ANTHEAGROUP
INNOVAZIONE & CAMBIAMENTO

Regione Lombardia
ENTE FORMATIVO ACCREDITATO N°1260

Corsi accreditati Regione Lombardia 2024

PR FSE+ 2021-2027

COESIONE ITALIA 21-27 LOMBARDIA

Cofinanziato dall'Unione europea

Regione Lombardia

Sommario

1. Insights Discovery: esplorare sé stessi e gli altri a livello psico-socio-organizzativo 16h
2. Feedback e Umorismo relazionale: la crescita attraverso le risposte 16h
3. Informativa ESG tra aspetti normativi e nuovi modelli di business 16h
4. Emotional Management: il viaggio nell'Enneagramma e i 9 stili di leadership 16h
5. Public Speaking: l'arte della comunicazione efficace per parlare e agire in pubblico 16h
6. Retention e Age Management: Come attrarre, gestire, trattenere e valorizzare i Millennials e la generazione Z 16h
7. Executive Leadership: l'intelligenza emotiva per lo sviluppo di una managerialità positiva 16h
8. Diversity and Inclusion: come la gestione e l'inclusione delle diversità possono supportare i leader e le organizzazioni nella costruzione del proprio successo 16h
9. Teamwork: la forza del gruppo 16h
10. Outdoor e avventura per un team collaborativo 16h
11. Team building in «pista» con sicurezza 16h
12. Negoziazione e vendita strategica 16h
13. Excel 16h
14. Office 365 16h
15. Miglioramento continuo aziendale: i riflessi nel reporting gestionale aziendale 16h
16. Negoziare con il proprio team e relazioni interne 16h
17. Smart Factory Experience 16h
18. Comunicazione efficace nel team 16h
19. L'assertività: Come e perché sviluppare relazioni e comportamenti « win – win» 16h
20. Change Management (30h)
21. Innovation Management (30 h)
22. Project Management 30h
23. Digital Marketing 30h
24. Inglese 30h – 32h
25. Francese 30h – 32h
26. Tedesco 30h – 32h
27. Spagnolo 30h – 32h

Linee Guida Voucher Regione Lombardia

L'agevolazione è concessa sotto forma di voucher formativi aziendali destinati ai lavoratori in possesso dei requisiti previsti dall'avviso.

La misura consente ai lavoratori di partecipare ai corsi di formazione approvati sul Catalogo Regionale.

Ogni impresa avrà a disposizione un importo massimo di € 50.000,00 spendibili su base annua. Il voucher ha un valore massimo di € 2.000,00. Ciascun lavoratore può fruire di uno o più percorsi formativi, fino al raggiungimento del valore complessivo del voucher.

L'assegnazione dei contributi è subordinata alla disponibilità delle risorse finanziarie al momento della richiesta.

Cofinanziamento

- Lavoratori autonomi, Liberi professionisti, ditte individuali: rimborso 100%, cofinanziamento 0%
- Microimpresa (da 1 a 9 dipendenti e fatturato < 2 mln): rimborso 90%, cofinanziamento 10%
- Piccola Impresa (da 10 a 49 dipendenti e fatturato < 10 mln): rimborso 70%, cofinanziamento 30%
- Media Impresa (da 50 a 249 dipendenti e fatturato < 50 mln): rimborso 60%, cofinanziamento 40%
- Grande Impresa (oltre 250 dipendenti e fatturato > 50 mln): rimborso 50%, cofinanziamento 50%

ENTE FINANZIATORE	**Regione Lombardia**
DISCENTI	• Imprese iscritte alla Camera di Commercio di competenza; • Imprese familiari, di cui all'art. 230-bis del Codice Civile; • Enti del Terzo Settore che svolgono attività economica (organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale, enti filantropici, imprese sociali, incluse le cooperative sociali, reti associative, società di mutuo soccorso, associazioni, riconosciute o non riconosciute, fondazioni) iscritte ai registri (regionale/provinciale nelle more dell'attuazione del Registro Nazionale, ai sensi del D.Lgs. n. 117/2017); • Associazioni riconosciute e fondazioni che svolgono attività economica, aventi personalità giuridica e pertanto iscritte al Registro Regionale delle persone giuridiche; • Cooperative; • Liberi professionisti oppure, se esercitanti in forma associata, la relativa associazione. • lavoratori dipendenti di micro, piccole, medie e grandi imprese assunti presso una sede operativa/unità produttiva localizzata sul territorio di Regione Lombardia; • titolari e soci di micro, piccole, medie e grandi imprese con sede legale in Lombardia e iscritte alla Camera di Commercio di competenza; • lavoratori autonomi e liberi professionisti con domicilio fiscale localizzato in Lombardia che esercitano l'attività sia in forma autonoma sia in forma associata.
DOTAZIONE FINANZIARIA	L'agevolazione è concessa sotto forma di voucher formativi aziendali destinati ai lavoratori in possesso dei requisiti previsti dall'avviso. Il voucher ha un valore massimo di € 2.000,00. Ciascun lavoratore può fruire di uno o più percorsi formativi, fino al raggiungimento del valore complessivo del voucher. Ogni impresa avrà a disposizione un importo massimo di € 50.000,00 spendibili su base annua. Cofinanziamento: - Lavoratori autonomi, Liberi professionisti, ditte individuali: rimborso 100%, cofinanziamento 0% - Microimpresa (da 1 a 9 dipendenti e fatturato < 2 mln): rimborso 90%, cofinanziamento 10% - Piccola Impresa (da 10 a 49 dipendenti e fatturato < 10 mln): rimborso 70%, cofinanziamento 30% - Media Impresa (da 50 a 249 dipendenti e fatturato < 50 mln): rimborso 60%, cofinanziamento 40% - Grande Impresa (oltre 250 dipendenti e fatturato > 50 mln): rimborso 50%, cofinanziamento 50%
TEMPISTICHE	12/12/2022 - 28/11/2024 L'assegnazione dei contributi è subordinata alla disponibilità delle risorse finanziarie al momento della richiesta.
REGIME DI AIUTO DI STATO	De minimis
FASI DI ACCESSO AL FINANZIAMENTO	La procedura di richiesta del voucher è "a sportello" TRAMITE L'Ente prescelto, sino all'esaurimento delle risorse disponibili. In ogni caso, il diritto al voucher è soggetto ai controlli da parte di Unioncamere Lombardia a seguito di istruttoria formale e solo dopo la conferma dell'avvio del percorso. Il contributo è erogato a seguito della conclusione del corso e limitatamente ai lavoratori che hanno completato almeno il 75% della durata prevista del corso, a titolo di rimborso della spesa sostenuta dall'impresa.
APPROVAZIONE DEL FINANZIAMENTO	80 giorni solari dalla richiesta di finanziamento
EROGAZIONE DELLE ATTIVITA' FORMATIVE	Entro e non oltre 80 giorni solari dalla data di concessione del contributo, l'impresa deve avviare la fruizione del corso richiesto
CONCLUSIONE DELLE ATTIVITA' FORMATIVE	Entro 8 mesi dalla data dell'atto di concessione
RENDICONTAZIONE	la rendicontazione deve essere presentata entro 60 giorni solari (compresi sabati, domeniche e festivi) dalla data di conclusione del corso di formazione,
MODALITA' DI EROGAZIONE DELLA FORMAZIONE	In presenza o da remoto

