Marketing e Social Media



1. IL CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

OBIETTIVI

- 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

2. 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 professionali 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

3. LA COSTRUZIONE DI UNA STRATEGIA COMMERCIALE DEI RELATIVI PIANI DI AZIONE

OBIETTIVI

- 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 24 ore

4. 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

5. WEB MARKETING E SOCIAL MEDIA

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.

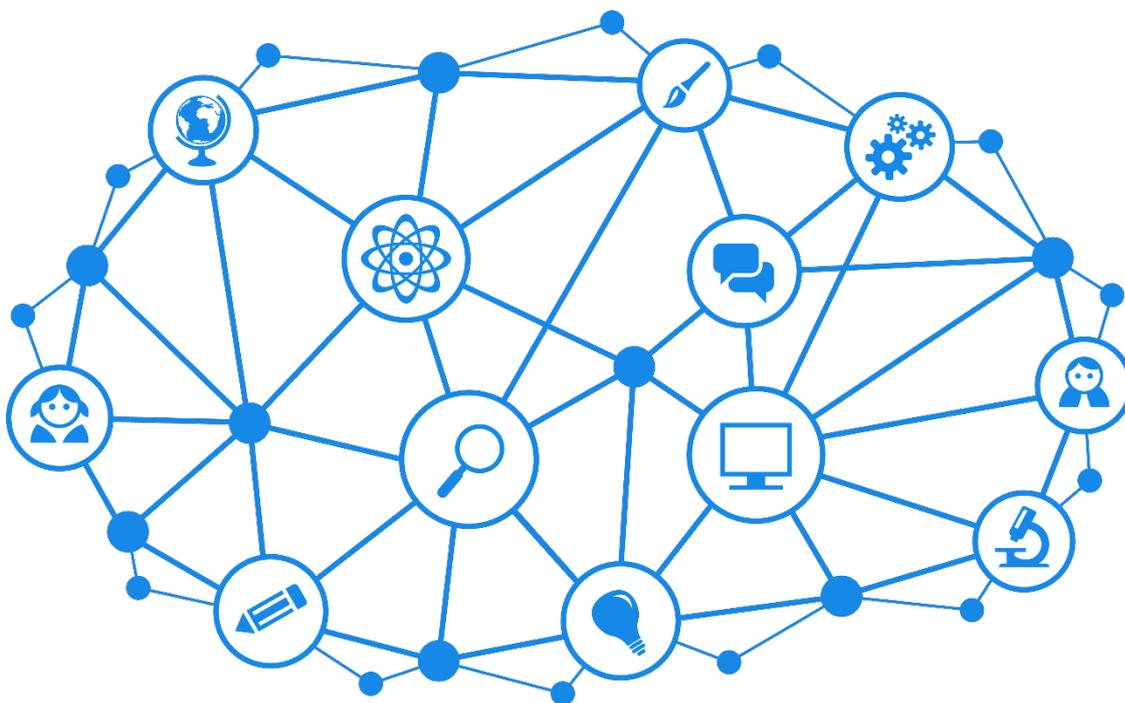
DESTINATARI PMI che guardano al web come a una possibile area di recruiting di nuovi clienti e di lead generation; responsabili di uffici Marketing e Comunicazione delle Piccole e Medie Imprese

DURATA 8 ore

LOGISTICA E PRODUZIONE

Contenuti

1. Supply Chain aziendale
2. Lean production
3. Approccio 6 Sigma: caratteristiche e strategie di introduzione in azienda
4. Modelli di pianificazione e controllo della produzione
5. Progettare e gestire in maniera efficace il magazzino



1. SUPPLY CHAIN AZIENDALE

OBIETTIVI 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

2. LEAN PRODUCTION

OBIETTIVI L'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;
- Il 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

3. 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-practice 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

4. 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 professionali di programmazione, logistica ed EDP

DURATA 16 ore

5. 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

CONTATTI

Per informazioni ed iscrizioni ai corsi:

Valeria Di Toro

 0382 375215 / 348 7609164

 valeria.ditoro@myecole.it