

CORSI DI FORMAZIONE



www.projectgroup.it



Area Strategia

1. Balanced Scorecard
2. Controllo di Gestione
3. Compensation Management
4. Marketing
5. Internazionalizzazione

Area Programmazione e Controllo

1. Project Management - Introduzione
2. Project Management - Corso avanzato
3. Lean Management
4. Time Management
5. SPC
6. Six Sigma

Area Compliance

1. Formazione Qualità
2. Formazione 231
3. Formazione Privacy
4. Audit

Area Comunicazione e Team

1. Relazioni Efficaci In Azienda
2. Social Management
3. Digital Workplace
4. Problem Solving
5. Public Speaking
6. Presentazioni Efficaci

CORSI DI FORMAZIONE PROJECT GROUP

AREA STRATEGIA

1. Balanced Scorecard
2. Controllo di Gestione
3. Compensation Management
4. Marketing
5. Internazionalizzazione



Balanced Scorecard



Durata corso

1 giorno



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Aver ben chiaro quali siano gli obiettivi strategici da raggiungere per assicurare il successo della propria azienda non basta per ottenere i risultati desiderati. Per competere con successo le aziende hanno bisogno di collegare la fase di "pensiero strategico" con le azioni necessarie per concretizzare le scelte del top management, ovvero, hanno bisogno di rendere operativo il "pensiero strategico".

Il corso si propone di fornire ai partecipanti gli strumenti ed i metodi necessari per progettare un "programma di azione strategica" condividendo l'approccio messo a punto da Robert S. Kaplan e David P. Norton: la Balanced Scorecard, un modello di gestione strategica funzionale ad evidenziare i collegamenti tra visione strategica, fattori critici di successo e relativi obiettivi, creare il collegamento tra obiettivi, azioni e misure, sintonizzare gli obiettivi ai diversi livelli della struttura, monitorare nel tempo l'andamento delle performance controllando i driver delle performance future.

Programma

- > Il meccanismo logico di base, la Balanced Scorecard
- > La costruzione della mappa strategica e la selezione degli obiettivi
- > La declinazione degli obiettivi secondo le 4 prospettive
- > Il deployment degli obiettivi in KPI (key performance indicators)
- > La definizione delle misure e l'accountability
- > La determinazione dei target e l'identificazione delle iniziative
- > La creazione di un piano di implementazione
- > Il controllo e review del raggiungimento dei target

Docente

Cristina Recenti



Controllo di Gestione



Durata corso

1 giorno



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

L'estrema variabilità delle condizioni di mercato rende necessario al manager disporre di dati significativi che permettano di prendere la decisione giusta, che faccia progredire l'azienda e ne accresca la profittabilità.

Negli anni si sono sviluppate per questo diverse forme di contabilità analitica industriale, ad esempio la Activity Based Costing o la Strategic Cost Management, tutte basate sull'analisi dei costi.

Ma il controllo necessario nella realtà attuale assume connotati molto diversi da quelli comunemente associati a questo concetto quando applicato alle imprese.

Esso infatti non dovrà e non potrà più essere limitato ad una verifica dei costi di produzione, ma, pur necessitando di informazioni di carattere contabile, dovrà estendere il proprio campo e diventare un vero e proprio strumento di gestione delle informazioni necessarie al management per prendere decisioni finalizzate alla massimizzazione della redditività di impresa.

Lo scopo di questo corso è introdurre ad una nuova metodica, nota come "Throughput Accounting". Essa si pone in contrapposizione alla classica "Cost Accounting", o contabilità dei costi, proponendo un modello molto semplice e comprensibile, in grado di individuare facilmente i prodotti che, nella particolare realtà aziendale, più contribuiscono a generare profitto e di identificare e monitorare gli obiettivi economici dell'organizzazione.

Programma

Azienda come sistema

- > La visione sistemica dell'organizzazione: la gerarchia dei processi

Il sistema di misura e gli obiettivi organizzativi

- > Definire gli obiettivi e il loro sistema di misura, semplice, essenziale, ma molto efficace
- > Le tre misure della "Throughput accounting" e le misure derivate

Il valore generato dal prodotto

- > Un sistema di misura del valore, comune per tutti i prodotti consente di identificare in modo immediato quelli che maggiormente contribuiscono alla profittabilità di impresa
- > Gli strumenti per l'analisi di prodotto



La massimizzazione del profitto netto

- > Il sistema di gestione che permette al manager di creare il mix di prodotti che massimizza il profitto del sistema nelle sue specifiche condizioni (di risorse, di mercato, ecc.)

Docenti

Diego Bettazza - Nicola Fè



Compensation Management



Durata corso
2 moduli da 4 ore



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Sappiamo che ogni risorsa che lavora all'interno di un'organizzazione reagisce sulla base di stimoli, positivi e negativi che siano, che le vengono forniti. Poiché ogni organizzazione lavora per conseguire chiari obiettivi, gli stimoli devono essere creati proprio sulla misura del raggiungimento di questi.

È facile dunque comprendere quanto sia importante che il sistema di controllo delle performance aziendali riesca a creare meccanismi realmente premianti!

L'intervento si propone di presentare e fare riflettere i partecipanti sui principali elementi che consentono una adeguata impostazione e gestione di un sistema premiante (compensation management), concentrando l'attenzione dei partecipanti sull'importanza del suo percorso di progettazione.

Nell'incontro si alterneranno momenti di esposizione teorica a momenti di sperimentazione pratica, nei quali i partecipanti potranno cimentarsi nell'applicazione concreta degli strumenti proposti.

