



ANTHEAGROUP
INNOVAZIONE & CAMBIAMENTO



Regione
Lombardia

ENTE FORMATIVO ACCREDITATO N°1260

Catalogo Formazione Continua Fase VI di Regione Lombardia

COESIONE
ITALIA 21-27
LOMBARDIA



Cofinanziato
dall'Unione europea



Regione
Lombardia

TEAM MANAGEMENT: LA FORZA DEL GRUPPO (16 ore)

Obiettivi e finalità

Questo tipo di corso ha l'obiettivo di illustrare i vantaggi del lavorare in gruppo e le modalità di costruzione di un team in cui regna la fiducia ed il rispetto reciproco.

Per raggiungere gli obiettivi prefissati, il gruppo deve essere unito e muoversi verso la stessa meta, pertanto le persone hanno bisogno di lavorare in modo coordinato così da assicurare che i risultati globali siano migliori della somma degli sforzi individuali.

I conflitti all'interno del gruppo non dovranno essere negati o sedati, ma veicolati verso un confronto costruttivo in grado di far scaturire innovazione, cambiamento, idee vincenti.

Il lavoro in team è portatore di valore aggiunto in termini di qualità di risultati, di competenze acquisite e di esperienze maturate, ma poiché non è una "condizione naturale" può diventare, in alcuni casi, motivo di tensione, logorio, insoddisfazione e scarso rendimento. Lo scopo del corso è migliorare il lavoro di squadra nei team aziendali e le relazioni all'interno dei gruppi, facendo crescere lo spirito di appartenenza all'azienda e limitando le situazioni conflittuali. Ciò consente di aumentare le performance e di comprendere e gestire le trasformazioni del team, a seconda delle prove che si trova ad affrontare.

Destinatari

Tutti coloro che in azienda, al di là del loro ruolo, si trovino ad operare in gruppi di lavoro e desiderino dare il miglior contributo personale alle prestazioni del gruppo, in sinergia con gli altri componenti.

Contenuti

- Le diverse tipologie ed obiettivi dei team di lavoro;
- L'individuo e il gruppo: passare da un insieme di persone ad un gruppo efficace;
- Analizzare i diversi ruoli all'interno del team;
- Le condizioni efficaci per costruire un team di successo;
- Sviluppare le potenzialità del gruppo di lavoro;
- Creare un clima di fiducia e di collaborazione reciproca all'interno di un team;
- L'importanza della definizione e della comunicazione degli obiettivi;
- Ottimizzare la gestione delle informazioni e la comunicazione interna;
- Mantenere alta la motivazione di tutti i componenti del team;
- Le 4 fasi di sviluppo e costruzione del team: dall'impegno alla maturità ed al mantenimento dell'efficacia

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti, mentre la parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari, permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. In base alle caratteristiche di ruolo e seniority dei partecipanti potranno essere proposte diverse attività, tra cui: gruppi di discussione ed analisi di autocasi, esercitazione esperienziale per organizzare un team performante, esercitazione esperienziale per stimolare la proattività in un team, esercitazione esperienziale per imparare a comunicare in modo efficace in un team di lavoro, elaborazione di un piano di azione personale.

Obiettivi e finalità

La nostra cultura lavorativa ha sempre cercato di ignorare le emozioni, considerandole inopportune e inefficaci. L'opposizione tra ragione ed emozione è ancora oggi un pregiudizio difficile da superare. Per imparare a comportarci in modo veramente efficace bisogna imparare ad ascoltare, riconoscere e capirsi. Il leader è colui che riesce a condurre il team al raggiungimento dei risultati, il vero leader è colui che crea un mondo nel quale le persone vogliono appartenere e migliorare.

La managerialità più efficace è la managerialità positiva, nella quale si annida l'idea di "servizio", cura e collaborazione. Aniché concentrarsi sulle mancanze, dunque, è più efficace puntare sui valori unici dell'azienda, definire obiettivi concreti e raggiungibili, discutere di esempi positivi e casi di successo e non solo di problemi. Più che pensare a cosa vada fatto e come farlo, il leader positivo prova anche a condividere il perché, ispirando il gruppo di lavoro con il suo esempio. Tra le buone pratiche della leadership positiva, troviamo la disponibilità del manager a riconoscere le performance dei suoi collaboratori, anche pubblicamente, incentivarli a fare sempre meglio e migliorare la loro soddisfazione rispetto al lavoro svolto. L'obiettivo del percorso formativo, pertanto, è quello di fornire gli strumenti e le strategie per adottare una gestione manageriale positiva nel proprio campo di riferimento.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i ruoli aziendali dove è richiesto un approccio manageriale. Possono beneficiare sia manager, capi d'ufficio e responsabili di funzione, sia i dipendenti che fanno parte di un gruppo di lavoro chiamati al raggiungimento di obiettivi.