1

INSIGHTS DISCOVERY:
Esplorare sé stessi e gli altri a livello psico-socio-organizzativo (16 ore)

Premessa

Alla base del successo di ogni azienda ci sono i talenti che le persone esprimono.

Il metodo del modello Discovery aiuta migliorare la comprensione dei propri comportamenti e modalità di approccio, a instaurare una maggior fiducia e consapevolezza in sé stessi, liberando il proprio potenziale di relazione e presa di decisione, e a favorire la collaborazione nei diversi team di lavoro.

Obiettivi

- Liberare il potenziale personale per raggiungere gli obiettivi professionali
- Acquisire più consapevolezza dei propri comportamenti e aumentare la fiducia nelle proprie capacità
- Migliorare le abilità personali nel prendere le decisioni
- Consolidare le abilità relazionali per coinvolgere e ingaggiare i propri interlocutori
- Focalizzarsi sull'altro e non su sé stessi allenando l'ascolto senza pregiudizi
- Saper lavorare sotto pressioni gestendo le situazioni di stress e ansia

Programma

- Le energie ‘colore’: una mappa comune per comprendere gli altri e “sintonizzarsi” sullo stesso canale relazionale
- La propria preferenza di stile nella relazione interpersonale: il modello Discovery
- Fatti, opinioni, sentimenti: sfruttare tutte le leve del coinvolgimento
- I livelli della relazione interpersonale: allenarsi ad utilizzarli consapevolmente
- L’interdipendenza nelle relazioni personali: saper prendere decisioni condivise
- Riconoscere e gestire i segnali di resistenza dell’interlocutore

Metodologia

Prima del corso ci sarà una fase di prework in cui il partecipante compilerà via web il questionario ufficiale Discovery, che darà origine ad un profilo personale utile per comprendere le proprie preferenze di approccio nell’ambiente lavorativo.

Il profilo verrà restituito durante la giornata formativa e, insieme al trainer, si esploreranno le aree emerse quali: lo stile preferenziale di relazione e interazione con gli altri, il processo decisionale, punti di forza e potenziali lati deboli, stile di Management e suggerimenti per lo sviluppo

La metodologia sarà completamente esperienziale e pratica per permettere agli attori coinvolti di vivere la formazione come momento di vero apprendimento, utile per il proprio contesto lavorativo.

2

FEEDBACK E UMORISMO RELAZIONALE: La crescita attraverso le risposte (16 ore)

Germano Lanzoni dice di sé: «sono un giullare contemporaneo, attore, comico, docente, formatore, praticamente un pirla direte voi. Da trent'anni mi occupo della comicità intesa come strumento di conoscenza e di gestione efficace delle relazioni interpersonali, mettendo messo al centro l'essere umano in azienda, lavorando sui costrutti di "umorismo relazionale" e di "potenziale comico" insito in ogni persona».

Obiettivi

- Saper condividere un comune sistema di valori e una stessa visione del futuro al fine di rendere il workplace aziendale un luogo di inclusione generazionale
- Analizzare competenze e impegno del proprio team per sviluppare coinvolgimento e responsabilità personale
- La gestione del feedback: conoscere le differenti tipologie per massimizzare l'impatto sul gruppo di lavoro
- Adeguare il proprio stile di comunicazione alle caratteristiche della persona e al contesto di riferimento
- Padroneggiare i 3 livelli della comunicazione per generare coerenza con gli obiettivi
- Avere maggiore consapevolezza del proprio stile umoristico e della sua gestione

Metodologia

Il corso si svolge in un contesto d'aula residenziale in una giornata full immersion. Il workshop, estremamente esperienziale, integrerà strumenti e riflessioni con esercitazioni pratiche dal vivo che attingono anche dal teatro e che consentiranno ai partecipanti di sperimentare quanto appreso e personalizzare i contenuti al proprio contesto. Il percorso prevede una giornata di formazione con gli interventi di:

Formatore: Master Trainer

FormAttore: Germano Lanzoni, artista poliedrico di fama nazionale, protagonista di numerosi progetti artistici e di comunicazione: attore nel cast de Il milanese imbruttito e speaker ufficiale del Milan dal 2003. Interverrà con le chiavi "dell'umorismo relazionale" per lavorare sulle criticità della gestione del feedback. Attraverso l'aiuto del FormAttore, il partecipante viene guidato nella scoperta delle sue potenzialità.

Contenuti

- Presentazione e Introduzione al workshop
- Ri-disegnare processi e obiettivi che convergano verso un nuovo mindset e una cultura del lavoro orientata a più livelli generazionali. L'umorismo in azienda.
- Comprendere i 4 livelli di maturità del collaboratore e le regole dell'umorismo relazionale.
- Introdurre il tema del feedback
- Icebreaker
- Allenare il feedback
- Il "come" oltre al "cosa": le competenze dell'ascolto attivo e della congruenza comunicativa per generare fiducia durante il feedback

Modalità erogativa

Il corso si svolgerà in un contesto interattivo e stimolante, in grado di fornire metodologie e tecniche pratiche, chiare ed attuabili sul campo.

