



CATALOGO FORMAZIONE

CHIEF DIGITAL OFFICER

La rivoluzione economica dell'era digitale offre un'occasione alle aziende preparate per coglierne le opportunità e le sfide.

CONTENUTI

Identificare il contesto ed i principali attori interni ed esterni della trasformazione digitale
• Analizzare le tendenze di un'economia che cambia • La discontinuità indotta dal cambiamento digitale • Chiarire il ruolo delle tecnologie digitali: mobile, social media, cloud computing ed oggetti connessi • La convergenza di funzioni di marketing, vendite e dei rapporti con i clienti (visione 360° e omnichannel) • La dematerializzazione dei processi e dei servizi • Il progetto al centro della trasformazione digitale • La trasformazione digitale è a tutti gli effetti un progetto • I metodi "agili" • I driver chiave all'interno del processo di trasformazione digitale • Sviluppare una strategia digitale per la crescita • Le strategie di trasformazione digitale • Coinvolgere i consumatori e clienti nel business: offerte di co-costruzione, di comunicazione co-brand, co-innovazione, social media • Individuare il livello dell'organizzazione rispetto agli strumenti di trasformazione digitali • Ripensare il proprio modello di business nell'era digitale

COMPETENZE ACQUISITE

• Comprendere le sfide della trasformazione digitale della società • Definire il nuovo modello di business e implementare la policy aziendale



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

ORGANIZATION DIGITAL IMPACT

Appropriarsi di nuovi modelli di business e di identificare le competenze e le tecnologie necessarie ad effettuare una transizione di successo.

CONTENUTI

Digital marketing e il marketing omnichannel (Acquisizione - conversione - retention) · Nuove forme di marketing relazionale: l'assistenza ai clienti, l'automazione delle vendite, il trigger-based marketing · Ruolo dell'analisi di marketing: comprensione, monitoraggio dei clienti e dimensioni dei big data · Nuovi approcci alla funzione commerciale: strumenti e pratiche · Integrazione delle tecnologie del business digitale · Ruolo del CIO nella digitalizzazione della società · Principali rischi nella sicurezza di un'impresa digitale · Adattare le sfide digitali al sistema informativo · Individuare e sviluppare nuove competenze digitali · Identificare e sviluppare le competenze digitali dei dipendenti · Importanza dell'employer branding · Importanza dei mezzi di comunicazione, dei social network e degli strumenti di collaborazione aziendale · Costruire e animare le comunità interne.

COMPETENZE ACQUISITE

· Identificare le competenze per una transizione di successo al digitale · Identificare le tecnologie digitali fonti di competitività per l'azienda · Costruire il nuovo ruolo del manager nella trasformazione digitale.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INDUSTRY 4.0: COME CREARE LA FABBRICA INTELLIGENTE

Apprendere le potenzialità della Digitalizzazione Industriale, integrando le nozioni teoriche e pratiche delle tecniche di Miglioramento Continuo ai moderni sistemi abilitanti l'Industry 4.0.

CONTENUTI

Obiettivi Il corso consente ai partecipanti di:

- conoscere i principi della Quarta Rivoluzione Industriale, con un approccio concreto basato su esempi applicativi dei benefici e percorsi di implementazione della Factory 4.0
- rivedere i Processi Industriali nelle aree Produzione – Sviluppo Nuovo Prodotto – Logistica, al fine di massimizzare la creazione di valore per i clienti finali

Contenuti

- La Digitalizzazione d'Impresa: cosa significa, quali benefici offre, come si implementa:
- Introduzione all'Industry 4.0
- Come le nuove tecnologie digitali aiutano le imprese a creare valore
- Roadmap per la creazione di una Fabbrica Intelligente
- Casi reali di realizzazione della Factory 4.0
- Le tecnologie digitali al servizio del Miglioramento Continuo
- L'ottimizzazione dei processi industriali nell'epoca della Quarta Rivoluzione Industriale: Continuous Improvement 4.0
- Basic Power Analysis: tecniche per la definizione delle frequenze di campionamento
- Tecnologie e metodi per creare un sistema di misura affidabile
- Analisi Indici di Efficienza – OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- Introduzione alle Tecnologie e Algoritmi per la Root Causes Analysis
- Come implementare l'Experimental Design in una Fabbrica 4.0
- Teoria e metodi del Controllo Statistico di Processo
- Carte di Controllo Multivariate

COMPETENZE ACQUISITE

- conoscere i principi della Quarta Rivoluzione Industriale, con un approccio concreto basato su esempi applicativi dei benefici e percorsi di implementazione della Factory 4.0
- rivedere i Processi Industriali nelle aree Produzione – Sviluppo Nuovo Prodotto – Logistica, al fine di massimizzare la creazione di valore per i clienti finali.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INDUSTRY 4.0: DIGITALIZZARE L'IMPRESA PER CREARE VALORE

Conoscere le opportunità provenienti dall'implementazione delle moderne tecniche digitali, in integrazione ai principi chiave del Continuous Improvement.

CONTENUTI

- Introduzione all'Industry 4.0: le tecnologie Hardware e Software alla base della Quarta Rivoluzione Industriale
- Settori di applicazione: - Manufacturing - New Product Development - Supply Chain
- Introduzione al Data Science, al Machine Learning ed all'Intelligenza Artificiale
- Come le nuove tecnologie digitali aiutano le imprese a creare valore
- Come potenziare l'approccio Lean Six Sigma con le nuove tecnologie digitali
- Casi reali di realizzazione della Factory 4.0

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Apprendere le caratteristiche dell'Industry 4.0 (con approccio concreto, basato su esempi applicativi e percorsi di implementazione della Digital Factory)
- Rivedere i Processi Industriali nelle aree Produzione – Sviluppo Nuovo Prodotto – Logistica, al fine di massimizzare la creazione di valore per i clienti finali



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INDUSTRY 4.0: DATA VISUALIZATION

Il Corso ha come finalità generale quella di far: • Apprendere nuovi metodi di esplorazione del dato • Conoscere nuove strategie di presentazione dei risultati • Valutare nuove strategie di marketing basate su informazione tecnica

CONTENUTI

• Definizioni di Data Visualization • Cosa visualizzare • I 6 Stadi della Visualizzazione dei Dati • Chart Chooser: La Tavola Periodica dei Metodi di Visualizzazione • Il Chart Chooser dei Juice Labs • Il Suggeritore di Argawal • Interattività e Web: La “rivoluzione” della manipolazione • Il web è l’ambiente ideale • HTML5 • Brevi cenni di Compatibilità Mobile e Accessibilità dei siti web nella PA • I 3 livelli della Data Visualization su web • Interfacce web “Pronte all’uso”, “Carte Riusabili” • Tableau, RStudio Shiny, Google Data Studio, Microsoft Power BI, Qlik-View • Librerie JavaScript: introduzione, presentazione ed esplorazione • Esempi applicativi

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Agevolare una maggiore diffusione delle informazioni • Favorire la creazione di grafici di bassa, media e alta complessità • Garantire una migliore comprensione del dato numerico, grazie ad una significativa semplificazione dei dettagli grafici.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

SUPPLY CHAIN 4.0

Il corso si concentra sulla digitalizzazione della catena di approvvigionamento e sulla sua ottimizzazione attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate. L'obiettivo è migliorare la visibilità, l'efficienza e la flessibilità della supply chain

CONTENUTI

Il corso consente ai partecipanti di:

- Comprendere come la digitalizzazione sta trasformando le catene di approvvigionamento.
- Utilizzare tecnologie per la tracciabilità dei prodotti e la gestione dei dati.
- Migliorare la gestione delle scorte, la pianificazione della produzione e la distribuzione.

COMPETENZE ACQUISITE

- Modulo 1: Digitalizzazione della Supply Chain - IoT e blockchain nella supply chain. - Trasparenza e visibilità della catena di approvvigionamento.
- Modulo 2: Tecnologie per la Tracciabilità - RFID (Radio-Frequency Identification) e sensori. - Gestione dei dati e analisi predittiva nella supply chain.
- Modulo 3: Ottimizzazione delle Scorte e Pianificazione - Ottimizzazione delle scorte e della produzione. - Pianificazione della produzione e distribuzione efficiente. - Strategie per la gestione della distribuzione e della logistica.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INDUSTRY 4.0: PREDICTIVE ANALYTICS

Il Corso ha come finalità generale quella di far: • Apprendere le opportunità provenienti dall'impiego di tecniche di Machine Learning per lo studio dei dati di processo e/o dei dati di qualità di prodotto • Divulgare le caratteristiche dell'Industry 4.0, con approccio concreto, basato su esempi applicativi e percorsi di implementazione della Digital Factory

CONTENUTI

• Introduzione alle tecniche di Machine Learning • Esplorazione dei dati: Dati Mining • Costruzione di modelli predittivi • Controllo multivariato vs controllo univariato • Overview sul Linguaggio R • Applicativo R per l'analisi dati • Esercitazioni Pratiche • Contesti applicativi: selezione delle materie prime, Process monitoring, Fault detection, Product quality prediction • Casi reali di implementazione di tecniche di Machine Learning

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Esaminare il sistema e di costruire un set di modelli matematico statistici, che permettano di migliorare le capacità di monitoraggio e controllo di processo, di valutare preventivamente la qualità del prodotto finito, di predire la resa di produzione e gli interventi di manutenzione, di selezionare e valutare al meglio le materie prime in ingresso • Rivedere i processi industriali nelle aree Produzione – Sviluppo Nuovo Prodotto – Logistica, al fine di massimizzare la creazione di valore per i clienti finali



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INDUSTRY 4.0: E MANUTENZIONE PREDITTIVA

Il Corso ha come finalità generale quella di: • illustrare lo sviluppo delle politiche di manutenzione • descrivere la manutenzione predittiva in base a principi, vantaggi e tecniche • definire le modalità e le procedure di selezione di tecniche e metodi di PHM • descrivere le tecniche per l'analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo • statistico di processo

CONTENUTI

• lo sviluppo delle politiche di manutenzione: introduzione • la manutenzione predittiva: principi, vantaggi, tecniche • selezione di tecniche e metodi di PHM • analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo statistico di processo • principi di gestione della manutenzione: indicatori di manutenzione, tecniche di analisi di guasto, tecniche diagnostiche, termografia, analisi delle vibrazioni e Metodo Shock • creazione di piani di manutenzione predittiva. • risoluzione dei problemi comuni nelle attrezzature industriali.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • conoscere le politiche di manutenzione • avere consapevolezza della manutenzione predittiva in base a principi, vantaggi e tecniche • essere in grado di adoperare le modalità e le procedure di selezione di tecniche e metodi di PHM • riuscire ad utilizzare tecniche per l'analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo statistico di processo • conoscere i principi di gestione della manutenzione, con particolare riguardo agli indicatori di manutenzione, tecniche di analisi di guasto, tecniche diagnostiche, termografia, analisi delle vibrazioni e Metodo Shock • pianificare l'esecuzione di piani di manutenzione predittiva ed i problemi comuni delle attrezzature industriali



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

POWER APPS

Il corso Power Apps mira a preparare i partecipanti a diventare esperti nell'uso di Power Apps per la creazione di applicazioni personalizzate senza codifica. Gli studenti saranno in grado di migliorare i processi aziendali attraverso lo sviluppo di app personalizzate e di rispondere alle esigenze aziendali in modo più efficiente.

CONTENUTI

- Modulo 1: Comprensione di Power Apps - Comprendere il ruolo di Power Apps nella trasformazione digitale aziendale. - Identificare i vantaggi dell'uso di Power Apps.
- Modulo 2: Creazione di App Personalizzate - Imparare a utilizzare Power Apps Studio per progettare e creare app personalizzate. - Creare interfacce utente intuitive e funzionalità interattive nelle app.
- Modulo 3: Collegamento a Dati - Connessione a diverse fonti di dati, tra cui database, servizi cloud e API. - Estrazione e utilizzo di dati aziendali nelle app.
- Modulo 4: Automazione di Processi - Implementare logiche aziendali all'interno delle app. - Automatizzare i processi aziendali utilizzando Power Apps.
- Modulo 5: Distribuzione e Gestione - Distribuzione sicura delle app create in un ambiente aziendale. - Monitoraggio e manutenzione delle app Power Apps.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Comprendere i concetti fondamentali di Power Apps e le sue funzionalità. • Creare interfacce utente intuitive per applicazioni aziendali. • Collegare dati da diverse fonti per alimentare le app. • Automatizzare processi aziendali utilizzando Power Apps. • Distribuire e gestire le app create in un ambiente aziendale.



DURATA

10 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di

SYSTEM INTEGRATOR

Il ruolo del System Integrator è quello di creare le soluzioni e le condizioni per far dialogare tra loro le diverse tecnologie 4.0 al fine di creare nuovo valore sia sul core business sia sui business innovativi. Tale figura chiave ha il compito di far dialogare i sistemi informatici presenti in azienda, con sensori e strumenti di monitoraggio. Questa integrazione deve essere ottimizzata dai system integrator, tecnici con le competenze necessarie per applicare le tecnologie ai processi industriali. Il System Integrator, oltre ad abilitare e gestire il pacchetto di soluzioni e piattaforme che rende possibile la nascita di un'azienda intelligente, possono sfruttare competenze consolidate in ambito Ict, come i Big Data e l'Analytics, a cui si aggiungono le competenze avanzate quali l'intelligenza artificiale, il machine learning e la gestione del ciclo di vita del prodotto, o Product Lifecycle Management (PLM)

CONTENUTI

• Intelligenza artificiale e big data • AI explained • Internet of things • Product Lifecycle Management come strategia di business per l'innovazione

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso intende formare una figura in grado di: • realizzare, sia dal punto di vista informatico che manageriale, i processi che consentono a diversi sistemi e ambienti informatici di essere interconnessi nell'ottica dello sviluppo della fabbrica intelligente. • comprendere il corretto significato dei trend tecnologici di Industria 4.0, il loro stato attuale e le prospettive di crescita future. • acquisire conoscenze circa i vantaggi dello sviluppo delle tecnologie trattate e l'impatto sulla filiera mecatronica. • focalizzare il valore delle applicazioni Smart Manufacturing.



DURATA

32 ore



MODALITÀ

In presenza o live online


Promosso con la collaborazione di

E-PROCUREMENT MANAGEMENT

L'e-Procurement è il processo di fornitura elettronica di beni e servizi attraverso l'uso di piattaforme digitali basate sul Web. Un complesso di modalità organizzative e procedure che comprendono l'impiego di software e tecnologie di commercio elettronico (e-Commerce), utilizzati tra aziende private, tra aziende e persone fisiche o tra aziende e istituzioni pubbliche. Nell'ambito dei processi e delle attività di approvvigionamento e acquisto è recentemente emerso il paradigma Procurement 4.0. Il percorso vuole incentivare le aziende a effettuare un salto di qualità nell'innovazione digitale, che renda più efficiente ed efficace la relazione con i propri fornitori.

CONTENUTI

- Breve richiamo ai concetti di scouting e sourcing
- Strategicità di un approccio strutturato alla ricerca e selezione di nuovi fornitori
- Driver da adottare per impostare un approccio corretto alla ricerca e selezione dei fornitori
- Tecnologie digitali a supporto della selezione dei fornitori e i loro benefici in termini di cost saving, time saving, governance e transparency: - motori di ricerca specializzati - strumenti per il vendor management - strumenti per il sourcing
- Strumenti e indicatori per la comparazione oggettiva di fornitori
- Strumenti e indicatori per la comparazione oggettiva delle offerte
- Impatto sui diversi ruoli dell'ufficio acquisti.
- Impatti della intelligenza artificiale sulla ricerca e selezione dei fornitori
- Breve richiamo al concetto di supply chain collaboration
- Strategicità di una comunicazione bidirezionale, veloce ed efficace
- Driver da adottare per impostare un approccio corretto alla supply chain collaboration
- Tecnologie digitali a supporto della selezione della supply chain collaboration e i relativi benefici: - L'approccio a portale – pro e contro - L'approccio basato su posta elettronica – pro e contro
- Strumenti e indicatori per la misura della performance logistica dei fornitori
- Strumenti e indicatori per la misura della efficacia delle attività dell'ufficio acquisti
- Impatto sui diversi ruoli dell'ufficio acquisti.
- Primi impatti della intelligenza artificiale sul calcolo degli indicatori di performance dei fornitori
- Il consignment stock/VMI digitali
- Come le tecnologie digitali possono supportare la qualità e la compliance: - Gestione della documentazione obbligatoria (DURC, DUVRI, etc.) - La Dichiarazione origine materiali - REACH e RoHS



· Come le tecnologie digitali possono supportare le operations: - Gestione automatica delle entrate merci - Sistemi di etichettatura · Come le tecnologie digitali possono supportare l'area Amministrazione, Finanza e Controllo: - Sistemi digitali a supporto della riconciliazione delle fatture - Sistemi digitali di supply chain finance · Come le tecnologie digitali possono supportare l'area Legal - Tracciabilità delle operazioni nei sistemi digitali - Uso della blockchain nei sistemi transazionali digitali · Criteri di scelta di una tecnologia digitale per il procurement - On premise o Cloud? - I livelli di servizio

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso forma soggetti coinvolti in una specifica area aziendale (Supply Chain) che possono beneficiare dell'introduzione delle tecnologie 4.0. L'obiettivo è quello di fornire una conoscenza del concetto di Digital Procurement, i soggetti coinvolti e i processi da seguire. In particolare, verrà spiegato come integrare le informazioni lungo la catena dal fornitore al consumatore con la trasformazione digitale di processi e documenti, la connessione tra diversi sistemi, l'uso intensivo e condiviso dei dati come leva per creare valore aggiunto.