Programma

- > L'importanza del coinvolgimento delle risorse
- > Il processo di allineamento con gli obiettivi aziendali
- > Architetture di sistema e risorse disponibili per "premiare" le persone
- > L'implementazione del sistema: comunicazione e controllo
- > La valutazione dell'efficacia del sistema premiante

Docente

Armando Marini



Marketing



Durata corso
4 mezza giornate



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Obbiettivi

La soddisfazione del cliente dipende da un'esperienza complessiva cui contribuiscono vari fenomeni, momenti e punti di contatto tra cliente e impresa.

Essere in grado di cogliere la reale misura della soddisfazione data dal prodotto o servizio offerto significa da un lato essere disposti a rinunciare ai tradizionali questionari di Customer Satisfaction e dall'altro saper analizzare tutti i punti di contatto che caratterizzano l'esperienza del cliente con l'azienda.

L'intervento formativo si propone di introdurre i partecipanti ad una nuova metodica di misura della soddisfazione del cliente, la customer strategy, che attraverso la mappatura del viaggio del cliente, nei punti di contatto con l'impresa, consente di strutturare un sistema di "survey" mirato, in grado finalmente di dare spunti davvero utili all'impresa per capire cosa e come cambiare, con l'obiettivo di aumentare la propria capacità di migliorare e aumentare la propria presenza sul mercato.

Destinatari

Imprenditore, Direzione Generale, Direttore Marketing, Direttore Commerciali, Addetti Commerciali, Addetti Marketing, Agenti.

Programma

Metodi e tecniche di mappatura dell'esperienza del cliente:

- > Le dimensioni-chiave e i punti di contatto tra impresa e cliente (il customer journey)
- > La stella del valore (valore funzionale, condizionale, cognitivo, emozionale, sociale)
- > Confronto tra la strategia aziendale (percepito del cliente interno) e il percepito del cliente

Progettazione della survey:

- > I contenuti
- > Il campione di riferimento
- > I canali di somministrazione (CATI, CAWI, CAMI, survey su social network, ecc.)

Metodi e Tecniche di segmentazione e profilazione del mercato

- > Individuazione dei profili-tipo di clienti soddisfatti e insoddisfatti
- > Corrispondenza tra soddisfazione e profittabilità



Come utilizzare in chiave strategica le informazioni raccolte con la survey

> Individuazione delle strategie per accrescere la profittabilità d'impresa

Docenti

Armando Marini e Laura Bianchetti



Internazionalizzazione



Durata corso
8 + 2 ore



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Negli ultimi anni abbiamo assistito al repentino cambiamento di un contesto competitivo, in cui gli imprenditori, con le loro organizzazioni, strategie e prodotti, hanno riscosso successi in Italia, in Europa e in altre parti del mondo.

La tendenza, ancora oggi, è quella di internazionalizzarsi, ovvero aprirsi a mercati esteri e nuovi rispetto a quelli già cavalcanti. Alla luce di questo, l'intervento formativo si propone di offrire le basi per la comprensione e l'analisi di mercati esteri, spesso tra loro anche molto diversi, al fine di poter focalizzare e riprogettare le proprie strategie aziendali di penetrazione.

Destinatari

Top e/o Middle Management

Programma

Mercati internazionali a confronto: tra falsi miti e opportunità reali.

- > L'intervento formativo si propone di aiutare i partecipanti a cogliere le specificità dei mercati internazionali più attrattivi in questo momento, e a valutarne in modo consapevole le opportunità e i rischi rispetto alle caratteristiche della propria azienda.

Piani di internazionalizzazione. Strumenti e strategie per inquadrare la propria realtà aziendali rispetto alle dinamiche evolutive dei mercati esteri.

- > L'intervento si propone di illustrare gli strumenti attraverso cui le aziende possono inquadrare la propria realtà rispetto alle dinamiche evolutive dei mercati esteri e definire opportune proprie strategie di penetrazione. Lo studio di un caso consente ai partecipanti di applicare le tecniche illustrate, riflettendo sulle eventuali strategie da adottare.

A colloquio con l'esperto

- > A ciascun partecipante è dedicato un momento di debriefing e raccolta riflessioni individuale volto a predisporre una short list di linee progettuali e/o strategie alternative/innovative sulle quali riflettere per applicare i concetti illustrati alla propria realtà aziendale.

Docente

Dott. Carlo Angelo Zanaboni

CORSI DI FORMAZIONE PROJECT GROUP

AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO

1. Project Management
Introduzione
2. Project Management
Corso avanzato
3. Lean Management
4. Time Management
5. SPC
6. Six Sigma



Project Management - Introduzione



Durata corso

4 moduli
di mezza giornata



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

La progettazione, come ogni attività quotidiana, non è immune dalla variabilità e dall'incertezza.

Basta infatti che si verifichi un piccolo evento di per sé anche insignificante e un intero progetto, che sembrava perfettamente avviato ed estremamente remunerativo, rischia di tramutarsi in una grossa perdita per l'azienda: i tempi si allungano, le spese aumentano, le condizioni di mercato cambiano e l'azienda deve intervenire pesantemente per contenere i danni.

Il corso è dedicato a tutti coloro che si trovano a dover gestire dei progetti, laddove per progetto si intende lo svolgimento di attività gestite e coordinate al fine di ottenere un risultato con specifiche caratteristiche, in un tempo predeterminato e con risorse limitate.

