

Scheda preadesione

ALLENIAMOCI AL FUTURO

Nuove competenze per il lavoro che cambia

DGR n. 497 del 20 aprile 2021

da restituire compilata entro venerdì 28 maggio a l.lovison@apindustria.vi.it

| | |
|---|--|
| Ragione Sociale: | |
| Nome e Cognome del referente di progetto: | |
| Telefono referente: | |
| E-mail referente: | |
| Numero totali dipendenti in formazione: | |

- Ciascuna azienda può partecipare ad un solo Progetto
- All'interno del Progetto, indicare i corsi prescelti specificando il numero di allievi previsti
- I destinatari dei progetti possono essere titolari e/o dipendenti
- E' possibile richiedere tematiche non previste in elenco, purché rientranti nella macro area del progetto

| <p align="center">PROGETTO 1 K.I.C.K.: KEYS FOR INNOVATION, COMPETITIVITY AND KNOWLEDGE Area: I Nuovi Modelli Organizzativi</p> | | | |
|---|-----|--------------------------|------------|
| Corso | Ore | Modalità | N. allievi |
| Smart Teamworking <ul style="list-style-type: none"> • Trasformare gli obiettivi in risultati concreti • L'autoresponsabilizzazione e l'empowerment dei collaboratori • La flessibilità di orari e sedi di lavoro nello smart working • Individuazione delle tecnologie digitali più idonee per lo smart working | 32 | Aula (min. 4 allievi) | |
| Analisi aziendale per l'attuazione dello smart working <ul style="list-style-type: none"> • Analisi organizzativa e dei processi interni aziendali • Il ruolo del manager in un'azienda smart working • Il monitoraggio e il controllo del lavoro • Elaborazione di policy aziendale di smart working nel rispetto della normativa giuslavoristica, previdenziale e delle disposizioni relative alla salute e sicurezza sul lavoro | 24 | Consulenza | |
| Change management <ul style="list-style-type: none"> • Supportare il cambiamento, vincere le resistenze: investire sulle persone e leve motivazionali | 16 | Coaching | |
| Tecnologie digitali per la comunicazione interna ed esterna | 16 | Aula | |

Per info Laura Lovison tel: 0444.232262

E-mail: l.lovison@apindustria.vi.it

| | | | |
|--|----|-------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Piattaforme di condivisione, app e software (Dropbox, Drive, Zoom, Meet, Skype, ...) | | (minimo 4 allievi) | |
| Project Management e metodologie di gestione <ul style="list-style-type: none"> • La gestione della qualità • La gestione del tempo • La gestione dei rischi • La gestione dei costi • Le fasi di progetto e la loro gestione (Pianificazione, esecuzione, monitoraggio e controllo, chiusura) | 16 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| L'organizzazione results based: raggiungere obiettivi e risultati <ul style="list-style-type: none"> • Ripensare il proprio modello organizzativo per incrementare l'autonomia e la responsabilità nelle persone, riconoscerne il merito e sviluppare talenti | 16 | Consulenza | |
| Strumenti per il controllo di gestione in azienda <ul style="list-style-type: none"> • Contabilità analitica, • I budgeting • I reporting aziendale | 24 | Consulenza | |
| Nuove competenze per la gestione finanziaria dell'impresa <ul style="list-style-type: none"> • Il rapporto con le banche • Conoscere la centrale rischi • Il Business Plan • Gli strumenti di Finanza agevolata | 16 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Analisi aziendale per l'individuazione degli strumenti di finanza agevolata <ul style="list-style-type: none"> • Analisi dell'azienda e del piano investimenti • Pianificazione degli strumenti di finanza agevolata | 16 | Consulenza | |
| Innovazione tecnologica e qualità di processo <ul style="list-style-type: none"> • Innovazione come processo aziendale. • Tipologie di innovazione: user innovation, lead users method per l'innovazione, open innovation, decentralized innovation, catena del valore e valorizzazione della componente di servizio. • Innovazione nelle PMI: come processo incrementale, come processo di rottura. • Tecnologie a supporto dell'innovazione di processo: piattaforme, reti virtuali, virtualizzazione dei processi. | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| La gestione del cambiamento per l'innovazione dei processi aziendali <ul style="list-style-type: none"> • Identificare e trattare i diversi tipi di resistenza al cambiamento • Misurare l'accettabilità del cambiamento aziendale. • Creare un cruscotto per il monitoraggio efficace del processo • Allineare la comunicazione e il cambiamento • Identificare i segnali di pericolo di conflitto • Identificare le cause e la natura del conflitto | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |

| | | | |
|--|----|----------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Comprendere i comportamenti in condizioni di stress per una migliore gestione • Come favorire la mediazione tra le diverse esigenze | | | |
| Information technology per lo sviluppo del business <ul style="list-style-type: none"> • L'impatto delle tecnologie sulle organizzazioni; • Innovazione nella gestione dei processi aziendali • Innovazione e comportamento organizzativo • ICT come supporto per la creazione di un sistema informativo e l'innovazione dell'impresa • Il beneficio dell'informatizzazione | 16 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Competenze digitali e metodologiche in sostegno alla digitalizzazione dell'impresa <ul style="list-style-type: none"> • Ruolo del digitale nel miglioramento dell'efficacia delle attività • Governance della transizione al digitale • Analisi della coerenza tra l'organizzazione e l'utilizzo delle tecnologie digitali • Modalità di adozione delle innovazioni digitali e vantaggi economici-organizzativi • Efficacia della trasformazione digitale • Soluzioni cloud • Archiviazione digitale | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Data strategy e analytics management <ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al data management • Business Intelligence & Data Warehouse • Machine Learning • Big Data & Streaming Data Data Strategy | 24 | Consulenza | |
| Drama & soft skills <ul style="list-style-type: none"> • Creatività: Pensare fuori dagli schemi, proporre cambiamenti • Motivazione: Spinta interiore che ci permette di raggiungere i nostri obiettivi • Capacità comunicativa: Trasmettere, condividere e ascoltare in modo chiaro e sintetico • Team work: Disponibilità a lavorare e collaborare con gli altri, avendo il desiderio di costruire relazioni positive tese al raggiungimento del compito assegnato • Problem solving: Un approccio al lavoro che, identificandone le priorità e le criticità, permette di individuare le possibili migliori soluzioni ai problemi Intelligenza emotiva • Pensiero critico e feedback: Porsi le giuste domande e analizzare le informazioni date, imparare a restituire un feed back costruttivo | 12 | Teatro d'impresa | |

Altre tematiche richieste nell'ambito dei NUOVI MODELLI ORGANIZZATIVI (digitalizzazione, lean, certificazioni, ...):

| PROGETTO 2 <i>M.I.M. Marketing e Innovation Management per le imprese venete</i> <i>Area: Marketing Innovativo e Virtualizzazione dei prodotti</i> | | | |
|--|-----|----------------------------|----------------------|
| Attività | Ore | Modalità | N. persone coinvolte |
| La disciplina del revenue management post covid 19 <ul style="list-style-type: none"> • Il piano revenue management • Principi della pianificazione operativa • Tempi e metodi • Tabelle Gantt | 24 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Analisi del modello di business e definizione della strategia di ingresso in nuovi mercati <ul style="list-style-type: none"> • Le strategie del ciclo di vita aziendale • Analizzare e anticipare l'evoluzione dell'ambiente esterno • Il ciclo di vita del cliente, del mercato e il ciclo di vita del prodotto • Il modello di business di un'azienda come approccio strategico • L'analisi del modello di business nei suoi 9 elementi chiave • Identificare le priorità più rischiose e le principali aree di rischio • Le strategie di crescita: valutazione del livello di prontezza degli investimenti | 24 | Consulenza | |
| Strategy communication <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione aziendale, organizzazione e obiettivi di sviluppo | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |

| | | | |
|--|----|----------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci • Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli stakeholder • Comprendere il valore per il cliente • Relazione fra marketing, comunicazione e digital approach • Diffusione della cultura e dei valori aziendali • SWOT analysis comunicazionale | | | |
| Sviluppo del piano strategico di marketing <ul style="list-style-type: none"> • Marketing strategico: dall'orientamento al prodotto all'orientamento al mercato e al Cliente finale, Human to Human • Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda • L'analisi dei mercati • Segmentazione e individuazione del cliente target • Il nuovo ruolo del cliente: i suoi bisogni e gli attributi di valore che valuta maggiormente | 24 | Consulenza | |
| Tecniche avanzate vendita online <ul style="list-style-type: none"> • Cosa sono i marketplace • Assistenza clienti: I principali tipi, Strategie da adottare • Mezzi: Mail, telefono, chat di assistenza • Negoziare non in presenza • Tipologia di cliente che acquista online • Gergo sui siti di e-commerce • Be Smart • Come cambia il rapporto con il cliente • I metodi di pagamento da accettare | 36 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Crowdfunding marketing e nuove strategie commerciali <ul style="list-style-type: none"> • Panorama Mercato Crowdfunding e suoi sviluppi • Il Crowdfunding cos'è • Il Crowdfunding (CF) nel mercato Italiano ed Europeo • Tipologie, Settori e Benefici delle piattaforme • Donation, Reward, Equity, Lending e Real Estate. • Sociale, Energia, Innovazione Ambientale, Cultura e Immobiliare • Matchfunding & Blending Crowdfunding • Sviluppare e Programmare una Strategia di Crowdfunding | 24 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Progettazione e gestione del sito web-elementi di content marketing <ul style="list-style-type: none"> • Il sito web come prima interfaccia dell'azienda con il mondo esterno • Tenere aggiornato il sito web e sezioni del sito che possono essere aggiornate periodicamente | 16 | Consulenza | |

| | | | |
|--|----|----------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tipologie di content e relativi cicli di vita differenti del prodotto-contento • Web Writing • Il Viral Content • Strumenti per la creazione di content • Content per i social | | | |
| Social media marketing <ul style="list-style-type: none"> • Le reti sociali • Facebook e la fanpage • Le campagne pubblicitarie • Twitter • YouTube e i video virali • Il potere dell'immagine • Pinterest e Instagram • LinkedIn • Gli strumenti di analisi e i KPI • Social media e mobile • Blog e inbound marketing • Il calendario editoriale • SEM e Web Marketing | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Web Brand identity and communication <ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo del Brand Manager e la gestione trasversale del brand sul web • Elementi di Digital Brand Management • Sviluppare una Brand Vision • Posizionamento sul web: sito internet, canali social, piattaforme di settore • Misurare il RoBI (Ritorno sul Brand Investment) • Digital communication • Sviluppare un piano editoriale 2.0 | 16 | Consulenza | |
| Digital Management <ul style="list-style-type: none"> • La trasformazione digitale • Fondamenti di diritto IT • Introduzione alla codifica e Gestione dei dati • Marketing Strategico e digitale • Organizzare in un mondo digitale • E-business, imprenditorialità e trasformazione digitale | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |
| Viral marketing sul web <ul style="list-style-type: none"> • Cos'è il Marketing Virale? • Gli step di progettazione di una campagna virale • Dal brand-dna al Viral-dna • Definire la strategia di una campagna virale • Le dinamiche del contagio e la progettazione strategico-creativa • Produzione e post produzione di una campagna virale | 32 | Aula (minimo 4 allievi) | |

| | | | |
|--|----|------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tecniche, strategie e strumenti di seeding • Le nuove frontiere dell'unconventional e l'evoluzione delle idee virali | | | |
| <p>Drama & soft skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creatività: Pensare fuori dagli schemi, proporre cambiamenti • Motivazione: Spinta interiore che ci permette di raggiungere i nostri obiettivi • Capacità comunicativa: Trasmettere, condividere e ascoltare in modo chiaro e sintetico • Team work: Disponibilità a lavorare e collaborare con gli altri, avendo il desiderio di costruire relazioni positive tese al raggiungimento del compito assegnato • Problem solving: Un approccio al lavoro che, identificandone le priorità e le criticità, permette di individuare le possibili migliori soluzioni ai problemi • Intelligenza emotiva • Pensiero critico e feedback: Porsi le giuste domande e analizzare le informazioni date, imparare a restituire un feed back costruttivo | 12 | Teatro d'impresa | |

Altre tematiche richieste nell'ambito del MARKETING INNOVATIVO E VIRTUALIZZAZIONE DEI PRODOTTI :