DURATA

32 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

FATTORI CHIAVE DI SUCCESSO IN UN PROGETTO DI TRASFORMAZIONE DIGITALE

Acquisire un quadro conoscitivo organico e analitico dei fattori chiave che determinano il successo del progetto aziendale di transizione digitale

CONTENUTI

- Ruolo del management nell'organizzazione digitale
- Nuovi modelli organizzativi legati al digitale
- Snellire i processi di lavoro e accelerare il processo decisionale
- Stabilire un sistema di governance digitale
- Digitalizzare la mentalità della società
- Accompagnare la trasformazione digitale
- Freni e leve di trasformazione digitale in azienda
- Cultura aziendale, innovazione collaborativa e aperta
- Gestire attraverso strumenti di collaborazione
- Gestire gli impatti della collaborazione: - sul management: - nuovo ruolo del manager nella trasformazione digitale - leadership e fiducia - sull'organizzazione: gestione confini organizzativi labili - sull'informazione: gestione della conoscenza diffusa
- Incoraggiare la partecipazione, l'innovazione e la valutazione

COMPETENZE ACQUISITE

Sviluppare progetti di transizione digitale in grado di far evolvere il business aziendale



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

LEAN SIX SIGMA 4.0

Il Corso ha come finalità generale quella di far: • Diffondere la nuova metodologia Lean Six Sigma 4.0, come unione dell'approccio quali-quantitativo di problem solving universalmente utilizzato con le nuove tecnologie digitali caratteristiche della Quarta Rivoluzione Industriale • Digitalizzare i propri processi mediante il confronto con business cases reali, valutando l'applicabilità delle tecnologie abilitanti ai diversi settori di applicazione, evidenziandone i benefici ottenibili

CONTENUTI

• Dal Lean Six Sigma all'Industry 4.0: - Overview sul Lean Six Sigma: il ciclo DMAIC - Oltre il Lean Six Sigma: l'Industry 4.0 - Industry 4.0: tecnologie abilitanti, settori di applicazione, potenzialità e criticità • Strategie di Campionamento, Measurement System Analysis e Indicatori di Efficienza Produttiva: - Come potenziare l'approccio Lean Six Sigma con le nuove tecnologie digitali - Definizione di un Piano di Campionamento rilevante, rappresentativo e significativo - Measurement System Analysis: ripetibilità, riproducibilità e risoluzione di un Data Collection Plan - Analisi Indici di Efficienza - OEE (Overall Equipment Effectiveness) • Test Statistici Parametrici vs Non Parametrici - Statistica Inferenziale: Livelli di Confidenza e Intervalli di Confidenza - Test Statistici Parametrici: Test delle Ipotesi (Rischio Alfa e Rischio Beta) - Potenza di un Test delle Ipotesi • Dalle analisi di correlazione alle tecniche di regressione - Tecnologie e Algoritmi per la Root Causes Analysis - Overview sulle Analisi di Correlazione: Scatterplot - Modelli di Regressione Statistica: Regressione Semplice, Multipla, Logistica • Progettazione ed Analisi degli Esperimenti - Principi di base della programmazione degli esperimenti - Experimental Design: Design Of Experiment (Piani fattoriali completi vs Piani fattoriali frazionari) - Dal Design Of Experiment al Response Surface Method: strategia di sperimentazione - Taguchi Design - Come implementare tecniche di Experimental Design in una Fabbrica 4.0 • Controllo Statistico di Processo - Teoria e metodi del Controllo Statistico di Processo - Gestione dati non Normali - Carte di controllo per variabili\attributi • Controllo Multivariato e Machine Learning - Introduzione al Controllo di Processo Multivariato - Un software per l'analisi multivariata open source - Carta di Controllo Multivariata - Contribution Plot - Analisi di Regressione Multipla Partial Least Square - Tecniche di Machine Learning

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Sviluppare un approccio strutturato (ciclo DMAIC) per la gestione dei progetti di miglioramento, potenziato dall'utilizzo delle moderne tecnologie digitali
- Definire sistemi di raccolta dati finalizzati all'analisi predittiva dei processi
- Acquisire strumenti quantitativi per l'individuazione delle cause radice delle problematiche aziendali
- Conoscere strumenti di ottimizzazione dei processi mediante l'esplorazione dello spazio di progetto



DURATA

32 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DIGITAL OPERATIONS MANAGEMENT

L'impatto della fabbrica intelligente riguarda tutta la filiera produttiva e determina la crescente digitalizzazione e servitizzazione delle Operations (un prodotto non viene più proposto o venduto da solo, ma erogato in combinazione con un servizio). È quindi necessario che le aziende si preparino ad accogliere e integrare le nuove tecnologie di produzione e di gestione dell'informazione. La produzione industriale sta affrontando cambiamenti importanti, che nascono dalla convergenza fra tecnologie di produzione innovative e mondo digitale. L'incontro e la connessione sempre più stretta tra questi due ambiti generano la piattaforma Industry 4.0, termine che indica l'insieme di tecnologie e strumenti con il quale è possibile realizzare fabbriche sempre più "intelligenti" e interconnesse lungo tutta la Supply Chain.

CONTENUTI

• Technology overview • Più tecnologia = più profitto? • Selezionare un corretto mix di tecnologie a supporto della competitività • Focus sul Planning • Simulazione e realtà aumentata • Servitization: l'impatto della componente servizio nelle industrie manifatturiere

COMPETENZE ACQUISITE

Il percorso intende formare la figura del Digital Operations Manager, responsabile dell'insieme dei processi tramite cui un'impresa realizza e consegna un prodotto/servizio al cliente, trasferendo competenze digitali nel lavoro quotidiano al fine di migliorare i processi interni dell'impresa, in ottica Industria 4.0, e renderli più efficaci e funzionali al raggiungimento degli obiettivi di business. Il corso ha l'obiettivo di trasferire ai partecipanti i concetti chiave che permettono di cogliere le opportunità offerte dal trend di digitalizzazione dei sistemi produttivi, sia in termini di efficienza che di livello di servizio offerto al cliente.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

APPROCCIO MANAGERIALE PER FAVORIRE LO SVILUPPO DIGITALE DELL'AZIENDA

Il corso intende sviluppare il mindset digitale per massimizzare l'efficacia dell'azione manageriale finalizzata a guidare e governare la transizione digitale

CONTENUTI

- Autoanalisi organizzativa • Mappatura customer touchpoint
- Definizione di un progetto di trasformazione digitale
- Definire i Kpi
- Customer experience
- Analisi della situazione aziendale in termini di trasformazione digitale: dall'AS IS al TO BE
- Approccio manageriale da adottare per favorire lo sviluppo digitale dell'azienda

COMPETENZE ACQUISITE

Mettere in atto un set articolato di azioni di innovation management per guidare l'azienda verso i nuovi scenari digitali



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

VIRTUAL AGENTS

Il corso Virtual Agents mira a fornire ai partecipanti le competenze necessarie per progettare, sviluppare e implementare agenti virtuali conversazionali basati sull'intelligenza artificiale per migliorare l'interazione con i clienti e gli utenti aziendali.

CONTENUTI

- Modulo 1: Fondamenti dei Chatbot - Comprendere i concetti chiave dei chatbot e degli agenti virtuali. - Riconoscere i vantaggi dell'implementazione di agenti virtuali nelle operazioni aziendali.
- Modulo 2: Creazione di Agenti Virtuali - Utilizzare Virtual Agents per progettare e sviluppare agenti virtuali intelligenti. - Creare conversazioni conversazionali efficaci e intuitive.
- Modulo 3: Integrazione e Miglioramento - Integrazione degli agenti virtuali in diverse piattaforme di comunicazione aziendale. - Implementazione di intelligenza artificiale per migliorare le risposte degli agenti virtuali.
- Modulo 4: Integrazione e Miglioramento - Monitorare le interazioni degli agenti virtuali e misurare le prestazioni. - Ottimizzare gli agenti virtuali per una migliore esperienza utente

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Comprendere i concetti chiave dei chatbot e degli agenti virtuali. • Progettare e sviluppare agenti virtuali con Virtual Agents. • Integrazione di agenti virtuali nelle interazioni con i clienti. • Utilizzare l'intelligenza artificiale per migliorare le risposte degli agenti virtuali. • Monitorare e ottimizzare le prestazioni degli agenti virtuali.



DURATA

10 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di

POWER AUTOMATE

Il corso Power Automate si propone di preparare i partecipanti a diventare esperti nell'automazione dei processi aziendali utilizzando Power Automate. Gli studenti saranno in grado di semplificare e ottimizzare le attività quotidiane attraverso l'automazione dei flussi di lavoro.

CONTENUTI

- Modulo 1: Introduzione all'Automazione - Comprendere i concetti di automazione dei processi aziendali. - Riconoscere i benefici dell'utilizzo di Power Automate.
- Modulo 2: Creazione di Flussi di Lavoro - Progettare, sviluppare e implementare flussi di lavoro automatizzati utilizzando Power Automate. - Creare flussi di lavoro complessi per gestire attività aziendali specifiche.
- Modulo 3: Integrazione con Applicazioni Aziendali - Integre Power Automate con diverse applicazioni aziendali, tra cui Office 365 e Azure. - Utilizzare flussi di lavoro per automatizzare processi tra piattaforme diverse.
- Modulo 4: Monitoraggio e Risoluzione Problemi - Monitorare i flussi di lavoro automatizzati per garantire un funzionamento senza intoppi. - Risolvere eventuali problemi e migliorare l'efficienza dei processi aziendali attraverso l'automazione

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Comprendere i concetti di automazione dei processi aziendali.
- Creare flussi di lavoro automatizzati con Power Automate.
- Integre Power Automate con applicazioni e servizi aziendali.
- Monitorare e gestire i flussi di lavoro automatizzati.
- Risolvere i problemi e migliorare l'efficienza dei processi aziendali.



DURATA

10 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di

DIGITAL TRANSFORMATION: COSTRUIRE E ALIMENTARE RELAZIONI DI VALORE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK

Le abitudini di acquisto nell'epoca della Digital Transformation sono radicalmente cambiate. Si stima che un acquirente, quando viene a contatto con un fornitore, abbia già effettuato il 57% del proprio percorso di acquisto. Oggi i team di vendita devono andare alla ricerca dei propri clienti e prospect negli ambiti per loro di maggiore interesse: è questo l'obiettivo del Social Selling.

CONTENUTI

• L'evoluzione dei comportamenti degli acquirenti in un contesto 4.0 • Il ruolo dell'esperienza digitale nel percorso d'acquisto • Le nuove coordinate del social selling • Ottimizzare il profilo LinkedIn e la personale presenza "social" • Individuare i giusti Influencer e Ambassador • Definire il proprio Personal Branding • Apprendere il "networking" mood • Definire una strategia di contenuto: l'inbound selling • Quale strategia di contenuto coerente e integrata trattereggiare? • Content management: bilanciare fra topic personali, corporate e di contesto • Customer Centricity e inbound selling: come sviluppare sinergie di obiettivi, valori e contenuto con i propri clienti

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • utilizzare in modo coerente e integrato i diversi mezzi social • Sviluppare la reputazione sul web



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DESIGN THINKING FOR BUSINESS SOLUTIONS

Il corso sviluppa le competenze per utilizzare l'approccio, la sensibilità e i metodi dei designer per identificare i bisogni al centro di ciò che è tecnologicamente fattibile e finanziariamente sostenibile in una prospettiva di supporto strutturato all'innovazione e della trasformazione digitale

CONTENUTI

• Comprendere il contesto dove poter sviluppare il design thinking • Trasformazione digitale e design thinking • Innovazione. Risoluzione di problemi. Creatività. Co-creazione. Valore del cliente. • l'utilità del design thinking nel business e la sua evoluzione • il supporto per rendere tangibili le idee • i 3 principi di base: desiderabilità, fattibilità, vantaggi economici • le 5 fasi del design thinking • empathize, define, ideate, prototype, test • il senso di ogni fase e il passaggio al mondo fisico delle idee • la fase cruciale del prototype e i suoi tool operativi • la correlazione al modello delle 3 i • inspiration: in che modo svilupparla • ideation: come definirla • implementation: come renderla concreta • strumenti per l'analisi e la sintesi del design thinking • la mappa concettuale e quella dell'empatia • la generazione e l'elaborazione delle idee • la comunicazione e il lancio: il link con lo storytelling

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Identificare le fasi caratteristiche del Design Thinking • Saper correlare il Design Thinking con il pensiero creativo • Individuare il 'ponte' tra l'approccio del Design Thinking e lo stimolo al processo innovativo • Identificare le opportunità di design e business attraverso un punto di vista integrale. • Applicare i concetti del design thinking per creare un prodotto o servizio sostenibile



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DISTANCE SELLING

La pandemia ha improvvisamente cambiato lo scenario economico e quindi anche la realtà commerciale: i venditori non saranno in grado di incontrare fisicamente i propri clienti per molto tempo. Eppure, dobbiamo continuare a vendere! E se questo periodo fosse in definitiva un'opportunità per rafforzare le relazioni con i clienti e aumentare la quota di mercato? Tre sfide principali per i venditori: creare vicinanza al cliente nonostante la distanza, rassicurare e consigliare i clienti in caso di incertezza, generare business e valore

CONTENUTI

• L'importanza della relazione con il cliente anche "a distanza": i principi dell'intelligenza emotiva applicati alla vendita • L'ascolto e le insidie delle percezioni online • La gestione efficace delle obiezioni a distanza • La vendita ai clienti acquisiti e la vendita ai prospect: come gestire il distanziamento sociale • Da "Venditore" a "Digital Sales": l'aiuto della tecnologia nella vendita • L'importanza di padroneggiare al meglio il mezzo virtuale e raggiungere gli obiettivi di vendita • L'engagement del cliente durante i meeting virtuali • I tempi della comunicazione virtuale: cosa è cambiato e come essere più efficaci • Oltre la call: come mantenere "caldi" i clienti

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Ottenere il massimo dagli strumenti remoti per comunicare con i clienti • Creare engagement con il cliente per differenziarsi rispetto ai competitor • Acquisire autorevolezza per consigliare e mostrare la strada nonostante l'incertezza



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

MARKETING AUTOMATION

Il marketing automation rappresenta una nuova opportunità, che sfrutta le logiche dell'inbound marketing e del "content marketing". Il corso aiuta a: • formulare una strategia efficace di "marketing automation" e implementarla step by step integrando i dati di Business Intelligence. • adattare i processi di vendita alle nuove tecnologie, orientando le sfide in funzione dei nuovi strumenti digitali per un approccio commerciale coerente con le richieste dei clienti moderni, per incrementare le possibilità di raggiungere obiettivi competitivi sfidanti.

