

STRATEGIA E SOSTENIBILITÀ
AZIENDALE
INNOVAZIONE, INDUSTRY 4.0
LEADERSHIP, PERSONE E TEAM
INTERNAZIONALIZZAZIONE
NETWORKING E MARKETING
GESTIONE OPERATIONS

SAILING ONLINE

IL NUOVO CATALOGO 2023
CON TUTTI I CORSI E-LEARNING

Indice

AREA DIGITAL TRANSFORMATION E INDUSTRY 4.0

- TRASFORMAZIONE DIGITALE E LEADERSHIP. Comprendere e gestire il cambiamento p. 5
- INDUSTRY 4.0: concetti introduttivi e principali modelli ed esperienze p. 6
- BIG DATA, ANALYTICS E DECISION MAKING p. 7
- INTELLIGENZA ARTIFICIALE: aspetti generali e principali applicazioni p. 8
- INTELLIGENZA ARTIFICIALE E GESTIONE DELLE PERSONE p. 9
- IOT, CPS E LE NUOVE FRONTIERE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE p. 10
- E-LEADERSHIP: guidare persone e processi nei nuovi contesti digitali p. 11
- MANUTENZIONE PREDITTIVA E CLOUD MANUFACTURING: tracciamento, complessità e manutenzione delle macchine automatiche p. 12
- INDUSTRY 4.0 COMPETENCES AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT ROLE: building and managing skill framework for chosen technologies p. 13
- BLOCKCHAIN: principali caratteristiche, casi d'uso e regolamentazione p. 14
- IL MARE DI INDUSTRY 4.0: un ranking fra le varie tecnologie per trovare le più performanti p. 15
- FINTECH IN ITALIA: le basi e le attività p. 16
- SMART MATERIALS p. 17

AREA STRUMENTI DI MANAGEMENT

- FROM SKY TO PLANET EARTH. Fare mercato in 3 mosse e qualche metafora p. 19
- COMPETENZE, DIGITALE E LEADERSHIP, ASSET DECISIVI PER LA RIPRESA: strumenti per un mondo economico più incerto p. 20
- PROGETTARE L'AZIENDA COME UN ECOSISTEMA: strategia di prodotto, nuovo marketing e ipotesi Metaverso p. 21
- DA OCEANO BLU A OCEANO VERDE: innovazione, experience co-creation e DART Model p. 22
- COME PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN BUSINESS PLAN p. 23
- CONTROLLO DI GESTIONE E FINANZA: inquadramento per non specialisti e riflessioni per manager AFC p. 24
- LA SUPPLY CHAIN NEL «NUOVO NORMALE» DEL MERCATO INSTABILE GLOBALE, E LE TEORIE SISTEMICHE COME RISPOSTA p. 25
- LE SPECIFICITÀ DEL LAVORO MANAGERIALE CON LE PMI p. 26
- PROJECT MANAGEMENT (in collab. col Project Management Institute internazionale) p. 27

AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

- INTERNAZIONALIZZAZIONE: scegliere, valutare e conquistare nuovi mercati p. 29
- SILICON VALLEY MINDSET: alla scoperta del luogo più innovativo del pianeta p. 30
- NON È UN PAESE PER TUTTI: la Cina con gli occhi dei manager italiani p. 31

AREA SOFT SKILLS PER IL MANAGER

- MOTIVAZIONE, RESILIENZA E PIANIFICAZIONE PLURIENNALE DEGLI SFORZI: spunti per i manager da un campione olimpico di maratona p. 33
- LA COMUNICAZIONE: teatro d'impresa per una comunicazione efficace p. 34
- IL PROBLEM SOLVING: un approccio per la definizione e risoluzione dei problemi p. 35
- LA VENDITA EMOZIONALE: emozioni e tecniche per comprendere i nostri clienti p.36

AREA ECONOMIA CIRCOLARE E SOSTENIBILITÀ

- SOSTENIBILITÀ NELLA PROSPETTIVA DEL BUSINESS p. 38
- LA SOSTENIBILITÀ E IL NOSTRO FUTURO: una prospettiva di marketing p. 39
- SOSTENIBILITÀ E STRATEGIA AZIENDALE p. 40
- LA RENDICONTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: aspetti generali e GRI Standards p. 41
- LA RENDICONTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: aspetti specifici e standard internazionali (diversi dal GRI) p. 42
- SOSTENIBILITÀ (ESG) E RISORSE DEL MERCATO PER LE AZIENDE: Green Bonds, Social Bonds e Private Equity p. 43
- SOSTENIBILITÀ (ESG) E RISORSE DEL SETTORE BANCARIO PER LE AZIENDE p. 44
- ECONOMIA CIRCOLARE E RIMODULAZIONE DEGLI SCHEMI INDUSTRIALI p. 45
- RAPPORTO TRA AZIENDA E FONDI D'INVESTIMENTO: Investment Strategy ESG p. 46
- PRESENTAZIONE APPLICATIVO ESG p. 47

Informazioni e modalità di iscrizione p. 48
 Scheda di iscrizione e Informativa Privacy p. 50

***AREA
DIGITAL
TRANSFORMATION
E INDUSTRY 4.0***

Alvaro Busetti

Consulente senior di direzione presso gruppi italiani e multinazionali, già IT manager in un gruppo di livello internazionale, oggi docente presso Corporate Academy fra cui ENI, Mercedes, Renault.

TRASFORMAZIONE DIGITALE E LEADERSHIP

Comprendere e gestire il cambiamento

Obiettivi

L'arrivo di nuove tecnologie, nuovi approcci alla leadership e moderne culture aziendali, sta spingendo i leader al cambiamento. Questa sfida però, considerando anche l'accelerazione avuta con la pandemia e le tensioni internazionali, si rivela particolarmente difficile per molte organizzazioni, che stanno evitando di intraprendere tale transizione per rimanere ancorate a uno stile di gestione tradizionale. Questo corso vuole essere uno strumento di riflessione sulle tecnologie digitali che sono sempre più pervasive nella nostra vita lavorativa e nella dinamica sociale ed economica. Tutto sta cambiando e, per coloro che devono ricoprire la funzione di leader, è necessario "pensare digitale". I leader di oggi devono essere capaci di comprendere le potenzialità trasformative della rivoluzione digitale e i benefici delle tecnologie emergenti, dai Big Data all'Intelligenza Artificiale, sapendo che l'innovazione non è neutra. Per questo il corso approfondirà l'importanza della eLeadership, dimensione nuova e rivisitazione profonda della leadership dell'era digitale.

Contenuti

- Modulo 1 (prima parte)** - Il cambiamento
- Modulo 1 (seconda parte)** - Il cambiamento
- Modulo 2** - Le piattaforme digitali
- Modulo 3** - Tutto parte dalla relazione con il cliente
- Modulo 4** - Le risorse intangibili
- Modulo 5** - Tecnologia e customer experience
- Modulo 6** - Tecnologia e modello di business
- Modulo 7** - Tecnologia e processi operativi
- Modulo 8 (prima parte)** - Trasformazione digitale del lavoro
- Modulo 8 (seconda parte)** - Trasformazione digitale del lavoro
- Modulo 9** - Ma siamo sicuri che basta usare le tecnologie?
- Modulo 10** - La tecnologia cambia l'organizzazione
- Modulo 11** - Dobbiamo governare le aziende con altri principi
- Modulo 12** - Dal management alla leadership
- Modulo 13** - La leadership nel cambiamento
- Modulo 14** - Leadership del cambiamento + tecnologia = eLeadership

Francesco Vatalaro

Docente presso il Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa, Università di Roma Tor Vergata, impegnato in studi per aziende e multinazionali.

INDUSTRY 4.0: concetti introduttivi e principali modelli ed esperienze

Obiettivi

Industria 4.0 è uno dei trend più importanti dell'attuale fase dei sistemi produttivi. È bene ricordare infatti che se la Digital Transformation è la cornice generale del mega-trend in atto, Industry 4.0 è quella parte di essa che si applica soprattutto al manufacturing, anche se non solo ad esso.

Questo corso offre un approccio introduttivo a un tema molto articolato, con i principali modelli che stanno affermandosi, e con un quadro dei principali strumenti a disposizione.

Contenuti

Modulo 1 - Industria 4.0: definizione e concetti introduttivi

Modulo 2 - Industria 4.0: i modelli nei principali paesi

Modulo 3 - La smart factory e i Cyber Physical System (CPS)

Modulo 4 - I sistemi di produzione predittivi: come funzionano e come sfruttarli al meglio

Modulo 5 - Industria 4.0 e competenze necessarie

Modulo 6 - Innovazione incrementale o dirompente? Industry 4.0 e futuro del lavoro

Paolo Dell'Olmo

Docente presso il Dipartimento di Scienze Statistiche, Università La Sapienza di Roma, responsabile scientifico del Master in Data Intelligence and Strategic Decisions (DISD), consulente di importanti Istituzioni per la gestione strategica dei Big Data.