Contenuti

- Le quattro funzioni manageriali: pianificazione, organizzazione, motivazione, controllo e la pianificazione dello sviluppo della propria leadership; L'intelligenza emotiva per lo sviluppo della Leadership
- La Leadership centrata sull'azione con il modello di Adair (compito, individuo, gruppo) e il modello della Leadership situazionale (prescrivere, addestrare, coinvolgere, delegare).
- La gestione del fattore umano: i compiti del leader nell'impostazione delle relazioni interpersonali e la gestione dei colloqui individuali di lavoro; la capacità del manager di inglobare incertezze, inquietudini, irrazionalità, le variabili fuori controllo degli attuali scenari e di creare un ambiente sicuro e rispettoso per dare e ricevere feedback di qualità; imparare a valutare i collaboratori in modo realistico e obiettivo
- La motivazione dei collaboratori e il loro affiancamento: fattori di stimolo e regole da rispettare, aumentando la consapevolezza delle aree di miglioramento del collaboratore stesso; L'importanza di sapere rivedere costantemente il proprio stile di leadership, mettendosi così nella condizione di *anticipare il presente*.

Metodologia

La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti, mentre la parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari.

Risultato? I partecipanti saranno ancora più efficaci nell'interpretazione del proprio ruolo per influenzare positivamente i risultati di lavoro, e migliorare la produttività personale e del proprio gruppo di lavoro.

COMUNICAZIONE EFFICACE NEL TEAM (16 ore)

Obiettivi e finalità

È ormai universalmente riconosciuto il ruolo che la comunicazione gioca nel successo di una relazione: questo concetto si applica anche e soprattutto alle relazioni lavorative. Un team affiatato, infatti, ha di gran lunga più probabilità di portare a termine con successo il proprio lavoro rispetto, ad un gruppo in cui le relazioni tra i membri non sono serene o, semplicemente, in cui la mancanza di una comunicazione efficace mina il coordinamento e la dinamicità del team stesso. Per questo motivo è di fondamentale importanza saper padroneggiare il processo comunicativo, sia per i ruoli manageriali (che hanno la responsabilità di gestire il team di riferimento e di saperlo coinvolgere) sia per i ruoli operativi (l'atteggiamento tenuto nei confronti dei colleghi è fondamentale per la tenuta del gruppo e il raggiungimento dei risultati).

Destinatari

Il percorso è rivolto a tutte le figure professionali, poiché ogni ruolo prevede una rete di colleghi/collaboratori/clienti con i quali relazionarsi e comunicare, pertanto è fondamentale capire come migliorare l'efficacia della comunicazione all'interno del team, in modo da assicurare ottimi risultati lavorativi e di conseguenza il benessere dei suoi membri.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Comunicazione efficace
- Gestire il passaggio di informazioni efficacemente
- Il fattore tempo nella comunicazione efficace e proattiva.
- Le varie tipologie di feed-back
- Metodologie per sensibilizzare e promuovere comportamenti proattivi nel luogo di lavoro
- Aumentare il controllo delle emozioni, costruire la propria resilienza e quella del team
- Saper tenere conversazioni difficili
- Sfide e strategie per motivare noi stessi e coinvolgere le persone

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica e la parte pratica saranno trattate in modo interscambiabile all'interno del corso. La parte pratica prenderà spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo, al termine dei lavori, di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. I contenuti teorici verranno illustrati attraverso esempi, test e video.

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE EFFICACE (16 ore)

Obiettivi e finalità

Le capacità negoziali sono alla base della vita di un'organizzazione e risultano competenze fondamentali soprattutto per quei ruoli professionali che, per raggiungere gli obiettivi di business, devono gestire le contrattazioni con interlocutori esterni. Spesso le contrattazioni e gli accordi commerciali non arrivano al risultato sperato perché durante il processo di negoziazione si sono verificati errori di interpretazione, spiegazioni e reciproca incomprensione tra gli attori coinvolti. Il corso mira a fornire i tools principali, le tecniche e gli strumenti per negoziare con successo nelle diverse situazioni con interlocutori provenienti da ambiti, estrazioni e cultura differenti. Obiettivo inoltre, sarà di consentire ai partecipanti di acquisire le conoscenze specialistiche sulle tecniche e gli stili di negoziazione e di acquisire elementi per poter divenire un negoziatore di successo, anche in ambito commerciale, analizzando i fattori psicologici che influenzano la trattativa.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i ruoli aziendali coinvolti in processi di trattative e negoziazioni, sia con clienti/fornitori esterni che interni.

I destinatari di questa proposta formativa sono riconducibili a ruoli quali: manager, responsabile commerciale, sales, buyer, consulenti legali, risk manager, credit manager, addetti customer care, addetti al recupero credito, responsabile HR.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Come migliorare le competenze personali di negoziazione
- Auto-diagnosi del proprio stile negoziale
- Integrazione dei vari stili negoziali per potersi adattare all'interlocutore ed al contesto
- Individuare lo stile negoziale dell'interlocutore
- Tipologie di negoziazione e differenza tra strategia, tecniche e tattiche negoziali
- Tecniche e tattiche di maggior impatto negoziale
- Saper fare le domande giuste, saper ascoltare l'interlocutore
- Superare resistenze e paure,
- Come sedare i conflitti
- Strategie e comportamenti per definire accordi chiari

Metodologia

La metodologia utilizzata, interattiva, metaforica, a impatto emotivo, lavorerà sulle convinzioni e ne facilita la riformulazione, permettendo di affrontare le tematiche più profonde con semplicità ed efficacia. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di definire obiettivi, adattarsi ai contesti temporali prestabiliti e strutturare le attività in modo efficace.

EXCEL (16 ore)

Obiettivi e finalità

Il corso di excel è stato progettato per accrescere le abilità informatiche nella gestione dei dati e dei calcoli.

