



CATALOGO FORMATIVO

2025

BENVENUTI NEL NOSTRO CATALOGO FORMATIVO!

Un'opportunità per esplorare **nuovi percorsi di crescita e sviluppo professionale**. Siamo lieti di presentarvi una selezione di corsi progettati per arricchire le competenze individuali e quelle del vostro team.

**LA FORMAZIONE DEL SEGUENTE CATALOGO È FINANZIABILE
ATTRAVERSO I FONDI INTERPROFESSIONALI E I BANDI
DELLA REGIONE LOMBARDIA.**

**QUESTO SIGNIFICA CHE POTETE INVESTIRE NEL VOSTRO
FUTURO SENZA PREOCCUPARVI DEL BUDGET!**

Grazie a queste **risorse**, avrete l'opportunità di accedere a corsi di alta qualità, progettati per rispondere alle esigenze del mercato e per aiutarvi a raggiungere i vostri obiettivi professionali.

Sfogliate il nostro catalogo e scoprite come possiamo supportarvi nel vostro percorso di crescita. Siamo qui per aiutarvi a trasformare la formazione in un'opportunità accessibile e vantaggiosa!

INDICE DEI CONTENUTI

POTENZIARE LE SOFT SKILLS

Tecniche di negoziazione	p. 5	
Comunicazione strategica ed efficace	p. 6	
Gestione dei conflitti	p. 7	
Problem solving: orientamento alla soluzione	p. 8	
Leadership e gestione dei collaboratori	p. 10	
Sales Management: gestione del cliente	p. 12	
Benessere in azienda: mindfulness e gestione dello stress	p. 13	
Time management e gestione del tempo	p. 15	
Project Management	p. 17	
Human Resources Management	p. 19	



*Corsi utili per l'acquisizione di punteggi
per la certificazione di parità*

INDICE DEI CONTENUTI

POTENZIARE LE HARD SKILLS

Social media Management	p. 21
Digital marketing e advertising	p. 23
ESG Management	p. 25
Cybersecurity: Modello OSINT e AI.....	p. 27
Rendicontazione, Impatto e Supply Chain	p. 29
Business Data Analysis	p. 31
Administration Management.....	p. 33
Analista di business: Excel – tecniche e strumenti per l’analisi dei dati	p. 34
Business English: strumento di competitività d’impresa	p. 36
Corso di contabilità di base	p. 38
Corso di contabilità avanzata.....	p. 40
AI Generativa e Strategie di Marketing digitale	p. 42

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

Il corso fornisce ai partecipanti le più efficaci tecniche di comunicazione persuasiva e di negoziazione, utili sia per la costruzione di solidi accordi sia per la risoluzione delle controversie nel mondo professionale. L'obiettivo del corso è quello di gestire trattative articolate e complesse e affinare capacità di negoziazione. Sviluppare efficacemente la comunicazione con il cliente per massimizzare la relazione e la redditività.

Contenuti:

MODULO 1 – Preparare e gestire negoziazioni complesse

- Il processo di Negoziazione: obiettivi, livelli, contesti e relazioni
- Negoziare in modo efficace
- Oltre il compromesso: stili di negoziazione
- Come e su cosa focalizzare l'attenzione durante il processo di negoziazione
- I principali ostacoli alla composizione efficace di un negoziato
- Aumentare il proprio potere negoziale

MODULO 2 – Comunicazione efficace e gestione del reclamo

- I diversi tipi di insoddisfazione e reclamo
- Comprendere la natura dell'insoddisfazione
- Organizzare e migliorare la gestione del reclamo
- La gestione dei reclami scritti e verbali
- Comprendere i bisogni e gli obiettivi che muovono noi e gli altri
- Le capacità di adeguamento e flessibilità senza mai essere dimissivi
- La gestione dell'imprevisto e delle obiezioni

Destinatari

Tutti coloro che si trovano a negoziare quotidianamente e per i quali la negoziazione è una competenza fondamentale nel raggiungimento degli obiettivi di business

COMUNICAZIONE STRATEGICA ED EFFICACE

Il corso si propone di incrementare nei partecipanti le capacità trasversali necessarie ad affrontare ogni ruolo professionale partendo dalla conoscenza di sé fino all'individuazione del proprio linguaggio di comunicazione efficace. Il corso propone tecniche e strumenti pratici e facilmente applicabili ad ogni tipo di situazione comunicativa aziendale, valorizzando al meglio il proprio ruolo. Le competenze acquisite consentiranno di comunicare in modo da essere facilmente compresi da qualsiasi interlocutore, ottimizzando le relazioni interpersonali.

Contenuti:

MODULO 1 – Strategie di comunicazione

- Pragmatica della comunicazione umana
- La struttura della Comunicazione
- Contenuto e Relazione
- Gli errori da evitare nella Comunicazione
- L'arte del Feedback (le 4 tipologie)
- L'arte del dialogo
- Domande strategiche
- Il processo dialogico a imbuto
- Comunicazione logica e analogica
- Comunicazione persuasiva
- Stratagemmi di Comunicazione
- L'Ascolto Attivo
- Sintonia ed Empatia

Destinatari

La formazione è progettata per tutti coloro che desiderano affinare le proprie capacità comunicative.

GESTIONE DEI CONFLITTI

I conflitti aziendali possono avere una ricaduta pesante sul clima organizzativo e sulla performance lavorativa. Saper utilizzare le tecniche di gestione dei conflitti per riconoscere, prevenire e affrontare le situazioni conflittuali e costruire relazioni proficue a livello interpersonale e interprofessionale, può fare la differenza. Il conflitto, può rappresentare una importante occasione di sviluppo personale e professionale e da possibile ostacolo, può aiutare le persone a gestire i propri rapporti personali e professionali.