BIG DATA, ANALYTICS E DECISION MAKING

Obiettivi

Il corso offre un approfondimento sui Big Data e sui nuovi trend digitali che stanno caratterizzando i processi decisionali all'interno delle aziende. L'analisi predittiva oggi infatti non è più sufficiente e altri elementi devono essere presi in considerazione sia per i decisori che per gli agenti dell'Intelligenza Artificiale. Gli agenti decisionali automatici (capaci di imparare dall'esperienza) sono schierati al centro di un'infrastruttura critica che media il modo in cui accediamo alle notizie, ma prendono anche decisioni su opportunità, magistratura, prestiti, ammissioni, cure e assicurazioni: queste decisioni influenzano la società e non possono essere ignorate. Per tale ragione il corso permetterà di comprendere il funzionamento degli strumenti di analisi e Decision Making più efficaci, e conoscere quali siano oggi le più innovative strategie applicabili nella propria azienda quando si decide di abbracciare un nuovo paradigma di azione e decisione basato sul Big Data Management, con cui gestire al meglio dati, processi e reti.

Contenuti

- Modulo 1** - Introduzione ai Big Data (1)
- Modulo 2** - Introduzione ai Big Data (2)
- Modulo 3** - Trend ed esperienze
- Modulo 4** - Introduzione al Machine Learning
- Modulo 5** - Data, Insights and Decisions
- Modulo 6** - Marketing BI
- Modulo 7** - Modelli espliciti (1)
- Modulo 8** - Modelli espliciti (2)
- Modulo 9** - Big Data Management e Processing (1)
- Modulo 10** - Big Data Management e Processing (2)
- Modulo 11** - Big Data e Analytics (1)
- Modulo 12** - Big Data e Analytics (2)
- Modulo 13** - Network Analytics (1)
- Modulo 14** - Network Analytics (2)
- Modulo 15** - Recommendation Systems
- Modulo 16** - Smart Mobility e Big Data

Daniele Caligiore

Ricercatore senior del ISCT- CNR, socio fondatore AI2Life srl.

Massimo Giuliano

Prof. Avv. in Diritto di internet e delle nuove tecnologie, membro gruppo di esperti MiSE Blockchain – Smart Contract.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE: aspetti generali e principali applicazioni

Obiettivi

Il corso permetterà di conoscere nel dettaglio le tecnologie connesse all'IA (Big Data, Machine Learning, Deep learning, Reti Neurali Artificiali) e la loro introduzione e applicazione nei processi aziendali, con un focus anche sugli impatti che tali tecnologie hanno e avranno in futuro sull'economia e il mondo del lavoro. Inoltre si vedranno quali sono oggi le proposte europee per la regolamentazione dell'Intelligenza Artificiale e le responsabilità civili e aziendali conseguenti all'utilizzo non corretto di tale tecnologia. Inoltre saranno

Contenuti

Prima parte - IA IN AZIENDA: Strumenti, applicazioni e aspetti legali

Modulo 1 - Introduzione

Modulo 2 - Tecniche di IA, Big Data, robotica

Modulo 3 - Machine Learning

Modulo 4 - Reti Neurali Artificiali

Modulo 5 - Deep Learning

Modulo 6 - Principali applicazioni dell'IA

Modulo 7 - Recommendation Systems

Modulo 8 - IA in azienda: Industria 4.0 e 5.0

Modulo 9 - Come introdurre l'IA in azienda

Modulo 10 - Alcune applicazioni dell'IA in azienda

Modulo 11 - Impatti dell'IA sull'economia

Modulo 12 - Impatto dell'IA sul mondo del lavoro

Seconda parte - Gli aspetti legali

Modulo 1 - Dal libro bianco alla proposta di Regolamento UE sull'Intelligenza Artificiale

Modulo 2 - La proposta di Regolamento UE sull'Intelligenza Artificiale: definizione e classificazione dei sistemi di IA. I sistemi di IA vietati.

Modulo 3 - La proposta di Regolamento UE sull'Intelligenza Artificiale: i sistemi di IA ad alto rischio. Gli obblighi principali per gli operatori di sistemi IA

Modulo 4 - La responsabilità civile conseguente all'utilizzo di sistemi di IA

Alvaro Busetti

Consulente senior di direzione presso gruppi italiani e multinazionali, già IT manager in un gruppo di livello internazionale, oggi docente presso Corporate Academy fra cui ENI, Mercedes, Renault.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E GESTIONE DELLE PERSONE

Obiettivi

Il corso intende: illustrare come la complessità del contesto competitivo non trovi una risposta adeguata nella crescente complicazione dei meccanismi di funzionamento delle aziende, legata all'adozione di modelli organizzativi tradizionali di gestione delle HR; mostrare come l'Intelligenza Artificiale (AI) possa dare un contributo ad aziende e persone per l'autonomia e la cooperazione nello svolgimento delle attività operative, e per la gestione della dimensione informale dell'organizzazione; descrivere l'analisi dei dati di funzionamento (Analytics) e delle piattaforme digitali di collaborazione di nuova generazione, arrivando agli strumenti di analisi quantitativa (SNA) che consentono di misurare sia la criticità dei nodi sia l'efficienza della rete nel suo insieme.

Contenuti

Modulo 1 - Intelligenza, algoritmi e capacità di calcolo

Modulo 2 - Il comportamento "Intelligente"

Modulo 3 - Percezione e riconoscimento (percepire il contesto)

Modulo 4 - Riconoscimento e significato (capire il contesto)

Modulo 5 - Significato e piano d'azione (modificare il contesto)

Modulo 6 - Piano d'azione e (re)azione (intervenire sul contesto)

Docente presso il Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa, Università di Roma Tor Vergata, impegnato in studi per aziende e multinazionali.

IOT, CPS E LE NUOVE FRONTIERE DELLA INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono i seguenti:

- Analizzare l'impatto di IoT e Big Data nei Cyber Physical System (CPS)
- Indicare le principali tecniche di progettazione e di implementazione
- Approfondire i principali ambiti di applicazione e analizzare importanti case studies, in rapporto anche allo sviluppo della Intelligenza Artificiale applicata al manufacturing
- Valutare opportunità e benefici secondo la logica della Customer Experience.

Contenuti

Modulo 1 - Internet of Things (IOT): inquadramento e strumenti principali

Modulo 2 - Come progettare e creare applicazioni di Internet of Things

Modulo 3 - I Cyber Physical Systems (CPS) e le principali applicazioni

Modulo 4 - Come sfruttare i CPS in impresa: progettazione e implementazione

Modulo 5 - Come costruire l'infrastruttura per la IOT: i Big Data e la Artificial Intelligence

Modulo 6 - IOT, CPS e AI: esperienze pratiche ed applicazioni

Alvaro Busetti

Consulente senior di direzione presso gruppi italiani e multinazionali, già IT manager in un gruppo di livello internazionale, oggi docente presso Corporate Academy fra cui ENI, Mercedes, Renault.

E-LEADERSHIP: governare persone e processi nei nuovi contesti digitali

Obiettivi

Il corso descrive le caratteristiche della e-leadership, intesa come combinazione di capacità manageriali e conoscenze delle opportunità e delle innovazioni del mondo digitale. In particolare vengono delineate aree di competenza, attitudini e condizioni di crescita professionali e individuali, attraverso le quali ogni dirigente può arricchire il proprio lavoro con le competenze digitali e portare l'innovazione nella propria realtà aziendale.

L'obiettivo del corso è di trasferire informazioni utili a comprendere l'insieme di capacità, competenze e conoscenze che caratterizzano un manager orientato all'innovazione.

Contenuti

Modulo 1 - E-leadership perché?

Modulo 2 - E-leadership: tecnologia e gestione delle persone

Modulo 3 - Capire e misurare le strutture sociali

Modulo 4 - Dai processi alle relazioni sociali

Modulo 5 - Dalle relazioni alla struttura sociale

Modulo 6 - Misurare la struttura sociale: le reti sociali "Piccolo Mondo"

Modulo 7 - Misurare la struttura sociale: persone chiave e "marginalizzati"

Cesare Fantuzzi

Docente presso il Dipartimento di Ingegneria, Direttore del Laboratorio di Automazione e Robotica, Università di Modena e Reggio Emilia.

MANUTENZIONE PREDITTIVA E CLOUD MANUFACTURING: tracciamento, complessità e manutenzione delle macchine automatiche

Obiettivi

Da sempre le migliori linee di produzione sono organizzate in agglomerati di macchine automatiche e robot. Industry 4.0 ha reso più complessi questi sistemi, con nuove funzioni e ritmi di produzione da monitorare per riuscire a tenere alta la competitività aziendale. Obiettivo del corso è di offrire gli strumenti per le sfide produttive e le tecnologie del cloud manufacturing con le quali un'azienda deve essere pronta a confrontarsi, sfide che tutte le produzioni incontrano in due parole chiave: flessibilità ed efficienza produttiva.

La flessibilità consente di soddisfare le dinamiche di mercato indirizzate a prodotti sempre più personalizzati, e l'efficienza produttiva dipende anche dalla qualità delle politiche di manutenzione, con particolare riguardo a quella predittiva (CBM). Lo sviluppo di politiche di manutenzione predittiva richiede però la definizione di un processo operativo efficace, per identificare in modo anticipatorio i guasti e malfunzionamenti. Grazie al corso, i partecipanti potranno conoscere le metodologie e gli strumenti per organizzare in modo efficace un progetto di manutenzione predittiva.