L'obiettivo dell'intervento è:

- > Introdurre i partecipanti alle principali metodologie per la pianificazione e la gestione dei progetti, nell'ottica del miglioramento delle prestazioni di costo, tempo e soddisfazione del cliente;
- > Accompagnare i corsisti nello studio e sperimentazione di una nuova metodologia di pianificazione e ottimizzazione delle risorse denominata "Critical Chain".

Destinatari

Il corso non è rivolto esclusivamente a project manager o a coordinatori di risorse, ma a tutte le risorse che nella propria realtà lavorativa sono chiamate a realizzare un prodotto (o servizio) adeguato alle necessità, nel tempo previsto, nel rispetto del budget ipotizzato e in conformità ai requisiti richiesti dal cliente, interno o esterno che sia.

Programma

Le 5 fasi del processo di progettazione e le metodiche a supporto della loro gestione:

- > Concezione - Il Project Charter
- > Pianificazione - l'obiettivo e la WBS
- > Esecuzione: tecniche di programmazione reticolare, il diagramma di Gantt, la stima dei costi



- > Monitoraggio e controllo del progetto: la stima dei costi, il quality control plan
- > La chiusura del progetto: lesson learned

Come gestire la "risorsa vincolo"

Il metodo Critical Chain

Gli strumenti per la pianificazione, gli applicativi e il loro funzionamento

Docenti

Giovanni Renzi Brivio - Diego Bettazza - Nicola Freri



Project Management - Corso avanzato



Durata corso

4 moduli
di mezza giornata



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

La vita del Project Manager in Italia non è sempre facile. Egli ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo completando i progetti nei tempi e con le risorse stabilite, ma spesso non gli è data l'autorità sufficiente per prendere decisioni. Inoltre è evidente che il risultato del lavoro del project manager dipende dalle risorse coinvolte nei progetti e che la sua autorevolezza è spesso messa in discussione dalla mancanza di competenze tecniche. Assegnare compiti e definire i tempistiche di realizzazione in tale contesto risulta quindi difficile e fonte di possibili conflitti.

La soluzione comunemente adottata per la gestione dei conflitti consiste nella ricerca di un compromesso tra le posizioni contrapposte; tale strada, tuttavia, non soddisfa pienamente nessuna delle due parti o posizioni in contrasto, ma le costringe ad accettare una via di mezzo che non risolve alla radice il problema.

Essere un buon PM significa essere in grado di favorire una comunicazione aperta ed efficace e fare emergere soluzioni win-win (io vinco-tu vinci) in caso di conflitto. L'intervento proposto ha come obiettivo la trasmissione di un approccio innovativo che consenta al Project Manager di gestire efficacemente la comunicazione ed affrontare brillantemente le situazioni conflittuali, evitando il compromesso e puntando alla soddisfazione di entrambe le "parti".

Destinatari

Il corso è rivolto esclusivamente a project manager o a coordinatori di risorse che già abbiano affrontato le tematiche "tecniche" del Project Management e siano interessati ad approfondire gli strumenti relazionali con i quali garantire l'efficacia del proprio lavoro.

Programma

Comunicare efficacemente:

- > Riconoscere quando gli altri hanno un problema
- > Ascoltare le emozioni degli altri
- > Riconoscere le barriere alla comunicazione
- > Cosa è l'ascolto attivo e come lo si esercita



Gestione dei conflitti:

- > Individuare e rappresentare i conflitti: la nuvola del conflitto
- > Conoscere interpretare e gestire il conflitto
- > Creare condivisione e partecipazione alla soluzione: Come raggiungere una soluzione win-win

Docenti

Dott.ssa Silvia Cinti

Ing. Diego Bettazza o Dott.ssa Laura Bianchetti o Dott.ssa Virginia Basiricò



Lean Management



Durata corso

2 giorni
(4 mezzegornate)



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

In un contesto in continua evoluzione, per garantire livelli di performance eccellenti, è necessario mettere in discussione gli attuali paradigmi e aprirsi a nuove tecniche di miglioramento dei processi aziendali.

L'approccio Lean insegna che un sistema può raggiungere l'eccellenza contenendo la variabilità ovvero passando attraverso la riduzione dei costi totali, la diminuzione dei tempi di consegna, l'aumento della flessibilità, l'eliminazione degli sprechi, la riduzione degli scarti.

L'intervento formativo si propone di introdurre i partecipanti ai principali strumenti utili per impostare un modello in ottica lean.

Destinatari

Direttori Generali, Direttori di Stabilimento, Direttori Operations, Direttori di Produzione, Responsabili Produzione, Supply Chain Logistica

Programma

Introduzione alla Lean

- > Obiettivi principali dell'approccio lean
- > Fattori di successo della lean: creare valore per il cliente, facilitare l'interdipendenza tra i processi, l'azienda vista come "sistema", ridurre dispersioni e costi (MUDA), coinvolgere e motivare il personale

Tecniche e strumenti

- > Il diagramma di KANO: il valore per il cliente
- > Value Stream Mapping: mappare il valore e definire gli obiettivi di miglioramento
- > Takt time: produzione in base alla domanda del cliente
- > SMED: riduzione dei tempi di set up
- > TPM e kaizen: affidabilità degli impianti
- > LTR ed indice di flusso: riduzione del tempo di attraversamento
- > Poka Yoke: evitare gli errori
- > 5S



Ruolo delle persone nel miglioramento continuo delle performance

- > Organizzare il flusso delle informazioni
- > Selezionare le proposte di miglioramento

Docente

Giovanni Renzi Brivio - Nicola Freri



Time Management



Durata corso

3 moduli da 4 ore



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Spesso ci sentiamo stressati e ne attribuiamo il motivo al fatto che abbiamo lavorato troppo; in realtà, è stato dimostrato che lo stress non è causato dalle cose che abbiamo fatto, ma da tutte quelle che dobbiamo ancora fare.