Excel è uno strumento indispensabile nella vita professionale, perché permette di presentare i dati in forma di tabelle, integrando anche le formule di calcolo.

Destinatari

Il corso è adatto a tutti coloro che vogliono acquisire una competenza maggiore nell'utilizzo di Microsoft Excel.

Il percorso formativo è rivolto a tutte le figure professionali aventi competenze informatiche di base e conoscenza basilare dell'applicativo Excel e delle principali funzioni

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Funzionalità delle celle e formattazione
- Funzionalità matematiche e relative formule
- Funzioni avanzate e nidificate
- Lavorare con le tabelle (applicare una formula a tutti i record di una colonna; ordinare e filtrare i dati)
- Creare grafici (personalizzare un grafico, comprendere quale grafico rappresenti meglio i dati tra istogramma, torta, barre)

Metodologia

La metodologia prescelta per l'aula sarà di tipo proattivo, in grado di coinvolgere i partecipanti fin dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo. Il corso rappresenterà una palestra in cui poter sperimentare le esercitazioni più difficili e le tecniche da utilizzare al rientro in azienda.

CHANGE MANAGEMENT (30 ore)

Potenziamento delle abilità manageriali in azienda

per costruire un team di lavoro efficace e pronto ad affrontare il cambiamento

Obiettivi e finalità

L'impegno è rivolto a porre tutti i partecipanti nelle condizioni di essere in grado di gestire meglio la relazione all'interno del team e a consentire una condivisione e un'interfaccia con le altre divisioni, tali da garantire la piena coerenza tra le iniziative realizzate e gli obiettivi aziendali auspicati nell'ottica di un cambiamento.

L'obiettivo del percorso è quello di favorire e cominciare ad introdurre la cultura per la gestione del cambiamento in modo efficace e da una duplice prospettiva:

psicologica/individuale e organizzativa.

La prospettiva psicologica individuale si concentra non solo sulle persone oggetto del cambiamento, ma anche sull'agente artefice dello stesso, in quanto leader e persona.

La prospettiva organizzativa si concentra sui metodi di cambiamento e ne presenta quelli più diffusi in letteratura, cercando di derivarne gli elementi comuni per costruire il proprio processo di cambiamento organizzativo.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali, appartenenti a diverse aree aziendali, chiamate a gestire le relazioni all'interno del team e i rapporti con altre divisioni.

Modalità e metodologia di erogazione

Il percorso formativo verrà erogato in aula, in modalità frontale. Il docente verificherà la soglia di comprensione attraverso domande dirette durante l'attività formativa e attraverso esercizi e simulazioni, in modo da garantire una soglia di attenzione e di partecipazione il più possibile inclusiva. La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti, la parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro.

Contenuti

Il corso sarà suddiviso in tre moduli:

- **La nostra nuova Mission, il Change Management, le resistenze al cambiamento e il processo di Team:** intervento caratterizzato dall'analisi dei propri punti di forza e di debolezza alla luce dei cambiamenti richiesti. I discenti saranno sollecitati a descriversi e a riconoscersi anche grazie ad esercitazioni pratiche e giochi di ruolo ove declinare comportamenti, resistenze al cambiamento ed atteggiamenti coerenti rispetto alle nuove linee guida dell'importanza di lavorare in team nell'ottica della collaborazione.
- **Comprendere il proprio Contesto e le proprie persone:** in questa fase si punterà ad individuare gli elementi che favoriscono un cambiamento organizzativo, sviluppare le capacità utili per diventare un "facilitatore" del cambiamento ed allenare il proprio mindset, facilitando la responsabilità individuale e di gruppo
- **Definire lo scopo del cambiamento:** In questo modulo i partecipanti apprendranno come definire e condividere degli obiettivi di qualità in un processo di cambiamento, oltre a definire ed allineare le aspettative delle proprie persone nei momenti di cambiamento e comunicare la strategia, la vision e i valori aziendali suscitando adesione.
- **Guidare il Processo di Cambiamento:** L'ultimo modulo affronta il tema relativo a come guidare la performance dei propri collaboratori nei momenti di cambiamento, come motivare il proprio team durante le varie fasi del processo di cambiamento attraverso una azione manageriale efficace e rinforzare i nuovi comportamenti attesi attraverso feedback di qualità.

Obiettivi e finalità

La gestione dei progetti è oramai una competenza indispensabile per tutti i riferimenti organizzativi, dai tecnici ai manager, in virtù del fatto che la pervasività e trasversalità dei progetti rappresenta un elemento di complessità rispetto alle ordinarie strutture manageriali. Questo corso andrà ad illustrare il linguaggio e i processi in uso nelle strategie del project management, oltre alle tecniche di negoziazione efficace, in modo da poter condurre una negoziazione con gli stakeholders coinvolti e pianificare le opportune azioni di sostegno e sviluppo, comuni all'intera filiera. Le competenze di project management sono sempre più richieste con l'aumento delle innovazioni, la diminuzione dei tempi di implementazione di qualsiasi idea e le incertezze nell'evoluzione degli scenari competitivi.