Contenuti

Modulo 1 - I problemi della manifattura

Modulo 2 - Tecnologie abilitanti per connettere la fabbrica del futuro (prima parte)

Modulo 3 - Tecnologie abilitanti per connettere la fabbrica del futuro (seconda parte)

Modulo 4 - La Diagnostica e Manutenzione predittiva

Modulo 5 - Metodologia per lo sviluppo di un progetto di Manutenzione predittiva

Modulo 6 - Manutenzione predittiva di una flotta di Robot Mobili

Modulo 7 - Un esempio di cloud manufacturing e Manutenzione predittiva per una macchina automatica

Andrea Bonaccorsi

Professore Ordinario Università di Pisa, Cofondatore Erre Quadro, società spin off dell'Università.

INDUSTRY 4.0 COMPETENCES AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT ROLE: building and managing skill framework for chosen technologies

Obiettivi

Advanced manufacturing is the use of innovative technology to improve products or processes. In Industry 4.0 paradigm, robots that collaborate with human operators for the execution of production processes will be a fundamental resource of the factories. The new robotic solutions will make production systems flexible and more effective, increasing the competitiveness of companies. The robots will be strongly connected to each other or directly with the Cloud, to gather information and to be an active part of the production process (*corso in lingua italiana*).

Contenuti

Modulo 1 - The Industry 4.0 Phenomenon

Modulo 2 - The Labour Market in the Digital Era

Modulo 3 - Resilient and Obsolescent Skills & Job Profiles

Modulo 4 - The New Industry 4.0 Professional Archetypes

Modulo 5 - The New Industry 4.0 Job Profiles

Modulo 6 - Assessing Industry 4.0 Job Profiles and Skills

Giacomo Baldi

Head of Software @ TOI s.r.l.

BLOCKCHAIN: principali caratteristiche, casi d'uso e regolamentazione

Obiettivi

Un registro digitale con una struttura dati condivisa e immutabile: questo è il Blockchain, un vero e proprio database paragonabile a quello utilizzato dalle più grandi banche e autorità statali, grazie al quale è possibile memorizzare dati in modo sicuro, verificabile e permanente. Uno strumento complesso ma fondamentale che le aziende possono utilizzare per salvaguardare i propri dati sensibili.

Il corso offrirà ai partecipanti un contributo concreto e orientato alla comprensione delle caratteristiche e funzionamenti dei sistemi Blockchain, analizzandone i casi d'uso e i regolamenti esistenti.

Contenuti

Modulo 1 - Che cos'è una Blockchain

Modulo 2 - Digital Assets e Smart Contracts

Modulo 3 - Blockchain: casi d'uso

Modulo 4 - Come implementare soluzioni Blockchain

Modulo 5 - Blockchain e regolamentazione

Andrea Bonaccorsi

Professore Ordinario Università di Pisa, Cofondatore Erre Quadro, società spin off dell'Università.

IL MARE DI INDUSTRY 4.0: un ranking fra le varie tecnologie per trovare le più performanti

Obiettivi

“Industry 4.0” significa integrare un CPS (Cyber Physical System) nella produzione e nella logistica, ma anche applicare strumenti dell’Internet of Things e dei servizi nei processi industriali, con le conseguenze che ne derivano per la creazione di valore, i modelli di business e, a valle, per la fornitura di servizi e l’organizzazione del lavoro.

Ad oggi le tecnologie disponibili per implementare soluzioni relative al paradigma dell’Industria 4.0 in azienda sono molteplici, e per un’azienda diventa necessario valutare in modo oggettivo e quantitativo quali siano le migliori. Per rispondere a tale esigenza, il corso analizzerà e metterà a confronto le caratteristiche e le qualità delle varie tecnologie Industry 4.0 e fornirà ai partecipanti gli strumenti e le metodologie per valutare le più performanti.

Contenuti

Modulo 1 - L’industria 4.0

Modulo 2 - L’analisi brevettuale

Modulo 3 - Il ranking delle tecnologie

Modulo 4 - Gli indicatori per valutare le tecnologie

Modulo 5 - Gli indicatori per valutare le tecnologie: un caso studio

Vittorio De Pedys

Professore di finanza e management, ESCP Europe.

FINTECH IN ITALIA: le basi e le attività

Obiettivi

Il Fintech è un segmento di mercato emergente in cui si inseriscono tutte le aziende la cui offerta è volta a innovare, mediante le tecnologie digitali, servizi tradizionali del mondo finanziario. Le aziende Fintech erogano uno specifico servizio (caratteristica tipica delle start up), per il quale potrebbero trovarsi in una posizione di concorrenza rispetto ai player tradizionali del mondo Finance, Banche e Assicurazioni in primis.

Il corso permetterà di approfondire nel dettaglio il funzionamento di tale nuovo mercato, analizzandone i nuovi trend e le attività possibili in Italia.

Contenuti

Modulo 1 - Capire il Fintech. Che cos'è Fintech

Modulo 2 - Gli ambiti di attività di Fintech: cosa fanno gli operatori

Modulo 3 - Gli ambiti di attività di Fintech: cosa fa la tecnologia pura

Modulo 4 - Nuovi Trend

Francesca Nanni

Docente del Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa, Università Roma Tor Vergata.

SMART MATERIALS

Obiettivi

Le nuove tecnologie 4.0 hanno portato allo sviluppo e alla realizzazione di materiali “intelligenti”, che rispondono a stimoli o modifiche dell’ambiente esterno attivando in modo autonomo proprie e diverse funzionalità. Un materiale “smart” può quindi modificare e riprendere la propria forma dopo essere stato sollecitato da una forza esterna, cambiare colore in base alla temperatura a cui viene esposto o allargarsi/diminuire se stimolato elettricamente. Le nuove tecnologie sono numerose e ancor più numerosi sono i campi in cui possono essere applicate. Obiettivo del corso è di fornire ai partecipanti una panoramica dettagliata sui diversi Smart Materials, sul loro funzionamento e, soprattutto, sulla loro applicazione pratica nei processi aziendali.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione (prima parte): Piezoelettrici, magnetostrittivi e shape memory

Modulo 2 - Introduzione (seconda parte): Piezoelettrici, magnetostrittivi e shape memory

Modulo 3 - Cromogenici, biomimetici, autopulenti

Modulo 4 - Fluidi reologici e materiali autodiagnostici

Modulo 5 - Self-healing (autoriparanti)

Modulo 6 - Additive Layer Manufacturing (ALM)

Modulo 7 - Nanocompositi

***AREA
STRUMENTI DI
MANAGEMENT***

Alberto Mattiacci

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, Responsabile del percorso Marketing del Dottorato in Metodologia, Comunicazione e Marketing, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma. Direttore Scientifico Eurispes, Former President della Società Italiana di Marketing. Direttore del Master Digital Export Manager presso l’Agenzia ITA-ICE.

FROM SKY TO PLANET EARTH

Fare mercato in 3 mosse e qualche metafora

Obiettivi

Obiettivo del corso è quello di svolgere un accurato approfondimento sulle strategie di marketing più innovative e capaci di generare valore in azienda. Partendo da alcune metafore, nel corso dei moduli sarà svolta una panoramica su cosa significhi oggi “fare marketing”, su quali sono gli approcci per trovare e fidelizzare nuovi clienti e sulle strategie più innovative ed efficaci per raccogliere informazioni e modellare le offerte. Inoltre saranno approfonditi i nuovi trend di digitalizzazione e sarà svolto un focus su come agire sui territori di mercato e dare valore ai propri business aziendali.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione, le tre mosse

Modulo 2 - Market – ing

Modulo 3 - Storia di un quadro

Modulo 4 - Il mass market

Modulo 5 - La scelta

Modulo 6 - La mass digitization

Modulo 7 - La demassification

Modulo 8 - Il nuovo cliente, le facce di Picasso

Modulo 9 - Il territorio di mercato I, osservare la superficie

Modulo 10 - Il territorio di mercato II, competition is competition

Modulo 11 - Il territorio di mercato III, domanda & segmenti

Modulo 12 - Verso l’insight, i dati e le informazioni

Modulo 13 - Il mio spazio, il mercato

Modulo 14 - Il mio valore, la product offering

Modulo 15 - Le operations, 4 A per affermarsi sul mercato

Modulo 16 - Conclusioni, perché marketing?

Federico Mioni

Direttore Federmanager Academy, docente IULM e Università Cattolica.