CONTENUTI

• Dalle analisi prescrittive al Marketing Automation • Finalità della "Marketing Automation" • Perché la Marketing Automation e come utilizzarla • Strategia Aziendale e Marketing Automation • Come formulare una strategia di Marketing Automation • Come orientarsi fra le piattaforme di Marketing Automation • Lead Generation: le caratteristiche dei Lead Magnet • Lead Nurturing: la creazione dei contenuti per la piattaforma di marketing Automation • Presidiare tutto il funnel: dal lead alla chiusura della vendita al presidio del passaparola • La prospettiva del consumatore; • I principali canali di vendita; • Tipologie di insight: cosa cambia? • Predictive social media; • L'outbound selling: i contributi del digitale e dei Big Data • Scegliere il CRM appropriato e adottarne la filosofia • Come Attivare sistemi di monitoraggio dei KPI e renderli automatizzati e sincronizzati con il CRM Aziendale • Case studies

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Acquisire le principali tecniche di analisi dei Big Data • Comprendere le logiche della Marketing Automation • Cambiare le strategie e le tecniche di digital marketing. • Imparare a orientarsi tra le principali piattaforme di Marketing • Identificare e sviluppare lead di qualità • Ottimizzare il processo commerciale sul fronte digitale



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

BRAND AWARENESS, REPUTAZIONE, VIRALITÀ E RISULTATI COMMERCIALI

Nello scenario digitale in cui viviamo il content management si configura come una competenza irrinunciabile per attirare l'interesse dei clienti, per indirizzare le scelte di consumo e per migliorare la Brand Equity. Mai come oggi vi è la necessità di progettare e gestire la "narrazione" di un contenuto, per comunicare il valore di un Brand, sia esso un prodotto o un servizio. Dallo Storytelling all'Advocacy, dal Web Writing alla Social Communication, le strategie di Content Management hanno acquisito un'importanza fondamentale come leve di business. Il corso insegna a padroneggiare le tecniche di comunicazione e di advocacy più innovative, mettendo in luce la centralità del dialogo con il cliente inteso come potenziale influencer.

CONTENUTI

• Il contenuto "nelle mani" di clienti interni ed esterni • Il fenomeno del Crowdsourcing • L'orizzonte dei Brand Ambassador e dei Brand Advocates • Il calendario editoriale • Come costruire, impiegare ed aggiornare il calendario editoriale • Creare contenuti di qualità per i Social • Come impiegare contenuti di terzi • Definire una strategia Social per il tuo Brand • La gestione del contenuto fra Brand Reputation e fidelizzazione • Il legame sottile fra autorevolezza del Brand e soddisfazione del cliente • Identità del Brand & identità percepita (Brand Identity vs Brand Image) • Le leve della Digital Transformation per consolidare i vantaggi competitivi • La forza delle soft skills nel cosmo dei Big Data • La creazione di opportunità commerciali • Quali sono i principi dell'ingaggio nell'epoca 4.0 • Educare a scrivere per convincere, fidelizzare, "viralizzare" • Lead Generation and Sales Generation: dal nurturing allo scoring • Content Marketing e Advocacy: quando è l'influencer a creare i contenuti

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Collegare strategicamente gli obiettivi del contenuto con l'audience prescelta
- Interiorizzare il concetto "Prima educa, poi vendi"
- Applicare le teorie del business e del creative writing
- Imparare a costruire un piano editoriale
- Applicare le tecniche della learning experience al content management
- Armonizzare stilisticamente on e off line



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



SEAMLESS CUSTOMER EXPERIENCE

Il cliente non ha più un percorso d'acquisto predefinito, ma si muove liberamente tra canali fisici e digitali. Il fattore critico di successo e di crescita si colloca in una strategia di marketing in grado di conoscere questi everywhere shoppers, utilizzando nuove tecniche di omnichannel. La finalità generale del corso di Seamless Customer Experience è di fornire ai partecipanti le competenze teoriche per implementare l'integrazione online e offline dei canali, in modo da offrire al consumatore un'esperienza «seamless», cioè senza interruzioni.

CONTENUTI

- Omnicanalità: le basi;
- Il consumatore omnichannel;
- Supply Chain Management e omnicanalità;
- Information System;
- Customer Journey: cosa cambia;
- In store technologies;
- Le 4p;
- Social Customer Engagement;
- Incentivi e KPIs;
- Roadmap verso l'omnicanalità;
- Seamless Customer Experience: business case studies.

COMPETENZE ACQUISITE

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito conoscenze in merito alla costruzione di una customer experience di valore, sia per il cliente che per l'azienda, implementando un sistema omnichannel che preveda l'integrazione di online e offline.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) APPLICATA

Il corso si propone di introdurre i partecipanti all'Intelligenza Artificiale (IA) e alle sue applicazioni pratiche in vari settori industriali, preparandoli a sfruttare l'IA per migliorare l'efficienza, la precisione e la competitività dell'azienda

CONTENUTI

- Modulo 1: Fondamenti dell'IA - Machine Learning e Deep Learning. - Elaborazione del linguaggio naturale (NLP) e visione artificiale.
- Modulo 2: Applicazioni dell'IA - Casi d'uso pratici in vari settori industriali. - Implementazione di modelli di Machine Learning.
- Modulo 3: Etica nell'IA - Privacy dei dati e conformità normativa. - Trasparenza e interpretabilità dei modelli di IA.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Acquisire una comprensione approfondita dei fondamenti dell'Intelligenza Artificiale, inclusi il Machine Learning, il Deep Learning e l'elaborazione del linguaggio naturale (NLP).
- Esplorare casi d'uso concreti dell'IA in settori come la produzione e la logistica.
- Valutare gli aspetti etici legati all'adozione dell'IA, compresa la privacy dei dati e la trasparenza.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

GROWTH HACKING E AGILE MARKETING

Il percorso di apprendimento attraverso l'utilizzo di strumenti tecnici, permette di implementare nuove strategie di crescita aziendale che comprendono elementi di Growth Hacking inteso come processo di sperimentazione rapida su uno o più prodotti servizi di punta dell'azienda e sui canali di marketing per trovare il modo più efficiente per far crescere un business.

CONTENUTI

• Growth Hacking e User Research - Impostare un mindset da Growth Hacker - Adottare un approccio scientifico/analitico nei confronti delle attività di marketing e comunicazione - Comprendere le principali metriche e KPI per ogni livello del funnel A.A.A.R.R.R - OPN (Other People's Networks) all'opera - Impostare proto-personas e validarle tramite survey - Analytics e Automazione - Sviluppare un measurement plan - Implementare strumenti di tracciamento - Implementare semplici automazioni - Measurement plan - Agile Marketing & Experiment Design - Ideare un MVP - Minimum Viable Product - Prioritizzare esperimenti e misurarli - Experiment canvas - Creare un piano di acquisizione utenti efficace - Utilizzare i principali canali per l'acquisizione dei clienti e integrarli all'interno di una strategia di acquisizione completa - Definire le principali metriche nel processo di acquisizione - Mettere in pratica strategie di website optimization, aumentando la Conversion Rate Optimization - Realizzare analisi quantitative e qualitative (analytics, survey, heatmap, recording) - Individuare i punti di forza e debolezza del sito web - Analizzare i meccanismi di retention e sviluppare esperimenti ad hoc per ottenere il massimo valore da ogni utente

COMPETENZE ACQUISITE

Il percorso di apprendimento sviluppa competenze emergenti di matrice digitale, relazionale, comunicazionale e commerciale per analizzare il mercato di riferimento, adottare processi innovativi di acquisizione di nuovi clienti.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

FARE MARKETING NON CONVENZIONALE 4.0

Il marketing non convenzionale rappresenta una forma di approccio dell'impresa ai propri clienti capace di sfruttare nuovi strumenti e canali di comunicazione, spesso utilizzando budget contenuti rispetto ad attività tradizionali. I più innovativi strumenti di marketing e le potenzialità che offre il digitale rappresentano nuovi scenari per le aziende. Il percorso di apprendimento consente ai partecipanti di realizzare una full immersion nelle nuove tendenze delle strategie non convenzionali di marketing per rendere competitivo il brand aziendale. Il corso affronta, infatti il tema del marketing non convenzionale, sia sotto il profilo teorico, sia in una prospettiva tecnico-pratica

CONTENUTI

• Dal marketing tradizionale al marketing non convenzionale • Spazio fisico e spazio virtuale: ambiti dell'unconventional marketing • L'approccio media-neutral • I driver della comunicazione non convenzionale • Ambient media • Tecniche: intrusione, trasformazione, installazione • Valori: formale, funzionale, fatico, attenzionale • Il fattore cool nella comunicazione non convenzionale • Genesi del cool • Progettare una campagna Unconventional • Definizione degli obiettivi • La coerenza con la filosofia aziendale ed il brand • I mezzi • I costi • I risultati delle strategie Unconventional • Misurare i risultati: il ROI di una campagna unconventional • Obiettivi di diffusione vs Obiettivi di partecipazione • Successful Unconventional Strategies • Raggiungere l'inconscio dei potenziali clienti: tra psicologia, marketing e neuroscienze • Lavorare su sentimenti, emozioni e dimensione relazionale • La memoria come arma vincente • Il marketing non convenzionale nell'ambito del piano di comunicazione integrata • Il valore generato dal marketing non convenzionale nel processo di comunicazione e nella relazione con il cliente



COMPETENZE ACQUISITE

L'obiettivo del corso è quello di favorire il mindset e le conoscenze metodologiche necessarie per concepire e pianificare operazioni di marketing non convenzionale originali, efficaci e strategicamente appropriate. Fondamentale in questo senso sarà sviluppare nei partecipanti la capacità di integrare sinergicamente le leve comunicazionali e digitali, per esplorare le tecniche e gli strumenti non convenzionali di fare marketing, per cogliere nuove opportunità per lo sviluppo competitivo dell'azienda. Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di riconoscere le tecniche e le tipologie di marketing non convenzionale e di progettare una campagna di marketing non convenzionale, misurandone i risultati.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



DIGITAL BUSINESS MARKETING

Il corso sviluppa un set articolato di competenze per: • identificare la domanda e la concorrenza nei comparti B2B • definire le principali opzioni strategiche per la creazione del valore

CONTENUTI

• Le dinamiche evolutive dei mercati business - Comprendere le dinamiche in corso nel proprio ambiente tecnologico-applicativo - Panoramica delle soluzioni possibili per alimentare il cambiamento e lo sviluppo tecnologico e organizzativo nella struttura del mercato • L'analisi della domanda e del comportamento d'acquisto dei clienti B2B - Analizzare i ruoli coinvolti nel processo d'acquisto: - Comprendere il processo decisionale riguardante i fornitori - Capire il ruolo della propria tipologia di offerta per il cliente • L'analisi della concorrenza - Tipo di concorrenti - Concorrenti attuali e potenziali - Grado di concentrazione - Grado e tipo di integrazione • L'innovazione, le strategie tecnologiche e il lancio di nuovi prodotti - Conoscere i due approcci alla realizzazione operativa dell'innovazione del prodotto - Analisi dei seguenti fattori tecnologici interni all'azienda - Opportunità di crescita aziendale offerta dalle nuove tecnologie • Il Value Management nel B2B - La dinamica evolutiva del Value Management - Struttura organizzativa di Value Management - Specificità del Value Management nei mercati B2B • Il communication Management nel B2B - I processi di comunicazione nei business markets - La comunicazione nelle relazioni tra imprese - Il processo di pianificazione della comunicazione del digital marketing

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Sviluppare politiche di prodotto-servizio per i clienti • Identificare gli strumenti digitali di comunicazione migliori • Ideare e realizzare campagne di digital marketing di prodotti filmici • Applicare le web solution e la realtà aumentata quali opportunità creative e comunicative alternative ai media tradizionali.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DIGITAL EXPERIENCE

La gestione strategica delle relazioni con il cliente attraverso i canali digitali è un fattore di successo, capace di determinare un vantaggio competitivo per la propria azienda rispetto alla concorrenza. Oggi più che mai la capacità di relazionarsi efficacemente con il cliente attraverso le soluzioni digitali può fare la differenza. Per cogliere le opportunità di un mercato in costante evoluzione, l'analisi dei meccanismi che determinano la decisione di acquisto assume un ruolo fondamentale

CONTENUTI

• Customer Experience • Brand promise, value proposition, customer satisfaction, customer retention • L'importanza delle customer experience • Customer experience management • Workshop: dalla value proposition alla customer journey • User Experience • User interface, human-machine interaction, information architecture, usability • User Experience design (UXD) • Ricerca esplorativa per lo UXD • I trend della UX • Progettazione per lo UXD • Una visione allargata della user experience • Workshop: prototipazione rapida di una app mobile

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso pone al centro la soddisfazione del cliente e sottolinea l'importanza della fiducia come leva strategica per il successo delle organizzazioni, sviluppando le competenze per gestire modelli e metodi di user/customer experience.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DIGITAL EXPORT MANAGER

Il corso ha lo scopo di trasferire al personale commerciale delle aziende che hanno già avviato o intendono avviare una strategia di internazionalizzazione, le competenze per sfruttare le opportunità offerte dalle tecnologie digitali per approcciare con successo il mercato globale. Il corso affronta le principali questioni legate all'export descrivendo in maniera esaustiva caratteristiche e modalità di utilizzo degli strumenti e delle tecnologie digitali a supporto del commercio con l'estero, quali digital e web marketing, e-commerce e piattaforme integrate per il trade marketing.

CONTENUTI

• Nozioni preliminari (esportazioni, importazioni, scambi intra UE, accordi commerciali extra UE, • disciplina nazionale e comunitaria di riferimento) • Le strategie di internazionalizzazione, vendita, comunicazione d'impresa, esportazioni ed acquisizioni di azienda • Marketing internazionale • Export sales management • E-commerce, Digital export e piattaforme di trade marketing • Lead generation • Entry mode e tecniche commerciali estere • Incoterms • Logistica e documentazione a supporto dell'esportazione/importazione

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Pianificare strategie di export anche attraverso l'uso di strumenti digitali • Incrementare la presenza online dell'azienda • Analizzare i mercati internazionali • Identificare e generare lead qualificate e in target • Impostare campagna di comunicazione online anche attraverso l'utilizzo di piattaforme di e- • commerce e per il trade marketing • Provvedere agli adempimenti amministrativi legati all'export



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER IL MARKETING AZIENDALE D'AVANGUARDIA

L'intelligenza artificiale rappresenta la prossima frontiera della trasformazione aziendale. Siamo di fronte a tecnologie dirompenti e sempre più diffuse, in grado di rendere i processi aziendali più intelligenti e, quindi, più capaci di apportare un autentico valore aggiunto al business, aprendo, in alcuni casi, veri e propri nuovi scenari. Le aziende che vogliono accrescere il proprio valore e competitività, non possono prescindere dall'innovazione derivante dall'introduzione dell'intelligenza artificiale e del machine learning nei propri processi di business. Tuttavia, il come realizzarlo rappresenta spesso un'incognita per le aziende. La sfida è fare chiarezza su cosa siano realmente l'intelligenza artificiale e capire come possa offrire soluzioni concrete alle sfide di business

CONTENUTI

• L'AI a servizio delle diverse fasi del Funnel di conversion • L'AI per l'analisi dello scenario competitivo e dei client • L'AI per le attività di awareness e consideration • L'AI per la generazione di lead e di vendite • L'AI nel Customer Care • L'AI a supporto della loyalty e dell'advocacy marketing • AI Marketing Funnel • The future of personalization and how to get ready for

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso è un percorso per offrire gli strumenti, le metodologie e le best practice da applicare nei contesti aziendali, individuando obiettivi di innovazione sfidanti e concreti. Il corso ha l'obiettivo di illustrare come l'Alsia in grado di potenziare le attività di analisi degli scenari competitivi e di segmentazione e targetizzazione dei consumatori attraverso piattaforme di rilevazione dei comportamenti online (dati non strutturati) e offline.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

LEAN & SMART ORGANIZATION

L'aggettivo "lean" identifica un modello organizzativo e produttivo che mira a sviluppare processi agili. Il lean non è solo un metodo, ma è innanzitutto un modo di pensare - lean thinking - applicabile a qualsiasi processo operativo, ambito o settore. L'approccio lean si coniuga perfettamente con le esigenze di innovazione tecnologica delle organizzazioni, in quanto pur sostituendo la componente umana nelle mansioni operative, l'automazione dei processi richiede all'operatore una maggiore presenza decisionale per risolvere carenze ed eccezioni, in qualità di "ponte decisivo" tra impianti e sistemi di gestione. L'innovatività di questo approccio sta nel coinvolgere le risorse umane in un circolo virtuoso di miglioramento continuo in cui ogni singola fase del processo aziendale è focalizzata sul valore percepito dal cliente.