Contenuti:

MODULO 1 – Il conflitto nelle situazioni lavorative

- Cos'è il conflitto
- Differenziare un contrasto da un conflitto
- Il conflitto in azienda
- Riconoscere e affrontare situazioni conflittuali
- Identificare un conflitto e le sue cause
- Riconoscere, prevenire e gestire situazioni conflittuali

MODULO 2 – La gestione del conflitto

- Differenti approcci alla gestione del conflitto: vantaggi e svantaggi
- L'importanza di un approccio win-win
- Abilità personali per affrontare situazioni conflittuali
- Riconoscere e gestire le proprie emozioni
- Emozioni-Pensieri-Comportamenti un rapporto circolare
- Metodi e strumenti per la risoluzione dei conflitti
- La ricerca delle alternative e proposta di una soluzione
- Fare delle situazioni conflittuali un motivo di crescita personale e professionale

Destinatari

La formazione è progettata per tutti coloro che hanno la necessità di affinare le loro tecniche di gestione della relazione

PROBLEM SOLVING: ORIENTAMENTO ALLA SOLUZIONE

Il corso Problem Solving permette ai partecipanti di sviluppare una visione specialistica del problem solving, che attraverso l'utilizzo di strumenti atti a definire, descrivere e contenere le cause, consentirà di implementare le possibili soluzioni e monitorarne l'andamento fino al raggiungimento dell'obiettivo.

I contenuti del corso consentono ai partecipanti di apprendere una metodologia per gestire situazioni problematiche o incerte; migliorare le capacità di diagnosi di problemi organizzativi; migliorare le capacità di pianificazione; affrontare in modo positivo le esigenze di cambiamento e di razionalizzazione dei processi organizzativi; comprendere le fasi del processo decisionale e le modalità per definire a livello individuale un piano di azione per l'applicazione di quanto appreso.

Contenuti:

MODULO 1 – Problem Solving: Allenare le capacità cognitive, emotive e decisionali

- Cos'è il problem solving e ambiti di applicazione
- Definizione di problema
- Conoscere il proprio stile di pensiero
- Tecniche di brainstorming
- Tecniche di problem solving
- Gestire i conflitti decisionali
- Assegnare priorità in termini di urgenza e importanza

MODULO 2 – Elaborazione del processo: prendere decisioni in modo efficace

- L'analisi e strutturazione dei problemi, delle cause e dell'impatto del problema
- Il diagramma causa-effetto
- L'individuazione di soluzioni alternative
- I diagrammi ad albero
- Opzioni realizzabili: la scelta di una soluzione,
- La definizione del piano di risoluzione dei problemi
- Riconoscere i possibili "colli di bottiglia"
- Sviluppare un piano d'azione per attuare una decisione

Destinatari

Il corso è destinato alle risorse che coordinano o dirigono collaboratori o gruppi di lavoro, con responsabilità gerarchica e/o funzionale, e anche a coloro che si trovano quotidianamente a dover trovare velocemente soluzioni e prendere decisioni per la risoluzione di problemi.

LEADERSHIP E GESTIONE DEI COLLABORATORI

Il corso ha l'obiettivo di rafforzare la leadership di chi gestisce personale e gruppi di lavoro: fornisce un quadro di conoscenze cui fare costante riferimento e approfondisce tecniche e strumenti pratici, utili a perseguire obiettivi di elevata performance individuale e di team. Saper instaurare un clima di fiducia e uno spirito di squadra è un risultato conseguibile attraverso un processo di elaborazione interiore e attraverso l'utilizzo di strumenti atti a sviluppare doti di leadership. Il corso "Leadership e gestione dei collaboratori" intende fornire ai partecipanti strumenti per sviluppare in modo positivo il proprio stile di gestione dei collaboratori ed attuare consapevolmente tecniche di motivazione all'interno dei gruppi di lavoro.

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito competenze gestionali e saranno in grado di applicare migliori tecniche di gestione e motivazione dei propri collaboratori.

Contenuti:

MODULO 1 – Il contesto organizzativo e il ruolo del leader

- Stili di leadership e competenze trasversali chiave
- Strategie di comunicazione e relazione con il team
- Gruppo e team di lavoro
- Manager vs Leader
- Competenze chiave di leadership
- Leadership e motivazione
- Un modello di riferimento per l'esercizio della leadership professionale

MODULO 2 – Legittimare la propria leadership

- Controllo o fiducia: concetto di delega
- Motivare e guidare i propri collaboratori: comportamenti direttivi e di sostegno
- Il monitoraggio delle performance
- Il ruolo della comunicazione nella costruzione del proprio consenso
- Assegnare obiettivi, Supportare e valutare le prestazioni
- La gestione dei colloqui individuali
- Il feedback

MODULO 3 – Costruire piano d'azione per gestire il team

- La creazione del proprio team
- Sviluppo progressivo della propria leadership
- Guidare attraverso l'esempio
- Gestire il team: come comunicare obiettivi e mission
- Conoscere i collaboratori/trici e favorire il loro sviluppo
- Sviluppare una cultura agile per l'apprendimento continuo
- Stimolare i collaboratori nell'assunzione delle responsabilità
- Come migliorare le prestazioni proprie e dei propri collaboratori
- Possibili cause di fallimento

Destinatari

Il corso è rivolto a manager, professionisti e imprenditori che vogliono sviluppare e rafforzare le competenze chiave per essere leader, motivare la squadra e sviluppare i propri collaboratori.