Attraverso questo percorso formativo, i partecipanti avranno modo di acquisire le competenze e le abilità necessarie per gestire i cambi repentini dei requisiti, la difficoltà nella gestione degli interlocutori, la complessità nella gestione delle comunicazioni e delle trattative, e poi avranno una marcia in più nel definire i modelli organizzativi efficaci.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i ruoli aziendali dove è richiesta un approccio progettuale al lavoro e l'orientamento ai risultati. Possono beneficiare sia project manager, capi d'ufficio e responsabili di funzione, sia i dipendenti che fanno parte di un gruppo di lavoro per la realizzazione dei progetti. I destinatari sono riconducibili a ruoli quali: capo progetto, progettista, manager funzionale, responsabile di funzione, operativi di progetti.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Il Project Management
- Il Governo del progetto
- Matrice delle responsabilità e gestione dei rischi
- La scomposizione del lavoro: WBS (Work Breakdown Structure)
- Come fare le stime, modelli dei costi
- Il percorso critico e diagrammi GANNT
- Modelli di validazione, EVM (Earned Value Method)
- La comunicazione efficace e l'importanza dell'assertività
- Tipologie di trattativa e definizione di negoziazione
- La pianificazione del negoziato (strategie, tattiche, tecniche)
- Il dilemma del prigioniero
- La negoziazione commerciale
- Le trattative e la concorrenza
- La chiusura dei contratti

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. Il docente verificherà la soglia di comprensione attraverso domande attraverso esercizi e simulazioni. Il docente garantirà la capacità di contestualizzare i temi e gli argomenti affrontati alla luce delle reali problematiche delle professionalità di queste figure.

CORSO ESPERIENZIALE: DALLA LEAN A INDUSTRY 4.0 (40 ore)

Obiettivi e finalità

Nel corso degli anni, le aziende italiane hanno compreso l'importanza di adeguare il livello tecnologico delle proprie fabbriche, permettendo una ripresa dell'industria manifatturiera italiana e un significativo incremento delle esportazioni delle nostre imprese, a testimonianza di un recupero di competitività del sistema Italia. Le tecnologie sono dunque entrate in fabbrica, ma è necessario che i lavoratori abbiano le competenze necessarie per accrescere il rendimento di queste tecnologie, così che i vantaggi portati da un primo approccio delle aziende alla quarta rivoluzione industriale siano consolidati e incrementati. A questo mira il piano nazionale Impresa 4.0 che, pur mantenendo misure dimostrate efficaci, ne aggiunge altre, per incentivare la formazione sui temi dell'Industry 4.0 e sui suoi prerequisiti come, ad esempio, il lean manufacturing. È in questo scenario che s'inserisce l'intervento formativo, pensato per fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per gestire fabbriche snelle e intelligenti, consentendo un'ottimizzazione dei processi aziendali e decisionali, velocizzando di fatto le fasi di produzione, riducendo la soglia di errore, rafforzando le competenze di raccolta, analisi e interpretazione dei dati. Il percorso affronterà i fondamenti di questa nuova rivoluzione industriale (nota come Industria 4.0), farà ordine sulle priorità e darà una visione di insieme su cosa effettivamente le aziende possano fare in tale contesto. I bisogni delle aziende sono principalmente incentrati sulla comprensione dei benefici conseguibili di produttività, con l'adozione del lean e l'implementazione delle tecnologie abilitanti il paradigma Industry 4.0.

Destinatari

I destinatari sono le persone che, in azienda, ricoprono ruoli di responsabilità in progettazione, pianificazione, produzione, qualità, logistica, miglioramento continuo e manutenzione.

Contenuti

- Comprendere come allineare il sistema manifatturiero al mercato e gli elementi innovativi dell'approccio Lean
- Comprendere come calare le diverse tecniche nella propria realtà
- 5S e standard work per garantire la stabilità dei processi e delle performance;
- problem solving per garantire il miglioramento dei processi e delle performance;
- flusso e bilanciamento per garantire il raggiungimento dei target di produzione/ servizio;
- tecnologie industry 4.0 per controllare in tempo reale i processi e le performance e per ridurre l'impatto di attività non a valore
- I trend del manifatturiero globale e nazionale, il Manifatturiero Digitale e l'Industria 4.0
- Le iniziative globali e nazionali per il Manifatturiero Digitale, i suoi benefici, costi e tecnologie abilitanti
- Tecnologie tradizionali vs. smart
- Incontro on site c/o uno stabilimento, che consentirà di sistematizzare e applicare quanto sperimentato negli incontri formativi

Metodologia

La didattica prende spunto dall'i-FAB di LIUC, fabbrica modello sviluppata in collaborazione con Bosch-Rexroth, Bossard e molti altri, che si basa su

Principio dell'esperienza: Imparare provando, dove la teoria segue la pratica

Principio dell'errore: Imparare sbagliando, Rilettura costruttiva degli errori

Principio del gruppo: Team-learning, Imparare dallo scambio di idee

Obiettivi e finalità

Il presente percorso formativo è pensato per fornire strumenti e quadri interpretativi per ampliare la visione, consolidare il posizionamento e assicurare la sostenibilità di medio-lungo periodo delle strutture aziendali. I contenuti tengono conto anche dei principali insegnamenti e delle criticità che la gestione dell'emergenza Covid-19 sta facendo emergere. L'obiettivo è supportare i manager, responsabili, key people nella definizione e realizzazione del posizionamento strategico delle proprie strutture aziendali di riferimento. Questo corso vuole formare i professionisti di nuova generazione, sorti in risposta agli scenari aziendali nati con l'emergenza Covid 19, a cui vengono richieste competenze multidisciplinari che spaziano dalla normativa al management, coniugando il linguaggio scientifico con quello economico-manageriale. Il mercato richiede oggi, infatti, figure che integrino la preparazione tecnico-scientifica con la capacità di leggere i dati in ottica strategica, specializzate nell'uso degli strumenti digitali e orientate al project management. L'intervento formativo intende perseguire i seguenti obiettivi: acquisire recenti aggiornamenti in tema di management avanzato e acquisire gli strumenti di immediata applicazione inerenti la gestione delle risorse umane e il consolidamento di processi decisionali direzionali e strategici.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i ruoli manageriali chiamati a gestire delle risorse umane, tra cui dirigenti, responsabili di settore, responsabile team, project leader, responsabili risorse umane.