CONTENUTI

• Le caratteristiche del modello lean • la lean nei processi organizzativi e gestionali • l'analisi dei processi volta all'individuazione degli sprechi • la semplificazione delle procedure • il time management e la riduzione degli sprechi di tempo • lo sviluppo delle risorse umane • la lean e il supply chain management • il miglioramento continuo (kaizen) • gli strumenti e le tecniche di lean management • il value stream mapping • push vs pull • il sistema kanban • il cellular manufacturing • la takt analysis • il total productive maintenance (TPM) • i nove pilastri dell'industry 4.0

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Trasferire metodi e tecniche di lavoro lean applicabili anche in un contesto di smart organization; • Sviluppare il pensiero computazionale e la creatività digitale; • Applicare metodologie innovative di razionalizzazione delle risorse e dei costi, per il perseguimento degli obiettivi aziendali • Ripensare al valore dal punto di vista del cliente; • Mappare il flusso di valore e individuare gli sprechi; • Ridurre lead time e attese; • Sincronizzare l'erogazione dei servizi con le richieste dei clienti; • Stimolare il miglioramento continuo. • Individuare le tecnologie abilitanti a supporto del miglioramento e dell'ottimizzazione dei processi organizzativi



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

FLASH ORGANIZATION, COLLABORATIVE COMMUNITIES E HPWP

La flash organization è un modello organizzativo che si fonda sull'utilizzo di risorse umane reclutate attraverso le piattaforme online grazie alle quali è possibile dar vita a modelli organizzativi ad hoc per un progetto attraverso la combinazione dei candidati disponibili. La rapida evoluzione delle tecnologie digitali, insieme alla crisi economica del 2008 hanno accelerato lo sviluppo dell'economia collaborativa e delle collaborative communities. Le collaborative communities si basano su principi di condivisione e riuso dei beni, fiducia e collaborazione tra persone, l'economia collaborativa, in una semplificazione estrema dei suoi principi di funzionamento, favorisce il contatto tra le persone, abilitando scambi tra chi mette a disposizione le "risorse" e chi invece ne ha bisogno.

CONTENUTI

• Tipologie di modelli organizzativi • Pensiero computazionale e creatività digitale • Organizzazione del lavoro flash in ottica Industria 4.0 • Definizione degli obiettivi organizzativi e di qualità • Modelli di competenze digitali e trasversali dei lavoratori • Ruolo del consumatore per la definizione dei requisiti del prodotto • Tecniche e strumenti per la digitalizzazione del prodotto • La realtà aumentata come tool formativo • Salute e sicurezza sul lavoro in Industria 4.0 • Welfare aziendale

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Divulgare la centralità delle competenze digitali ai lavoratori; • Ridurre i costi di gestione; • Sviluppare il pensiero computazionale e la creatività digitale; • Valorizzare le competenze digitali e tecnologiche delle maestranze. • Individuare le possibili pratiche da adottare per conformarsi al paradigma Industria 4.0 • Elaborare concetti e problemi in forma algoritmica; • Definire il ruolo del consumatore e differenziare i prodotti • Fornire gli strumenti per definire i requisiti di un prodotto e descrivere l'intero modello in accordo a tali requisiti. • Fornire le conoscenze per l'uso e la gestione di tecniche e strumenti per la digitalizzazione del prodotto.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di


LEAN & SMART PRODUCTION

Il corso ha lo scopo di introdurre i partecipanti ai due paradigmi di produzione industriale:

- la lean production, un insieme di principi e di metodi che, applicati in modo organico, consentono di portare all'eccellenza i processi operativi dell'azienda, riducendo gli sprechi ed incrementando l'attenzione sul valore
- l'industria 4.0, che porterà alla produzione industriale del tutto automatizzata e interconnessa. L'industria 4.0 è prima di tutto una rivoluzione tecnologica, ma è necessario che in un'azienda l'organizzazione e i processi siano completamente rivisti, affinché l'applicazione dell'industria 4.0 possa avvenire con successo. La lean production consiste in una serie di principi e metodi che possono rendere efficienti ed efficaci i processi operativi dell'azienda. La lean production prevede l'applicazione di varie metodologie volte a rendere efficienti i processi di un'azienda e, di conseguenza, ridurre gli sprechi e aumentare il valore e la qualità. Il corso offre, dunque, una panoramica esaustiva e approfondita delle soluzioni tecnologiche e organizzative da poter adottare per affrontare le sfide del cambiamento.

CONTENUTI

- il lean thinking: principi, caratteristiche, vantaggi, prospettive
- l'implementazione del modello nelle aziende attraverso i cinque principi "lean": lean startup
- mapping e flusso di valore: l'identificazione del flusso di valore in azienda
- modelli di identificazione della value proposition e della value stream mapping
- eliminare inefficienze e sprechi dal ciclo del prodotto (flow)
- tecniche e procedure per inseguire la perfezione tramite il miglioramento continuo nelle aziende (perfection)
- tecniche e procedure per l'analisi di tempi, metodi e vincoli economico-produttivi
- tecniche e procedure per la valutazione della coerenza dei programmi di produzione/erogazione dei servizi con obiettivi strategici aziendali
- basi e principi di industria 4.0
- industry 4.0: definizione e contesto tecnologico
- le tecnologie abilitanti
- i nove pilastri dell'industry 4.0
- nuovi modelli di business: come prepararsi
- approccio operativo all'industry 4.0 in rapporto al settore economico
- focus sulle aziende avanzate in ambito industry 4.0.



L'aggettivo "lean" identifica un modello organizzativo e produttivo che mira a sviluppare processi agili. Il lean non è solo un metodo, ma è innanzitutto un modo di pensare - lean thinking - applicabile a qualsiasi processo operativo, ambito o settore. L'approccio lean si coniuga perfettamente con le esigenze di innovazione tecnologica delle organizzazioni, in quanto pur sostituendo la componente umana nelle mansioni operative, l'automazione dei processi richiede all'operatore una maggiore presenza decisionale per risolvere carenze ed eccezioni, in qualità di "ponte decisivo" tra impianti e sistemi di gestione. L'innovatività di questo approccio sta nel coinvolgere le risorse umane in un circolo virtuoso di miglioramento continuo in cui ogni singola fase del processo aziendale è focalizzata sul valore percepito dal cliente.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- comprendere ed interpretare specifiche tecnico-progettuali e di gestione delle attività lavorative in merito a tempi, metodi e vincoli economico-produttivi
- valutare coerenza delle attività programmate e quelle effettivamente svolte rispetto agli obiettivi strategici aziendali in termini di costi, qualità e tempi.
- riconoscere le tecnologie abilitanti in relazione alle peculiarità tecniche ed ai vantaggi operativi
- individuare un possibile approccio operativo all'industry 4.0 in rapporto al settore economico aziendale di pertinenza.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

COLLABORATIVE PROJECT MANAGEMENT

La digital transformation comporta l'utilizzo delle tecnologie digitali per creare nuovi processi, modificare quelli esistenti e permettere di soddisfare in modo più efficace le esigenze aziendali e di mercato.

CONTENUTI

- Il lavoro di gruppo
- Il project management
- Il Cloud e gli strumenti di condivisione
- Servizi di archiviazione
- Strumenti di comunicazione

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso Collaborative project management combina i concetti di project management, lavoro di gruppo e piattaforme di collaborazione. Inoltre, il corso evidenzia come i servizi Cloud supportano l'azienda nella gestione dei progetti. Il Collaborative project management è un metodo utilizzato per pianificare, coordinare, controllare e monitorare progetti distribuiti e complessi. Consente ai team di progetto di collaborare attraverso i confini dipartimentali, aziendali e nazionali e di gestire la crescente complessità del progetto. I progetti possono essere supportati mediante strumenti su piattaforme cloud, ovvero piattaforme di condivisione online. Al termine del percorso i partecipanti avranno acquisito la consapevolezza di cosa comporta:

- Pianificare progetti di gruppo.
- Coordinare un gruppo di lavoro a distanza.
- Controllare e monitorare progetti distribuiti.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

REMOTE PROJECT TEAM MANAGEMENT BASIC

Il corso fornisce gli strumenti per: • Identificare gli elementi chiave del project management da remoto • Identificare le potenzialità e i limiti del remote team project management • Gestire team virtuali a distanza • Definire le azioni per abilitare il cambiamento culturale.

CONTENUTI

• I capisaldi culturali e strategici del remote project team management: vantaggi di breve e medio termine e potenziali rischi. • il remote project team management: l'esercizio della leadership a distanza • la pianificazione del tempo da remoto • i punti chiave per progettare un remote working efficace e produttivo: visione e condivisione • il valore della continuità relazionale • il potere del commitment del project team • il senso di responsabilità • l'orientamento all'innovazione • i punti di forza e le debolezze del distance team project management • i team virtuali • le caratteristiche importanti e distintive di un team virtuale • le quattro fasi di maturità di un team virtuale • l'evoluzione naturale del team: dalla fase di interazione a quella di integrazione • il remote working e gli strumenti digitali: tool di comunicazione e tool di condivisione a distanza. • gli scopi della strumentazione digitale: creare legami all'interno del team virtuale, trasmettere i valori dell'azienda, promuovere efficienza ed efficacia del team working, far circolare le informazioni • gli obiettivi e i destinatari: la scelta fra strumenti sincroni e asincroni • gli strumenti di comunicazione e di condivisione

COMPETENZE ACQUISITE

Definire le azioni per abilitare il cambiamento culturale rispetto ai diversi target, esercitando una project team leadership in remoto più efficace nel raggiungimento degli obiettivi e delle performance dei project team "ibridi" (in parte presenti e in parte in remoto)



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

REMOTE PROJECT TEAM MANAGEMENT ADVANCED

Il corso fornisce gli strumenti per: diffondere una nuova cultura per la gestione dei progetti propria del remote manager, che si fa concretamente leader 4.0, in grado di creare reti multiattore, guidare team di lavoro virtuali, gestire i progetti attraverso le tecnologie digitali, generare valore, supportare il cambiamento, identificando le tecnologie collaborative più adatte agli obiettivi e ai risultati progettuali attesi.

CONTENUTI

• Project team manager “connettivo” • Come condurre un team di progetto a distanza • Momenti di condivisione e di feedback • Tecniche di comunicazione efficaci, delega, momenti a distanza e momenti faccia a faccia • Creare un project action plan • Gestione fisica e gestione a distanza del Team: differenze e opportunità • Affrontare il cambiamento nella gestione del project team a distanza • Competenze manageriali nel distance project team management • Calibrare la “presenza” virtuale del Project Team Leader: coordinare o controllare? • Gestire l’ingresso di nuova risorsa nel project team remoto • Performance management a distanza: come mantenere alta la motivazione del project team remoto • Strumenti e Tecniche per feedback efficaci • Reporting a distanza come leva motivazionale • Soluzioni digitali per il passaggio dalla supervisione diretta, al controllo basato su autonomia e responsabilizzazione dei team di progetto • Da una comunicazione face-to-face, a scambi informativi mediati dalla tecnologia; • Da modalità collaborative con gruppi di lavoro in prossimità fisica, a quelle realizzate attraverso interazioni a distanza, con team virtuali. • Tecnologie e canali digitali per supportare la gestione della conoscenza generata dai progetti • Tecnologie e soluzioni digitali per favorire lo scambio, le interazioni, la comunicazione e il coinvolgimento dei team di progetto, alimentando fiducia e collaborazione • Piattaforme web come luoghi di conservazione, condivisione e uso collaborativo della conoscenza • Agile project management • Framework di scrum per la gestione dei team virtuali di progetto • Soluzioni digitali per pianificare, indirizzare e controllare le performance dei project team virtuali • Soluzioni digitali per assegnare, monitorare e valutare il conseguimento di obiettivi programmati • Human factor vs technology factor • Funzioni dei principali strumenti digitali per il remote management: Goal management (Business Model Canvas, Asana), • Collaborazione tra il team (Slack; Wrike) • Strategie per un produttivo time management (Clockify); • Virtual meeting come strumento di condivisione e di lavoro utile e strategico.

• Organizzare un meeting virtuale: definire ruoli e responsabilità • Time management, previsionalità ed empatia per una conduzione efficace • Sintonia fra coordinatore e team members • Come concludere una riunione e trasformare le decisioni in azioni • Strumenti digitali per prioritizzare le attività e lavorare in un team crossfunzionale grazie anche al ricorso alla metodologia Agile e Scrum.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Guidare project team virtuali interdisciplinari in maniera adeguata, facendo in modo che le varie parti interessate si influenzino e collaborino validamente tra di loro, indipendentemente dalle barriere funzionali, geografiche o culturali che li potrebbero dividere. • Esercitare una project team leadership digitale evoluta, secondo le logiche emergenti dello smart management, orientate, quindi, non solo a condurre team virtuali di progetto in maniera consistente e affiatata, ma anche di sviluppare una propensione all'utilizzo delle nuove tecnologie digitali, per innovare e trasformare il modus operandi per supportare il cambiamento culturale in chiave digitale



DURATA

40 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEMANTICO, OVVERO CRM 4.0

Il corso di CRM 4.0 analizza la complessità che deriva dalla gestione dei Big Data, che porta l'azienda a dover ricercare sempre nuovi strumenti per analizzare e gestire i Big Data, organizzandoli per migliorare la relazione con il cliente. Il corso aiuterà i partecipanti a pianificare strategie marketing per target molto specifici e rinnovare continuamente la strategia di CRM. La finalità generale del corso CRM 4.0 è di fornire i concetti chiave della gestione della relazione con il cliente sempre connesso, in contesti in cui si richiede un'automazione a supporto del Customer Relationship Management.

CONTENUTI

• Ripensare l'azienda secondo il principio della "customer centricity" • Il proximity marketing • L'Unified Communication & Collaboration • La gestione di più livelli di relazione, dai social al mobility management • Nuovi comportamenti dei clienti • Customer Experience – i nuovi piani di azione e punti di contatto • Nuove forme di marketing digitale relazionale: l'assistenza clienti, l'automazione delle vendite, trigger-based marketing) • Il ruolo del CRM 4.0 - la funzione, gli obiettivi e le soluzioni disponibili

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Costruire più solide relazioni con i propri utenti, instradando flussi di informazioni più efficaci e funzionali • Tracciare i comportamenti e le esigenze per allineare meglio i servizi • Analizzare il comportamento post-selling del cliente; • Migliorare e gestire l'accountability del CRM; • Implementare un progetto di Customer Relationship Management.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

APP E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

Le tecnologie digitali, l'uso di device e di strumenti di collaboration, utili a supportare una user experience sempre più interattiva e smart, sta cambiando progressivamente il modo di fare business e anche gli stessi spazi fisici di lavoro con il ricorso a soluzioni di smart working, collaboration e digital workspace. Un efficace sistema di comunicazione e collaborazione aziendale per una business strategy vincente dovrebbe puntare sullo sviluppo di diverse tipologie di applicazioni anche a Realtà Aumentata. Durante il corso, infatti, i destinatari dovranno individuare i servizi/prodotti/asset da valorizzare mediante l'app; identificare i limiti, ricercare idee per stabilire le caratteristiche essenziali dell'APP; sviluppare i contenuti dell'APP e sua prototipizzazione, test e validazione; realizzare l'APP

CONTENUTI

- I concetti e il linguaggio specifico del mondo dello sviluppo di app per dispositivi mobili;
- Metodologie per configurare l'ambiente di lavoro per lo sviluppo di app;
- Riferimenti metodologici e logiche di JQuery Mobile per lo sviluppo delle interfacce grafiche e integrare nel framework Cordova/PhoneGap;
- Metodi e tecniche per creare un file di debug dell'app e installarla sul dispositivo reale per i test;
- Metodi e tecniche per creare un file di release per la distribuzione, pubblicare sui market store una app
- Case histories AR
- Workflows tipici nella progettazione e nello sviluppo di applicazioni di realtà aumentata
- Sviluppo di un'applicazione AR con strumenti di authoring
- Implicazioni cognitive della AR e basi di user experience design

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di:

- Ideare, progettare e realizzare App per Android, iOS e Windows Mobile
- Gestire le nuove tecnologie digitali anche a realtà aumentata per comunicare e promuovere location, asset, prodotti e servizi



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

CHAT-BOT AI FOR BUSINESS SOLUTIONS

Il piano permette di introdurre e gestire soluzioni avanzate di artificial intelligence attraverso l'utilizzo di chat-bot per gestire e alimentare rapporti solidi e fidelizzati con clienti interni ed esterni, ottimizzando il flusso informativo all'interno dei team e incrementare i livelli di performance delle singole business unit aziendali

CONTENUTI

• Dispositivi condivisi e dispositivi individuali: come utilizzarli per le proprie attività • Smart office: come trasformare un normale ufficio in un ufficio intelligente • Artificial Intelligence a supporto della comunicazione aziendale: • Chat bot & AI a supporto della personalizzazione della relazione con il cliente • Applicazione pratica

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Acquisire metodi, tecniche e strumenti per migliorare la produttività, organizzare facilmente le task e ridurre gli sprechi di tempo • Progettare e implementare il chat-bot a supporto della comunicazione aziendale • Monitorare l'andamento e lo stato del chat-bot sul sito aziendale e di quello dei propri clienti



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT BASIC

Il piano permette di gestire e innovare un prodotto digitale per la formazione, la produzione e la diffusione di contenuti culturali, dalla creazione all'analisi, in linea con le esigenze degli utenti, creando nuove opportunità di business pianificando lo sviluppo di un prodotto o di una feature digitale attraverso l'utilizzo di tool specifici

Il Digital Product Management lavora sulla capacità di disegnare ed eseguire un percorso di transizione digitale per la propria organizzazione. Attraverso tali metodologie è possibile diagnosticare in modo puntuale lo stato di partenza della propria realtà, per poi costruire una proposizione di valore (Digital Vision) e Strategia Digitale in linea con i trend emergenti e le tecnologie ad alto impatto nel mondo dell'evoluzione digitale.