COMPETENZE, DIGITALE E LEADERSHIP, ASSET DECISIVI PER LA RIPRESA: strumenti per un mondo economico più incerto

Obiettivi

Il corso prevede un focus sugli asset decisivi e le competenze digitali con cui è possibile affrontare con successo le criticità aziendali. I moduli approfondiranno quali sono oggi le piattaforme digitali con cui poter migliorare le performance aziendali, il rapporto con i propri collaboratori e le relazioni coi propri clienti (anche a distanza) e renderli un vero e proprio modello di Business. I partecipanti potranno quindi ottenere competenze relative alla gestione di contesti aziendali che prevedono l'uso crescente di risorse intangibili e basate sulle informazioni e, tramite un nuovo stile di leadership Agile ma anche "gentile", e finalizzato a riportare al centro dei processi le Risorse Umane, di trasferire nella propria azienda una nuova visione complessiva di governance con altri principi, più tecnologici, smart, digitali e, soprattutto, aperti all'ascolto e alla condivisione.

Contenuti

Modulo 1 - Le competenze e i diversi tipi di skill

Modulo 2 - Conoscenza, competenze, competitività

Modulo 3 - Trasformazione digitale, innovazione, competenze

Modulo 4 - I Big Data, infrastruttura di ogni economia digitalbased

Modulo 5 - Le condizioni richieste per l'innovazione

Modulo 6 - Le competenze in un contesto sempre più digitale

Modulo 7 - Un management alla prova delle nuove emergenze

Modulo 8 - La tecnologia non basta: Humanistic Management

Modulo 9 - Diversity, Equity& Inclusion: competenze per una nuova cultura

Modulo 10 - Dallo Smart Working all'Agile Management

Modulo 11 - Tipologie di agire manageriale sulla Scacchiera del Valore

Modulo 12 - Temi e percorsi specifici per la Scacchiera del Valore

Modulo 13 - Una nuova leadership per questi tempi complessi

Modulo 14 - La sfida della leadership gentile

Modulo 15 - Leadership, rischio e capacità di decidere

Modulo 16 - La leadership: altre tipologie, momento della prova e «generosità»

Joe Casini

Economista, psicologo e fondatore di ZWAN e Reputation Rating.

Davide Ippolito

Consulente in ambito Marketing e Cofounder di Zwan, Reputation Rating e Reputazione.org.

PROGETTARE L'AZIENDA COME UN ECOSISTEMA: strategia di prodotto, nuovo marketing e ipotesi Metaverso

Obiettivi

Il corso farà prendere familiarità con i concetti alla base del Metaverso, inteso come nuovo paradigma, e conoscere a livello descrittivo le tecnologie che ne hanno permesso la nascita. Inoltre fornirà le nozioni necessarie per applicare il concetto di Metaverso a un progetto B2B o B2C, anche attraverso l'analisi di case study, e saranno approfonditi concetti di pianificazione aziendale, riportando ai giorni nostri teorie e tecniche del modello di business ideato da Walt Disney, analizzando le logiche di vendita di prodotti immateriali derivanti dall'esperienza nei parchi a tema e dalle produzioni audiovisive. Inoltre, parlando di Steve Jobs, saranno mostrate le migliori metodologie per applicare il giusto storytelling alla propria azienda e organizzazione.

Contenuti

Come farebbe Walt Disney:

Modulo 1 - La storia dietro la nascita dell'ecosistema Disney

Modulo 2 - Come proiettare la propria azienda verso un mondo "parallelo"

Modulo 3 - Dal cliente all'ospite, l'utilizzo del linguaggio nei processi di vendita

Modulo 4 - L'esperienza come volano principale dei processi di engagement

Modulo 5 - L'applicazione dello storytelling – il viaggio dell'eroe e i suoi archetipi narrativi

Modulo 6 - L'importanza di controllare il proprio ambiente

Modulo 7 - Applicazione del modello nel mondo business

Modulo 8 - Lezioni di Leadership

Come farebbe Steve Jobs:

Modulo 9 - Qual è la differenza tra Metaverso e "Metaversi"?

Modulo 10 - Dal Web 1.0 al Web 3.0

Modulo 11 - Compiere i primi passi nel Metaverso

Modulo 12 - Il Metaverso per il business, alcuni spunti di riflessione

Modulo 13 - La regolamentazione della privacy nel Web 3.0

Modulo 14 - La storia di Apple tra Keynote, primi Iphone e gestione della privacy

Modulo 15 - Alla scoperta dell'ecosistema Apple

Modulo 16 - Ripensare creativamente l'azienda

Vincenzo Vasapoli

Consulente di direzione e docente presso business school.

DA OCEANO BLU A OCEANO VERDE: innovazione, Experience Co-Creation e DART Model

Obiettivi

Le strategie per entrare nella sfera di attenzione degli attuali “non clienti”, o per immaginare proposte talmente nuove da aprire mercati “uncontested” (senza competitor), sono obiettivi molto difficili, ma con la metodologia Oceano Blu e i suoi casi di successo sono diventati obiettivi possibili per un numero significativo di aziende. Allo stesso tempo, disporre di una metodologia che renda possibile all’impresa di “vivere una giornata” con i problemi del proprio cliente, e a quest’ultimo di partecipare a una Co-Creation del prodotto o del servizio di cui ha bisogno, è un’altra esperienza che offre un vantaggio competitivo rilevante. Il corso consente di apprendere l’utilizzo di strumenti e metodologie di innovazione radicale e creatività, offrendo spunti di confronto da portare sia in azienda (Oceano Blu) sia sui territori (Oceano Verde), in una visione più ampia del ruolo dell’impresa: esempi italiani e casi pratici.

Nello specifico, il corso aiuterà i partecipanti a raggiungere questi obiettivi:

- utilizzare gli strumenti proposti dalla Blue Ocean Strategy per disegnare una proposta di valore unica e diversa dalla concorrenza, e, con Oceano Verde, di ascoltare la società;
- acquisire una metodologia che, con la Experience Co-Creation e il metodo DART, consenta di proporsi come impresa davvero orientata al cliente ma anche al territorio;
- aumentare il patrimonio conoscitivo sul “nuovo” cliente per strutturare un’offerta consona alle esigenze di quel mercato, e disegnare una nuova curva del Valore.

Contenuti

Modulo 1 - Concetti di innovazione

Modulo 2 - Innovazione strategica

Modulo 3 - Disegnare la strategia aziendale

Modulo 4 - Blue Ocean Strategy

Modulo 5 - Blue Ocean Strategy and Experience Co-Creation

Modulo 6 - Oceano Verde e DART Model (aprirsi a un territorio e a nuovi clienti)

Gianni Basile

Fondatore del Gruppo Teikos (Bologna-Modena-Forlì), consulente di direzione per Finanza, Controllo e Internazionalizzazione d'impresa.

COME PROGETTARE E IMPLEMENTARE UN BUSINESS PLAN

Obiettivi

Il corso intende offrire ai partecipanti un contributo concreto e orientato al risultato per la preparazione e la gestione del Business Plan, che riveste un ruolo fondamentale nella definizione delle rotte strategiche e operative che le imprese devono seguire. L'idea di fondo è di far ottenere strumenti per muoversi nel modo più coerente possibile in mercati sempre più difficili e mutevoli. Saranno quindi approfonditi anche i concetti della Creazione di Valore resi comprensibili ma soprattutto fruibili in chiave decisionale, sia strategica che operativa: l'approccio EVA[®] non deve essere considerato migliore, più moderno o più efficace, ma un ulteriore contributo critico e costruttivo alla valutazione delle decisioni adottate dalle imprese e alle loro conseguenze osservate da un punto di vista diverso.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione, gli aspetti strategici

Modulo 2 - Il posizionamento competitivo secondo il modello di Porter

Modulo 3 - L'analisi del business e del contesto competitivo dell'impresa

Modulo 4 - La "creazione di valore" o EVA[™]

Gianni Basile

Fondatore del Gruppo Teikos (Bologna-Modena-Forlì), consulente di direzione per Finanza, Controllo e Internazionalizzazione d'impresa.

CONTROLLO DI GESTIONE E FINANZA: inquadramento per non specialisti e riflessioni per i manager AFC

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire un focus specifico sul controllo di gestione e finanza, analizzando gli strumenti utilizzabili anche da manager non specialisti dell'area AFC. I moduli mostreranno come un corretto controllo di gestione sia fondamentale per mettere in atto una crescita aziendale e avviare un sistema finanziario stabile che sia monitorabile con indicatori e obiettivi fissati e che porti quindi valore. Il corso permetterà di:

- Conoscere nel dettaglio i diversi strumenti per applicare in azienda un sistema di pianificazione e controllo che si sostanzia in un articolato sistema di indicatori, e che consenta di produrre ed aggiornare un piano economico e finanziario.
- Imparare ad utilizzare gli strumenti per valutare attraverso l'analisi quantitativa l'efficacia e la sostenibilità delle azioni individuate e/o intraprese.

Contenuti

Modulo 1 - Il controllo di gestione: i principali temi

Modulo 2 - Gli investimenti: ponte fra passato e futuro e fra tattica e strategia

Modulo 3 - L'analisi degli investimenti e del costing da un punto di vista strategico:

- Life Cycle Costing
- Target Costing

Modulo 4 - Gli impatti delle decisioni operative e d'investimento sulla finanza

Modulo 5 - Le previsioni finanziarie d'impresa e la base di esse nelle informazioni

Alfredo Angrisani

Consulente di Supply Chain, gestione di sistemi commerciali, progettazione CCPM e Agile Scrum.
Certificato CPIM Apics, CDDP ISCEA, PSM I Scrum.org.