Ciò che possiamo fare, dunque, è imparare ad utilizzare tecniche e modalità operative che ci consentano di gestirlo efficacemente attraverso un'accurata pianificazione delle nostre azioni, in funzione degli obiettivi prefissati e delle nostre percezioni.

La pianificazione è l'elemento fondamentale: tutti i momenti della giornata acquistano valore se inseriti in un piano. Il seminario è nato per trasmettere tutte le più moderne metodologie di gestione del tempo e pianificazione dello stesso, affinché sia trasformato da tiranno ad amico e da avversario ad alleato.

Programma

- > Pianificazione ed organizzazione delle proprie attività: le principali distorsioni.
- > Attribuzione delle priorità e gestione del ciclo di rendimento: attribuzione e gestione delle priorità in base a urgenza e importanza
- > La cassetta degli attrezzi: gli strumenti per l'organizzazione della propria quotidianità

Docenti

Nicola Freri - Virginia Basiricò



SPC



Durata corso
4 moduli da 4 ore



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

L'utilizzo dei metodi statistici nello svolgimento dei processi aziendali, e in particolare durante le attività produttive, consente di mantenere sotto controllo la qualità del prodotto, evidenziando tempestivamente l'insorgere di problemi e di cause di non conformità. Tramite la valutazione delle condizioni di stabilità e di idoneità del processo possono inoltre essere effettuati interventi preventivi finalizzati ad evitare scarti e sprechi di risorse.

I progressi dell'informatica favoriscono d'altra parte lo sfruttamento degli strumenti statistici con costi ormai alla portata di tutti. Il metodo statistico è dunque strategico per tutte le aziende che desiderano perseguire il miglioramento continuo. Il corso illustra pertanto le tecniche statistiche più diffuse, al fine di renderle parte del patrimonio culturale aziendale. I diversi strumenti di analisi sono infatti affrontati con l'obiettivo di facilitare l'acquisizione di competenze prontamente utilizzabili nella realtà aziendale, senza tuttavia trascurare la base teorica, che consente di risolvere situazioni atipiche e di interpretare i dati raccolti in modo corretto.

Per favorire il raggiungimento di questo importante obiettivo didattico, è previsto un costante utilizzo di casi tratti dalla realtà aziendale e di esercitazioni utili a facilitare l'apprendimento di tecniche complesse per le quali non è richiesta alcuna specifica competenza di tipo matematico.

Nell'incontro di approfondimento i partecipanti, singolarmente o suddivisi in piccoli gruppi omogenei, possono confrontarsi con il docente per valutare e risolvere specifici problemi della propria attività aziendale. Le modalità organizzative di tale ultimo incontro sono stabilite alla conclusione della prima fase didattica.

Destinatari

Responsabili e addetti del servizio qualità e dell'area produzione.

Programma

- > Istogramma e raccolta dati
- > Distribuzione normale: curva di Gauss. Media, deviazione standard, proprietà della curva ed applicazioni per valori singoli e per medie campionarie
- > Calcolo della tolleranza naturale dei processi
- > Determinazione degli indici di capacità qualitativa della macchina e del processo produttivo per distribuzioni normali



- > Distribuzioni non normali
- > Determinazione degli indici della capacità qualitativa della macchina e del processo produttivo per distribuzioni non normali: metodo del percentile
- > Cause accidentali e sistematiche della variabilità dei processi produttivi
- > Carte di controllo per variabili: modalità per la loro compilazione e interpretazione
- > Situazioni di instabilità e fuori controllo dei processi produttivi: punti delle carte oltre i limiti, Run, Trend, periodicità. Carte di controllo per attributi: modalità per la loro compilazione e interpretazione
- > Controllo in accettazione dei lotti: metodo del Livello di Qualità Accettabile

Docente

Ferdinando Volpi



Six Sigma



Durata corso
1 giorno



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Six Sigma è una filosofia sviluppata per la prima volta negli anni Ottanta da Motorola, al fine di migliorare i processi di problem solving e gestione della qualità all'interno dell'azienda.

Se si vogliono ottenere riduzioni di costi, aumenti di qualità e riduzione dei tempi di ciclo occorre combattere la variabilità che caratterizza e condiziona i processi chiave dell'azienda, e questa sfida richiede conoscenze di metodologie e strumenti specifici, propri dell'approccio six sigma, di tipo statistico e di tipo organizzativo.

Il metodo Six Sigma è una strategia di miglioramento che si basa sulla raccolta di dati oggettivi e la loro elaborazione, per comprendere appieno i processi e ridurre la variabilità attraverso una misura statistica di eccellenza.

Combinando tecniche usate nel Total Quality Management e strumenti tipici della qualità, quali l'SPC (statistical process control), il metodo six permette all'organizzazione di ricercare le cause radice dei problemi, individuare le soluzioni appropriate e controllare la stabilità dei processi con l'obiettivo di tendere alla difettosità zero (riduzione di errori e difetti fino a valori target di 6 Sigma (3,4 ppm)).

L'intervento formativo si propone di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per applicare il metodo sixSIGMA alla propria realtà aziendale, arrivando a stabilizzare i processi e ottenere così i migliori risultati.