CONTENUTI

- I tool digitali più innovativi per analizzare il mercato, identificare i bisogni degli utenti, individuare nuove opportunità di business
- Gestione aziendale e lean management
- Tool & Metodologie
- Business/Lean Product Canvas,
- Vision, Mission and North Star tools
- Elementi di Design Studio/Design Thinking
- Introduzione al Design sprint
- Le logiche del LeanUX
- Innovazione prodotti e sostenibilità
- Big data e Business intelligence
- Comunicazione omnicanale
- Intelligenza artificiale
- Packaging

COMPETENZE ACQUISITE

- Approccio post-digital, digitalizzazione, trasformazione digitale, digital disruption, minimum viable digital transformation, modelli di business a piattaforma
- Definizione di Digital Leadership, Agile Management, il ruolo del cliente, Digital Product Management
- Identificare nuove opportunità di business
- Progettare prodotti/servizi digitali innovativi per la formazione, la produzione e la diffusione di contenuti
- culturali in linea con le esigenze degli utenti
- Padroneggiare i tool digitali più adeguati per la pianificazione di prodotti/servizi online
- Gestire team interfunzionali servendoti di una metodologia Lean & Agile



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT ADVANCED

Il corso permette di utilizzare diverse soluzioni digitali e metodologiche di ricerca qualitative e quantitative per identificare le esigenze degli utenti e ideare un prodotto/servizio digitale per la formazione, la produzione e la diffusione di contenuti culturali che si differenzia rispetto al mercato di riferimento. Il corso fornirà conoscenze sul Product e Brand management B2B e B2C di qualsiasi settore di business illustrando metodi e strumenti evoluti per dirigere le aree di responsabilità ottimizzandone i risultati in termini di sviluppo e redditività. Il corso fornirà inoltre conoscenze e strumenti per consentire ai partecipanti di costruire il piano di business, attuarne l'esecuzione, ottenere risultati immediati e lavorare per il consolidamento futuro.

CONTENUTI

- Relazione prodotto, gruppi di prodotti e brand
- Lavorare con un team di Data experts
- Impostare una competitor analysis e dei benchmark di riferimento
- Lean development
- Product User fit
- Testing methodologies come Fake Doors e Mago di Oz
- Creare e gestire gli OKR(Objectives and Key Result)
- Mappare tutti i passaggi dell'utente all'interno del proprio customer journey
- Ciclo di vita e "portfolio prodotti"
- Gestione di prodotti differenti per mercati differenti
- Creazione dell'offerta al mercato
- Costruzione del piano di comunicazione
- Strategie di "packaging" di un prodotto o di un servizio

COMPETENZE ACQUISITE

- Avere una visione chiara e completa del processo di product management e degli strumenti che lo sorreggono
- Identificare, sviluppare e convalidare un'ipotesi di prodotto grazie a strumenti qualitativi e quantitativi
- Impostare la strategia di sviluppo di un MVP (Minimum Viable Product)
- Comprendere le logiche e i modelli che sottostanno alla gestione del portafoglio prodotti
- Supportare le principali decisioni relative alle linee di prodotto e alle categorie
- Adottare le giuste strategie di e.product management
- Utilizzare il framework degli OKR (Objectives and Key Result) per gestire gli obiettivi del team
- Condividere le principali metriche per la misurazione delle attività di product management
- Ottimizzazione della gestione delle leve del marketing mix
- Sistemi di controllo degli economics e delle performances



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online


Promosso con la collaborazione di

VIRAL MARKETING

Il marketing virale è un tipo di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere un messaggio a un numero elevato di utenti finali. È un'evoluzione del passaparola, ma si distingue da quest'ultimo per il fatto di avere un'intenzione volontaria da parte dei promotori della campagna. Quelle di Viral marketing sono strategie di promozione di un prodotto o servizio, di un brand, di un'iniziativa che sfruttano gli effetti di rete e, più nello specifico, la propensione delle persone a condividere spontaneamente con le proprie cerchie opinioni, consigli, notizie originali. Il social media marketing è parte costitutiva di ogni strategia di marketing che voglia essere vincente, per qualsiasi azienda e indipendentemente dalla tipologia di business. L'attività di comunicazione aziendale non può oggi prescindere dai canali Social, ormai presenti nel quotidiano di tutti. Il percorso di apprendimento si offre ai partecipanti l'opportunità di appropriarsi di questi strumenti di comunicazione come parte integrante di una strategia digitale e come utili armi ai fini della Lead Generation.

CONTENUTI

Il percorso di apprendimento illustra caratteristiche specifiche e best practice del viral marketing, fornendo le competenze indispensabili alla creazione e gestione di un approccio virale di successo, in grado di costruire e valorizzare con gli archetipi il brand dell'azienda sui social, generando preziose lead per la forza commerciale e per la crescita del business



COMPETENZE ACQUISITE

- Il concetto di viralità;
- Il contenuto e i meccanismi di un messaggio virale;
- Il potere del "LIKE" e della condivisione;
- Il n Viral Marketing
- Il word of mouth.
- L'analisi di rete.
- I video virali: format.
- I video virali: strategia e consuntivo.
- Gli internet meme.
- Memejacking, memescaping, ad-based meme.
- etworking
- Progettare una Social Media Strategy per i diversi canali
- Orientarsi tra obiettivi e funnel di Social Media Adv
- Strutturare ruoli, competenze e procedure di un Social Media Team
- Definire Key Performance Indicator (KPI) e ad analizzare i dati
- Lanciare, alimentare e sviluppare nel tempo una Community
- Misurare le azioni di comunicazione digitale virale
- La differenza tra "vanity metrics" e "business actions"
- Gli algoritmi che regolano la visibilità sui social network: conoscerli e sfruttarli



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

GAMIFICATION FOR BUSINESS SOLUTION

Fornire alle aziende la conoscenza dei principi della gamification e dei principali tool per consentirne l'innesto nei processi produttivi o nelle strategie di business o comunicazione.

CONTENUTI

- Differenze tra gioco e gamification
- Principi del gioco: volontarietà della partecipazione, sistema di regole, sistema di feedback e obiettivo da raggiungere
- Psicologia del gioco e principali attivatori ludici
- Flow, eustress e condizionamento operante
- Framework Octalysis: i core drive
- Tipologie di giocatori
- Giochi e gamification: generi e meccaniche
- Modello MDA
- Gli strumenti della gamification: punti, crediti, esperienza, badge, missioni, livelli, revenue e classifiche
- Behavioral Framework
- Errori comuni
- Meaning, mastery e autonomy
- Il Gamification Design Document
- Engagement tool
- Gamification e storytelling
- Le best practice della Gamification
- Tool di gamification
- Settori di applicazione tra formazione, miglioramento delle performance e marketing

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere i principi base della gamification e le sue applicazioni nei diversi settori
- Conoscere i principali tool presenti sul mercato e le loro caratteristiche
- Verticalizzare la gamification all'interno dei propri processi e nelle proprie attività di business o comunicazione.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



USER EXPERIENCE DESIGN

Il percorso di apprendimento approfondisce il tema della User Experience (UX) e gli approcci progettuali orientati all'utente, noti come User o Human-Centered Design.

CONTENUTI

- ethnographic research
- information architecture
- codesign
- crosschannel user experience
- fondamenti di visual design
- fondamenti di psicologia cognitiva
- progettazione funzionale
- tecniche di prototipazione rapida
- user experience: cos'è e perché è così importante oggi
- user experience in pratica
- come fornire una ux eccellente
- 6 principi chiave della ux (interactive design)
- online user experience
- user testing: perché e come eseguirli
- la user experience mobile

COMPETENZE ACQUISITE

- comprendere come progettare una User Experience efficace in relazione al proprio business
- acquisire competenze di base in termini di progettazione UX



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

EXPERIENCE LAB 4.0: IDEARE UN ECOSISTEMA DI SERVIZI CHE AMPLINO LE OPPORTUNITÀ DI FARE BUSINESS

La finalità generale del Laboratorio è fornire strumenti per la progettazione dei servizi e la generazione di concept innovativi volti a garantire la massima attrazione e fidelizzazione del cliente e del paziente all'interno di aziende sanitarie pubbliche e private che fanno del "prendersi cura" il punto di forza del loro business.

CONTENUTI

- Design Thinking, "un approccio human-centered all'innovazione che attinge dagli strumenti del design per integrare i bisogni dei clienti"
- La trasformazione digitale come abilitatore di nuovi modelli di business
- Fare cultura dell'innovazione in azienda,
- Approcciare il cambiamento
- Come cogliere gli "insight" del cliente e innovare in chiave digitale la gamma d'offerta di prodotti servizi
- Le tecnologie digitali per ideare ecosistema di servizi che amplino le opportunità di fare business

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso si concentrerà sui nuovi modelli di servizio e su approcci alla progettazione che partono dagli "insight" del cliente e sulle tecnologie digitali come abilitatori di sistema.

Lo scopo del corso è introdurre inoltre il concetto di progettazione di un ecosistema di servizi che amplino le opportunità di fare business utilizzando metodologie innovative. Nei laboratori sono previsti lavori in piccoli gruppi. L'ultimo giorno sarà dedicato alla definizione di un case study che consentirà al partecipante di utilizzare la metodologia e mettere a terra una bozza di implementazione di progetto.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

LA CONTRATTUALISTICA DELLE SOFTWARE HOUSE E DEI PROVIDER DEI SERVIZI DELLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

Analisi dei rischi contrattuali e tematiche legali in generale inerenti ai rapporti tra fornitori e clienti in ordine allo sviluppo, commercializzazione e tutela di soluzioni informatiche. Si rivolge ai legali d'impresa che intendono acquisire specifiche competenze in tema contrattualistica in materia di software, banche dati e lay out grafici, con particolare attenzione alle tematiche inerenti il trattamento dati personali e il diritto industriale in ambito tech, nonché ai commerciali affinché abbiano presenti rischi e opportunità in fase di negoziazione con clienti e fornitori.

CONTENUTI

I titoli di proprietà industriale e intellettuale. Nozione e casistica. Quadro normativo italiano ed europeo. Cessioni e licenze. Elementi costitutivi e fattori di rischio. Il franchising Utilizzo degli intangibles nei gruppi societari. I beni immateriali nelle operazioni straordinarie e nel passaggio generazionale. Il software e le banche dati come asset strategici dell'impresa. Il know-how segreto. Individuazione e tutela. I beni immateriali in comunione Le providenze fiscali e il patent box

COMPETENZE ACQUISITE

Avere un quadro chiaro dei rischi legali connessi ad una errata contrattualizzazione e protezione degli intangibles. Prevenire i rischi legali di inadempimento contrattuale o al mancato monitoraggio degli adempimenti e facoltà negoziali. Impostare una standardizzazione dei processi di negoziazione, conclusione e gestione dei contratti



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online o in presenza

Promosso con la collaborazione di

BLOCKCHAIN: L'EVOLUZIONE DELL'IMPRESA

Applicazioni DLT nel settore Fintech e in altri settori. Analisi giuridica degli effetti legali dei fenomeni DLT (cryptovalute, smart contracts, NFT, etc.) e corretto sviluppo di soluzioni compliant. Si rivolge alle imprese intendono esplorare le reali potenzialità applicative della tecnologia blockchain nel loro settore industriale (dalla tracciabilità di prodotto, alla governance d'impresa e di processo). Più in generale, a tutti coloro che vogliono approfondire la rilevanza e l'impatto dei fenomeni criptovalutari anche alla luce delle recenti normative europee e dell'impatto che avranno nei prossimi anni.

CONTENUTI

Criptoattività e regime della circolazione del valore - DAO e nuovi modelli di sviluppo e di business - Normativa di riferimento - Applicazioni pratiche oltre il fintech - Metaverso e diritto

COMPETENZE ACQUISITE

Ricevere una chiara comprensione del fenomeno "crypto" al di là dello storytelling dilagante. Cogliere le reali opportunità di sviluppo che la tecnologia DLT offre per lo sviluppo dell'impresa. Anticipare le sfide competitive sul piano dell'innovazione. Apprestare nuovi modelli di business e di governance d'impresa.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online o in presenza

Promosso con la collaborazione di

Monticelli
aScala
.....

DPO INTERNO

Formazione delle competenze pratiche e giuridiche nella funzione di DPO aziendale tra prassi e giurisprudenza. Aspetti organizzativi e di processo. Si rivolge alle imprese che intendono internalizzare la funzione di DPO affidandola a personale proprio, ovvero a coloro che intendono acquisire le competenze necessarie per proporsi sul mercato come DPO, nello specifico settore delle tecnologie dell'informazione.

CONTENUTI

GDPR: storia, fondamenti, obiettivi e ambito di applicazione - Nozione di dato personale e soggetti del trattamento - Informativa e consenso - Adempimenti formali (registri obbligatori e non) - Redazione e gestione del Registro dei trattamenti - Redazione e gestione del registro delle violazioni - Il ruolo del DPO in azienda e il Sistema di Gestione Privacy - Gli standard di mercato (ISO e ENISA) - Il trasferimento dei dati all'estero e le binding corporate rules - I contratti con i responsabili del trattamento (DPA) - I SaaS e le soluzioni cloud - La valutazione d'impatto - L'audit di seconda e terza parte - Il sistema sanzionatorio e i livelli di tutela giurisdizionale e amministrativa - DPO professionale e sviluppo dell'impresa

COMPETENZE ACQUISITE

Ricevere una formazione adatta ad assumere la funzione di DPO in azienda. Dotarsi di metodologie moderne di gestione di un corretto presidio privacy.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online o in presenza

Promosso con la collaborazione di

Monticelli
aScala
.....

IL GDPR: DA FORMALITÀ BUROCRATICA A OPPORTUNITÀ DI EFFICIENTAMENTO DELL'IMPRESA

Indagine e focus sugli obiettivi degli adempimenti GDPR. Modalità di esecuzione e monitoraggio degli adempimenti con integrazione con le altre funzioni di compliance. Si rivolge alle imprese della società dell'informazione che intendono implementare un presidio privacy che sia integrato con le altre funzioni di compliance in un'ottica di riduzione costi e monitoraggio efficace e costante degli indicatori di rischio.

CONTENUTI

L'impostazione moderna del Regolamento Privacy: un nuovo rapporto tra imprese e legislatore. Principi fondamentali - I soggetti della privacy e gli atti formali di nomina e autorizzazione al trattamento - I contratti con il responsabile del trattamento - La compliance privacy: gestione semplificata per una tutela effettiva - Esempi pratici di rischi GDPR e tutele preventive - I rapporti con i provider e il trasferimento dei dati all'estero - Il telemarketing - Le binding corporate rules - Le banche dati e la tutela dei dati personali - Al di là della privacy, la prospettiva ESG dell'impresa.