SALES MANAGEMENT: GESTIONE DEL CLIENTE

Il corso esamina gli strumenti indispensabili per analizzare i reali bisogni del cliente, pianificare la vendita, eccellere nell'aspetto relazionale, anticipare le obiezioni chiudere con redditività la trattativa. Verranno, inoltre, trasmesse attraverso, simulazioni ed esercitazioni pratiche, strategie più innovative ed efficaci di negoziazione per creare sintonia con l'interlocutore, cogliendo i suoi bisogni e le sue aspettative. L'obiettivo del corso è quello di gestire trattative articolate e complesse e affinare capacità di negoziazione. Sviluppare efficacemente la comunicazione con il cliente, concludere le vendite alle migliori condizioni per massimizzare relazione e redditività.

Contenuti:

MODULO 1 – TECNICA DI VENDITA: ORIENTAMENTO AL CLIENTE

- I modelli e le tecniche più efficaci per costruire un rapporto positivo con il cliente
- Gli strumenti linguistici da utilizzare per la raccolta delle informazioni
- La mappa mentale del cliente: sviluppare la capacità di individuare e conoscere i suoi valori e i suoi criteri di scelta
- Le fasi della vendita: le strategie per gestire al meglio le trattative
- La psicologia comportamentale del cliente
- Come motivare il cliente all'acquisto: le due leve che spingono all'azione
- Entrare in sintonia con i "decision makers"
- Fidelizzare il cliente per creare ulteriori opportunità di vendita, acquisire modalità per far sentire ogni individuo riconosciuto ed unico e quindi calibrare le strategie sulle specificità del singolo cliente

Destinatari

Sales Manager, Responsabili Commerciali e Direttori Vendite di nuova nomina. Store Manager e Area Manager. In senso lato, tutte le figure professionali addette alla gestione di un team di vendita.

BENESSERE IN AZIENDA: MINDFULNESS E GESTIONE DELLO STRESS

L'obiettivo dell'intervento formativo è di trasmettere ai destinatari importanti elementi teorici e pratici per prevenire, individuare tempestivamente, e fronteggiare, lo stress, migliorando il benessere psico-fisico personale e collettivo. Per favorire l'acquisizione di tali competenze, il corso metterà a disposizione sia elementi conoscitivi relativi al tema dello stress (distinzione tra eustress e distress e relativi aspetti psico-fisici, caratteristiche degli eventi stressanti e loro specificità in riferimento al tema del lavoro) ma anche metodologie organizzative pratiche (tecniche per il project e il time management, metodi per la gestione delle incertezze e degli imprevisti, strumenti per il monitoraggio delle attività) e approcci psicologici efficaci (tecniche di rilassamento e respirazione, mindfulness).

Nello specifico, la centralità della scelta della mindfulness consegue alla considerazione che, tale modalità esperienziale, possa essere particolarmente adeguata a favorire, oltre al benessere psico-fisico degli utenti, anche il miglioramento della performance, della produttività e delle capacità di relazione interpersonali

Contenuti:

MODULO 1 – Stress e lavoro (introduzione al tema dello stress e sue specifiche in ambito lavorativo)

- Stile di vita salutare
- Modelli della mente
- Utilizzare tecniche per individuare e riconoscere i diversi tipi di stress
- Strumenti di autovalutazione
- Gestire le incertezze

MODULO 2 – La Mindfulness: un metodo per la gestione dello stress (introduzione alla tecnica sulla mindfulness)

- Applicare la mindfulness per salvaguardare il benessere fisico
- Applicare la mindfulness per salvaguardare il benessere emotivo
- Mindfulness per governare lo stress
- Mindfulness per utilizzare lo stress positivo

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che, siano essi dipendenti d'azienda o liberi professionisti, abbiano sperimentato momenti di confusione e stress legati alla repentina modificazione delle quotidiane attività lavorative e abbiano quindi necessità di acquisire tecniche e strumenti operativi in grado di garantire il ripristino della propria efficacia personale e lavorativa

TIME MANAGEMENT E GESTIONE DEL TEMPO

Il corso Time Management e gestione delle riunioni fornisce le linee guida per pianificare le attività puntando soprattutto su ciò che è importante, invece di rincorrere le urgenze. I contenuti del corso consentono ai partecipanti di apprendere una metodologia per definire le proprie priorità; elaborare modelli e scenari attraverso i quali traguardare il proprio processo decisionale; migliorare le capacità di auto-organizzazione; chiarire il ruolo delle abitudini e le modalità per superarle positivamente; comprendere le modalità per individuare e gestire i propri gap e definire a livello individuale un piano di azione per l'applicazione di quanto appreso.

Contenuti:

MODULO 1 – Approccio strategico alla gestione del tempo

- Cosa ottenere da una migliore gestione del tempo
- Comprensione dei propri margini di manovra
- Individuazione degli ostacoli e delle opzioni
- I concetti di urgente, importante, prioritario
- Differenze tra efficacia ed efficienza
- Riconoscere il proprio approccio nella gestione di scadenze, interferenze e pressioni
- Imparare a “dire di no”

MODULO 2 – Time Management e pianificazione

- Modelli e strumenti di pianificazione
- Il problema del multitasking
- Comprendere la propria curva di efficienza
- Ridistribuire, comprimere e delegare le attività
- Cosa delegare, come delegare
- Ridefinire i propri obiettivi
- Individuare le azioni per raggiungerli
- Predisporre un piano d'azione
- Lavorare sulle proprie abitudini
- Stabilire delle ricompense per i successi ottenuti

Destinatari

La formazione è progettata per tutti coloro che desiderano migliorare la gestione del tempo in ambito professionale, con l'obiettivo di poter implementare e migliorare le proprie metodologie di pianificazione