Programma

Comprendere e applicare i principi del Six Sigma

- > **DEFINE** > Identificare il processo o il prodotto da migliorare, tradurre i bisogni dei clienti in requisiti, identificare i partecipanti e sviluppare una pianificazione del progetto.
- > **MEASURE** > Valutare il livello di prestazione del processo/prodotto sulla base dei requisiti individuati nella fase precedente, calcolare il livello del Sigma
- > **ANALYZE** > Sulla base delle misurazioni realizzate, applicare tecniche statistiche per individuare le cause dei difetti e misurarne l'influenza sul requisito
- > **IMPROVE** > Proporre e mettere in pratica miglioramenti dopo aver compreso a fondo le cause dei difetti ed aver analizzato il rapporto costo/beneficio delle diverse soluzioni.
- > **CONTROL** > Verificare e tenere sotto controllo il processo al fine di minimizzare la variabilità.

CORSI DI FORMAZIONE PROJECT GROUP

AREA COMPLIANCE

1. Formazione Qualità
2. Formazione 231
3. Formazione Privacy
4. Audit



Formazione Qualità

**Durata corso**

5 moduli da 4 ore

**Tipologia corso**

Teorico / Pratico

Contenuti e Finalità

Condurre e valorizzare un'organizzazione richiede la gestione sistematica, visibile e adeguatamente documentata dell'intero sistema organizzativo.

Realizzare un sistema qualità certificabile secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008 è perciò un'ottima occasione per migliorare la gestione interna, e raggiungere gli obiettivi nella massima efficienza.

Il corso si propone di trasmettere ai partecipanti le competenze necessarie per impostare, documentare, realizzare e certificare il Sistema Qualità della propria organizzazione, operando nella direzione degli obiettivi dell'impresa e, nel contempo, sviluppando un processo gestibile in piena autonomia.

Il percorso formativo è connotato da una metodologia didattica fortemente interattiva e applicativa.

Programma

- > Sistema qualità - la gestione per processi
- > La gestione dei documenti e delle registrazioni
- > La responsabilità della direzione
- > La gestione delle risorse
- > La realizzazione del prodotto
- > Misurazione, analisi e miglioramento

Docenti

Armando Marini - Nicola Fè



Formazione 231



Durata corso

1 giorno



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Il D.Lgs. 231/01 introduce per la prima volta nel nostro ordinamento l'obbligo per tutte le aziende di dover rispondere in quanto persona giuridica per i reati commessi all'interno della propria struttura. I potenziali effetti di tale decreto sull'attività delle imprese sono assolutamente rilevanti: un eventuale coinvolgimento dell'impresa a seguito di un reato commesso dalle persone a vario titolo in esse operanti può avere conseguenze che, al di là delle sanzioni pecuniarie e interdittive previste dal decreto, possono arrecare un danno d'immagine di difficile quantificazione.

Diviene, quindi, necessario per le imprese come richiede il Decreto dotarsi di strutture atte a prevenire l'insorgere di tali reati attraverso la predisposizione di un adeguato modello organizzativo.

Programma

- > Strutturazione organigramma e sistema di deleghe. Un passo fondamentale per l'analisi dei processi e la loro corretta gestione è la definizione delle responsabilità e autorità del personale direttivo per tutti i ruoli di governo aziendali.
- > Analisi dei Processi. Per impostare un sistema di controllo in azienda conforme a quanto auspicato dal D.lgs 231, è decisamente consigliata l'analisi dei processi aziendali. Tale servizio permette un'adeguata definizione e analisi dei processi interni all'azienda più a rischio di violazione legislativa e permette facilmente l'identificazione dell'approccio ideale di process management per ridurre il livello di rischio di ogni processo a livello accettabile.
- > Sistemi di gestione e decreto legislativo 231. Il sistema introdotto dal DLgs 231/2001, può essere gestito alla stregua di altri sistemi di gestione tipici della CSR (es. SA800, ISO 14001) o della gestione qualità (es. ISO 9001). Infatti utilizzando gli strumenti documentali e di processo previsti dalle certificazioni volontarie, l'azienda può gestire in maniera conforme anche le richieste del DLgs 231.

Docente

Armando Marini



Formazione Privacy



Durata corso

1 giorno



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Contenuti e Finalità

La normativa per la protezione dei dati trattati in vigore è il D.Lgs. 30 Giugno 2003 n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali", detto anche "Testo Unico sulla Privacy".

La normativa impone a tutte le organizzazioni una serie di nuovi obblighi a cui sono soggetti tutti coloro che trattano dati di persone fisiche, persone giuridiche, enti, associazioni identificate o identificabili. L'obiettivo del corso ha lo scopo di analizzare la struttura e i contenuti del D.lgs 196/03 e di mettere in evidenza i principali adempimenti richiesti.

Il corso oltre che soddisfare un requisito previsto dalla legge, è in grado di fornire ai partecipanti gli strumenti operativi necessari per avviare in modo autonomo e consapevole l'adeguamento al codice in materia di privacy.

Programma

Presentazione generale del D.lgs 196/03: analisi e commento degli articoli di maggior interesse.

Il documento programmatico per la sicurezza dei dati.

L'informativa per la privacy:

- > Cosa è l'informativa, a chi va destinata e come deve essere gestita;
- > Esercitazione: come si scrive una informativa;
- > Analisi e commento di vari esempi di informative;

L'organizzazione per la privacy: il ruolo del Titolare, dei Responsabili, degli Amministratori di sistema, degli Incaricati esempi di nomina a Responsabile, Incaricato, Titolare

Esercitazione: impostazione di lettera per nomina a incaricato.