Sarà garantita la possibilità di seguire il seminario in diretta via streaming

3 INFORMATIVA ESG TRA ASPETTI NORMATIVI E NUOVI MODELLI DI BUSINESS (16 ore)

Primo modulo: scenari di trasformazione verso la sostenibilità e driver di sviluppo

Nuovi trend e scenari di riferimento

- Vincoli alla crescita e rischi emergenti
- 2015 anno della svolta
- Il ruolo della finanza
- Il green deal europeo
- Fifty to 55
- La tassonomia
- Le nuove direttive
- L'importanza degli standard
- La scelta dei rating

Processi di trasformazione verso la sostenibilità

- Evoluzione dei modelli economici
- la creazione di valore
- Nuovi modelli di produzione: l'economia circolare
- Nuovi modelli green

Nuovi modelli di business per la creazione di valore condiviso

- Innovazione di prodotto e processo
- Incremento della produttività della catena del valore
- Valorizzazione dei cluster locali
- Governo del valore

Il ruolo dell'innovazione

- Tecnologia a supporto
- Il ruolo dell'innovazione
- L'importanza dell'evoluzione dei dati
- La cybersecurity e i processi di gestione della sicurezza

Il ruolo della governance e della collaborazione

- Le principali funzioni della governance
- I modelli di governance
- Regole, relazioni, processi, sistemi e flussi informativi
- Evoluzione dell'autodisciplina
- L'importanza dei comitati
- Le nuove finzioni di controllo
- Cooperazione e partnership

Secondo modulo: la valutazione del grado di maturità della sostenibilità

Come affrontare un progetto di sostenibilità

- Identificare i pilastri della trasformazione
- Stabilire un traguardo
- Effettuare un assesment
- Scegliere degli indicatori
- Attribuire responsabilità
- Valutare il settore e la filiera di appartenenza
- L'importanza del benchmarking

Il Purpose aziendale: Brand e valorizzazione del patrimonio immateriale: si tratta di purpose generale dell'azienda e declinazione del concetto nelle business unit verificando valore, riconoscibilità e positioning della "company image" con ricerca di ulteriori possibilità di creazione di valore.

Board oversight: si esaminano il concetto di governance e gli assetti organizzativi, compresi il sistema di gestione e controllo dei rischi per il raggiungimento del "successo sostenibile

Stakeholder engagement: si esaminano le modalità per la predisposizione della mappatura completa degli stakeholder, priorità e modalità di ingaggio, con identificazione dei temi materiali e del loro impatto, con focus su Analisi della catena di fornitura allo scopo di individuare i fornitori critici e identificare i contenuti del processo di selezione dei fornitori secondo criteri ESG

Doppia materialità: identificazione degli impatti ESG dell'impresa (inside-out) ma anche dei rischi e delle opportunità per l'impresa (outside-in). La Prospettiva outside - in riguarda la valutazione di rischi e di opportunità derivanti dalla gestione delle diverse tematiche ESG in relazione all'impatto sulle performance economiche e finanziarie dell'azienda; la Prospettiva inside-out: prevede l'attenzione agli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che la gestione di una determinata tematica ESG può generare verso gli stakeholder (persone e ambiente).

Pianificazione strategica risk based e schema indicatori di bilancio a supporto della "disclosure":

- Identificazione delle modalità di costruzione di un piano strategico che tenga conto dell'evoluzione degli scenari, degli obiettivi e delle opportunità
- Scelta degli indicatori ESG da presidiare e delle modalità di disclosure in funzione delle dimensioni, delle norme e del settore di riferimento

Comunicazione e Advocacy: Scelta delle modalità di comunicazione e ingaggio dei dipendenti e delle comunità locali

EMOTIONAL MANAGEMENT:
Il viaggio nell'Enneagramma e i 9 stili di leadership (16 ore)

Premessa

La persuasione e l'esercizio della Leadership è un fenomeno quotidiano legato ad ogni comunicazione interpersonale.

Ogni leader desidera influenzare ed ispirare gli altri attraverso le proprie idee, ma non sempre il carisma e le parole giuste sono sufficienti.

A tal fine viene in aiuto l'Enneagramma e l'intelligenza emotiva applicata ad un uso strategico della comunicazione: un'idea ben comunicata e coerente con i valori della persona, permette di creare condivisione ed entusiasmo negli altri verso un obiettivo comune.

L'intelligenza emotiva è la capacità di riconoscere, capire e gestire in modo consapevole le emozioni proprie e altrui al fine di costruire relazioni sociali più positive, ma anche per ottenere un successo stabile e duraturo.

Le competenze comunicative unite all'abilità di comprendere lo stato emotivo dei propri collaboratori, riconoscendo la personalità di ciascuno di essi, rappresentano un beneficio che un leader può sfruttare a vantaggio di tutti, ottimizzando gli sforzi della propria squadra e raggiungendo il massimo risultato.

Obiettivo

Potenziamento della propria leadership, miglioramento della qualità di vita aziendale e personale grazie allo sviluppo della propria intelligenza emotiva.

Contenuti

- Personalità e leadership
- Le passioni dei Leader
- Le compulsioni dei Leader
- I punti di forza dei Leader
- Le aree di debolezza dei leader
- Integrazione, stress e disgregazione della personalità
- I 9 stili di Leadership
- Cosa significa per ognuno dei nove stili essere un buon leader?
- Cosa accade alla nostra Leadership quando siamo sotto stress?
- Come rendere più flessibile il nostro stile di leadership
- Conflitti e stress
- Osserviamo in modo dinamico i nove stili di leadership
- Percorsi di sviluppo

Modalità erogativa

La modalità erogativa, integrata anche con gruppi di lavoro ed esercitazioni varie, risulta efficace, interattiva, stimolante e capace di fornire metodologie e tecniche pratiche, chiare ed attuabili sul campo.
Il "focus" è soprattutto centrato sul rispetto del processo di apprendimento del discente, prerequisito indispensabile per l'applicazione delle informazioni/concetti visti sul corso.
Ecco qui di seguito alcuni strumenti didattici usati:

- Casi aziendali
- Esercitazioni pratiche
- Gruppi di lavoro e confronto su casi personali
- Role playing e teatrini dimostrativi

5

PUBLIC SPEAKING: L'arte della comunicazione efficace per parlare e agire in pubblico (16 ore)

Lo spettacolo live è un alternarsi di situazioni comiche ad un ritmo forsennato. Una visione non convenzionale del mondo, come in un caleidoscopio.
Vi parlerà soprattutto di vita, attualità, razzismo, dei suoi figli, del matrimonio e di altre disgrazie.
Parte fondamentale di ogni suo spettacolo è il pubblico, senza, non vuole sentire ragioni, non si esibisce. -Nando Timoteo-

Presentazione

Parlare in pubblico efficacemente è una competenza sempre più necessaria in ambito lavorativo indipendentemente dal ruolo e dalla posizione ricoperta, perché aumentano le occasioni di comunicazione, di scambio e di confronto, sia all'interno dell'azienda che all'esterno.