PROJECT MANAGEMENT

Il corso Project Management ha l'obiettivo di aiutare le imprese a sviluppare le competenze di coloro che sono quotidianamente chiamati a organizzare e gestire il lavoro per progetti. Nello specifico, si propone di far conseguire ai partecipanti: le competenze tecniche e organizzative per l'integrazione del team di progetto con il contesto aziendale, per la definizione del piano di progetto, per l'utilizzo di strumenti di pianificazione e controllo di attività, tempi, costi, persone e fattori di rischio, nonché per la progettazione e l'utilizzo di strumenti informatici di supporto alle attività di progetto; le competenze gestionali e relazionali di individuazione e condivisione degli obiettivi di progetto, di progettazione e conduzione dei team di lavoro, di leadership di progetto e di negoziazione

Contenuti:

MODULO 1 – Principi di Project Management

- Definizione e implementazione di indicatori chiave di performance (KPI) per il monitoraggio dei progetti
- Tecniche di reporting e creazione di report efficaci
- Gestione delle deviazioni e azioni correttive
- Analisi del valore guadagnato (Earned Value Analysis – EVA)
- Tecniche di gestione dei rischi e delle incertezze nel monitoraggio
- Utilizzo di software avanzati per il monitoraggio in tempo reale
- Fondamenti del Project Management
- Scomposizione del lavoro (Work Breakdown Structure – WBS)
- Organizzazione delle attività in task e sottotask
- Assegnazione delle risorse e stima dei tempi
- Sequenziamento delle attività e gestione delle dipendenze
- Introduzione alla pianificazione del progetto

- Tecniche di pianificazione basate sull'obiettivo (GAP Analysis, SWOT Analysis)
- Utilizzo di software di project management per la creazione di piani dettagliati
- Creazione e interpretazione dei diagrammi di Gantt per la pianificazione temporale

Destinatari

Il corso è destinato a imprenditori, titolari di PMI, manager e più genericamente tutti coloro che sono coinvolti nella gestione di progetti all'interno delle aziende e intendono approfondire il tema del project management.

DESTINATARI

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Il corso ha l'obiettivo di formare una figura professionale completa, in grado di gestire le aree della funzione HR: dal recruiting all'onboarding, dalla formazione al performance management. Il percorso consentirà di apprendere tutti gli aggiornamenti relativi alle competenze più richieste nel settore.

Contenuti:

MODULO 1 – Tecniche di selezione e Talent Acquisition

- Strategie di employer branding
- Tecniche di recruiting
- Job Description
- Colloquio individuale e di gruppo
- Onboarding

MODULO 2 – Formazione e progettazione formativa

- Formazione e sviluppo delle risorse in azienda
- Progettazione di un percorso formativo
- Valutazione dei risultati

MODULO 3 – Talent retention & Talent attraction

- Comprendere e valorizzare i dipendenti in azienda
- Leadership e Valutazione dei dipendenti con un focus sui nuovi criteri dell'IA
- Performance Management
- Strumenti di coaching

MODULO 4 – Gestione del personale, Diversity & Inclusion

- Gestire il personale in azienda e affrontare i cambiamenti del New Normal, utilizzando anche gli strumenti forniti dall'IA e le strategie in materia di diversity & inclusion
- Rendere l'azienda un "Best Place to work"
- Gestire l'evoluzione del lavoro flessibile in tutte le sue forme
- Gestire la complessità della Mobility & Relocation

Destinatari

Il corso è indirizzato a coloro che sentono la necessità di approfondire e acquisire nuove competenze, al fine di aggiornarsi.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Il corso permette di analizzare gli elementi chiave di una strategia di marketing digitale, partendo dalla definizione dei fattori distintivi dell'azienda, fino all'impostazione di una comunicazione coerente sul web. Strutturare una presenza efficace dell'azienda, per sapere come e quanto interagire con le piattaforme social e costruire una identità in rete che sia efficace e contemporanea.

Contenuti:

MODULO 1 – Social Media Marketing & Content Creation

- Creare una social media strategy
- Definire gli obiettivi
- Individuare i contenuti e creare un piano editoriale
- Come ottenere visibilità sui social

MODULO 2 – Copywriting (scrittura efficace)

- Gli obiettivi del digital advertising: differenza tra branding e performance
- Tipologie di advertising online (keyword ADV, display ADV, video ADV, social media ADV)
- Gli strumenti del digital advertising: Google Ads e Social Advertising
- Gli elementi essenziali per una strategia di advertising di successo: copywriting persuasivo, creatività pubblicitaria, tecniche di posizionamento
- Pianificazione strategica e gestione del budget
- Monitoraggio ed analisi delle performance
- Panoramica sulle principali metriche analitiche del digital advertising
- Elaborazione dei report sulle performance

MODULO 3 – E-commerce

- Conoscenza del mercato di riferimento
- Gestione di un e-commerce full stack (back-end e front-end)
- L'importanza dei dati analitici
- Basi per la gestione progettuale di un prodotto o servizio da vendere online
- Gestire il rapporto con i clienti

Destinatari

Il corso è destinato a un ampio target: addetti ufficio commerciale-marketing; Brand e Product Manager, Web Marketing Manager, consulenti/freelance, giovani professionisti della comunicazione e del marketing e tutti coloro che, spinti da un forte interesse per il web e i social media, vogliono aggiornare le proprie competenze.

DIGITAL MARKETING E ADVERTISING

Il corso offre l'opportunità di acquisire competenze distintive nell'advertising, approfondendo gli strumenti fondamentali per lo sviluppo della digital strategy aziendale: Analytics, SEO SEM. Il corso, grazie alle nozioni teoriche e alla possibilità di metterle in pratica con i numerosi strumenti forniti, ha l'obiettivo di affrontare passo passo ogni aspetto della Digital marketing strategy per sfruttare al meglio le leve del marketing digitale e i nuovi strumenti.