Contenuti

- Il coaching ed il suo significato
- Le fasi del processo di coaching
- Simulazioni e applicazioni delle principali tecniche di coaching
- La gestione dei rapporti difficili
- Comunicazione della cattiva notizia: update su vari temi
- Il marketing interno
- I sistemi di valutazione delle performance
- La gestione dei conflitti
- Ultimi e recenti aggiornamenti in tema di agiti aggressivi
- Update in tema di stress lavoro correlato e dinamiche di prevenzione
- Il welfare aziendale: sviluppi e limiti
- Le sindromi psicologiche post-covid

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. La parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di definire obiettivi, adattarsi ai contesti temporali prestabiliti e strutturare le attività in modo efficace.

Il percorso formativo verrà erogato in modalità frontale.

Obiettivi e finalità

Le imprese hanno la necessità di investire nella formazione digital, in modo da fortificare la propria quota di mercato online, soprattutto alla luce della pandemia e delle conseguenze sul mercato nazionale e internazionale.

Pertanto le aziende hanno la necessità di poter accrescere le competenze in ambito digital. Attraverso le nuove tecnologie è stato rivoluzionato il concetto stesso di cliente e delle modalità di erogazione dei servizi e prodotti, ormai caratterizzati da dinamicità, istantaneità e interconnessione.

Gli obiettivi di questo corso, quindi, saranno rappresentati dai seguenti punti:

- Apprendere le modalità e gli strumenti di analisi interna, della concorrenza e del mercato tramite gli strumenti messi a disposizione dal Web Marketing
- Individuare i propri punti di forza, di debolezza, delle minacce e delle opportunità della propria presenza in rete
- Analizzare il mercato attraverso l'individuazione dei termini di ricerca utilizzati sui motori di ricerca
- Comprendere investimenti, traffico sul sito, chiavi di ricerca dei competitori
- Analizzare e individuare nuovi mercati geografici e settoriali
- Comprendere il funzionamento dei motori di ricerca e entrare in possesso delle conoscenze tecniche relative alla SEO e alla Negative SEO
- Generare contatti commerciali attraverso LinkedIn e Email Marketing Automation
- Piano editoriale per i Social Network, creazione e gestione campagne ADV su Facebook, Instagram e Google
- Strategie di Web Marketing

Destinatari

Il corso è rivolto a lavoratori di impresa di ogni settore e dimensione del ramo marketing, commerciale, sviluppo e gestione clienti

Contenuti

- Analisi SWOT interna, di mercato e della concorrenza
- SEO, Negative SEO e funzionamento dei motori di ricerca
- Generazione di contatti commerciali: LinkedIn e Sales
- Gestione dei Social Network, campagne a pagamento Facebook ADS e Google ADS
- Scrittura del piano di comunicazione operativo di Web Marketing
- Digital Analytics: strumenti per la misurazione del traffico online
- Nuovi contesti di mercato e scenari di consumo
- Definire il posizionamento, il piano di marketing e di comunicazione
- Digital Marketing: strategia, pianificazione, budget e conto economico
- Social Media Strategy

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. La parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di definire obiettivi e progettare valide strategie di web marketing. Durante le lezioni il docente farà uso di video, verranno studiati Casi Studio e messe in campo simulazioni di problematiche tipo.

Obiettivi e finalità

In un contesto lavorativo in cui persone con sensibilità e personalità diverse s'incontrano, il conflitto è quasi inevitabile: la gestione delle emozioni e dello scontro è differente per ciascuno di noi e può variare in funzione della capacità di ciascuno di gestire le emozioni che questo scontro genera.

Per questo motivo, se il conflitto non viene indirizzato adeguatamente, l'oggetto della discussione può spostarsi dal contenuto ad un vero e proprio scontro di personalità.

È importante dunque imparare ad ascoltare, riconoscere e capirsi, puntando oltre che ad imparare a gestire il conflitto in maniera sana, favorendo perciò un confronto costruttivo tra le parti che possa incoraggiare un concetto positivo dell'altro e di se stessi, ad uno sviluppo dell'intelligenza emotiva.

L'obiettivo del percorso formativo sarà quello di fornire tutti gli strumenti e le strategie necessarie per adottare una gestione manageriale positiva volta all'ascolto e all'accoglienza e gestione delle emozioni, imparando a distinguere una sana conflittualità da una distruttiva e competitiva. I partecipanti riceveranno gli strumenti operativi per lo sviluppo dell'intelligenza emotiva e la gestione di situazioni conflittuali tra i colleghi, e saranno in grado alla fine del percorso di negoziare i loro punti di vista, nel pieno rispetto di sé e dell'interlocutore.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i ruoli aziendali dove è richiesto un approccio manageriale e di gestione del conflitto. Possono beneficiare sia manager, capi d'ufficio e responsabili di funzione, sia i dipendenti che fanno parte di un gruppo di lavoro chiamati al raggiungimento di obiettivi.