COMPETENZE ACQUISITE

Apprendere i principi generali della legge e le metodologie più moderne per la facile gestione della compliance. Ridurre i formalismi e porsi nella prospettiva del soggetto interessato. Passare da una gestione formale ad una sostanziale e raccoglierne i vantaggi. Utilizzare la privacy come chiave di sviluppo del business e della corporate identity.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online o in presenza

Promosso con la collaborazione di

Monticelli
aScala
.....

LO SFRUTTAMENTO DEI BENI IMMATERIALI DELL'IMPRESA

Modalità e buona prassi di mappatura e gestione dei portafogli degli asset immateriali. Pratiche contrattuali di sviluppo, sfruttamento e tutela. Si rivolge alle imprese che intendono valorizzare i beni immateriali proprietari, sia in termini di tutela del patrimonio aziendale ed espressione in bilancio, sia in termini di sfruttamento economico e accesso a provvidenze fiscali.

CONTENUTI

I titoli di proprietà industriale e intellettuale. Nozione e casistica. Quadro normativo italiano ed europeo. Cessioni e licenze. Elementi costitutivi e fattori di rischio. Il franchising. Utilizzo degli intangibles nei gruppi societari. I beni immateriali nelle operazioni straordinarie e nel passaggio generazionale. Il software e le banche dati come asset strategici dell'impresa. Il know-how segreto. Individuazione e tutela. I beni immateriali in comunione. Le provvidenze fiscali e il patent box.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere che i beni immateriali costituiscono molto spesso un valore inespresso dell'azienda. La loro mappatura come chiave della pianificazione strategica d'impresa. Cogliere occasioni di business sui propri intangibles. Proteggere i propri investimenti e accedere a talune provvidenze fiscali.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online o in presenza

Promosso con la collaborazione di

Monticelli
aScala
.....

INTRODUZIONE INDUSTRY 4.0

Il concetto di Industria 4.0 rappresenta un nuovo approccio alla produzione manifatturiera, in cui le tecnologie informatiche e l'automazione, già presenti nella terza fase industriale, si integrano in modo innovativo. In questo nuovo contesto, i robot sono collegati a sistemi informatici avanzati, che utilizzano algoritmi di machine learning per controllare le macchine. In questo contesto il ruolo degli operatori umani sarà sempre più rivolto verso attività di progettazione e sviluppo. Il corso intende fornire una panoramica delle tecnologie e dei concetti chiave di questa nuova era industriale. In particolare, si intende illustrare come le tecnologie digitali e l'automazione stanno trasformando il modo in cui le imprese producono beni e servizi, e quali sono le opportunità e le sfide che ne derivano.

CONTENUTI

- Introduzione ad Industry 4.0
- Effetti delle nuove tecnologie
- Caratteristiche dei sistemi Industry 4.0
- Use cases
- IoT, tecnologie e Use Cases
- Sensori ed attuatori

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere i principi e concetti fondamentali dell'Industria 4.0
- Riconoscere le tecnologie digitali e l'automazione utilizzate in questo ambito, come l'IoT, l'Intelligenza Artificiale e la robotica
- Comprendere le applicazioni dell'Industria 4.0 in diversi settori industriali e identificare le opportunità di innovazione e miglioramento dei processi produttivi



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



INDUSTRY 4.0 E ANALISI STATISTICA

All'interno dell'Industria 4.0 l'analisi dei dati ricopre un ruolo fondamentale in quanto permette di accelerare la digitalizzazione delle attività produttive, ridurre i tempi, gli sforzi e i costi necessari per migliorare le prestazioni, rendendo le imprese più resilienti ai cambiamenti del mercato. Il percorso mira a trasferire ai partecipanti competenze in materia di tecniche statistiche applicabili ai sistemi industry 4.0, alla costruzione di dashboard e all'analisi ed interpretazione dei dati industriali.

CONTENUTI

- L'Industria 4.0 nell'analisi dei dati;
- L'impostazione di un Data Warehousing;
- Statistical Process Control;
- Case studies.

COMPETENZE ACQUISITE

- Impostare la corretta architettura di un Data warehousing per l'archiviazione e gestione dei dati
- Progettare il Data visualitation and Dashboarding per favorire una chiara comprensione di dati e informazioni
- Applicare processi di controllo statistico e analisi dei dati al fine di monitorare i processi di produzione



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



IL PROCESSO DI "PLANNING PRODUCTION" IN OTTICA 4.0

Un planning production efficiente permette una gestione integrata di tutto il ciclo produttivo e logistico, offrendo grande vantaggio nella competizione aziendale. Con l'avvento dell'industria 4.0, vengono raccolti numerosi dati, divenuti parte integrante della planning production, che registrano lo stato delle risorse, offrendo l'opportunità di valutare e adattare piani di produzione complessi attraverso un approccio basato sui dati. Il corso mira a fornire una panoramica delle tecnologie e delle metodologie utilizzate nell'Industria 4.0 per la pianificazione della produzione, nonché delle sfide e delle opportunità che l'evoluzione tecnologica sta portando nel settore con particolare riferimento alla digitalizzazione dei dati inerenti al processo produttivo.

CONTENUTI

- La "interconnessione" degli impianti e la lettura dei dati in "real time"
- La costruzione di un cruscotto di indicatori e l'elaborazione di KPI per il monitoraggio degli avanzamenti
- Alcuni case study di applicazione di tecniche di programmazione della produzione in ambiente IoT;
- La creazione di modelli "interconnessi ed intelligenti" che provvedono al controllo del consumo dei fattori chiave in produzione attraverso le informazioni digitali
- Principi di Lean production per la riduzione degli sprechi all'interno dei processi

COMPETENZE ACQUISITE

- Creare modelli "interconnessi ed intelligenti" per il controllo del consumo dei fattori chiave in produzione attraverso le informazioni digitali, al fine di ottimizzare i processi produttivi e ridurre gli sprechi
- Utilizzare apparecchiature e piattaforme di analisi avanzate connesse a Internet che elaborano i dati prodotti (IoT)
- Adottare un sistema Just in Time per la gestione delle scorte e la riduzione degli sprechi



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



LA LOGICA "LEAN" NELLE OPERATIONS 4.0 - BASIC

La lean 4.0 è parte integrante della Industry 4.0 ed è la logica evoluzione della tradizionale lean, delle operations e della qualità, a fronte della constatazione che il paradigma produttivo, con il supporto delle tecnologie digitali, si sia spostato dalla Mass Production alla Mass Customization. In questo contesto massimizzare i processi interni all'azienda, permetterà di ottimizzare la personalizzazione dell'offerta e di ottenere successo sul mercato, aumentando di competitività e favorendo la crescita dell'impresa. Il corso offre le competenze necessarie per analizzare e migliorare i processi produttivi di un'azienda in modo da aumentare l'efficienza, ridurre i costi di produzione e migliorare la competitività. Il corso fornisce una panoramica sui concetti fondamentali della Lean Production e sul loro impatto sulla produzione industriale 4.0. Verranno fornite anche le competenze necessarie per l'interpretazione dei dati aziendali, la creazione di nuovi indicatori e l'adozione di metodologie innovative per aumentare l'efficienza aziendale.

CONTENUTI

- Introduzione alla Lean Production e alla Lean 4.0
- Analisi dei processi produttivi e identificazione di inefficienze
- Metodo di analisi per l'elaborazione di cruscotti di KPI significativi
- Analisi degli scostamenti e elaborazione piani correttivi
- L'organizzazione lean dei reparti
- L'elaborazione della stima dei fabbisogni MDO e risorse in operations
- I piani preventivi di manutenzione
- L'analisi dei costi e la riduzione degli sprechi

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere i concetti fondamentali della Lean Production e della Lean 4.0
- Analizzare i processi produttivi e identificare le inefficienze
- Elaborare cruscotti di KPI significativi
- Analizzare gli scostamenti e elaborare piani correttivi
- Applicare la metodologia lean per organizzare i reparti e migliorare l'efficienza
- Calcolare i fabbisogni MDO e risorse in operations
- Pianificare la manutenzione e ridurre gli sprechi



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



TIME MANAGEMENT

Il corso ha l'obiettivo di formare professionisti in grado di rendere più efficace e produttivo il proprio tempo lavorativo, puntando su ciò che è importante e non su ciò che è urgente, e aiutandoli a definire e pianificare obiettivi e priorità, e a comprendere il processo di delega come strumento di gestione organizzativa.

CONTENUTI

1. Obiettivi di una migliore gestione del tempo. 2. La pianificazione delle attività da svolgere e la previsione del tempo da impiegare. 3. Individuazione dei fattori controllabili per la migliore gestione del tempo. 4. Individuazione e gestione degli imprevisti e delle criticità. 5. La lista delle priorità: niente è facile come sembra e tutto richiede più tempo di quanto si pensi (corollario alla legge di Murphy). 6. L'ottimizzazione delle relazioni e il processo di delega. 7. La gestione dello stress. 8. Time management e miglioramento della performance lavorativa.

COMPETENZE ACQUISITE

· Pianificare le attività gestendo i fattori controllabili e gli imprevisti · Lavorare per obiettivi e priorità · Gestire i processi di delega · Utilizzare strumenti ed applicazioni per quantificare il tempo · Aumentare la produttività del proprio team · Potenziare le proprie capacità per gestire lo stress.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



PERFORMANCE MANAGEMENT & MEASUREMENT

Il corso permette a manager ed imprenditori di comprendere modelli e tecniche con cui misurare e tenere sotto controllo le performance dell'azienda e dei singoli collaboratori allo scopo di indirizzarla verso la massimizzazione del valore. L'utilizzo di metodologie e metriche in questo campo permettono di affrontare in modo integrato le scelte richieste dalla gestione aziendale, ponderando in modo quali-quantitativo le differenti dimensioni del business.

CONTENUTI

1. Analisi organizzativa e classificazione dei processi. 2. La mission e gli obiettivi di processo. 3. Il sistema degli indicatori aziendali e di processo. 4. L'analisi delle relazioni tra processo e sistema organizzativo. 5. Gli indicatori come strumento di rilevazione della performance. 6. Le misurazioni di efficacia e di efficienza e la loro visione prospettica. 7. I fattori critici di successo dell'azienda. 8. Il sistema di misurazione delle performance. 9. Il metodo dei CSF. 10. L'identificazione degli indicatori chiave di successo. 11. La Balanced Scorecard: fasi ed indicatori. 12. Esercitazioni e casi studio.

COMPETENZE ACQUISITE

· Individuare gli obiettivi generali, strategici e specifici dell'impresa · Conoscere strumenti per rendicontare e valutare gli obiettivi · Saper analizzare il collegamento tra il piano della performance ed il sistema di misurazione · Determinare CSF/KPI · Conoscere modelli multidimensionali di performance management · Saper valutare i risultati a livello di organizzazione ed individuale.



DURATA

36 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



LEADERSHIP

Il corso offre ai discenti le competenze chiave per gestire il team, comunicare obiettivi e mission, e costruire una relazione di fiducia con le persone. L'obiettivo è formare risorse capaci di motivare e valutare adeguatamente il proprio team di collaboratori, oltre che essere un punto di riferimento per lo sviluppo dell'intera organizzazione.

CONTENUTI

1. Cosa è la leadership aziendale 2. Il ruolo e le competenze del leader. 3. Gli stili di leadership. 4. L'esercizio della leadership efficace. 5. La comunicazione efficace e la motivazione del team. 6. La gestione delle relazioni e dei comportamenti all'interno del team. 7. La gestione delle situazioni di conflitto all'interno del team. 8. La valutazione dell'efficacia del team: tecniche e strumenti. 9. Leadership 4.0: nuovi paradigmi per guidare uomini ed organizzazioni nell'era della digital transformation. 10. Analisi di casi.

COMPETENZE ACQUISITE

· Comprendere le skills necessarie per essere leader. · Motivare i team. · Individuare gli stili di management ed i modelli di leadership. · Sviluppare la leadership in contesti differenti. · Riconoscere gli approcci moderni alla leadership e al cambiamento.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



RISK MANAGEMENT (FONDAMENTALS)

Il corso fornisce le conoscenze utili a valutare le minacce a cui un'azienda può essere sottoposta. L'obiettivo è definire un primo framework di gestione del rischio in ogni ambito di rilievo aziendale: dalle problematiche di governo societario, alla progettazione, all'organizzazione e funzionamento dei sistemi.

CONTENUTI

1. Il sistema di risk management: obiettivi e strumenti di gestione. 2. La cultura del risk management in impresa. 3. Le fonti del rischio e le tipologie di rischio. 4. I metodi di identificazione del rischio. 5. L'impatto organizzativo, gestionale e legale. 6. La gestione del rischio nel processo decisionale aziendale. 7. Business modelling e risk assesment. 8. Modelli organizzativi. 9. Analisi di casi.

COMPETENZE ACQUISITE

· Comprendere le metodologie per implementare un buon sistema di governance. · Identificare ed analizzare l'insieme dei rischi che possono compromettere il raggiungimento dei risultati dell'impresa. · Definire e introdurre idonee strategie e tecniche di gestione e copertura dei rischi. · Riconoscere modelli e strumenti per l'analisi predittiva.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



GDPR (GENERAL DATA PROTECTION REGULATION)

Il corso mira ad esplorare e chiarificare i contenuti oggetto del regolamento UE 2016/679, offrendo una panoramica in merito al tema della tutela aziendale dei dati dei propri dipendenti, fornitori, clienti e consulenti.

CONTENUTI

1. Confronto tra il Codice Nazionale (D.L. 196/2003) ed il Regolamento Europeo (Reg. EU. 679/2016). 2. Tipologia di Dati trattati e Registro del trattamento. 3. Informativa e Consenso. 4. I diritti dell'interessato. 5. Gli adempimenti del Regolamento europeo. 6. I ruoli previsti (Titolare, Responsabile, DPO). 7. OPIA: Analisi dei rischi e valutazione d'impatto privacy. 8. Privacy by design e privacy by default. 9. Data Breach e Obbligo segnalazione violazioni. 10. Esercitazioni pratiche.

COMPETENZE ACQUISITE

· Analizzare le finalità ed i principi della normativa. · Esaminare i singoli adempimenti stabiliti dal GDPR a carico delle aziende in qualità di titolari dei trattamenti. · Redigere format e strumenti di lavoro. · Riconoscere le conseguenze in caso di non compliance.



DURATA

10 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



MARKETING E SOCIAL MEDIA

Il corso insegna come integrare i canali tradizionali della comunicazione aziendale con i nuovi canali social. L'obiettivo è di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per sviluppare una strategia di marketing di successo, sfruttando al meglio i vantaggi offerti dalle campagne di comunicazione sui social media. I canali digitali hanno rivoluzionato la comunicazione, lo scopo del corso è far comprendere l'impatto di questi cambiamenti sulla comunicazione aziendale, come utilizzare i social media per ottenere risultati di business, aumentare la consapevolezza del marchio, attrarre e ottenere nuovi clienti/partner. Il corso, inoltre, trasferisce conoscenze su come gestire una community, come sfruttare il potenziale di una campagna pubblicitaria sulle piattaforme e come sviluppare piani di comunicazione su smartphone e tablet.

CONTENUTI

1. I social media. 2. Le reti sociali. 3. La svolta verso il social media marketing; 4. Gli stakeholder in rete e la loro influenza. 5. Il CRM Sociale. 6. Il Data management. 7. La visione sociale dell'impresa. 8. Social media: strategia e programmazione. 9. Advertising sui social media. 10. La gestione della community. 11. Internet mobile: la rivoluzione smartphone e tablet. 12. Le modalità e gli strumenti per valutare il raggiungimento degli obiettivi. 13. Metodi per la raccolta dei dati e la valutazione. 14. Analisi di casi.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere le potenzialità del social media marketing in una prospettiva di digital transformation.
- Applicare i principi del social media marketing ai diversi progetti e nel disegno delle campagne, analizzandone le performance e ridisegnando le strategie per ottimizzare i risultati sia di branding che commerciali.
- Riconoscere metodi per la rappresentazione dei dati utili a creare valore con i clienti.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



GESTIONE E VALUTAZIONE DEL BRAND VALUE

Il corso insegna alle imprese come sviluppare strategie di valorizzazione del marchio aziendale al fine di renderlo riconoscibile ed appetibile sul mercato di riferimento, cogliendo le opportunità offerte anche dai canali on-line. Oggi, tutto ciò che viene pubblicato sul web impatta sensibilmente sulle decisioni di acquisto, rimanendo rintracciabile dai motori di ricerca anche a distanza di anni; pertanto, è di fondamentale importanza per un'azienda avere specialisti della comunicazione di marca che sappiano misurare e gestire il valore del brand e conoscano le metriche di valutazione della digital reputation.