Contenuti:

MODULO 1 – SEO

- Interpretazione della SERP e degli intenti di ricerca;
- Comprensione delle logiche di funzionamento dei motori di ricerca;
- Capacità di individuare gli aspetti tecnici dell'ottimizzazione onpage;
- Capacità di redarre un testo SEO oriented;
- Comprensione degli aspetti tecnici di un sito;
- Impostazione dell'audit di un sito.

MODULO 2 – SEM

- individuare le logiche del posizionamento paid sui motori di ricerca
- impostare una keyword strategy e preparare una struttura di keyword funzionale a una campagna performante.
- Fattori che influiscono sul punteggio di qualità
- Modelli di attribuzione
- Monitoraggio e reporting
- Campagne Display, GSP e Remarketing Dinamico

MODULO 3 – GOOGLE ANALYTICS

- Cosa sono e come funzionano le web analytics
- Uso di Google Tag Manager
- Le principali viste: pubblico, acquisizione, comportamento, conversioni
- Il tracciamento delle campagne: come impostarlo, come leggere i risultati
- Monitorare le conversioni: tipologie di obiettivi (micro e macro)
- Reportistica e Google Data Studio
- L'evoluzione di Google Analytics: GA4
- La certificazione di Google Analytics IQ, come ottenerla

Destinatari

Il corso fornisce elementi utili per chi opera o opererà in diversi tipi di organizzazione - profit, non profit, pubblica, privata e si propone come una base formativa per poi proseguire con altri percorsi formativi specifici quali CSR manager, Diversity manager, etc.

ESG MANAGEMENT

Il corso intende mettere in evidenza i ruoli dei diversi soggetti coinvolti e la necessità di avviare collaborazioni sussidiarie che possono portare risultati positivi con importanti ricadute per la comunità. Obiettivo del corso è offrire una panoramica sull'evoluzione della CSR affrontando aspetti teorici ma anche pratici utili per impostare o implementare una strategia di sviluppo sostenibile.

Contenuti:

MODULO 1 – CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

- Differenza tra shareholder e stakeholder
- Governance, responsabilità ed aspetti organizzativi
- Impatto ambientale e politiche di sostenibilità
- Case history

MODULO 2 – Certificazioni ambientali sociali ed etiche

- Rapporto tra ESG Management e le Certificazioni Ambientali, Sociali ed Etiche
- Gli elementi di Responsabilità Sociale dell'Impresa: la filiera di riferimento, la volontarietà delle certificazioni, la corretta comunicazione ad esse collegata
- Analisi e differenze tra Certificazione di Gestione e Certificazione del Prodotto
- Analisi degli strumenti volontari, fra cui: SA8000:2014, UNI EN ISO 14001:2018, EMAS, ISO 26000:2010, ECOLABEL

MODULO 3 – Transizione energetica

- Strategie di mitigazione e di adattamento nazionali ed aziendali
- Evoluzione degli impegni internazionali: l'Accordo di Parigi
- Il quadro di riferimento europeo e il mercato dei diritti di emissione
- Calcolo della carbon footprint e reporting emissioni climatiche

MODULO 4 – Circular supply chain

- I modelli di circular economy
- Le politiche UE a supporto della circular economy
- La misurazione della circolarità di impresa (il bilancio materico)
- La misurazione della circolarità di prodotto
- Il coinvolgimento degli stakeholder e della liera
- Le norme sulla supply chain (GlobalG.A.P. GRASP, GlobalG.A.P. Chain of Custody)

Destinatari

Il corso fornisce elementi utili per chi opera o opererà in diversi tipi di organizzazione - profit, non profit, pubblica, privata e si propone come una base formativa per poi proseguire con altri percorsi formativi specifici quali CSR manager, Diversity manager, etc.

CYBERSECURITY: MODELLO OSINT E AI

Il percorso di Job Farm è altamente specializzante progettato per formare figure professionali in grado di affrontare le sfide della sicurezza informatica con competenze tecniche, strategiche e normative. Con un approccio concreto, interattivo e orientato al mondo del lavoro, il master offre un'esperienza formativa allineata alle reali esigenze delle aziende.

La cybersecurity non è più un'opzione, è una necessità strategica. Ogni organizzazione, pubblica o privata, fronteggia giornalmente minacce informatiche sempre più complesse: ransomware, phishing, violazioni di dati, attacchi DDoS. La domanda di esperti in cybersecurity cresce in modo costante e supera ampiamente l'offerta: il settore si conferma tra i più richiesti e stabili nel mondo del lavoro digitale

Contenuti:

MODULO 1 – OSINT & Cyber Threat Intelligence

- Utilizzare strumenti OSINT come Maltego, The Harvester e Google Dorking.
- Analizzare dati da social media, forum e siti pubblici
- Creare profili di minaccia e mappe di rischio.
- Interpretare pattern comportamentali di attori malevoli.
- Integrare l'intelligence nel monitoraggio e nella prevenzione degli attacchi.

MODULO 2 – : Intelligenza Artificiale per la Cybersecurity

- Usare algoritmi di machine learning per rilevare minacce e anomalie
- Identificare rischi legati all'uso malevolo dell'AI (deepfake, attacchi automatizzati).
- Progettare sistemi di difesa reattivi basati su AI
- Comprendere le basi tecniche dell'AI applicata alla cybersecurity
- Valutare le implicazioni etiche e legali dell'intelligenza artificiale in ambito sicurezza

Destinatari

Il corso si rivolge a figure addette alla sicurezza informatica. Tale figura ha il compito di identificare i rischi legati all'utilizzo di servizi informatici e propone soluzioni volte a garantire un livello di sicurezza complessivo per il sistema informativo che risulti adeguato alle specifiche esigenze.

RENDICONTAZIONE, IMPATTO E SUPPLY CHAIN

La sostenibilità si configura, per ogni impresa moderna, come una direttrice di sviluppo necessaria per rispondere a un consumatore sempre più attento e a un quadro normativo sempre più stringente.