LA SUPPLY CHAIN NEL «NUOVO NORMALE» DEL MERCATO INSTABILE GLOBALE, E LE TEORIE SISTEMICHE COME RISPOSTA

Obiettivi

Il corso si propone di trasmettere una conoscenza degli elementi strutturali della realtà al centro di gran parte dell'attività di un'impresa manifatturiera, ovvero la Supply Chain. Spesso le fasi di essa vengono considerate separatamente o in modo non approfondito: questo corso intende dunque fare chiarezza, e dare strumenti per uno scenario in cui l'instabilità è diventata la regola. In tale contesto vengono suggerite le teorie sistemiche, che aiutano a gestire meglio certi processi, dalla definizione fino alla chiusura, attraverso le macrofasi di pianificazione ed esecuzione.

Contenuti

Modulo 1 - Cosa c'è in una Supply Chain

Modulo 2 - Una questione di misura

Modulo 3 - La produzione

Modulo 4 - Due approcci alla gestione

Modulo 5 - Gestioni a scorta

Modulo 6 - Gli ostacoli al flusso

Modulo 7 - Una via di soluzione

Alessio Fiaschi

Consulente di direzione presso Ambrosetti, CDI Manager e altre realtà.

LE SPECIFICITÀ DEL LAVORO MANAGERIALE CON LE PMI

Obiettivi

Le PMI hanno dinamiche particolari, e spesso, almeno nella fase di approccio, più complesse delle imprese di maggiori dimensioni. Il corso, grazie al contributo di un consulente di aziende di livello internazionale, ma anche di PMI impegnate nella battaglia della crescita e a volte della sopravvivenza, offre un quadro di strumenti per entrare nel mondo specifico delle PMI, con le sue dinamiche familiari, di successione e di criticità nel vissuto quotidiano, nel confronto fra proprietà e manager, o fra questi e i dipendenti.

Contenuti

Modulo 1 - Il contesto delle PMI in Italia

Modulo 2 - Crisi globale e opportunità per le PMI

Modulo 3 - Temporary Management, chiave di ingresso nelle PMI

Modulo 4 - Case history TM: GHIOTT Dolciaria srl

Modulo 5 - La sottocapitalizzazione e le problematiche di natura finanziaria

Modulo 6 - L'analisi di portafoglio prodotti e le strategie a breve termine

Modulo 7 - PMI e e-Commerce

Modulo 8 - Uno sguardo al futuro delle PMI

Modulo 9 - PMI familiari, proprietà e management

Modulo 10 - Marketing di se stessi e ingresso nelle PMI

Modulo 11 - Il piano Marketing classico e il piano sui social

Modulo 12 - Costruzione del CV e gestione di un colloquio nelle PMI

Luca Romano

Esperto e docente del PMI - Project Management Institute internazionale (Central Italy Chapter, Roma).

PROJECT MANAGEMENT

Corso in collaborazione col Project Management Institute internazionale

Obiettivi

Le varie fasi e attività che attengono a un progetto spesso vengono affrontate in modo approssimativo o non sufficientemente sistematico: avere un quadro preciso e affidabile è invece di importanza fondamentale quando sono in gioco progetti strategici, o quando vanno gestite risorse importanti come il tempo e le skill dei collaboratori, i mezzi tecnologici o i capitali investiti nel progetto.

Questo corso ha un relatore autorevole che proviene da una delle più importanti associazioni di professionisti del mondo, quel Project Management Institute che a livello mondiale detta le linee ufficiali per la certificazione dei professionisti in questa metodologia.

Pertanto, il corso aiuta a prepararsi agli esami di certificazione in Italia validi a livello internazionale, perché segue le Linee guida e il PM BoK (Book of Knowledge) del PM Institute internazionale: è frutto infatti della collaborazione da più anni di Federmanager Academy con il Central Italy Chapter di questa autorevole istituzione, e per il suo carattere esclusivo il corso è riservato agli iscritti di questa o della nostra associazione.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione al Project Management. Introduzione al PMBOK® del PMI

Modulo 2 - Gestione dell'integrazione. Gestione dell'ambito

Modulo 3 - Gestione della schedulazione

Modulo 4 - Gestione dei Costi

Modulo 5 - Gestione dei Rischi

Modulo 6 - Gestione della Qualità. Gestione dell'Approvvigionamento

Modulo 7 - Gestione degli Stakeholder. Gestione della Comunicazione. Gestione delle Risorse

AREA
INTERNAZIONALIZZAZIONE

Vincenzo Vaspolli

Consulente di direzione e docente presso Business School.

INTERNAZIONALIZZAZIONE: scegliere, valutare e conquistare nuovi mercati

Obiettivi

Lo scopo del corso è di portare i partecipanti ad apprendere le basi teoriche e le indicazioni pratiche per valutare la potenzialità dei paesi in cui internazionalizzare, e per progettare e implementare un'efficace strategia in nuovi mercati esteri.

Il corso permetterà di:

- Apprendere come valutare i paesi esteri
- Definire le caratteristiche dei paesi ed effettuare un'analisi della potenzialità
- Valutare la potenzialità dei mercati in modo oggettivo
- Individuare le risorse e una road-map per conquistare nuovi mercati
- Sviluppare la conoscenza degli strumenti di analisi per definire il piano strategico e valutare un nuovo mercato
- Sviluppare la capacità di disegnare e progettare il piano d'azione
- Fare il passaggio operativo: portare il piano all'interno delle normali attività di lavoro.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione

Modulo 2 - Il percorso per l'internazionalizzazione

Modulo 3 - Analisi del paese e del settore

Modulo 4 - Analisi del mercato

Modulo 5 - Analisi completa

Modulo 6 - La strategia per l'internazionalizzazione

SILICON VALLEY MINDSET

Alla scoperta del luogo più innovativo del pianeta

Obiettivi

Non solo il racconto di uno Study Tour ad alta intensità nell'area più innovativa del mondo. Silicon Valley Mindset è uno straordinario percorso formativo tra docenze in aula, visite presso i Giganti della Silicon Valley e Networking Events con il fine unico di acquisire quel "way of thinking". Silicon Valley Mindset è nato dal Progetto Mind con l'obiettivo di tenere aggiornati manager e imprenditori sui principali macro trend che stanno rivoluzionando gli scenari mondiali: dalle sfide climatiche all'intelligenza artificiale, alla globalizzazione della conoscenza. Durante i moduli interverranno docenti delle Università di Stanford e Santa Clara, e report filmati e commentati su aziende come Apple, Microsoft, Intel, Hewlett Packard e altre.

Contenuti

- Modulo 1** - Introduzione alla Silicon Valley
- Modulo 2** - Dalle origini al boom della Silicon Valley
- Modulo 3** - Elogio del fallimento
- Modulo 4** - Il problema, le idee, la soluzione
- Modulo 5** - Se Steve Jobs fosse nato in Italia
- Modulo 6** - Il Networking
- Modulo 7** - Apparenza vs Concretezza
- Modulo 8** - La leadership

NON È UN PAESE PER TUTTI

La Cina con gli occhi dei manager italiani

Obiettivi

La Cina non è più la “Cheap China” di cui parlava un libro di qualche anno fa, che già allora la dava come uno stereotipo superato; al contrario, la Cina ha da tempo una nuova strategia, e la sta perseguendo con grande rapidità. Oggi la Cina ricerca tecnologia, prodotti a valore aggiunto, riduzione dell’inquinamento, migliori condizioni di salute per i cittadini (per ragioni economiche e non solo sociali).

Il corso propone le testimonianze di italiani che operano nel business cinese e di importanti manager di imprese come Alibaba, Huawei, Fosun, FSG e altre, oltre a raccogliere le riflessioni dei manager e degli imprenditori che hanno preso parte allo Study Tour, e che trasferiscono le lesson learned di queste due ricchissime esperienze.

Contenuti

Modulo 1 - Non è un paese per tutti

Modulo 2 - Hong Kong: la porta per la Cina

Modulo 3 - Shenzhen: l’eccellenza di Huawei

Modulo 4 - Yu Ti: un’esperienza di manifatturiero cinese

Modulo 5 - Pechino: il centro del potere e della pianificazione

Modulo 6 -La guerra tra Cina e Stati Uniti spiegata facile

Modulo 7 - Chongqing: come in un film di Ridley Scott

Modulo 8 - Hangzhou: l’E-Commerce che verrà

Modulo 9 - Shanghai: la capitale finanziaria

Modulo 10 - Alcune considerazioni prima di tornare a casa

***AREA
SOFT SKILLS PER IL
MANAGER***

Stefano Baldini

Campione olimpico di maratona

MOTIVAZIONE, RESILIENZA E PIANIFICAZIONE PLURIENNALE DEGLI SFORZI: spunti per i manager da un campione olimpico di Maratona

Obiettivi

Trasferire suggerimenti preziosi sui temi richiamati dal titolo partendo da una lunga lezione di Stefano Baldini, campione olimpico di maratona e testimone per la motivazione e l'impegno di un obiettivo pluriennale per l'Age Management.