CONTENUTI

1. Il brand management e le sue evoluzioni. 2. La creazione della marca. 3. La scelta dei brand elements. 4. Come gestire la brand reputation online. 5. Brand value management: strumenti e KPI per la misurazione.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere cos'è un brand, e come la sua corretta gestione aumenta i risultati di business e il valore dell'azienda.
- Individuare i principali elementi che compongono la marca, valutandone l'importanza nell'equilibrio del brand.
- Descrivere gli steps per costruire la brand equity.
- Valutare i contenuti concreti di un brand e come essi agiscono sulle percezioni dei clienti.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



E-COMMERCE STRATEGIES & MANAGEMENT

Il corso fornisce un'overview sulle strategie e le tecniche per presentare al meglio la propria offerta, garantire ai clienti una positiva esperienza di acquisto e massimizzare le vendite online. Le attività formative guidano i partecipanti nella pianificazione di un progetto di eCommerce: dalla scelta della piattaforma tecnologica più idonea fino al set up di un sistema di monitoraggio della customer experience.

CONTENUTI

1. Cosa si intende per E-commerce oggi e quali i trend dei prossimi anni. 2. Chi sono gli attori principali e il loro comportamento. 3. Aspetti giuridici del commercio elettronico. 4. Le piattaforme di E-commerce. 5. Le tecniche SEO e SEM. 6. I fattori essenziali per una strategia e-commerce di successo. 7. Il mobile commerce 8. Il social commerce. 9. L'anatomia di un sito e-commerce. 10. Il Content Marketing. 11. Investire in advertising (ADS). 12. Come valutare le performance on-line. 13. La logistica nell'e-commerce. 14. I sistemi di pagamento. 15. Il customer care. 16. Business histories.

COMPETENZE ACQUISITE

· Comprendere le potenzialità dell'e-Commerce e sviluppare una strategia dimensionata al proprio business. · Analizzare piattaforme e canali di vendita on-line. · Esaminare tool per l'analisi dei dati on-line. · Analizzare la normativa di settore.



DURATA

30 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



GOOGLE ANALYTICS 4

Google Analytics 4 rappresenta la nuova versione di Google Analytics, una delle piattaforme di monitoraggio delle performance dei siti web più diffuse, che consente ai proprietari di attività online di seguire l'andamento del comportamento degli utenti e delle conversioni di web marketing. Il corso mira a trasferire le competenze necessarie per utilizzare efficacemente lo strumento di marketing digitale Google Analytics 4. In particolare, saranno esaminate tutte le funzionalità della piattaforma, tra cui i report, i segmenti, le metriche e le dimensioni principali.

CONTENUTI

- Le caratteristiche e funzionalità di Google Analytics
- I parametri UTM
- L'installazione dei tag di monitoraggio
- Le metriche principali per la collezione dei dati e la loro analisi
- La realizzazione di report di dati
- La configurazione e personalizzazione delle dashboard
- Il monitoraggio delle conversioni
- L'utilizzo di Google tag Manager
- Il processo User Interface (UI) Design.

COMPETENZE ACQUISITE

- Progettare l'interfaccia utente di un prodotto digitale (sito web, app) mediante tecniche innovative
- Creare report che forniscano informazioni sulle attività di un sito web
- Configurare e personalizzare dashboard per tenere traccia dei dati
- Utilizzare i parametri UTM per l'analisi e il monitoraggio della percentuale di utenti di un sito web



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA DELLE IMPRESE

Il corso trasferisce le conoscenze per l'implementazione di modelli di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione di reati commessi nell'interesse o a vantaggio dell'impresa. L'entrata in vigore del D. Lgs 231/01 ha introdotto la disciplina della responsabilità amministrativa delle società in base alla quale le società possono essere ritenute responsabili per reati commessi o tentati a suo vantaggio dai propri amministratori o dai propri dipendenti. Il percorso formativo si propone di analizzare la disciplina legislativa e la casistica giurisprudenziale con particolare riguardo ai reati, alle sanzioni, alla costruzione e all'adozione di un modello organizzativo finalizzato a prevenirli.

CONTENUTI

La normativa in tema di responsabilità delle persone giuridiche -D.Lgs. 231/01: ambito di applicazione. -Le fattispecie di reato previste dal legislatore. -Il sistema sanzionatorio. -Presupposti ed esclusioni della responsabilità. -Il modello di organizzazione e gestione secondo il D.Lgs. 231/01. -I modelli organizzativi nelle imprese e nei gruppi. -I modelli organizzativi nelle PMI. -L'integrazione del modello organizzativo con gli altri modelli organizzativi presenti in azienda. -L'organismo di vigilanza: da chi è composto e come funziona. -La risk analysis connessa all'elaborazione del modello organizzativo ex D.Lgs. 231/01. -Esame di casi pratici.

COMPETENZE ACQUISITE

· Analizzare i requisiti della normativa in materia di responsabilità amministrativa delle persone giuridiche. · Definire gli elementi base per la progettazione ed implementazione di un Modello Organizzativo di Gestione (MOG). · Individuare i processi aziendali a rischio. · Conoscere il ruolo e le caratteristiche operative dell'organismo che garantisce la vigilanza e l'osservanza dei modelli.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



CONTROLLO DI GESTIONE PER PMI (FONDAMENTALS)

"Il corso fornisce le logiche e gli strumenti di base del processo di programmazione e controllo nelle piccole e medie imprese. Compiere sistematicamente il controllo di gestione vuol dire possedere un chiaro e indispensabile quadro di riferimento per monitorare l'efficienza gestionale e prendere decisioni condivise, avendo l'obiettivo di ottimizzare i costi aziendali e migliorare margini e redditività dell'impresa."

CONTENUTI

1. Introduzione al controllo di gestione 2. La rilevazione e l'aggregazione dei costi. 3. I criteri di classificazione dei costi. 4. L'individuazione dei centri di costo. 5. I sistemi di costing tradizionali. 6. I sistemi ABC (activity based costing). 7. I sistemi di costing misti. 8. Dall'analisi di costo all'analisi di profittabilità. 9. I sistemi di tracciatura dei dati di costo e di ricavo. 10. Cost accounting ed efficienza aziendale.

COMPETENZE ACQUISITE

- Misurare e governare i costi al fine di monitorare le spese, la contabilità e i conti in uscita di una società.
- Decifrare l'impatto dei costi sulle politiche commerciali e di pricing.
- Comprendere i diversi tipi di analisi e controllo dei costi.
- Utilizzare tecniche per analizzare dati contabili e finanziari.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



CHANGE MANAGEMENT

Il corso insegna come realizzare in modo efficace e duraturo nel tempo un cambiamento organizzativo. L'attenzione è posta sui leader d'impresa e l'obiettivo è offrire loro i mezzi per individuare l'orientamento strategico più redditizio per l'azienda, avendo modo di riconoscere le priorità nei cambiamenti, motivando e guidando le risorse impegnate nel processo, integrando gli obiettivi di crescita personali e di organizzazione, comunicando il cambiamento in modo efficace. Lo scopo è, dunque, aiutarli a costruire in azienda un clima resiliente e aperto alle nuove culture gestionali, all'introduzione delle tecnologie, e a valutare con competenza l'impatto delle trasformazioni nell'organizzazione.

CONTENUTI

1. Il cambiamento in azienda: approcci ed ostacoli. 2. I programmi di cambiamento vincenti. 3. Change management e digital transformation. 4. Il cambiamento organizzativo e l'impatto sulle persone. 5. Le strategie del change management: strumenti e processi critici. 6. Essere leader di un progetto di cambiamento. 7. Analisi di casi.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere le sfide ambientali per la costruzione di un efficace processo di change management a livello organizzativo.
- Potenziare la propria resilienza per diffondere la cultura del cambiamento in azienda e coinvolgere i più stretti collaboratori affinché giochino un ruolo attivo nel processo di change management.
- Sperimentare in modo attivo strumenti pratico-operativi finalizzati a sostenere ed a stimolare i momenti di transizione.
- Acquisire consapevolezza sul ruolo della leadership nel facilitare e accompagnare i processi di cambiamento.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



LA LOGICA "LEAN" NELLE OPERATIONS 4.0 - ADVANCED

La lean 4.0 è parte integrante della Industry 4.0 ed è la logica evoluzione della tradizionale lean, delle operations e della qualità, a fronte della constatazione che il paradigma produttivo, con il supporto delle tecnologie digitali, si sia spostato dalla Mass Production alla Mass Customization. In questo contesto massimizzare i processi interni all'azienda, permetterà di ottimizzare la personalizzazione dell'offerta e di ottenere successo sul mercato, aumentando di competitività e favorendo la crescita dell'impresa. Il corso offre competenze approfondite sulla logica lean e le tecnologie 4.0 necessarie per aumentare la competitività e l'efficienza dell'azienda. Il corso si focalizza sulla gestione e l'organizzazione dei processi produttivi, l'analisi dei dati e la creazione di nuovi indicatori adatti ad un ambiente produttivo sempre più competitivo e innovativo.

CONTENUTI

- Approfondimento dei concetti chiave
- Analisi avanzata dei dati produttivi
- Metodi avanzati per la gestione dei KPI
- Tecniche avanzate di organizzazione lean dei reparti
- Elaborazione avanzata di stima dei fabbisogni e piani preventivi di manutenzione e investimenti
- Analisi avanzata dei costi e delle fonti di spreco
- Monitoraggio avanzato dei risultati
- Elaborazione avanzata di nuovi progetti e di piani di sviluppo
- Integrazione snella avanzata dell'intero plant produttivo
- Lettura avanzata dei budget produttivi e manutentivi
- Innovazione tecnologica avanzata e accesso ai finanziamenti

COMPETENZE ACQUISITE

- Eseguire analisi avanzate dei dati produttivi, organizzare e migliorare i processi produttivi con la metodologia Lean 4.0
- Elaborare cruscotti di KPI e analisi degli scostamenti, stimare fabbisogni e risorse in operations
- Sviluppare piani di manutenzione e di investimento
- Analizzare i costi e le fonti di spreco, monitorare i risultati e interpretare modelli vincenti



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



LA TRACCIABILITÀ DELLE MATERIE PRIME E DEL PRODOTTO FINITO IN AZIENDE ALIMENTARI 4.0

La tracciabilità di prodotto permette di ridurre gli sprechi, di ottimizzare le risorse e di azzerare gli errori. In questo contesto la tracciabilità di prodotto è da considerarsi come il fil rouge che lega la produzione con la logistica, permettendo di ricostruire, con precisione e senza equivoco, che cosa è avvenuto in ogni singolo step della catena del valore, dalla provenienza e dall'impiego delle materie prime, passando per le linee produttive e il magazzino, fino ad arrivare alla consegna del prodotto finito. Il percorso fornirà competenze sulla gestione dei processi di tracciabilità e di rintracciabilità del prodotto nelle filiere alimentari, al fine di avviare e garantire la razionalizzazione dei sistemi produttivi e logistici e soddisfare i requisiti di legge sulla tracciabilità delle materie prime e del prodotto finito con il supporto di tecnologie 4.0.

CONTENUTI

- La "interconnessione" e la lettura dei dati in "real time" • La creazione di un database dinamico di riferimento per il monitoraggio dell'impiego e delle giacenze in ottica 4.0 • I requisiti di legge e la loro interpretazione in ambienti cyberfisic • La localizzazione GPS dei prodotti e delle materie prime • La reportistica e l'interazione con il gestionale aziendale per il monitoraggio del manufacturing e l'ottimizzazione delle scorte • Il digital twin per gestire digitalmente le interazioni produzione-logistica

COMPETENZE ACQUISITE

- Creare e gestire un database dinamico per il monitoraggio delle giacenze e dell'impiego in ottica 4.0 • Leggere dati interconnessi in tempo reale e dell'interconnessione per monitorare i processi aziendali • Comprendere i requisiti di legge e loro applicazioni in ambienti cyberfisici • Utilizzare strumenti di localizzazione GPS per tracciare prodotti e materie prime • Generare report di monitoraggio di scorte • Usare strumenti di digital twin per gestire le interazioni produzione-logistica in modo digitale



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



MIGLIORARE E CONTROLLARE LA PRODUZIONE IN OTTICA 4.0 - BASIC

La gestione integrata della produzione, e dei relativi dati, consente alle aziende di ottenere una maggiore visibilità sui propri processi produttivi, di identificare le inefficienze e le opportunità di miglioramento e di intervenire tempestivamente per migliorare l'efficienza e la qualità del prodotto. Il corso si concentra sulla gestione integrata della produzione e sull'utilizzo di tecnologie dell'informazione per il monitoraggio e il controllo dei processi produttivi. I partecipanti impareranno a sviluppare un piano di produzione basato su dati e obiettivi di produzione definiti, a utilizzare dispositivi IoT per il monitoraggio e il controllo dei processi produttivi, e a gestire i dati aziendali. Verranno presentate le tecniche di misurazione digitale delle performance e il controllo dei processi produttivi sostenibili ed efficienti attraverso l'IoT.

CONTENUTI

• Introduzione alla gestione integrata della produzione e dei dati aziendali • Pianificazione del budget di produzione a partire dal budget commerciale • Tecniche di monitoraggio e controllo dei processi produttivi • Utilizzo di tecnologie dell'informazione per il controllo dei processi produttivi • Utilizzo di dispositivi IoT nell'ambito del controllo e miglioramento della produzione • Gestione dei dati produttivi

COMPETENZE ACQUISITE

• Comprendere il concetto di gestione integrata della produzione e dei dati aziendali • Saper pianificare il budget di produzione a partire dal budget commerciale • Utilizzare le tecniche di monitoraggio e controllo dei processi produttivi • Utilizzare le tecnologie dell'informazione per il controllo dei processi produttivi • Utilizzare dispositivi IoT nell'ambito del controllo e miglioramento della produzione • Gestire i dati produttivi



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



MIGLIORARE E CONTROLLARE LA PRODUZIONE IN OTTICA 4.0 - ADVANCED

Il corso si concentra sulla gestione integrata della produzione e sull'utilizzo di tecnologie avanzate come l'IoT per il monitoraggio e il controllo dei processi produttivi. I partecipanti impareranno a utilizzare dispositivi IoT e i relativi dati nell'ambito del controllo e miglioramento della produzione, ad analizzare i dati produttivi per identificare le inefficienze e le opportunità di miglioramento, e ad utilizzare metodologie avanzate di Master Data Management.

CONTENUTI

- Analisi dei dati produttivi per identificare inefficienze e opportunità di miglioramento
- Tecniche di misurazione digitale delle performance e la gestione degli allarmi
- Controllo dei processi produttivi sostenibili ed efficienti attraverso l'IoT
- Metodologie per la gestione e la valorizzazione dei dati aziendali, come il Master data management
- Approfondimento su tecniche specifiche di miglioramento della produzione, come il Six Sigma e il Lean Manufacturing
- Studio di casi di successo nell'applicazione delle tecniche di miglioramento della produzione

COMPETENZE ACQUISITE

- Analizzare i dati produttivi per identificare le inefficienze e le opportunità di miglioramento
- Utilizzare le tecniche di misurazione digitale delle performance e la gestione degli allarmi
- Utilizzare dispositivi IoT e tecniche specifiche di miglioramento della produzione per ottenere processi produttivi sostenibili ed efficienti
- Utilizzare metodologie per la gestione e la valorizzazione dei dati aziendali, come il Master Data Management
- Applicare tecniche specifiche di miglioramento della produzione, come il Six Sigma e il Lean Manufacturing
- Analizzare casi di successo nell'applicazione delle tecniche di miglioramento della produzione.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



MIGLIORARE LA FLESSIBILITÀ E L'EFFICIENZA NEL MANUFACTURING - BASIC

Utilizzando le innovazioni digitali, è possibile ottimizzare il processo di manufacturing attraverso l'automatizzazione dei processi produttivi con l'obiettivo di ridurre gli sprechi e i malfunzionamenti, ottenendo una maggiore diversificazione, flessibilità e qualità grazie alla personalizzazione dei prodotti e alla velocizzazione delle consegne. Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le competenze di base per gestire l'efficienza e la flessibilità di un impianto produttivo in ottica 4.0. I partecipanti impareranno come utilizzare le tecnologie digitali per ridurre gli sprechi e i malfunzionamenti, migliorare la diversificazione, la flessibilità e la qualità del prodotto, e ottimizzare le consegne.