Essere sostenibili non è una moda o un trend di marketing; è la risposta a una richiesta precisa che arriva dal pianeta, dalle norme e dai consumatori e che può essere realizzata solo attraverso competenze solide, definite e immediatamente spendibili nel contesto aziendale.

Lo sviluppo di strutture interne dedicate ai criteri ESG avvantaggia le aziende non solo dal punto di vista economico ma anche nella distribuzione di valore e di benessere condiviso tra tutti gli stakeholder. Il corso, progettato in ottica corporate, ha come obiettivo quello di creare figure professionali qualificate e ricercate dal mercato, con competenze immediatamente spendibili

Contenuti:

MODULO 1 – La rendicontazione non finanziaria

- Approcci e strumenti per la governance e l'accountability degli aspetti sociali e ambientali
- La rendicontazione non finanziaria: quadro europeo normativo di riferimento e recepimento nazionale
- Il documento di sostenibilità: linee guida e case studies
- L'analisi di materialità: alla base della rendicontazione di sostenibilità
- CSRD: la nuova era della rendicontazione di sostenibilità

MODULO 2 – Impatto e valutazione

- Impatto sociale: terminologia e approcci
- Metodologie e strumenti per la valutazione di impatto sociale
- Logica e funzionamento delle strategie di impatto
- Il bilancio sociale: normativa di riferimento, struttura e definizione

MODULO 3 – Sustainable Supply Chain

- I modelli di Circular Economy
- Le politiche UE a supporto della Circular Economy
- La misurazione della circolarità di impresa (il bilancio materico) e del prodotto
- Le norme sulla supply chain (Global G.A.P. GRASP, Global G.A.P. Chain of Custody)
- Il coinvolgimento degli stakeholder e della filiera

Destinatari

Il corso è pensato per formare professionisti al passo con le più recenti evoluzioni della normativa in tema di reporting non finanziario e in grado di orientarsi nella scelta tra i diversi modelli di documento e tra i principali framework di rendicontazione, in modo da soddisfare di volta in volta le esigenze specifiche degli stakeholder.

BUSINESS DATA ANALYSIS

Il corso forma professionisti capaci di supportare le scelte strategiche di business aziendale, attraverso l'uso di tecniche avanzate di data analysis. I partecipanti apprenderanno le tecniche di analisi e visualizzazione di dati in contesti di small e big data, tramite l'utilizzo di piattaforme e software volti all'analisi, modellizzazione e visualizzazione dei dati, con l'obiettivo di mostrare i principali KPI in contesti di Business Intelligence

Contenuti:

MODULO 1 – DATA ANALYTICS & DATA SCIENCE: dalla Business Intelligence all'analisi predittiva

- Analisi Descrittiva, diagnostica, predittiva, prescrittiva e algebra lineare
- Statistiche, Cross Tab, Tabulazione statistica
- Data Analytics vs Data Science
- Statistica per la Data Science
- Modelli di regressione

MODULO 2 – BIG DATA ANALYTICS

- Big Data
- Python per l'analisi dati
- IDE – Integrated Development Environment: il principali ambiente di sviluppo del software
- Librerie con Python

MODULO 3 – DATA VISUALIZATION

- L’ecosistema Power BI
- Collegare Power BI a più origini di dati
- Trasformare i dati con Power Query
- Modellazione (relazioni, cardinalità, direzione di filtro, Star Schema e molto altro)
- Linguaggio DAX (funzioni DAX, creazione di misure, colonne calcolate e molto altro)
- Visualizzare i dati in Power BI (matrici, tabelle, grafici a torta, grafici a barre, gauge, oggetti visivi “Custom” e molto altro)
- Dashboard avanzate

Destinatari

Il corso è indirizzato a coloro che vogliono approfondire il settore del data driven management. Il percorso si adatta perfettamente anche a tutti coloro che lavorano già in contesti aziendali e che hanno necessità di specializzarsi o di aggiornarsi.

ADMINISTRATION MANAGEMENT

Il corso ha l'obiettivo di formare una figura professionale completa, in grado di gestire le aree dell'Amministrazione: dalla contrattualistica, al payroll fino agli strumenti utilizzati come Zucchetti.

Contenuti:

MODULO 1 – Contrattualistica

- Scegliere il contratto migliore per l'assunzione del personale in azienda
- Gestire l'assunzione dei dipendenti e padroneggiare i livelli retributivi
- Gestire le dimissioni
- Comprendere la gestione dei licenziamenti individuali e collettivi e gli ammortizzatori sociali
- Gestire i procedimenti disciplinari

MODULO 2 – Payroll

- Comprendere la costruzione del cedolino paga
- Comprendere come gestire le trasferte e le note spese
- Comprendere come gestire il trattamento di fine rapporto

MODULO 3 – Gestionale Zucchetti

- Gestire l'inserimento dei dati all'interno del gestionale
- Padroneggiare l'inserimento di informazioni propedeutiche alla generazione dei cedolini
- Effettuare la compilazione del modello 770

Destinatari

Il corso è indirizzato a coloro che sentono la necessità di approfondire e acquisire nuove competenze, al fine di aggiornarsi.

ANALISTA DI BUSINESS: EXCEL – TECNICHE E STRUMENTI PER L'ANALISI DEI DATI

L'azione formativa dedicata allo studio di strumenti di analisi di dati, con particolare focus su excel, intende intercettare una tendenza ben delineata sul mercato del lavoro, che sempre più spesso è alla ricerca di figure in grado di interpretare e analizzare i cosiddetti big data. Il sole24 ore, in un articolo pubblicato all'inizio del 2020, ha individuato, tra le professioni emergenti, quella del data analyst, accogliendo sotto questo cappello, professionalità in grado di attingere alle banche dati, interpretarne le tendenze e tradurne il significato in linee di azione strategica in azienda.