Contenuti

Modulo 1 - Stefano Baldini e le Olimpiadi: una carriera da pianificare ogni 4 anni e con 2 sole gare l'anno

Modulo 2 - Cancellare il problema dell'alibi e altre indicazioni

Modulo 3 - Fine carriera: come diventare coach e darsi nuovi obiettivi

Modulo 4 - Baldini su Felice Gimondi: arrivare al limite della volontà e accettare un rivale più forte

Modulo 5 - Pensare che il giorno migliore deve ancora venire (nonostante due fallimenti)

Modulo 6 - L'utilità dei mental coach (e i rischi di ipermotivazione)

Modulo 7 - Perché "è bello vincere, ma è più bello rivincere"

Modulo 8 - Come gestire le rivalità, nei gruppi di atleti maschi o femmine

Modulo 9 - Lo sport fra Cina, Africa e globalizzazione: dove e perché i nuovi campioni

Modulo 10 - L'ora più buia per un maratoneta

Modulo 11 - La vita privata e l'assunzione di responsabilità non solo nello sport (e ancora sull'ora più buia)

Vincenzo Stango

Responsabile formazione Feel Center s.r.l.

LA COMUNICAZIONE: teatro d'impresa per una comunicazione efficace

Obiettivi

Come è noto, non si può non comunicare e oggi, in un mondo sempre più interconnesso, gli approcci che regolano la comunicazione sono sempre più numerosi e spesso non applicati correttamente alle diverse situazioni. La comunicazione tradizionale esalta lo scambio delle informazioni tra gli attori del dialogo, ma molto spesso dimentica le condizioni fisiologiche fondamentali che permettono al processo comunicativo di agire in maniera profonda e diretta. In questo corso, utilizzando la metafora del “teatro d'impresa” e facendo uso di clip tratte dal mondo del cinema, si porrà un focus sull'approccio psicofisiologico che governa una corretta comunicazione, e verranno forniti una serie di strumenti e metodologie per applicare nella propria azienda un nuovo modello di comunicazione esperienziale ed efficace.

Contenuti

Modulo 1 - La comunicazione:

- Il processo
- La sintassi mentale
- La consapevolezza
- I silenzi
- Il linguaggio del corpo e la prossemica
- I profili comunicativi

Modulo 2 - La comunicazione esperienziale:

- Il modello psicofisiologico
- Il modello circolare
- L'ascolto
- L'Intelligenza emotiva e l'empatia

Modulo 3 - Il linguaggio:

- Le parole e i killer della comunicazione
- L'interpretazione
- Anticipo e pregiudizio
- Le dinamiche
- La distanza relazionale

Giulio Ravizza Garibaldi

Formatore senior Feel Center s.r.l

IL PROBLEM SOLVING: un approccio per la definizione e risoluzione dei problemi

Obiettivi

Negli ultimi anni il mondo è stato coinvolto da numerose criticità, a partire dall'emergenza pandemica fino al più recente conflitto russo-ucraino: una situazione che ha portato i manager a confrontarsi spesso con forti criticità che hanno richiesto prontezza decisionale per essere risolte senza gravi danni per le proprie imprese. Il Problem Solving è una skill fondamentale per i manager di oggi, perché solo grazie a un metodo e ad un approccio positivo verso gli eventuali problemi è possibile superare questi. Il corso, facendo anche uso di clip tratte dal mondo del cinema, fornirà le metodologie e gli strumenti di Problem Solving più efficaci per aiutare le imprese ad arrivare alla risoluzione dei propri problemi.

Contenuti

Modulo 1 - Introduzione al Problem Solving:

- Che cos'è un problema
- I modi di dire
- Differenze tra problema, disagio e lamento

Modulo 2 - L'approccio metodologico:

- La griglia a 9 blocchi
- Il sistema di informazione
- La definizione del problema
- I criteri per la soluzione

Modulo 3 - Le 5 fasi:

- Il rimedio
- Analisi delle radici
- L'analisi comparata
- Il diagramma di Ishikawa e di Pareto
- Le azioni correttive

Aldo Reggiani

Presidente Feel Center s.r.l

LA VENDITA EMOZIONALE: emozioni e tecniche per comprendere i nostri clienti

Obiettivi

Per vendere con successo un prodotto oggi non è più possibile fare solo un elenco delle caratteristiche tecniche o funzionali, ma è necessario “raccontarlo” coinvolgendo il cliente, senza però dimenticare uno degli aspetti più importanti: l’ascolto. Il corso intende fornire le migliori tecniche di vendita emozionale con cui accrescere l’interesse dei clienti verso l’esperienza fornita dai propri prodotti, e migliorare le proprie capacità di ascolto per riuscire a comprendere e venire incontro ai reali bisogni dei clienti e, realizzando una connessione “emozionale”, portare a termine con successo la vendita.

Contenuti

Modulo 1 - L’apertura:

- Il processo
- 5 fasi
- Quali domande

Modulo 2 - Costruire la relazione:

- Cliente e feeling
- Il loop
- Empatia, credibilità, professionalità

Modulo 3 - Scoprire il PUK:

- Il codice di sblocco
- Scavare
- La Brain Machine

Modulo 4 - La proposta:

- Equazione del valore
- Diagramma mobile
- Caratteristiche e benefici

Modulo 5 - La chiusura:

- Obiezioni
- Auto-congratolazione
- Consigli

AREA
ECONOMIA CIRCOLARE
E SOSTENIBILITÀ

Alberto Pastore

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, Direttore del Master Universitario in Marketing Management - Dipartimento di Management, presso la Facoltà di Economia, Sapienza Università di Roma; Past President della Società Italiana di Management, società scientifica dei docenti di Economia e gestione delle imprese.

LA SOSTENIBILITÀ NELLA PROSPETTIVA DEL BUSINESS

Obiettivi

Il corso intende fornire un focus sul tema della Sostenibilità e sull'importanza che essa possiede in vista di una concreta crescita del business aziendale. Per quanto avere prodotti sostenibili e linee produttive aderenti ad un'economia circolare sia importante, tali caratteristiche possono risultare poco efficaci se non supportate da una ben strutturata strategia e pianificazione di business imprenditoriale.

Il corso permetterà ai partecipanti di compiere un approfondimento relativo al framework generale della Sostenibilità in ottica di business, analizzando gli strumenti e le metodologie per avviare nelle proprie aziende le più moderne strategie di impresa sostenibile.

I moduli analizzeranno le differenze esistenti tra un'imprenditoria sociale e una società Benefit, e forniranno le tecniche più efficaci per accrescere lo sviluppo di competenze di leadership sostenibile, grazie alle quali si potranno strutturare e guidare con successo cambiamenti di business, in ottica di Sostenibilità, nella propria azienda.

Contenuti

Modulo 1 - Il Framework generale della Sostenibilità nell'ottica del business

Modulo 2 - L'urgenza della Sostenibilità

Modulo 3 - Strategia d'impresa e Sostenibilità

Modulo 4 - Imprenditoria sociale e società Benefit

Modulo 5 - Corporate Sustainability Measuring and Reporting

Modulo 6 - Sustainable Leadership - Gestire il cambiamento per la Sustainability Transformation

Alberto Mattiacci

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, Responsabile del percorso Marketing del Dottorato in Metodologia, Comunicazione e Marketing, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma. Direttore Scientifico Eurispes, Former President della Società Italiana di Marketing. Direttore del Master Digital Export Manager presso l'Agenzia ITA-ICE.

LA SOSTENIBILITÀ E IL NOSTRO FUTURO: una prospettiva di marketing

Obiettivi

La natura fortemente indirizzata alla vendita e al profitto del marketing potrebbe far pensare che esso non possa coesistere con il concetto di Sostenibilità, anzi si potrebbe supporre che questi due elementi siano in contrapposizione tra loro. Niente di più errato: non solo marketing e Sostenibilità possono coesistere, ma la loro unione può aiutare le aziende a realizzare attività imprenditoriali di successo.

Obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti una nuova visione strategica di marketing che sia capace di abbracciare i concetti di Sostenibilità e di implementarli nelle attività aziendali, con la finalità di crescere il valore dell'impresa sul mercato.

I moduli guideranno i partecipanti lungo un percorso articolato su cinque domande che rifletteranno sulla storia della sostenibilità, sull'influenza che essa ha oggi sulla domanda e sulla percezione dei consumatori, e forniranno risposte sulle metodologie e strategie applicabili in azienda per indirizzare correttamente verso tale visione le proprie attività di marketing.

Contenuti

Modulo 1 - Una nuova prospettiva sul marketing: fare mercato non è vendere

Modulo 2 - È una moda passeggera? La Sostenibilità è una risposta alle crisi sistemiche del XXI secolo

Modulo 3 - Riguarda la mia azienda? La Sostenibilità cambia la domanda

Modulo 4 - Cosa dicono i consumatori? La Sostenibilità risponde a valori emergenti

Modulo 5 - Come indirizzare l'azienda verso la Sostenibilità? Il marketing offre un contributo importante

Modulo 6 - Cosa mi porto a casa? I tre messaggi fondamentali.