Il corso si rivolge a tutti coloro che desiderano migliorare la capacità comunicativa sia in ambito professionale (riunioni, convegni, conferenze, ecc.) che nella vita di tutti i giorni (incontri con persone sconosciute, colloqui di lavoro, ecc).

Metodologia

Il corso si svolge in un contesto d'aula residenziale in una giornata full immersion. Il workshop, estremamente esperienziale, integrerà strumenti e riflessioni con esercitazioni pratiche dal vivo che consentiranno ai partecipanti di sperimentare quanto appreso e personalizzare i contenuti al proprio contesto. Il percorso prevede una giornata di formazione con gli interventi di due Trainers:

Formatore: Master Trainer

FormAttore: Nando Timoteo, artista poliedrico di fama nazionale, interverrà con degli sketch volti a mettere in evidenza i paradossi della comunicazione. Attraverso l'aiuto del FormAttore, il partecipante viene guidato nella scoperta delle sue potenzialità espressive del corpo e della voce. Solo la consapevolezza lo aiuterà a sfruttare le tecniche di improvvisazione "mettendosi in gioco" senza riserve.

Contenuti

Il seminario tratterà diverse tematiche tra cui:

- L'uso dei livelli comunicativi
- Comunicazione e percezione;
- Elementi di public speaking;
- Strategie di comunicazione;
- L'arte dell'improvvisazione;
- La gestione del dissenso
- Comunicazione non verbale nel public speaking (contatto visivo, gestualità, postura e movimenti)
- Comunicazione paraverbale: i colori della voce
- Gestione della paura di parlare in pubblico
- L'uso dello humour (Nando)
- Supporti visivi: la business presentation

Obiettivi

- Conoscere le regole base della comunicazione;
- Padroneggiare le tecniche e gli strumenti per una comunicazione efficace;
- comprendere come preparare e strutturare un discorso per trasmettere il messaggio in modo chiaro ed efficace);
- suscitare attenzione attraverso il linguaggio del corpo, voce ed emozioni;
- sviluppare la capacità di improvvisazione.

6

RETENTION E AGE MANAGEMENT:
Come attrarre, gestire, trattenere e valorizzare i Millennials e la generazione Z (16 ore)

Finalità

Come gestire con efficacia le persone di diversa età in azienda? Quali azioni può implementare un'organizzazione per motivare e trattenere i suoi collaboratori di valore in considerazione delle caratteristiche tipiche delle diverse generazioni?

Il corso si propone di promuovere nei leader la consapevolezza sulle caratteristiche e le culture tipiche delle diverse generazioni, allo scopo di fornire loro un ulteriore strumento di lettura e analisi che supporti il daily management delle proprie risorse e lo sviluppo di un team più coeso.

Trasformare la diversità generazionale presente nel team da generatore di conflitto e incomprensioni a valore aggiunto del team è possibile, e contribuisce ad aumentare l'efficacia del team stesso e l'inclusività dell'organizzazione.

Metodologia

Il corso, estremamente interattivo, integrerà la teoria con dati, esempi, video, dibattiti e diverse esercitazioni pratiche di gruppo che consentiranno ai partecipanti di confrontarsi sulle reciproche esperienze, sperimentare quanto appreso e personalizzare i contenuti nella propria vita lavorativa quotidiana.

Contenuti

Alle radici dell'inclusione intergenerazionale

- Perché occuparsi di Age Management?
- I benefici per l'azienda dell'inclusione intergenerazionale
- Che impatto ha sulla retention il non occuparsi di Age Management?

Generazioni a confronto

- Baby boomer, generazione X, millennials, generazione Z: chi sono e quali caratteristiche hanno?
- Quali leve motivazionali e gestionali sono più efficaci per ciascuna generazione?
- Collaborare tra generazioni

Tips per manager inclusivi

- Cosa fare
- Cosa non fare
- Uno sguardo alle esperienze di altre organizzazioni
- Idee e strumenti per creare un team inclusivo
- Come mettere a terra queste consapevolezze nel mio team?

7

EXECUTIVE LEADERSHIP:
L’intelligenza emotiva per lo sviluppo di una managerialità positiva (16h)

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, riscontrata più efficace, è la managerialità positiva, nella quale si annida l'idea di "servizio", cura e collaborazione. Anziché concentrarsi sulle mancanze, dunque, è più efficace puntare sui valori unici dell’azienda; piuttosto che guardare a obiettivi irrealizzabili, meglio definirne di concreti e raggiungibili; anziché parlare solo di problemi, perché non discutere di esempi positivi e casi di successo?

Non si tratta di ottimismo fine a se stesso, quanto piuttosto di un’enfasi sulle opportunità positive e sulla condivisione trasparente di idee e proposte innovative. 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, infatti, 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 manageriale positiva nel proprio campo di riferimento.

Contenuti

- Le quattro funzioni manageriali: pianificazione, organizzazione, motivazione, controllo;
- La pianificazione dello sviluppo della propria leadership;
- La Leadership centrata sull'azione: il modello di Adair (compito, individuo, gruppo);
- Il modello della Leadership situazionale: prescrivere, addestrare, coinvolgere, delegare;
- La gestione del fattore umano: i compiti del leader nell’impostazione delle relazioni interpersonali;
- La motivazione dei collaboratori: fattori di stimolo e regole da rispettare;
- L’affiancamento dei collaboratori;
- La gestione dei colloqui individuali di lavoro;
- Dalla delega all'empowerment: lo sviluppo del capitale umano;
- Imparare a valutare i collaboratori in modo realistico e obiettivo
- Aumentare la consapevolezza delle aree di miglioramento del collaboratore
- Creare un ambiente sicuro e rispettoso per dare e ricevere feedback di qualità
- Riconoscere e gestire i momenti di demotivazione e bassa performance
- La capacità del manager di inglobare le incertezze, le inquietudini, le irrazionalità, le variabili
- fuori controllo degli attuali scenari
- L'importanza della pro attività, della capacità di fare la costante revisione del proprio stile di
- leadership, la necessità di non dare nulla per scontato e di mettersi nella condizione non più di
- "pianificare il futuro" ma di anticipare il presente
- L’intelligenza emotiva per lo sviluppo della Leadership

8

DIVERSITY AND INCLUSION: Come la gestione e l'inclusione delle diversità possono supportare i leader e le organizzazioni nella costruzione del proprio successo (16 ore)

Obiettivo

Il workshop si propone di approfondire, con un taglio estremamente concreto e costruttivo, che cosa si intende per diversità all'interno delle aziende, come promuovere politiche inclusive e a chi possono essere rivolte, quali gli errori evitare.