Si tratta di una professione che richiede il matching di competenze informatiche ed economiche oltre che forti skills per quanto concerne l'utilizzo di specifici strumenti di analisi. La presente proposta formativa ha come obiettivo quello di fornire strumenti operativi di interpretazione e organizzazione dei dati aziendali, finalizzati ad orientare le scelte di business in un'ottica di crescita continua.

Contenuti:

MODULO 1 – Analizzare i dati con excel

- Utilizzo avanzato del foglio di lavoro (personalizzazione, tecniche di selezione, inserimento dati, formattazione)
- Lavorare con il foglio elettronico
- Le tabelle
- Formule e funzioni
- Riferimenti relativi, assoluti e misti, ordinamento dei dati
- Filtro Automatico, Filtro Avanzato, Subtotali
- Collegare i dati nello stesso foglio di lavoro, tra fogli di lavoro diversi e tra cartelle di lavoro diverse
- Funzioni matematiche, statistiche, logiche
- Funzioni nidificate

- La formattazione condizionale
- Utilizzo dei grafici in Excel
- Funzioni di ricerca e riferimento
- Le tabelle pivot
- Le macro
- Utilizzo dei riferimenti assoluti e relativi in una formula
- Analisi di alcune funzioni Base (Somma/Media/Min./Max./Stringa Estrai/Concatena)
- Analisi di alcune funzioni avanzate (es. CERCA.VERTECALE, STATISTICA)
- Lavorare con cartelle di lavoro collegate
- Come sono cambiati i modelli di carriera
- Sviluppare una cultura "agile" per l'apprendimento continuo
- Stimolare i collaboratori nell'assunzione delle responsabilità
- Come migliorare le prestazioni proprie e dei propri collaboratori
- Possibili cause di fallimento
- Analisi di casi di studio

Destinatari

La formazione è progettata per tutti coloro che devono acquisire dati e informazioni, individuando fonti e canali informativi e immagazzinando i dati. Effettua l'analisi statistica sui dati, individuando correlazioni fra le variabili ed elaborando modelli descrittivi e predittivi utili per il business

BUSINESS ENGLISH: STRUMENTO DI COMPETITIVITÀ D'IMPRESA

L'internazionalizzazione è, oggi, un asset fondamentale in termini di competitività. Non solo per garantire un aumento di fatturato, ma anche per tutelare la propria attività dalla concorrenza e dai costi elevati di produzione. Tale fenomeno ha creato non pochi cambiamenti organizzativi e strutturali all'interno delle imprese, evidenziando così la necessità di investire e incrementare su specifiche competenze, tra cui la conoscenza della lingua inglese, diventata ormai la base della comunicazione aziendale e del business. In un tale contesto la capacità di comunicare, soprattutto in lingua inglese, di sapersi relazionare con i clienti e fornitori su scala mondiale diviene un elemento strategico per lo sviluppo dei propri servizi e per la diffusione dei propri prodotti su larga scala, permettendo alle aziende e ai professionisti di poter aumentare la propria presenza sul mercato e di ampliare il proprio posizionamento a livello internazionale.

Il corso intende promuovere la padronanza e l'uso consapevole degli elementi espressivi del Business English. A tal fine vengono approfonditi i fondamenti grammaticali, lessicali e strutturali della lingua e promosse le abilità di ricezione scritta ed orale sulla base di una vasta selezione di materiali. L'obiettivo del corso è quello di formare le risorse all'utilizzo della lingua inglese e rendere i partecipanti abili a comunicare e relazionarsi con interlocutori stranieri.

Contenuti:

MODULO 1 – Principi della comunicazione efficace in inglese

- La comunicazione esterna ed interna all'Azienda
- Comunicazione verbale e non
- La comunicazione telefonica, la gestione delle e-mail

MODULO 2 – Presentazioni ed esercitazioni

- Free time
- Work and jobs
- Spelling. Punteggiatura e connettivi
- Ordine delle parole e struttura delle frasi

MODULO 3 – Business conversation

- L'ufficio, l'ambiente e la sua routine
- Organizzare l'agenda e programmare eventi
- Customer service e problem solving
- Intrattenimento di clienti, relazioni con colleghi e clienti
- Dare il benvenuto a visitatori stranieri
- Gestione delle chiamate
- Fornire e capire dati numerici, abbreviazioni comuni ed acronimi (come usati nel mondo internazionale degli affari)
- Scambiarsi informazioni
- Useful phrases to insert in your writing
- Scrivere email: opening e-mail; e-mailing acronyms; requests, arranging appointments, closings email
- Struttura della società, sistemi e processi, descrivere la propria società.

Destinatari

La formazione è progettata per tutti coloro che hanno necessità di acquisire conoscenze e nozioni grammaticali e fonetiche sulla lingua inglese.

CORSO DI CONTABILITÀ DI BASE

Il corso Contabilità di base fornisce competenze e tecniche di contabilità di base indispensabili per tutti coloro che, appena assunti o di nuova nomina nei servizi amministrativi, abbiano la necessità di essere operativi il prima possibile. Intensivo e ricco di test, il percorso formativo analizza le diverse operazioni contabili, consentendo di applicare correttamente ed autonomamente le procedure amministrative basilari.

Nel dettaglio, gli obiettivi che il corso si propone di far raggiungere ai partecipanti, sono i seguenti:

- comprendere i concetti di esercizio e competenza economica;
- comprendere i principi delle rilevazioni contabili;
- effettuare le scritture relative al ciclo attivo e passivo;
- effettuare le scritture relative ad acquisti, vendite, costi di personale, investimenti, finanziamenti ed operazioni sul capitale.