Natalia Bagnato
Partner RP Legal & Tax

SOSTENIBILITÀ E STRATEGIA AZIENDALE

Obiettivi

L'Unione Europea sta definendo un ecosistema di norme vincolanti in ambito Environment, Social e Governance che imporranno obblighi di compliance, disclosure e misurazioni sempre più estesi per gli attori del mercato sia sul lato corporate che della finanza. Obiettivo del corso è mostrare come la Sostenibilità può essere una "scelta di compliance" fine a se stessa o una "scelta strategica" di generazione di valore nel lungo periodo che impatta sulla mission, sulla Governance, sull'organizzazione e sui prodotti delle aziende, con un duplice vantaggio:

- Migliorare il proprio posizionamento sul mercato
- Anticipare gli obblighi di compliance integrando la generazione di valore sociale e ambientale nella strategia d'impresa

Contenuti

- Quadro Normativo in ambito UE
- Direttiva Europea 2014/95/UE: NFRD
- Il Regolamento SFDR e la finanza sostenibile
- Il Regolamento 2020/852/UE: la Tassonomia
- Corporate Sustainability Reporting
- La Sostenibilità e i driver del successo
- La governance della Sostenibilità
- Società Benefit e B Corp: un veicolo per la Sostenibilità

Walter Ventura

Dottore commercialista e Amministratore Delegato della società Environmental, Social, Governance, Reputation S.r.l., Società Benefit.

LA RENDICONTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: aspetti generali e GRI Standards

Obiettivi

Il corso mostrerà ai partecipanti quali sono gli aspetti generali, le Direttive e i Decreti relativi alle attività di rendicontazione della Sostenibilità. Partendo dalle origini dello sviluppo Sostenibile, si analizzeranno i 17 Sustainable Development Goals e saranno approfonditi i seguenti argomenti:

- La Direttiva sulle non financial information (NFRD), adottata in Italia con il D. Lgs 254/16
- La proposta di Direttiva sul reporting di informazioni di Sostenibilità
- Global Reporting Initiative Standards.

Contenuti

- Le origini dello sviluppo Sostenibile
- I 17 Sustainable Development Goals
- La Direttiva Europea sulle non financial information
- I Decreti legislativi
- La Corporate Sustainability Reporting Directive
- I GRI Sustainability Reporting Standards

Marco Venuti

Professore Associato A.S.N, dottore commercialista e Revisore Legale.

LA RENDICONTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: aspetti specifici e Standards internazionali (diversi dal GRI)

Obiettivi

Il corso è dedicato all'approfondimento degli aspetti specifici relativi alle attività di rendicontazione della Sostenibilità. Nello specifico, tenendo conto anche degli standards internazionali (diversi dal Global Reporting Initiative), il corso avrà un focus su:

- La Proposta di Direttiva sul reporting di informazioni di Sostenibilità
- Gli ambiti di applicazione della Direttiva
- Gli standard di reportistica
- Il Principio della doppia materialità
- La Sustainability Information.

Contenuti

- La Proposta di revisione della Direttiva Corporate Sustainability Reporting
- I Sustainability Reporting Standards
- Gli Standard Setter Globali: GRI, IIRC, SASB, TCFT
- Verso un linguaggio globale di rendicontazione
- Il contenuto del Sustainability Reporting
- La doppia materialità
- La collocazione delle Sustainability Information
- Assurance della Sustainability Information

Giuseppe Galloppo

Professore di Asset Allocation, Economia dei Mercati Finanziari ed Economia degli Intermediari Finanziari presso il dipartimento DEIM dell'Università della Tuscia.

SOSTENIBILITÀ (ESG) E RISORSE DEL MERCATO PER LE AZIENDE: Green Bonds, Social Bonds e Private Equity

Obiettivi

I Green Bonds sono obbligazioni emesse con un obiettivo specifico: le somme raccolte con la loro emissione sono impiegate per finanziare o rifinanziare, in misura totale o parziale, progetti nuovi o preesistenti, idonei a produrre effetti benefici in relazione a temi di sostenibilità ambientale. Recentemente la Commissione Europea ha enfatizzato le potenzialità del mercato dei Green Bonds, presentando un pacchetto di misure intitolato “Energia pulita per tutti gli europei”, secondo il quale dal 2021 sarà necessario un supplemento di 177 miliardi di euro all’anno per raggiungere gli obiettivi individuati per il 2030 su clima ed energia per i quali questi nuovi meccanismi di finanziamento e di investimento potrebbero giocare un ruolo essenziale. Il corso approfondirà questa e altre risorse del mercato di Sostenibilità oggi utili alle aziende.

Contenuti

- Green Bonds e Sostenibilità ambientale
- Il mercato dei Green Bonds
- Green Bonds versus bond convenzionali
- Sustainable Bonds
- Case Study: i progetti idonei all’emissione di Green Bonds
- I progetti idonei all’emissione di Green Bonds
- Elementi regolatori: i Green Bonds Principles e gli Standard Europei per i Green Bonds
- Social Bonds e Social Bond Principles
- Private equity e ricorso a criteri/approcci ESG

Giuseppe Galloppo

Professore di Asset Allocation, Economia dei Mercati Finanziari ed Economia degli Intermediari Finanziari presso il dipartimento DEIM dell'Università della Tuscia.

SOSTENIBILITÀ (ESG) E RISORSE DEL SETTORE BANCARIO PER LE AZIENDE

Obiettivi

Negli ultimi anni è aumentata l'attenzione delle organizzazioni internazionali verso la finanza sostenibile, intesa come strumento per creare valore nel lungo periodo. Obiettivo del corso è quello di fornire un approfondimento relativo alle risorse che il settore bancario mette a disposizione per le aziende per quanto riguarda lo sviluppo di progetti di Sostenibilità e crescita aziendale.

Contenuti

- Attenzione delle organizzazioni internazionali verso la finanza sostenibile
- Linee guida EBA sulla integrazione dei fattori ESG nella lending policy
- Sustainability linked loans
- Rapporto con la strategia globale di responsabilità sociale del mutuatario
- Definizione di obiettivi che misurano la sostenibilità del mutuatario
- Sustainability linked loans - Rendicontazione
- Sustainability linked loans – Revisione
- Case Study: le metriche ESG sulla sostenibilità aziendale

Maria Francesca Monterossi

Avvocato partner D'Aloia, Studio Legale.

ECONOMIA CIRCOLARE E RIMODULAZIONE DEGLI SCHEMI INDUSTRIALI

Obiettivi

Il corso affronterà il tema dell'Economia Circolare approfondendone definizioni, caratteristiche e strumenti innovativi applicabili nelle aziende per rimodulare processi e schemi in ottica di Sostenibilità. L'Economia Circolare è infatti un modello di produzione e consumo che estende il ciclo di vita dei prodotti, contribuendo a ridurre i rifiuti al minimo: una volta che il prodotto ha terminato la sua funzione, i materiali di cui è composto vengono infatti reintrodotti, laddove possibile, nel ciclo economico. Attraverso l'innovazione tecnologica e una migliore gestione delle risorse materiali ed energetiche, le aziende possono rendere le proprie attività economiche più efficienti e meno impattanti per l'ambiente, accrescendo il loro valore.

Contenuti

- La Circular Economy
- Il contesto Europeo (Circular Economy Action Plan) e Internazionale
- La resilienza di lungo termine
- Cicli tecnologici come cicli biologici: riuso dei materiali
- Eco-Design
- Modelli di business dell'Economia Circolare
- Case Study: la gestione dei rifiuti

Giuseppe Galloppo

Professore di Asset Allocation, Economia dei Mercati Finanziari ed Economia degli Intermediari Finanziari presso il dipartimento DEIM dell'Università della Tuscia.

RAPPORTO AZIENDA E FONDI D'INVESTIMENTO: Investment Strategy ESG

Obiettivi

Gli investimenti ESG sono strategie di investimento che, nella fase di selezione degli assets, incorporano la considerazione per i fattori ESG. Tuttavia esiste una differenziazione dovuta alla modalità con cui tali fattori sono presi in considerazione e quindi non si può parlare di un unicum relativamente alle strategie ESG. Il corso approfondirà i diversi rapporti esistenti tra i fondi di investimento Sostenibile e le aziende, analizzando i diversi stili di approccio e i Megatrend al momento più accattivanti per una crescita Sostenibile.

Contenuti

- Megatrend e Strategie di Sostenibilità
- Benchmark ESG, Benchmark climatici, benchmark low-carbon e approcci / strategie ESG nel processo di costruzione dei portafogli e di valutazione delle aziende
- Approcci basati sullo screening positivo
- Approcci basati sullo screening negativo
- Approcci basati sull'idea di generazione di impatto
- Approcci basati sull'Integration
- Propensione dei risparmiatori ad investire in strategie ESG e performance storiche
- Resilienza della CSR- Corporate Social Responsibility

Marco Torsello

Esperto in banking e finanza internazionale.