Sono infatti tante le diversità che abitano le aziende e queste sono uno dei valori nascosti, perché potenziano la capacità di intercettare la diversità che esiste all'esterno dell'azienda - tra i suoi clienti, i suoi fornitori, o i suoi stakeholders - e quindi di comprendere, rispondere

con più efficacia o anticipare le loro esigenze.

Dare voce alle diversità in azienda consente inoltre di ampliare la prospettiva da cui osservare i processi, i prodotti o il contesto di business, consentendo analisi più complesse e efficaci di quelle che si producono in team eccessivamente omogenei o dove non viene dato spazio alle voci fuori dal coro.

Inoltre, occuparsi di Diversity Management and Inclusion consente di promuovere il benessere dei dipendenti in azienda, creando contesti organizzativi dove le persone si sentano libere di essere sé stesse e valorizzate per il contributo che portano.

Contenuti

- Self-assessment
- Diversità e inclusione: quale differenza e quale valore per le organizzazioni?
- Le diversità in azienda: quali sono e come gestirle?
- Gli unconscious bias in azienda
- Do's and Don'ts: cosa fare e cosa non fare
- Promuovere l'alleanza
- Costruzione di un proprio obiettivo personale di sviluppo della leadership inclusiva

Metodologia

- Il corso, estremamente interattivo, integrerà strumenti e riflessioni con esercitazioni pratiche dal vivo e/o online che consentiranno ai partecipanti di confrontarsi sulle reciproche esperienze, sperimentare quanto appreso e personalizzare i contenuti nella propria vita lavorativa quotidiana.
- Il "focus" è soprattutto centrato sul rispetto del processo di apprendimento del discente, prerequisito indispensabile per l'applicazione delle informazioni/concetti visti sul corso.

9

TEAMWORK: 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.

PERCORSO FORMATIVO DINAMICO ESPERIENZIALE OUTDOOR E AVVENTURA PER UN TEAM COLLABORATIVO

DUE GIORNATE FULL IMMERSION (residenziale)

Progetto

Costruire e guidare team di successo costituisce oggi una sfida irrinunciabile per l'azienda. Solo arrivando a sperimentare, sia emozionalmente che operativamente, cosa vuol dire "essere" una squadra si possono cogliere i vantaggi personali e di gruppo che l'operare in sinergia con altri produce. L'outdoor training costituisce proprio questa esperienza diretta. La metodologia è basata su attività ad alto coinvolgimento dei partecipanti sia sul piano fisico che intellettuale ed emozionale. Questi ultimi prenderanno parte a simulazioni ed esercizi pratici in cui potranno mettersi in gioco.
La cornice metodologica che sta alla base del percorso formativo è costituita dalle Scienze del comportamento e dal Pensiero Sistemico.

PROGRAMMA 1° giornata

- Apertura del Corso, presentazione degli obiettivi e del percorso formativo, autopresentazione dei partecipanti
- Briefing iniziale
- Mattina (9.00 – 12.30) La dinamica comunicativa all'interno della squadra
- Pomeriggio (14.30 – 17.30): trasferimento al sito dedicato per le prove outdoor
- OUTDOOR Prove pratiche di teamworking e problem solving:
  Svolgimento di attività che consentiranno ai partecipanti di sperimentarsi in giochi di squadra di strategia e di coraggio.
- Cena in enoteca riservata.
- Dopo cena: Gioco dei contrari (problem solving)

PROGRAMMA 2° giornata

OUTDOOR: Prove pratiche di teamworking e problem solving

10.00 – 14.00 (Il pranzo verrà servito al sito delle prove)

- ***Alla ricerca delle lanterne:*** una prova classica in cui gli elementi in gioco sono il tempo (stressor), la definizione di una strategia (briefing), la comunicazione interna e l'azione fisica.
- ***Costruiamo insieme***: Anche in questa prova gli elementi in gioco sono il tempo (stressor), la definizione di una strategia (briefing), la comunicazione interna e l'azione fisica. Lo scopo è quello di riuscire a costruire un ponte su un ruscello con il materiale a disposizione.

Analisi dei punti di forza e di debolezza (15.30 – 17.00)

- Debriefing e commento sull'attività svolta
- Individuazione dei "learning points"
- Sostegno alla motivazione e potenziamento del significato dell'azione individuale
- La SWOT analisi personale
- Estrazione ed analisi dei valori guida individuali e di gruppo
- Analisi di soluzioni di gruppo e poi condivisione in plenaria
- Definizione dell'action plan individuale e collettivo

Chiusura (ore 18:00)

PERCORSO FORMATIVO DINAMICO ESPERIENZIALE OUTDOOR TEAM BUILDING «IN PISTA» CON SICUREZZA

DUE GIORNATE FULL IMMERSION RESIDENZIALE

Progetto

Costruire e guidare team di successo costituisce oggi una sfida irrinunciabile per l'azienda. Solo arrivando a sperimentare, sia emozionalmente che operativamente, cosa vuol dire "essere" una squadra si possono cogliere i vantaggi personali e di gruppo che l'operare in sinergia con altri produce. (c'era già)

La guida sicura per le aziende fornisce una serie di incentivi, quali formare il proprio personale migliorando la salute e la sicurezza sul lavoro, motivare il team creando aggregazione e spirito di appartenenza ed infine disporre di uno strumento di incentivazione per il personale interno.

Risulta inoltre importante per imparare nuove tecniche di guida sicura e migliorare le proprie abilità in situazioni di emergenza.