Contenuti

- Le quattro funzioni manageriali: pianificazione, organizzazione, motivazione, controllo e la pianificazione dello sviluppo della propria leadership; L'intelligenza emotiva per lo sviluppo della Leadership
- La gestione del fattore umano: i compiti del leader nell'impostazione delle relazioni interpersonali e la gestione dei colloqui individuali di lavoro; gestire le proprie emozioni nel conflitto: fare i conti con la rabbia;
- la capacità del manager di inglobare incertezze, inquietudini, irrazionalità, le variabili fuori controllo degli attuali scenari e di creare un ambiente sicuro e rispettoso per dare e ricevere feedback di qualità; imparare a valutare i collaboratori in modo realistico e obiettivo; La motivazione dei collaboratori e il loro affiancamento: fattori di stimolo e regole da rispettare, aumentando la consapevolezza delle aree di miglioramento del collaboratore stesso; L'importanza di sapere rivedere costantemente il proprio stile di leadership, mettendosi così nella condizione di *anticipare il presente*.
- La comprensione della diversità dell'altro come base per la relazione costruttiva
- La conflittualità. Se la conosci la eviti? Analisi dei processi conflittuali e loro utilità
- Cause delle situazioni conflittuali in azienda
- Le reazioni individuali ai conflitti – i 5 stili personali nel conflitto e le modalità corretta di procedere nel conflitto
- Tecniche di superamento delle situazioni conflittuali
- La critica: i passi per essere costruttivi nel criticare
- L'assertività come processo facilitatore del superamento del conflitto

Metodologia

Il confronto tra le parti sarà costante e la parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari. I partecipanti saranno efficaci nell'interpretazione del proprio ruolo per influenzare positivamente i risultati di lavoro e migliorare la produttività personale e del proprio gruppo di lavoro. Saranno inoltre proposti esercizi di assertività per lavorare sulla negoziazione.

Obiettivi e finalità

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua Inglese sufficiente da permettere di comunicare, tradurre e capire testi in inglese. Il percorso è progettato in modo da fornire ai partecipanti una solida base per l'apprendimento delle competenze linguistiche necessarie a intrattenere una conversazione orale e/o scritta in ambito professionale, sia con fornitori che con clienti. I partecipanti avranno modo di acquisire gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato, le conoscenze culturali, la fluidità linguistica adeguata a tutte le situazioni di negoziazioni o trattative in ambiti commerciali, vendite, marketing o acquisti. Il corso vuole aiutare quanti in impresa sono quotidianamente impegnati in negoziazioni e trattative commerciali e hanno rapporti costanti con clienti e fornitori stranieri.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali chiamate a garantire un'efficace e fluida comunicazione, in lingua inglese. I profili professionali coinvolti appartengono a diverse aree aziendali: area tecnica, manageriale, front office, procurement, sales, amministrativo. I destinatari di questa proposta formativa sono riconducibili a ruoli quali: responsabili e addetti all' area commerciale, marketing, ufficio vendite, ufficio acquisti, customer care, tecnici, segreteria, area legale e amministrativa.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Introducing Yourself and Your Company
- Opinions (giving, asking, agreeing and disagreeing, listening comprehension, fluency practice)
- Trends, graphs & numbers (verbs, adverbs and adjectives, simulation with client examples and discussion)
- Call and videocall (key phrases using client examples, asking for repetition and clarifying, dealing with problems, conference call role-plays)
- Business writing (business email format and email etiquette guidelines, standard email phrases, formal, semi-formal and informal expressions)
- Meetings (welcoming participants, opening, controlling, and conducting a meeting, summarizing decisions and recapping a meeting)
- Negotiations (proposals and counterproposals, expressing probability or improbability, expressing conditions and possible results, negotiation strategies and tactics, engage with questions)

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica verrà validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. La parte pratica prenderà spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. I contenuti teorici verranno illustrati attraverso video e role play.

ENGLISH LANGUAGE (30 ore)

Obiettivi e finalità

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua Inglese sufficiente da permettere di comunicare, tradurre e capire testi in inglese. Il percorso è progettato in modo da fornire ai partecipanti una solida base per l'apprendimento delle competenze linguistiche necessarie a intrattenere una conversazione orale e/o scritta in ambito professionale, sia con fornitori che con clienti. I partecipanti avranno modo di acquisire gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato, le conoscenze culturali, la fluidità linguistica adeguata a tutte le situazioni di negoziazioni o trattative in ambiti commerciali, vendite, marketing o acquisti. Il corso vuole aiutare quanti in impresa sono quotidianamente impegnati in negoziazioni e trattative commerciali e hanno rapporti costanti con clienti e fornitori stranieri.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali chiamate a garantire un'efficace e fluida comunicazione, in lingua inglese. I profili professionali coinvolti appartengono a diverse aree aziendali: area tecnica, manageriale, front office, procurement, sales, amministrativo. I destinatari di questa proposta formativa sono riconducibili a ruoli quali: responsabili e addetti all' area commerciale, marketing, ufficio vendite, ufficio acquisti, customer care, tecnici, segreteria, area legale e amministrativa.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- Introducing Yourself and Your Company
- Opinions (giving, asking, agreeing and disagreeing, listening comprehension, fluency practice)
- Trends, graphs & numbers (verbs, adverbs and adjectives, simulation with client examples and discussion)
- Call and videocall (key phrases using client examples, asking for repetition and clarifying, dealing with problems, conference call role-plays)
- Business writing (business email format and email etiquette guidelines, standard email phrases, formal, semi-formal and informal expressions)
- Meetings (welcoming participants, opening, controlling, and conducting a meeting, summarizing decisions and recapping a meeting)
- Negotiations (proposals and counterproposals, expressing probability or improbability, expressing conditions and possible results, negotiation strategies and tactics, engage with questions)