Le misure minime di sicurezza: analisi delle misure minime previste dal Disciplinary tecnico, all. B del D.lgs 196/03 Il DPS: chi è tenuto a farlo; come si imposta, quali sono i contenuti da prevedere;

Le sanzioni previste.

Docente

Virginia Basiricò



Audit



Durata corso

1 giorno



Tipologia corso

Teorico / Pratico

Obiettivi

Gli Audit, ovvero le verifiche ispettive, rappresentano uno degli strumenti più efficaci per analizzare e indagare le lacune dell'organizzazione e attivare il processo di miglioramento continuo.

La pianificazione, l'organizzazione e l'esecuzione delle verifiche ispettive di prima e seconda parte sono attività impegnative, che richiedono preparazione sul piano tecnico e comportamentale oltre all'esperienza pratica.

Il corso si propone di:

- > Proporre uno schema di gestione efficace dell'intero processo di audit che, se abbinato ad un costante approccio per processi e alle giuste tecniche di conduzione delle interviste e delle riunioni, permetterà di gestire le resistenze dei process owner auditati e stimolarne la partecipazione in un'ottica di crescita e miglioramento del sistema azienda.
- > Stimolare la riflessione su cosa rende inefficaci e stressanti i nostri audit e identificare nuove strategie di conduzione degli stessi.

Destinatari

Responsabili Qualità, Sicurezza, Ambiente, Membri Organismi di Vigilanza, Auditor

Programma

Come organizzarsi?

Traendo spunto dalla norma UNI EN ISO 19011 del 2012 per la gestione delle verifiche ispettive, tale modulo si propone di illustrare i passaggi essenziali di un'attenta pianificazione dell'audit, oltre che gli strumenti di lavoro che consentono di dividerne in modo oggettivo i contenuti e rilievi effettuati, e di misurarne l'efficacia.

Come relazionarsi nella conduzione delle interviste e delle riunioni?

Tale modulo si propone di aiutare i partecipanti a riflettere sugli approcci comunicativi che consentono di condurre al meglio le interviste durante la fase di audit. Durante l'intervento vengono illustrate le diverse modalità attraverso cui è possibile porre delle domande e la loro valenza strategica. (chiuse, aperte, di merito, di riscontro) (Esercitazione Zoom). Sono inoltre oggetto di approfondimento le tecniche organizzative e comunicative utili a gestire le riunioni in maniera efficace e produttiva, coordinando le discussioni, facilitando il processo di problem solving e decision making e valutarne l'efficacia.



Docenti

Virginia Basiricò - Nicola Fè

CORSI DI FORMAZIONE PROJECT GROUP

AREA COMUNICAZIONE E TEAM

1. Relazioni Efficaci in azienda
2. Social Management
3. Digital Workplace
4. Problem Solving
5. Public Speaking
6. Presentazioni Efficaci



Relazioni Efficaci in azienda



Durata corso
6 incontri di 3 ore



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Obiettivi

Le aziende moderne sanno quanto il capitale più prezioso siano le risorse umane e la loro capacità di creare relazioni efficaci.

L'ormai famosa espressione "è impossibile non comunicare" rende ancora più urgente e necessario che in azienda vi siano le competenze per una comunicazione fluida, aperta, chiara, in una parola efficace.

Il corso, ispirato alle teorie dello psicologo americano Thomas Gordon e già apprezzato da milioni di persone in tutto il mondo, è un potente strumento per acquisire una modalità comunicativa basata sul rispetto e sulla valorizzazione di sé e dell'altro: una modalità comunicativa detta "WIN - WIN", "io vinco tu vinci".

Il corso ha un taglio fortemente esperienziale: i partecipanti vengono guidati nello sviluppo delle proprie abilità comunicative attraverso esercizi in aula e da svolgere nella quotidianità tra un incontro e altro.

Un test a inizio e fine corso consentirà ai partecipanti e all'azienda di misurare la propria crescita.

Destinatari

Ai collaboratori che lavorano a stretto contatto con clienti e fornitori, ai colleghi di team lavorativi che, per ottimizzare tempi e competenze, puntano su un'ottima intesa reciproca e un clima sereno.

Programma

Il "rettangolo del comportamento"

- > Come distinguere l'osservazione del comportamento dal giudizio
- > L'importanza di riconoscere ciò che non accettiamo
- > L'appartenenza del problema: il problema è mio, dell'altro o non c'è?

Ascolto attivo e le barriere alla comunicazione

- > Riconoscere quando gli altri hanno un problema
- > Ascoltare le emozioni degli altri
- > Riconoscere le barriere alla comunicazione
- > Esercitare l'ascolto attivo



L'Autorilevazione: farsi conoscere

- > Riconoscere le proprie emozioni
- > L'efficacia dei messaggi in prima persona
- > I 4 tipi di messaggi in prima persona: positivi, dichiarativi, preventivi e di confronto

Il confronto e conflitto

- > Superare la resistenza ai messaggi di confronto
- > Riconoscere gli errori comuni dei messaggi di confronto
- > Esercitarsi nel "cambio di marcia"

Il metodo "io vinco tu vinci" per la risoluzione dei conflitti

- > La scala dei bisogni di Maslow
- > Le 6 fasi del metodo WIN - WIN

Docente

Dott.ssa Silvia Cinti Formatore Autorizzato del Metodo Gordon, riconosciuto a livello internazionale (Gordon Training International) e dall'Organizzazione Mondiale della Sanità per la Promozione della Salute nei luoghi di lavoro.

Certificazione Finale

Attestato di partecipazione al corso.