Contenuti

La giornata sarà composta da un corso teorico iniziale e quattro sessioni pratiche.

Il corso teorico toccherà i seguenti argomenti:

- Posizione di guida corretta
- Tecniche di sterzata corrette
- Presenza d sistemi di sicurezza passiva e attiva
- Il comportamento dell'auto in sovrasterzo e sottosterzo
- Trasferimento del carico nella frenata
- Corretto utilizzo del cambio e dei freni.

Gli esercizi teorici verteranno su 4 temi:

- Slalom lento (per verificare la corretta posizione delle mani)
- Sottosterzo e sovrasterzo con l'utilizzo di piastra in resina e/o irrigatori (per verificare l'entrata in funzione dei sistemi di sicurezza e la reazione della vettura)
- Frenata d'emergenza e frenata d'emergenza con evitamento dell'ostacolo (per verificare l'entrata in funzione dei sistemi di sicurezza e la reazione della vettura)

Programma

Prima giornata

- Apertura del corso: presentazione degli obiettivi e del percorso formativo (ore 9:00)
- Briefing iniziale (9:00-13:00):
  - Introduzione alla giornata outdoor
  - La consapevolezza di ruolo
  - La comunicazione all'interno del team
  - Il senso di appartenenza alla squadra
- Pranzo (13:00-14:00)
- Parte teorica che affronta le tematiche di base della guida sicura (14:00-14:45)
- Parte pratica (14:45-17:30): sul piazzale verranno allestite 4 aree, una per esercizio. I partecipanti verranno divisi in 4 gruppi in modo da ottimizzare i tempi di durata del corso.
  Non c'è un numero specifico di tentativi a disposizione, in quanto l'obiettivo è che tutti imparino perfettamente a svolgere l'esercizio, per cui, fino al raggiungimento del risultato ogni singolo cliente potrà rieffettuare l'esercizio.
  Durante lo svolgimento di ogni prova l'istruttore siederà sul sedile del passeggero per osservare e correggere eventuali errori, dando consigli e accorgimenti per migliorare la guida.
- Consegna attestati di partecipazione e chiusura del corso (ore 19:00)

NB: per poter partecipare al corso è richiesta una patente di guida valida e si consiglia l'uso di scarpe con suole in gomma per ottimizzare l'aderenza ai pedali.

Seconda giornata (9:00-18:00)

- Debriefing e commento sull'attività svolta
  - Individuazione dei "learning points"
  - Sostegno alla motivazione e potenziamento del significato dell'azione individuale
  - La SWOT analisi personale
  - Estrazione ed analisi dei valori guida individuali e di gruppo
  - Analisi di soluzioni di gruppo e poi condivisione in plenaria
  - Definizione dell'action plan individuale e collettivo

12

NEGOZIAZIONE E VENDITA STRATEGICA (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 negoziazione e vendita, 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

Negoziazione:

- 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

Vendita:

- Il ruolo della comunicazione in ambito commerciale
- Il linguaggio del corpo
- Il controllo delle emozioni
- Il sistema delle credenze
- Le fasi della vendita e il ciclo di vita del cliente
- Tecniche comportamentali: Mirroring, Pacing and Leading (rispecchiare, andare aritmo e guidare)
- La tecnica delle domande
- La tecnica CVB
- Tecniche di persuasione attiva
- La gestione delle critiche e delle obiezioni: i giochi di prestigio verbali
- Come trattare con i clienti "difficili"
- La chiusura della trattativa

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.

OFFICE 365 (16 ore)

Obiettivi e finalità

Gli obiettivi di un corso dedicato al pacchetto Office 365 possono essere diversi a seconda del target di riferimento e del livello di conoscenza degli utenti.

In generale, un corso di questo tipo dovrebbe consentire ai partecipanti di:

- Acquisire le conoscenze e le competenze necessarie per utilizzare in modo efficace gli strumenti di Office 365, sia a livello individuale che collaborativo.
- Migliorare la produttività e l'efficienza del lavoro quotidiano.
- Acquisire competenze digitali trasversali, utili in qualsiasi ambito lavorativo o scolastico.

Destinatari

Il corso è adatto a tutti coloro che vogliono acquisire una competenza maggiore nell'utilizzo del pacchetto Office 365.

Il percorso formativo è rivolto a tutte le figure professionali aventi competenze informatiche di base e conoscenza basilare dei singoli applicativi di Office 365 e delle principali funzioni.

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.

Contenuti

Modulo 1: Introduzione a Office 365

- Che cos'è Microsoft 365?
- Servizi forniti in Microsoft 365
- Come accedere al portale Microsoft 365
- Panoramica del portale di Microsoft 365

Modulo 2: Strumenti di produttività

- Word
- Excel
- PowerPoint
- Outlook
- OneNote

Modulo 3: Strumenti di collaborazione

- Teams
  - Cos'è Teams
  - Come fare l'accesso a Teams: Web e Desktop
  - Panoramica dell'interfaccia di Teams
- Sharepoint
  - Sincronizzare i file e lavoro offline
  - Che cos'è SharePoint Online
  - Architettura e gerarchia di SharePoint Online

MIGLIORAMENTO CONTINUO AZIENDALE: I riflessi nel reporting gestionale aziendale (16 ore)

Obiettivi e finalità

Il percorso ha l'obiettivo di sensibilizzare l'imprenditore, soprattutto delle PMI ed i professionisti al proprio fianco, sulle tematiche legate a costi, margini e generazione di cassa corrente e prospettica.