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. La parte teorica verrà validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. La parte pratica prenderà spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. I contenuti teorici verranno illustrati attraverso video e role play.

Obiettivi e finalità

Il corso di inglese di livello avanzato è studiato per permettere ai partecipanti di riuscire a comunicare autonomamente in uno svariato numero di situazioni e contesti, sia in maniera orale che scritta.

I partecipanti si focalizzeranno sui tempi verbali complessi e sulla conversazione, per poter sviluppare la fluency e la sicurezza nell'esposizione orale.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali, appartenenti a diverse aree aziendali, chiamate a garantire un'efficace e fluida comunicazione, in lingua inglese, sia via orale che via scritta.

In generale, i destinatari sono tutte quelle figure professionali che hanno relazioni con fornitori, clienti e colleghi esteri, riconducibili a ruoli quali: responsabili e addetti all'area commerciale, marketing, ufficio vendite, ufficio acquisti, customer care, tecnici, segreteria, area legale e amministrativa.

Modalità di erogazione

Il percorso formativo verrà erogato in aula, in modalità frontale. Il docente verificherà la soglia di comprensione attraverso domande dirette durante l'attività formativa e attraverso esercizi e simulazioni, in modo da garantire una soglia di attenzione e di partecipazione il più possibile inclusiva. Il docente garantirà la capacità di contestualizzare i temi e gli argomenti affrontati alla luce delle reali problematiche delle professionalità di queste figure. La formazione verrà erogata principalmente in lingua inglese

Contenuti

- Past Tenses: Simple Past, Past Continuous, Present Perfect, Present Perfect Continuous, Past Perfect, Past Perfect Continuous; Used to; Would;
- Future Tenses: future simple, future continuous, be going to, Present Continuous, Present simple, will/shall, would
- Verbi modali: can; could; may; might; will; would; shall; should; must (have to)
- Condizionale di tipo 0; 1; 2
- La forma passiva
- Il periodo ipotetico
- Phrasal verbs
- Question tags
- Espressioni idiomatiche inglesi
- Il mondo del lavoro in UK e nei paesi anglofoni
- Cosa rispondere e come gestire una job interview
- Travel: diversi tipi di vacanza, modi di trasporto, festività nazionali UK
- Hobbies: arte, musica e cultura.

Metodologia

La metodologia prescelta per l'aula sarà di tipo proattivo. La parte grammaticale viene validata attraverso esempi ed esercitazioni, in modo da mettere subito in campo la teoria. La parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro.

Obiettivi e finalità

Il corso di Business English mira a migliorare la capacità di comunicare in lingua inglese con sicurezza e padronanza, andando a sviluppare le abilità di espressione scritta ed orale, con una particolare attenzione al contesto aziendale e di gestione di clienti e fornitori.

Le lezioni si baseranno su argomenti e situazioni quotidiane di lavoro, quando è necessario capire e farsi capire, concentrandosi su che cosa si sta dicendo e sulla forma migliore per dirlo in inglese. Le lezioni verranno improntate su spiegazioni teoriche seguite da esercitazioni pratiche, per rendere l'apprendimento il più dinamico possibile.

Il corso ha l'obiettivo di fornire maggiore dimestichezza ai partecipanti nell'esposizione in contesti commerciali, arricchendo la loro competenza lessicale attiva ed andando a lavorare sulla qualità dell'espressione a seconda della situazione che ci si trova a dover affrontare.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali chiamate a garantire un'efficace e fluida comunicazione, in lingua inglese.

In particolare, sono riconducibili a figure professionali quali responsabili e addetti all'area commerciale, marketing, ufficio vendite, ufficio acquisti, customer care, tecnici, segreteria, area legale e amministrativa.