PRESENTAZIONE APPLICATIVO ESG

Obiettivi

Il corso approfondirà Resilience©, una piattaforma innovativa dell'Università della Tuscia che rappresenta uno spazio virtuale composto da diverse sezioni distinte ma interrelate tra di loro, idonee a sviluppare una serie di servizi fondati sulle evidenze della ricerca accademica in ambito economico e finanziario. Le caratteristiche del motore logico, che costituisce il cuore delle stime quantitative di Resilience©, fa sì che la stessa piattaforma possa essere identificata come un vero e proprio Decision Support System (DSS), utilizzabile da soggetti privati, intermediari finanziari e aziende.

Contenuti

- Resilience: le attività
- L'applicativo per il report di Sostenibilità
- L'applicativo per lo scoring di Sostenibilità
- Modello di assessment ESG
- Il questionario
- Assunzioni di fondo per il modello basato sul questionario

INFORMAZIONI E MODALITÀ DI ISCRIZIONE

I corsi sono rivolti non solo a dirigenti, ma ad ogni figura aziendale.

Per iscriversi è necessario compilare la **scheda di adesione** e l'**informativa privacy**, inviandole complete di firma e timbro aziendale via e-mail a: gaia.saladini@federmanageracademy.it.

Ricevuta la scheda di iscrizione insieme all'allegato relativo alla privacy, Federmanager Academy procederà alla creazione dell'account, che sarà attivato in seguito al pagamento del corso. Il partecipante riceverà le credenziali personali per accedere al corso.

Quote dei singoli corsi e-learning:

- quota iscritti a Federmanager: € 200 + IVA
- quota non iscritti a Federmanager: € 250 + IVA

Quote 3 corsi e-learning:

- quota iscritti a Federmanager: € 150 + IVA l'uno
- quota non iscritti a Federmanager: € 200 + IVA l'uno

Per l'acquisto di più corsi (con il medesimo o più utenti), e per i relativi sconti, contattare: gaia.saladini@federmanageracademy.it

Ogni attività su richiesta può essere attivata anche a livello AZIENDALE.

Formazione finanziata per le aziende

Federmanager Academy è certificata UNI EN ISO 9001:2015 e quindi è abilitata ad attuare i piani finanziati dai Fondi Interprofessionali. Ogni azienda ha la possibilità di ottenere finanziamenti accedendo al Fondo a cui è iscritta; si consiglia di rivolgersi alla propria Direzione HR per verificare questa opportunità. Per coloro che intendano partecipare attraverso i canali finanziati, è possibile rivolgersi a marialuisa.lusetti@federmanageracademy.it

Pagamento e coordinate bancarie

L'iscrizione s'intende perfezionata con il pagamento da effettuarsi a Federmanager Academy, attraverso bonifico a favore di:

Federmanager Academy S.r.l.

Istituto bancario: BANCA PROSSIMA - GRUPPO INTESA SAN PAOLO

Piazza Paolo Ferrari, 10 - 20121 Milano

IBAN: IT05 R030 6909 6061 0000 0145 132

Copia del versamento deve essere sempre inviata:

Via e-mail a: gaia.saladini@federmanageracademy.it

Al ricevimento della quota di iscrizione seguirà fattura elettronica, intestata secondo le indicazioni fornite nella scheda di iscrizione. Tramite e-mail standard, sarà anticipata una fattura di cortesia.

In caso di mancato pagamento, il corso non sarà attivato.

Per informazioni ed iscrizioni su contenuti, aspetti organizzativi, costi, abbonamenti a più seminari, agevolazioni e finanziamenti, contattare:

gaia.saladini@federmanageracademy.it oppure info@federmanageracademy.it

SCHEDA DI ISCRIZIONE

Si prega di compilare la scheda in ogni sua parte e spedirla via e-mail all'indirizzo:
gaia.saladini@federmanageracademy.it

Titolo del corso

Seminario 1 _____

Seminario 2 _____

Seminario 3 _____

Dati del partecipante

Nome e cognome _____

Data e luogo di nascita _____

Codice fiscale _____

Telefono _____ E-mail _____

PEC _____ SDI _____

Posizione ricoperta _____

Iscritto a Federmanager () Sì () No

Azienda aderente a Fondirigenti () Sì () No

Dati sede legale o persona fisica (intestazione fattura)

Ragione sociale _____

Via n. _____

CAP Città Prov. _____

Telefono _____ Fax _____

PEC _____ SDI _____

Partita IVA _____ Codice Fiscale _____

Settore merceologico _____

Numero dipendenti _____ di cui Dirigenti _____

Amministrazione _____ E-mail _____

Referente formazione _____

E-mail _____

Dati sede operativa del partecipante (solo se diversa dalla sede legale)

Ragione sociale _____

Via n. _____

CAP Città Prov. _____

Telefono Fax _____

Dichiaro di avere preso visione e sottoscritto l'INFORMATIVA SULLA PRIVACY che fa parte integrante della scheda di adesione.

Data, firma e timbro aziendale

INFORMATIVA SULLA PRIVACY RESA AI PARTECIPANTI

Gentile Partecipante,
per poter erogare i corsi di formazione cui Lei chiede di partecipare, Federmanager Academy dovrà necessariamente trattare alcuni dati personali che La riguardano, alcuni dei quali anche di natura sensibile (es. l'appartenenza ad un'associazione sindacale). Federmanager Academy tratterà questi dati con strumenti cartacei oppure mediante strumenti informatici, manuali e telematici, con logiche strettamente correlate alle finalità stesse e, comunque, in modo da garantire la disponibilità, l'integrità e la riservatezza dei dati.

Titolare del trattamento

Titolare del trattamento è Federmanager Academy, con sede in Via Ravenna 14 - 00161 Roma.

Finalità del trattamento

I dati personali saranno trattati:

- a) per tutte le attività correlate e necessarie per la partecipazione al corso e per ogni onere relativo (art. 6 para. 1 lett. b del Regolamento UE 2016/679);
- b) previo Suo consenso, i dati potranno essere trattati per finalità di comunicazione o informazione afferente a materiale informativo su prodotti o servizi accessori offerti da Federmanager Academy (art. 6 para. 1 lett. a del Regolamento UE 2016/679).

Un eventuale rifiuto di consentire il trattamento di tali dati di cui al punto "a" comporta l'impossibilità, da parte di Federmanager Academy, di erogare il servizio. Il rifiuto al consenso al trattamento dei dati di cui al punto "b", invece, non ha alcuna conseguenza per l'iscrizione al corso, ma preclude ovviamente la possibilità di ricevere informazioni relative ad altri corsi potenzialmente d'interesse per l'utente o di ricevere altre informazioni da parte di Federmanager Academy.

Modalità del trattamento

Fatte salve le finalità di cui sopra, Federmanager Academy si impegna a mantenere riservati tutti i dati personali forniti dal Partecipante e a non utilizzarli e/o rivelarli a terzi a nessun titolo e neppure in forma parziale, fatta salva l'ipotesi di espressa richiesta e/o ordine di esibizione delle Autorità giudiziaria o amministrativa. I dati potranno esseri comunicati a soggetti interni, dipendenti o collaboratori, designati sia responsabili sia incaricati del trattamento dei dati, nonché a quei soggetti esterni per i quali la comunicazione sia necessaria per le finalità sopra descritte.

I dati raccolti non sono soggetti a diffusione o ad alcun processo decisionale interamente automatizzato, ivi compresa la profilazione, e non saranno trasferiti al di fuori della UE o dei Paesi considerati sicuri dalla Commissione Europea, né a soggetti non aderenti a programmi internazionali per la libera circolazione dei dati.

Conservazione dei dati

I dati saranno conservati per il periodo di tempo non superiore a quello necessario agli scopi per i quali essi sono stati raccolti o successivamente trattati, almeno per il tempo di maturazione dei termini di prescrizione dei diritti (ex art. 2946 c.c. e ss.) a tutela della scrivente e/o entro i termini previsti per adempimenti obbligatori per legge, decorso il quale i dati saranno cancellati.

Diritti dell'interessato

I diritti a Lei spettanti ex artt. 15 e ss. del Regolamento (diritto di chiedere al titolare del trattamento: l'accesso ai dati personali, la loro rettifica, cancellazione, limitazione, portabilità, nonché di opporsi al trattamento e ad essere informato di eventuali processi decisionali automatizzati), fermo restando il diritto di proporre reclamo a un'Autorità di controllo, potranno essere da Lei esercitati rivolgendosi all'indirizzo:

info@federmanageracademy.it.

Consenso al trattamento di dati personali:

Io sottoscritto, al quale la presente informativa è indirizzata, preso atto di quanto comunicatomi – in particolare dei diritti a me riconosciuti dal Regolamento UE 2016/679 – esprimo il mio consenso al trattamento dei miei dati personali limitatamente alle finalità indicate al punto b. sopra (attività di comunicazione e informazione).

Data e Firma dell'interessato (per espresso consenso)

N.B. La mancata sottoscrizione (o il mancato flag sull'apposito campo nell'informativa sul sito web) deve intendersi come diniego di consenso

Federmanager Academy
Via Ravenna 14
00161 Roma
Tel 06 44070231
www.federmanageracademy.it
info@federmanageracademy.it