Attestato di frequenza rilasciato per presenze di almeno il 75% sulle ore corso.



Social Management



Durata corso
1 giorno



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Le piccole medie imprese italiane si trovano oggi al centro di una rivoluzione dettata sia da metodologie di lavoro innovative sia da nuovi strumenti tecnologici (piattaforme, applicazioni, ecc). Riuscire a sfruttare questa rivoluzione senza rimanerne schiacciati è la sfida che viene lanciata alle aziende. L'intervento formativo si pone l'obiettivo di chiarire ai partecipanti le potenzialità dei nuovi strumenti per la gestione della conoscenza e di evidenziarne i fattori chiave per lo sviluppo. L'intervento formativo si propone di:

- > Sensibilizzare i partecipanti riguardo le tematiche di collaborazione e condivisione per aumentare la produttività;
- > Fornire le conoscenze base riguardanti gli strumenti social: wiki, micro blogging, social network aziendale, idea generation.

Programma

Introduzione al significato e all'applicazione del 'Social' in azienda

- > Adottare dinamiche sociali all'interno della propria azienda attraverso la contestualizzazione degli argomenti del corso e cenni storici.

Panoramica dei principali Software Social: strumenti e modalità a disposizione delle persone

- > Riconoscere le principali metodologie e strumenti (wiki, social network aziendali, micro blogging, idea generation), sensibilizzando i partecipanti attraverso le problematiche più comuni che possono emergere e le differenze tra sistemi informativi "classici" e innovativi.

Metodologia

L'intervento formativo è caratterizzato da una metodologia didattica fortemente interattiva e prevede il ricorso a riflessioni guidate ed esercitazioni pratiche.

Docenti

Diego Cagnoni - Cristina Recenti



Digital Workplace



Durata corso
1 giorno



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

A differenza del posto di lavoro fisico, denominato physical workplace e composto dalla tradizionale scrivania, il posto di lavoro digitale (il digital workplace) non è un "luogo fisico", ma un nuovo modo di lavorare.

Accedere ai propri dati, sempre e da qualsiasi dispositivo, condividere informazioni e dati con le persone del nostro team, sviluppare progetti con persone che "vivono e lavorano" in luoghi e tempi diversi dai nostri modifica positivamente il lavoro di ogni giorno, accorciando i tempi di realizzazione delle attività e costruendo un nuovo spazio di condivisione della conoscenza.

I più moderni applicativi permettono di condividere efficacemente informazioni, strutturare la conoscenza, essere costantemente aggiornati, scambiare dati ma come scegliere lo strumento più adatto alla nostra vita lavorativa?

L'intervento formativo si propone di accompagnare i partecipanti nell'individuazione e riconoscimento dei propri bisogni e di fornire loro le competenze necessarie per scegliere le soluzioni più adatte alle proprie esigenze lavorative.

Programma

- > Cos'è il digital workplace e quali i vantaggi per l'azienda
- > I valori di base: trasparenza, accessibilità, fiducia, condivisione
- > I principali strumenti a disposizione: dalla gestione consapevole delle email alle reti aziendali "social" (es. wiki)
- > Mappatura delle necessità di comunicazione e condivisione delle informazioni per processo aziendale (Commerciale, Acquisti, Risorse Umane, etc.)
- > Gap Analysis tra bisogni di comunicazione e condivisione e attuale capacità di soddisfarli
- > Come pianificare il proprio digital workplace

Metodologia

L'intervento formativo è caratterizzato da una metodologia didattica fortemente interattiva e prevede il ricorso a riflessioni guidate ed esercitazioni pratiche.

Docenti

Diego Cagnoni - Cristina Recenti



Problem Solving



Durata corso
2 moduli da 8 ore



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Obiettivi

Quanto ci viene posto un problema la nostra prima preoccupazione è solitamente quella di trovare rapidamente una soluzione per procedere nel nostro lavoro. Ma quanto siamo realmente sicuri che la soluzione identificata sia la più sostenibile e innovativa? Spesso infatti non lo è: vuoi perché non ci siamo presi il tempo per studiare a fondo il problema, vuoi perché siamo abituati a lavorare sempre con gli stessi schemi mentali che ripropongono logiche tradizionali.

L'azione formativa si propone di accompagnare i partecipanti nello sviluppo delle competenze necessarie alla risoluzione dei problemi (focalizzazione sugli obiettivi, atteggiamento positivo e propositivo) e di trasmettere loro gli strumenti e le tecniche necessarie per generare "risposte", tanto più efficaci quanto più flessibili e creative.

Destinatari

Project Manager

Programma

TROVARE SOLUZIONI: talento o forma mentis?

- > Aiutare i partecipanti a prendere consapevolezza delle proprie qualità personali e svilupparle al fine di padroneggiare l'innata capacità che abbiamo di creare e dare risposte.
- > Far riflettere su come i modelli convenzionali e gli atteggiamenti possono favorire o essere di ostacolo all'apertura mentale e alla ricerca delle soluzioni.