Metodologia

La metodologia prescelta per l'aula sarà di tipo proattivo. La parte teorica viene validata costantemente da un continuo confronto tra le parti. La parte pratica prende spunto da situazioni reali e vicine al mondo dei destinatari permettendo al termine dei lavori di ottenere una rapida visione del proprio campo di lavoro. I contenuti teorici verranno illustrati attraverso video e role play.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- gestione telefonate, riunioni e presentazioni
- analisi di ciò che provoca problemi nella comprensione orale per le persone non di madrelingua inglese e di come superare queste difficoltà
- Funzione e forma - settori lessicali specifici e relativi approfondimenti di grammatica (condizionale, frasi ipotetiche, connettori)
- Comunicazione con clienti e colleghi - sviluppo delle abilità di comunicazione in inglese, in particolare di come modificare il tono e il registro della conversazione
- Corrispondenze e relazioni - studio approfondito di come stendere e leggere le mail, i report e altra corrispondenza
- Casistica - riferimento alle situazioni reali che si vivono ogni giorno nel settore di riferimento aziendale, al fine di ampliare il vocabolario
- READING: comprendere le idee principali di testi complessi sia su argomenti concreti che astratti, compresi i dibattiti tecnici di ambito economico, riguardanti i vari campi di specializzazione.
- LISTENING: comprendere i concetti principali di testi audio complessi riguardanti tematiche economiche, inclusi dibattiti su diverse problematiche.
- WRITING: produrre testi chiari, corretti e dettagliati su una larga gamma di argomenti. Spiegare un punto di vista su una particolare problematica fornendo i vantaggi e svantaggi delle diverse opinioni
- SPEAKING: interagire con un buon livello di fluidità e spontaneità su questioni legate al lavoro e al business in modo tale da rendere possibile la regolare interazione con i parlanti native senza sforzo per entrambe le parti.

Obiettivi e finalità

L'obiettivo del corso è quello di fare acquisire una conoscenza della lingua spagnola sufficiente da permettere di comunicare, tradurre e capire testi in lingua. Il percorso è progettato in modo da fornire ai partecipanti una solida base per l'apprendimento delle competenze linguistiche necessarie a intrattenere una conversazione orale e/o scritta in ambito professionale, sia con fornitori che con clienti. I partecipanti avranno modo di acquisire gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato, le conoscenze culturali, la fluidità linguistica adeguata a tutte le situazioni di negoziazioni o trattative in ambiti commerciali, vendite, marketing o acquisti. Il corso vuole aiutare quanti in impresa sono quotidianamente impegnati in negoziazioni e trattative commerciali e hanno rapporti costanti con clienti e fornitori stranieri.

Destinatari

I destinatari del percorso sono tutte quelle figure professionali chiamate a garantire un'efficace e fluida comunicazione, in lingua spagnola. I profili professionali coinvolti appartengono a diverse aree aziendali: area tecnica, manageriale, front office, procurement, sales, amministrativo. A titolo rappresentativo i destinatari del corso potrebbero essere: addetti ufficio commerciale, impiegati ufficio acquisti, addetti ufficio tecnico, addetti all'assistenza clienti, addetti alle attività amministrative, responsabili di funzione.

Contenuti

Il percorso formativo andrà a trattare e ad approfondire i seguenti contenuti:

- **GRAMMATICA:** Repaso de los contenidos anteriores, Ampliación de objeto directo e indirecto, Colocación de los pronombres, Pretérito Imperfecto. Alternancia Indefinido e Imperfecto, Usos generales de POR y PARA. Adjetivos y Pronombres indefinidos. Alternancia Indefinido e Imperfecto, Usos generales de POR y PARA. Adjetivos y Pronombres indefinidos.
- **CONTESTO RELAZIONALE:** Expresar intenciones, condiciones y objetivos, Corroborar o negar una afirmación ajena, Expresar acuerdo y desacuerdo total o parcial, Introducir un tema u opinión, Poner ejemplos, Organizar elementos y partes del discurso, Finalizar una intervención o la conversación general, Mostrar que se sigue la conversación de alguien, Indicar el deseo de continuar, o mantener activa la comunicación, Repetir lo que uno mismo ha dicho, Verificar que se ha comprendido lo dicho
- **PRONUNCIA:** Entonación, acento y ritmo en variantes del español

Metodologia

La metodologia prescelta sarà di tipo proattivo. Il docente verificherà la soglia di comprensione attraverso domande dirette durante l'attività formativa e attraverso esercizi e simulazioni, in modo da garantire una soglia di attenzione e di partecipazione il più possibile inclusiva.



ANTHEAGROUP
INNOVAZIONE & CAMBIAMENTO

I voucher rientrano, anche per l'anno 2023-2024, nella misura dedicata alla formazione continua, di cui alla DGR XI/7287 del 07/11/2022 «Linee Guida per l'attuazione degli interventi a valere sul PR FSE+2021-2027 (ESO 4.4, AZIONE D.1 SOSTEGNO ALL'ADATTAMENTO AI CAMBIAMENTI DEL MERCATO DEL LAVORO)

Il prezzo onnicomprensivo delle singole iniziative è pari a:

€ 800,00 +IVA cad. per i corsi: n° 1 – 2 – 3 – 4 – 5

€ 1.200,00 + IVA cad. per il corso: n° 6 – 13 – 14

€ 1.500,00 + IVA cad. per i corsi: n° 12 – 16

€ 2.000,00 + IVA per i corsi: n° – 7 – 8 – 9 – 10 – 11 – 15

La quota comprende assistenza completa dalla richiesta sino all'ottenimento del rimborso del contributo, frequenza al corso.

Contattaci per maggiori informazioni!

Anthea Group Srl

Sede: Via M.K. Gandhi, 15 int. 21 – 20017 Rho (MI)

Tel. +39.02.49754512 Fax +39.02.49754519 - info@antheagroup.it - www.antheagroup.it

P. IVA - Cod.F. e n° Reg. Imprese 07675900968 - C.C.I.A.A. Milano - R.e.a. 1976292 - Capitale sociale € 50.000 i.v.



SDQ N° 092A



Organismo di certificazione
4 N° 01/0002015