Contenuti:

MODULO 1 – Introduzione alla contabilità generale

- Ruolo della funzione contabile
- Contabilità Generale (CO.GE) e obiettivi delle registrazioni contabili
- Libri e scritture contabili obbligatorie secondo la normativa vigente
- Ciclo attivo e ciclo passivo

MODULO 2 – Le modalità di tenuta della contabilità

- La contabilità ordinaria
- La contabilità semplificata
- Il regime forfettario

MODULO 3 – Principi contabili e bilancio d'esercizio

- I principi contabili
- Documenti quantitativi e qualitativi del bilancio di esercizio (lo stato patrimoniale, il conto economico, la nota integrativa, il rendiconto finanziario e la relazione sulla gestione)
- Normativa civilista, normativa fiscale
- Cenni agli IAS/IFRS e agli US GAAP
- Cenni al bilancio consolidato

MODULO 4 – I documenti quantitativi del bilancio d'esercizio

- Lo Stato Patrimoniale
- Il Conto Economico
- Differenze e analogie tra i valori economico-finanziari e i valori patrimoniali

MODULO 5 – Scrittura di chiusura e riapertura dei conti

- Le scritture di assestamento
- Le scritture di chiusura generale dei conti
- La determinazione del risultato d'esercizio

MODULO 6 – IVA e adempimenti contabili

- L'IVA nei documenti
- Periodicità IVA: mensile o trimestrale
- Calcolo e liquidazione dell'IVA

Destinatari

La formazione è progettata per il personale nei servizi amministrativi, Addetti alla fatturazione attiva, passiva, alla contabilità generale

CORSO DI CONTABILITÀ AVANZATA

Il corso Contabilità avanzata progettato per chi già possiede già le competenze base di contabilità, consente di ricevere il necessario aggiornamento sulle scritture contabili e di assestamento, sulle principali norme in materia di imposte dirette ed indirette, la redazione e la lettura del bilancio.

Specificatamente, il corso permette ai partecipanti di raggiungere i seguenti obiettivi:

- apprendere ad utilizzare le scritture contabili in funzione delle esigenze di bilancio;
- comprendere le problematiche fiscali;
- redigere e leggere un bilancio di esercizio

Contenuti:

MODULO 1 – La contabilità d’esercizio

- Sintesi delle operazioni contabili e del personale
- Operazioni d’acquisto e vendita con l’estero
- Le operazioni di finanziamento: contabilizzazione, smobilizzo, anticipi, mutui e factoring
- Le operazioni di investimento

MODULO 2 – Dalla contabilità al bilancio: le scritture di assestamento

- Scritture di integrazione, storno e rettifica
- Le rimanenze
- Le poste valutative
- Le imposte correnti, anticipate e differite

MODULO 3 – Imposte dirette e normativa IVA: nozioni base

- Il calcolo dell'Irap cenni
- Ires e riprese
- Adeguare il piano dei conti alle necessità contabili, gestionali e fiscali
- I presupposti IVA
- Gli adempimenti
- Le dichiarazioni e comunicazioni

MODULO 4 – Bilancio d'esercizio: i documenti e gli indici

- Postulati del bilancio
- I criteri di valutazione
- La struttura dello stato patrimoniale
- Il conto economico
- La nota integrativa

MODULO 5 – Dal bilancio al reddito imponibile – Il reddito imponibile ai fini IRAP

- I caratteri generali dell'imposta
- La base imponibile IRAP e la riclassificazione di bilancio
- Le principali variazioni in aumento e diminuzioni
- Le deduzioni dalla base imponibile IRAP
- La determinazione dell'imposta
- Il calcolo e il versamento dell'IRAP

Destinatari

La formazione è progettata per il personale amministrativo con conoscenze della contabilità, Personale con responsabilità di coordinamento di funzioni amministrative, Capi contabili, Controller, Responsabili amministrativi

AI GENERATIVA E STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE

Negli ultimi anni, il settore del Digital Marketing è stato radicalmente trasformato dall'introduzione dell'Intelligenza Artificiale (AI).

Questa evoluzione ha generato una rapida automatizzazione dei processi creativi, analitici e operativi, rivoluzionando in maniera significativa ruoli e competenze degli operatori del settore e consentendo a piattaforme come ChatGPT e Perplexity di ridefinire il modo in cui i brand comunicano e i consumatori interagiscono.

Queste dinamiche, prima riservate alle grandi multinazionali, iniziano ad essere adottate anche dalle PMI, che costituiscono il 70% del tessuto produttivo italiano. Il digital marketer, oggi, non può più essere solo uno specialista tecnico. Occorrono visione strategica, capacità trasversali e padronanza delle tecnologie emergenti.

L'obiettivo del percorso è quello di formare nuovi professionisti in grado di trasformare l'AI da semplice novità a leva strategica, per creare valore e per avere un'arma in più nel mondo del digital marketing.

Contenuti:

MODULO 1 – AI per il marketing digitale

- Fondamenti teorici di AI, Large Language Models (LLM) e Prompt Engineering
- Come costruire prompt efficaci per interagire con strumenti di AI
- Applicazioni pratiche dell'AI generativa nel marketing digitale

MODULO 2 – Intelligenza Artificiale Generativa: i TOOLS

- Utilizzo pratico dei principali tool di AI generativa per il digital marketing
- Sviluppo di prompt operativi per test, immagini, video e automazioni
- Automazione di task operativi (SEO, Social Media, CRM, contenuti)

Destinatari

Il corso è pensato per chi deve progettare e ripensare i processi aziendali utilizzando l'AI come risorsa organizzativa e di razionalizzazione degli investimenti e per chi desidera utilizzare le nuove tecnologie digitali al servizio della propria creatività.