Contenuti

- Introduzione: lo scenario macro-economico attuale
- La strategia di miglioramento: vision, mission, obiettivi, SWOT analysis, obiettivi economici finanziari in una simulazione del conto economico e stato patrimoniale; la leva del Capitale Circolante Netto (da cassa teorica a cassa reale)
- Il controllo di gestione e la leva del miglioramento continuo: costi e dinamiche; essere predittivi; il controllo di gestione, elementi, costi e margini, budget-reporting; il controlling; il miglioramento continuo; il concetto del valore, sprechi, variabilità, inflessibilità, l'approccio Toyota, le principali azioni e tecniche di problem solving
- La lettura delle azioni di miglioramento nel bilancio gestionale: la catena del valore di M.E. Porter; l'impatto delle azioni sul conto economico e sullo stato patrimoniale per area di responsabilità, i risvolti nella sfera finanziaria
- Conclusioni, riflessioni finali sulla combinazione vincente OEx (operational excellence) & Controlling

Destinatari

- Imprenditori alla guida di aziende coinvolte in un percorso di riorganizzazione, riposizionamento, crescita
- Supporto formativo di figure direttamente coinvolte in percorsi di passaggio generazionale
- Senior e middle management
- Personale area amministrazione-finanza-controllo, e figure con responsabilità economico-finanziarie nell'organigramma

Scegli questo corso se:

- sei già in possesso delle conoscenze di base, economiche e finanziarie
- hai chiaro quanto sia importante focalizzarsi sui processi di generazione del valore in azienda
- vuoi metterti in gioco contribuendo attivamente nell'impostazione e successiva gestione di un modello gestionale aziendale
- Sai che è sempre più importante spostare l'attenzione dall'aspetto reddituale a quello finanziario

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.

16

NEGOZIARE CON IL PROPRIO TEAM E RELAZIONI INTERNE (16 ore)

Obiettivi e finalità

Il corso si propone di sviluppare capacità comunicative, negoziali e di costruzione di relazioni che funzionano tra collaboratori e colleghi per un maggior benessere (e successo) organizzativo.

Contenuti

- Negoziazione dinamica per non specialisti
- Le skills personali del buon negoziatore
- Saper adattare la propria comunicazione: sviluppare la capacità di sintesi e orientamento
- La comprensione dei bisogni del nostro "cliente interno" o L'arte di fare le giuste domande
- Gestire le situazioni stressanti/conflittuali
- Sapere trasformare il conflitto
- Focalizzare sulle soluzioni
- Uso consapevole della comunicazione non verbale
- La gestione delle proprie emozioni nelle relazioni interne
- Negoziare la relazione
- Da logica ripartitiva a logica generativa
- Separare le persone dal problema
- Focalizzarsi sugli interessi e non sulle posizioni
- Allargare la torta ovvero come creare opzioni a vantaggio di tutte le parti coinvolte nella negoziazione
- Approccio pratico favorevole alla riflessione dinamica e condivisa

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti coloro che sono interessati a migliorare la qualità delle negoziazioni e delle relazioni interne nell'ambito di lavoro, contribuendo a creare un ambiente di lavoro più armonioso, produttivo e collaborativo.

Scegli questo corso se:

- Vuoi imparare a negoziare e gestire le dinamiche del team migliorandone la collaborazione
- Aumentare la produttività all'interno del gruppo di lavoro
- Risolvere conflitti in modo costruttivo
- Sviluppare abilità di comunicazione efficace
- Acquisire/migliorare competenze di leadership

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.

SMART FACTORY EXPERIENCE (16 ore)

Progetto

Smart Factory Experience un corso esperienziale che si svolge all'interno di una fabbrica simulata, dove in 4 incontri di mezza giornata si simula il percorso di Lean Transformation. Abbiamo voluto realizzare questo percorso formativo dedicato anche alle figure operative in modo da creare una cultura Lean diffusa che possa facilitare il lavoro manageriale nel processo di Lean Transformation di cui le aziende, soprattutto le PMI hanno molto bisogno per continuare a crescere in futuro.

Contenuti

- **Modulo Stabilità**: applicazione del metodo 5S con l'annesso visual management, e definizione di procedure standard e condivise di lavoro (standard work) per garantire la stabilità dei processi
- **Modulo Qualità**: avviamento di un ciclo di problem solving per garantire il miglioramento dei processi e delle performance
- **Modulo Flusso**: ottimizzazione del layout, misurazione in tempo reale delle attività a valore e non a valore, bilanciamento del carico del lavoro per garantire il raggiungimento dei target di produzione, sviluppo ed implementazione di un sistema Kanban
- **Modulo Conclusivo**: si gioca l'ultimo round mettendo in pratica tutte le tecniche Lean apprese, utilizzando alcune tecnologie tipiche di Industry 4.0 per controllare in tempo reale i processi e per ridurre l'impatto di attività non a valore.

Destinatari

Tutte le figure interessate ad apprendere le basi della filosofia Lean ed i tools che essa propone, ed anche persone che in aziende industriali e logistiche ricoprono ruoli operativi:

- Imprenditori, direttori Supply Chain
- Responsabili Supply Chain, responsabili logistica, responsabili produzione
- Operatori di magazzino, operatori di produzione
- Dipendenti d'ufficio

Obiettivi e finalità

Perché partecipare:

- Essere liberi di "provare" in un ambiente risk-free: immergersi in un ambiente produttivo che simula una realtà aziendale, al fine di sviluppare e testare soluzioni in un contesto senza rischi Applicare e testare quanto appreso: applicare immediatamente quanto appreso in un contesto aziendale simulato
- Feedback in tempo reale: ottenere feedback sull'andamento delle attività appena svolte, grazie ad una sessione di confronto collettivo (debriefing)
- Apertura mentale: testare ruoli diversi di round in round permetterà di comprendere le responsabilità e difficoltà che ad esso sono associate
- Cambiamento di mentalità: il coinvolgimento nell'evoluzione della fabbrica porta ad una consapevolezza dei benefici che le tecniche Lean possono apportare, insieme allo sviluppo di attitudini di pensiero, trasferibili in azienda
- Coinvolgimento e condivisione: prendere parte in un team coeso, in cui potersi esprimere e da cui poter ottenere un miglioramento dell'autostima.

Al termine dell'esperienza i partecipanti svilupperanno le competenze base necessarie per la realizzazione della trasformazione Lean dei processi interni alla propria azienda ed apprenderanno i benefici, in termini di incrementi di produttività, conseguibili mediante l'adozione di metodologie Lean.

Metodologia

Grazie alla metodologia formativa esperienziale, che utilizza stazioni di lavoro per produrre mini-calcio balilla, i partecipanti imparano a gestire i principali processi nel rispetto di tempi, costi e qualità richiesti dal mercato ed apprendono i benefici in termini di incrementi di produttività conseguibili mediante l'adozione di metodologie Lean.

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.