STRUMENTI E TECNICHE PROBLEM SETTING

- > Illustrare ai partecipanti gli strumenti e gli approcci più diffusi per procedere ad una corretta analisi del contesto
- > Far sperimentare in un contesto di gruppo l'applicazione degli approcci creativi illustrati e le potenzialità dei processi decisionali partecipativi

STRUMENTI E TECNICHE PROBLEM SOLVING: DEFINIZIONE CREATIVA DEGLI OBIETTIVI

- > Accompagnare i partecipanti alla migliore verbalizzazione dell'obiettivo comprendendo ed evitando le trappole "mentali"



STRUMENTI E TECNICHE PROBLEM SOLVING: COME TRASFORMARE I PROBLEMI IN OBIETTIVI

- > Illustrare le possibili tecniche di trasformazione dei problemi identificati in un piano degli obiettivi

IL PENSIERO DIVERGENTE COME MOTORE DI SOLUZIONI CREATIVE

- > Mostrare gli strumenti che possono stimolare la produzione di soluzioni innovative sia singolarmente che a livello di gruppo, affrontando gli stadi del processo di pensiero creativo: mappa mentale, mondi paralleli

Docente

Virginia Basiricò



Public Speaking



Durata corso
2 giorni



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Parlare in pubblico...una capacità che si può apprendere.

Come? Imparando a gestire gli stati d'animo "a rischio" quali l'amnesia, i sudori freddi, la mancanza di salivazione, le balbuzie, un'eccessiva velocità nel parlare.

Non basta avere qualcosa da comunicare, è importante "come" comunicare perché il messaggio arrivi a destinazione. L'abilità nell'esporre le idee è un "fattore critico" di successo.

L'oratore efficace è, dunque, colui che usa la propria voce e il proprio corpo come "armi" potenti e utili per focalizzare l'attenzione o sottolineare i passaggi più importanti.

Frequentare il corso "Parlare in Pubblico" è come avere un coach personale che ti consente il raggiungimento dei tuoi obiettivi.

Obiettivi

- > Sentirsi a proprio agio durante una riunione, una conferenza e tutte quelle volte in cui ci si trova di fronte al pubblico.
- > Comunicare al meglio le proprie idee.
- > Entrare in sintonia e ispirare gli altri all'azione.

Programma

- > Come ridurre lo stress: la preparazione
- > Gestire lo stato d'animo, rimanendo calmo e incisivo
- > Come migliorare il dialogo interno
- > Le convinzioni potenzianti
- > Progettare un intervento di successo
- > La struttura della presentazione: tempi, contenuti e fasi dell'intervento
- > La comunicazione efficace nei suoi aspetti: il linguaggio, la struttura e l'esposizione
- > La memoria: come ricordare l'ordine degli argomenti
- > Iniziare, sviluppare e concludere un discorso efficace
- > Essere convincente: il linguaggio multisensoriale



- > Come dare e ricevere il feedback
- > Sviluppare un piano per eccellere

Metodologia

In un gruppo di sole 8 persone, un professionista del Public Speaking ti affiancherà e ti aiuterà a sviluppare le tue risorse in modo da diventare un comunicatore eccellente. Osserverai i tuoi progressi attraverso le video-riprese e noterai come migliorano le tue presentazioni, il tono della tua voce e la tua sicurezza

Note

La frequenza al corso è limitata a 8 partecipanti.
Viene rilasciato il DVD con le proprie performance.

Docente

Fabrizio Cornalba



Presentazioni Efficaci



Durata corso
1 giorno



Tipologia corso
Teorico / Pratico

Significato e Finalità

Quanto vale una presentazione in PowerPoint? Noia o curiosità; confusione o chiarezza; dissenso o adesione. Questa è la differenza che passa tra una presentazione "normale" e una efficace, chiara e coinvolgente. PowerPoint è uno strumento eccezionale che ti consente di rappresentare al meglio le tue idee, a condizione che lo usi nel modo giusto.

Non è un surrogato di Word, non serve a scrivere intere pagine di testo. Non è un foglio di Excel da infarcire di dati e grafici.

Non è una traccia da seguire per "non perdere il filo" durante una riunione o un intervento in pubblico. E' uno strumento per chiarire, spiegare, convincere e impattare sull'emisfero destro "emotivo". Inoltre, le presentazioni efficaci possono essere utilizzate in svariati modi anche sul web: come strumenti di marketing, knowledge management e molto altro.

Programma

In Aula:

Cosa significa comunicare contenuti

- > Il problema delle presentazioni inefficaci
- > Cosa predilige il nostro cervello, come sceglie e cosa sceglie

Progettare: l'arte di dare un senso ai contenuti

- > L'atteggiamento creativo e anticreativo: due modi di generare idee
- > Come generare i contenuti
- > Come organizzare i contenuti

Design: l'arte di dare un significato ai contenuti

- > Semplicità: l'approccio al design
- > Come impostare le slide: fonts, sfondi, colori, ecc.
- > Come utilizzare internet nella ricerca di immagini
- > Gli errori da evitare
- > Esempi: analisi di case study
- > Esercitazione pratica e realizzazione di una presentazione "efficace"

Sul web:

Viene creato uno spazio sul web dove ogni partecipante nelle giornate successive può caricare le proprie presentazioni, condividerle con il gruppo di partecipanti e ricevere un supporto e un feedback dal docente.



Modalità di esecuzione

Il corso è suddiviso in tre parti:

- > Frontale in aula
- > Esercitazioni pratiche al computer
- > Gruppo di condivisione sul web, con feedback del docente sulle presentazioni

Durata

1 giorno in aula + sharing group sul web (oppure in 2 giornate con più esercitazioni pratiche, strumenti supplementari e maggiore impatto)

Docente

Fabrizio Cornalba





[Per ulteriori informazioni sulle iscrizioni.](#)

Project Group S.r.l.
Via Ghislandi 35 - 25125 Brescia
Tel. 030 3533886
Fax 030 3547470
info@projectgroup.it
www.projectgroup.it

facebook.com/projectgroup
blog.projectgroup.it



Project  Group
Creazione e Fai Crescere