L'ASSERTIVITÀ:
Come e perché sviluppare relazioni e comportamenti « win – win» (16 ore)

Progetto

L'Assertività è la capacità e la competenza che un individuo ha di utilizzare in ogni situazione – personale e professionale - i comportamenti e le modalità di comunicazione più efficaci, atte ad instaurare relazioni positive e « win – win» con il proprio interlocutore riducendo la possibilità di generarne di negative e conseguentemente conflittuali. E, laddove si creassero conflitti, di gestirli e risolverli in modo costruttivo e d efficace.
Le competenze sviluppate durante il corso saranno utili per gestire con equilibrio e soddisfazione la situazione professionale, sviluppando relazioni positive ed efficaci.

Obiettivi e finalità

Il corso si propone di:

- Acquisire competenze nella comunicazione efficace
- Acquisire competenze nel riconoscimento di relazioni non assertive
- Acquisire competenze nell'esercitare l'assertività
- L'assertività al servizio della gestione dei conflitti

Metodologia

Il corso è strutturato con una metodologia didattica che prevede la costante alternanza di momenti teorici e pratici con focus sull'adattamento degli insegnamenti al proprio contesto aziendale.

Contenuti

- **Ruolo, responsabilità e comunicazione**
  - Il ruolo professionale e la comunicazione come strumento
  - Coerenza tra comunicazione verbale, non verbale, para verbale
  - Ascolto attivo come componente necessaria nella comunicazione efficace
- **Assertività come competenza manageriale**
  - La comunicazione assertiva e la sua applicazione nel contesto lavorativo
  - I concetti di responsabilità, rispetto e reciprocità alla base di uno stile assertivo di relazione
  - Cosa significa comportarsi con assertività
- **Autodiagnosi del proprio comportamento**
  - Comprendere sé stessi e le proprie relazioni con gli altri
  - Identificazione delle proprie caratteristiche comportamentali: punti di forza e aree di miglioramento relazionali
  - Valorizzazione delle aree di applicazione delle proprie qualità nelle situazioni lavorative quotidiane
- **Assertività come guida per comportamenti manageriali efficaci**
  - Comportamenti efficaci e proattivi come caratteristiche distintive del manager
  - Obiettivi per gestire la propria vita professionale
  - Ambiti applicativi del comportamento assertivo: verso sé stessi, verso gli altri, verso la realtà organizzativa
- **La gestione efficace dei collaboratori. Come evitare passività, aggressività e manipolazione**
  - Il rispetto reciproco nelle relazioni con gli altri: valorizzazione delle diverse posizioni nel rispetto del diritto e della visione altrui
  - Mappatura degli atteggiamenti aggressivi, passivi e manipolatori: come trasformarli in assertività
  - Potenzialità e vantaggi del modello assertivo
  - Prendere decisioni, spiegarle e promuoverle
- **La critica costruttiva: leva di crescita personale e professionale**
  - Diritto di rilevare un errore
  - Come impostare una critica costruttiva
  - La capacità di dire no
- **Assertività e gestione dei conflitti**
  - Dinamiche dei conflitti e delle tensioni in azienda: comprenderle, prevenirle e risolverle attraverso

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 apprende-ranno 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.

INNOVATION MANAGEMENT (30 ore)

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.

PROJECT MANAGEMENT (30 ore)

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.

DIGITAL MARKETING (30 ore)

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.

INGLESE (30/32 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.

ENGLISH LANGUAGE (30/32 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.

ENGLISH LANGUAGE ADVANCED (30/32 ore)

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.

BUSINESS ENGLISH (30/32 ore)

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 dibattici 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.

FRANCESE (30/32 ore)

Obiettivi e finalità

Il corso di francese mira a migliorare la capacità di comunicare in lingua francese con sicurezza e padronanza, andando a sviluppare le abilità di espressione scritta ed orale, con particolare attenzione al contesto aziendale e alla gestione di clienti e fornitori. Le lezioni si baseranno su argomenti e situazioni quotidiane di lavoro dove risulta necessario capire e farsi capire, concentrandosi su che cosa si sta dicendo e sulla forma migliore per comunicarlo in lingua: alle spiegazioni teoriche seguiranno esercitazioni pratiche, volte a 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 francese.

Modalità di erogazione

Il percorso formativo potrà essere erogato in aula, in modalità frontale o in modalità FAD – Formazione a distanza.

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 francese 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 francese, 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.
- 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.
- Comprendere i concetti principali di testi audio complessi riguardanti tematiche economiche, inclusi dibattici su diverse problematiche.
- 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.
- 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.

TEDESCO (30/32 ore)

Obiettivi e finalità

Il corso di tedesco mira a migliorare la capacità di comunicare in lingua francofona 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, dove è necessario capire e farsi capire, concentrandosi su che cosa si sta dicendo e sulla forma migliore per dirlo in tedesco. Le lezioni verranno improntate su spiegazioni teoriche seguite da esercitazioni pratiche, per rendere l'apprendimento il più dinamico possibile. L'obiettivo principale è di fornire maggiore dimestichezza ai partecipanti nell'esposizione in lingua 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 tedesca, 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 potrà essere erogato in aula, in modalità frontale o in modalità FAD – Formazione a distanza.

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 tedesca 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 tedesco, 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
- 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.
- Comprendere i concetti principali di testi audio complessi riguardanti tematiche economiche, inclusi dibattici su diverse problematiche.
- 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
- 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.

SPAGNOLO (30/32 ore)

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

Regione Lombardia
ENTE FORMATIVO ACCREDITATO N°1260

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 omnicomprensivo delle singole iniziative è pari a:
€ 800,00 +IVA cad. per i corsi di 16 ore
€ 1.200,00 + IVA cad. per i corsi da 30 ore
€ 1.500,00 + IVA cad. per i corsi da 32 ore

<u>Cofinanziamento:</u>
Lavoratori autonomi, Liberi professionisti, ditte individuali: rimborso 100%, cofinanziamento 0%
Microimpresa (da 1 a 9 dipendenti e fatturato < 2 mln): rimborso 90%, cofinanziamento 10%
Piccola Impresa (da 10 a 49 dipendenti e fatturato < 10 mln): rimborso 70%, cofinanziamento 30%
Media Impresa (da 50 a 249 dipendenti e fatturato < 50 mln): rimborso 60%, cofinanziamento 40%
Grande Impresa (oltre 250 dipendenti e fatturato > 50 mln): rimborso 50%, cofinanziamento 50%

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: Gall. 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.

ACCREDIA SGQ N° 092A
Certitalia Organismo di certificazione