CONTENUTI

- Introduzione al concetto di manufacturing 4.0 e ai vantaggi dell'automazione dei processi produttivi.
- Il monitoraggio del processo produttivo attraverso l'interconnessione uomo-macchina e l'utilizzo di sensori.
- La rimappatura e l'analisi dei processi attraverso IoT.
- L'utilizzo delle tecniche di previsione degli scostamenti e l'elaborazione di un piano di miglioramento continuo attraverso tecniche e tecnologie 4.0.
- La gestione del cloud e l'utilizzo dei dati raccolti.
- L'impiego delle tecniche 4.0 per monitorare gli aspetti energetici e l'ottimizzazione dell'impiego delle materie prime.
- La ricerca della soluzione migliore tra i diversi scenari possibili.
- L'interazione uomo-macchina come opportunità di crescita e sviluppo.

COMPETENZE ACQUISITE

- Conoscenza dei principali concetti e strumenti del manufacturing 4.0 per migliorare la flessibilità e l'efficienza produttiva;
- Capacità di monitorare il processo produttivo attraverso l'interconnessione uomo-macchina e utilizzare le tecnologie 4.0 per la raccolta e l'analisi dei dati;
- Conoscenza delle tecniche di rimappatura e analisi dei processi attraverso IoT;
- Capacità di utilizzare tecniche e tecnologie 4.0 per prevedere scostamenti e elaborare un piano di miglioramento continuo;
- Capacità di gestire il cloud e utilizzare i dati raccolti per l'ottimizzazione dell'impiego delle materie prime;
- Conoscenza delle tecniche 4.0 per l'efficientamento energetico e la riduzione degli sprechi.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



MIGLIORARE LA FLESSIBILITÀ E L'EFFICIENZA NEL MANUFACTURING - ADVANCED

Il corso ha l'obiettivo di approfondire le conoscenze del processo di manufacturing e di fornire ai partecipanti competenze avanzate per la gestione dell'efficienza e della flessibilità di un impianto produttivo in ottica 4.0. I partecipanti impareranno come utilizzare le tecnologie digitali per gestire in modo avanzato i processi produttivi, aumentare l'efficienza e la flessibilità, e implementare strategie di efficientamento per preservare le risorse.

CONTENUTI

• La realizzazione di modelli di calcolo e rappresentazione di scenari evoluti attraverso tecniche e tecnologie 4.0. • L'analisi avanzata dei dati produttivi e l'implementazione di tecniche di data mining e machine learning. • L'impiego delle tecniche 4.0 per l'elaborazione di un piano di efficientamento energetico e per la gestione dei costi produttivi. • L'utilizzo di tecnologie avanzate per il monitoraggio degli aspetti energetici e l'ottimizzazione dell'impiego delle materie prime. • La gestione integrata dei processi produttivi e la creazione di reti di produzione flessibili e collaborative. • L'implementazione di strategie di miglioramento continuo e l'adozione di un approccio Lean e Six Sigma. • La valutazione dei rischi e la gestione della sicurezza nel manufacturing 4.0.

COMPETENZE ACQUISITE

• Capacità di applicare in modo autonomo le conoscenze acquisite al livello base in situazioni più complesse e critiche; • Capacità di analizzare e interpretare dati raccolti attraverso tecniche avanzate per l'elaborazione di un piano di efficientamento energetico e la riduzione degli sprechi; • Capacità di gestire progetti di miglioramento dell'efficienza produttiva e di guidare il team nella realizzazione di obiettivi comuni; • Conoscenza delle tecniche di modellizzazione e rappresentazione di scenari evoluti, anche in previsione di futuri sviluppi tecnologici nel settore manufacturing; • Capacità di utilizzare tecniche 4.0 per la gestione degli aspetti energetici, l'ottimizzazione dell'impiego delle materie prime e la riduzione degli sprechi; • Capacità di lavorare in team e di comunicare efficacemente con i colleghi e i diversi stakeholder del progetto di efficientamento produttivo.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



PIANIFICAZIONE E GESTIONE DELLA MANUTENZIONE IN OTTICA 4.0 - BASIC

Il corso fornisce una panoramica delle nuove tecnologie e degli strumenti digitali utilizzati nella pianificazione e gestione della manutenzione degli impianti industriali. Il corso copre le tecniche di pianificazione e programmazione della manutenzione, la gestione del magazzino ricambi, le metodologie di manutenzione predittiva e preventiva e l'ottimizzazione dei processi di manutenzione attraverso la digitalizzazione. È rivolto a coloro che desiderano acquisire una conoscenza di base della gestione della manutenzione nell'Industria 4.0.

CONTENUTI

• Introduzione all'Industria 4.0 e alla sua applicazione nella gestione della manutenzione • Tecniche di pianificazione e programmazione della manutenzione (supply chain management, sistemi IT di ottimizzazione della catena di approvvigionamento ricambi, ecc.) • Strumenti digitali per la gestione della manutenzione (ad es. IoT, Big Data, Analytics) • Metodi di manutenzione predittiva e preventiva • Elaborazione del budget annuale di manutenzione attraverso la dematerializzazione della documentazione tecnica • La gestione intelligente del magazzino ricambi • La mappatura digitale delle attrezzature produttive

COMPETENZE ACQUISITE

• Comprendere il concetto di Industria 4.0 e la sua applicazione nella gestione della manutenzione • Conoscere le tecniche di pianificazione e programmazione della manutenzione • Utilizzare gli strumenti digitali per la gestione della manutenzione • Conoscere le metodologie di manutenzione predittiva e preventiva • Comprendere l'importanza della dematerializzazione della documentazione tecnica per l'elaborazione del budget annuale di manutenzione • Gestire in modo intelligente il magazzino ricambi • Utilizzare la mappatura digitale delle attrezzature produttive per ottimizzare la manutenzione



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



PIANIFICAZIONE E GESTIONE DELLA MANUTENZIONE IN OTTICA 4.0 - ADVANCED

L' Il corso fornisce una formazione approfondita sulle tecnologie e gli strumenti digitali utilizzati per risolvere e prevenire i problemi di downtime nella produzione e nei servizi. Il corso copre le tecniche di pianificazione e programmazione della manutenzione, la gestione del magazzino ricambi, le metodologie di manutenzione predittiva e preventiva, la mappatura digitale delle attrezzature produttive e l'ottimizzazione dei processi di manutenzione attraverso la digitalizzazione. È rivolto a coloro che desiderano acquisire una conoscenza avanzata della gestione della manutenzione nell'Industria 4.0.

CONTENUTI

- I tools IT per rendere "parlanti" le attrezzature produttive
- Il cloud come archivio di raccolta dei dati di performance e l'elaborazione di azioni preventive di recupero efficienza e di manutenzione preventiva e predittiva
- Ottimizzazione dei processi di manutenzione attraverso la digitalizzazione
- L'elaborazione dei piani di manutenzione preventiva attraverso l'impiego di tecniche IoT
- Metodologie di riduzione dei tempi e costi di intervento
- Il data room digitale per la dematerializzazione della documentazione tecnica

COMPETENZE ACQUISITE

- Utilizzare i tools IT per rendere "parlanti" le attrezzature produttive
- Utilizzare il cloud come archivio di raccolta dei dati di performance e per l'elaborazione di azioni preventive di recupero efficienza e di manutenzione preventiva e predittiva
- Ottimizzare i processi di manutenzione attraverso la digitalizzazione
- Elaborare i piani di manutenzione



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



TPM - GESTIRE IL CAMBIAMENTO 4.0 - BASIC

La "Manutenzione Produttiva Totale" (TPM) è un approccio che mira a integrare la manutenzione in un ciclo virtuoso, al fine di minimizzare il tempo di inattività causato dalle interruzioni che possono verificarsi se non si seguono le procedure necessarie per evitare il malfunzionamento degli impianti. Il corso di Manutenzione Produttiva Totale (TPM) di livello BASE è pensato per coloro che vogliono acquisire conoscenze di base sull'approccio TPM e le sue tecniche di manutenzione, miglioramento della produttività e gestione del cambiamento.

CONTENUTI

- Introduzione al TPM e ai suoi obiettivi
- Cause di guasto e rottura degli impianti
- Strumenti di base per la manutenzione preventiva
- Coinvolgimento del personale nella gestione del TPM
- Tecniche di miglioramento continuo della produttività

COMPETENZE ACQUISITE

- Conoscenza degli obiettivi e delle tecniche di base del TPM
- Capacità di identificare le cause di guasto e rottura degli impianti
- Competenze nella manutenzione preventiva e nel coinvolgimento del personale
- Conoscenza di base delle tecniche di miglioramento continuo della produttività



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



TPM - GESTIRE IL CAMBIAMENTO 4.0 - AVANZATO

La "Manutenzione Produttiva Totale" (TPM) è un approccio che mira a integrare la manutenzione in un ciclo virtuoso, al fine di minimizzare il tempo di inattività causato dalle interruzioni che possono verificarsi se non si seguono le procedure necessarie per evitare il malfunzionamento degli impianti. Il corso è pensato per coloro che hanno già conoscenze di base sull'approccio TPM e vogliono approfondire le loro competenze nella gestione avanzata della manutenzione, l'uso di strumenti di analisi dati basati sulle tecnologie 4.0 e l'ottimizzazione delle risorse.

CONTENUTI

- Approfondimento delle tecniche di manutenzione preventiva avanzata
- Strumenti di analisi dati basati sulle tecnologie 4.0 per la gestione della manutenzione
- Osservazione e monitoraggio in tempo reale delle performance degli impianti
- Gestione avanzata del cambiamento e coinvolgimento del personale nella gestione del TPM
- Elaborazione di reportistica avanzata e interazione con il gestionale aziendale per l'ottimizzazione delle risorse

COMPETENZE ACQUISITE

- Conoscenza avanzata delle tecniche di manutenzione preventiva
- Competenze nell'uso di strumenti di analisi dati basati sulle tecnologie 4.0
- Capacità di osservazione e monitoraggio in tempo reale delle performance degli impianti
- Gestione avanzata del cambiamento e coinvolgimento del personale nella gestione del TPM
- Competenze avanzate nella reportistica e nell'interazione con il gestionale aziendale per l'ottimizzazione delle risorse.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



PROJECT MANAGEMENT (FONDAMENTALS)

Il corso ha l'obiettivo di illustrare ai partecipanti le aree di conoscenza, i processi e le tecniche essenziali per gestire un progetto. Definire le attività da svolgere in ogni fase del ciclo di vita ed applicare le tecniche su casi pratici, chiarendo ruoli e competenze richiesti per il successo del progetto.

CONTENUTI

1. Il Project Management: una panoramica
2. Analisi del ciclo di vita
3. L'organizzazione di un progetto ed i ruoli coinvolti
4. Start-up del progetto
5. Ambito del progetto
6. La pianificazione del progetto
7. La gestione del team
8. Il monitoraggio e controllo
9. La chiusura di progetto

COMPETENZE ACQUISITE

· Saper gestire il rapporto con il team e gli altri stakeholder aziendali, mediando i conflitti di competenza e di ruolo. Definire il budget. · Effettuare il controlling delle attività.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



PROJECT MANAGEMENT AVANZATO

Il corso si rivolge a persone che hanno già acquisito le competenze fondamentali di Project Management e con esperienza degli ambienti di progetto.

CONTENUTI

1. Breve panoramica dei fundamentals
2. Soluzioni evolute per la pianificazione dei tempi e dei costi di progetto
3. Progetti innovativi con la metodologia Agile
4. La gestione dei rischi di progetto
5. La qualità di progetto e le norme UNI di settore
6. Pianificazione e gestione della comunicazione di progetto
7. Modalità avanzate di monitoraggio e controllo
8. Esercitazioni e simulazioni di casi reali

COMPETENZE ACQUISITE

- Negoziare risorse, impegni, scadenze e sequenze, attività, tempi e costi.
- Riconoscere metodi e strumenti per la gestione Agile
- Anticipare e risolvere le diverse problematiche durante l'avanzamento del progetto
- Saper elaborare una dashboard di progetto
- Preparare e presentare report di progetto.
- Gestire ed implementare il Piano di Comunicazione.
- Direzione del team



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



BUSINESS INNOVATION PLANNING

Il corso mira ad enucleare tutti gli elementi che concorrono alla creazione, gestione e implementazione dei fabbisogni di un'impresa innovativa, a partire dalla formulazione più precisa dell'idea di business fino alla definizione dell'organizzazione interna ed alla descrizione delle finalità che questa si propone (mission) e a come intende perseguirle (vision). L'obiettivo del percorso è difatti definire un piano di sviluppo di un'impresa che, adattando le strategie di business ai nuovi paradigmi, configuri in maniera strutturale l'impalcatura aziendale atta a sorreggere la sua evoluzione economica e digitale.

CONTENUTI

1. Definizione dell'idea di business e sua cantierabilità. 2. Il modello di business. 3. La gestione della relazione con il team. 4. Il finanziamento di un'idea di business innovativa. 5. Il ruolo di incubatori ed acceleratori del trasferimento tecnologico. 6. Nuove opportunità tecnologiche dell'Industria 4.0 7. I nuovi Network dell'innovazione – Giornata studio con testimonial del Sistema Nazionale dei Centri di Competenza e dei Digital Innovation Hub. 8. Simulazione di un BP di una start-up innovativa.

COMPETENZE ACQUISITE

- Analizzare la fattibilità di una nuova idea di business.
- Strutturare l'idea di business dal punto di vista organizzativo e processuale.
- Saper prendere decisioni strategiche per gestire la complessità del mercato e scenari incerti.
- Valutare gli aspetti economico-finanziari dell'idea di business.
- Gestire le dinamiche interpersonali tra i membri del team imprenditoriale.
- Sviluppare il Business Plan a partire dall'idea di business e saperlo comunicare efficacemente agli stakeholder di riferimento.



DURATA

36 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



GESTIONE DELL'INNOVAZIONE (FONDAMENTALS)

Il corso permette a manager ed imprenditori di valutare l'importanza e le dinamiche dell'innovazione d'impresa e applicare modelli, tecniche e strumenti in grado di generare o redistribuire valore in azienda. Scopo del corso è anche aumentare la consapevolezza e la cultura dell'innovazione; elementi questi che consentono di definire meglio l'orientamento strategico dell'azienda, di calcolare i tempi d'ingresso del cambiamento, di gestire i team coinvolti, di valutare i progetti e identificare le nuove opportunità di business in considerazione dello scenario esterno e delle specificità a disposizione dell'impresa.

CONTENUTI

1. Perché è importante innovare. 2. I significati e le tipologie di innovazione. 3. Il Digital Mindset per lo sviluppo del business. 4. Le strategie di innovazione per aziende. 5. La gestione del processo di innovazione. 6. La valutazione dei progetti innovativi e gli impatti sulle performance aziendali. 7. L'investimento in progetti di R&D. 8. Il modello emergente dell'Open Innovation. 9. L'impatto del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza sulle modalità di sostegno alla ricerca e all'innovazione. 10. Esempi di soggetti che innovano e soggetti che finanziano.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere l'importanza dei processi di innovazione e i loro collegamenti con la resilienza in tempi di crisi.
- Impiegare strumenti concettuali per impostare strategie orientate alle opportunità di innovazione.
- Sviluppare un contesto organizzativo capace di stimolare e sostenere le capacità innovative dei singoli e dei gruppi.
- Riconoscere i processi che consentono i differenziali di performance per l'impresa.
- Valutare investimenti in ricerca e sviluppo per implementare soluzioni/progetti innovativi.



DURATA

20 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



GESTIONE DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE

Saper valutare l'utilizzo di strumenti atti a proteggere innovazioni e segni distintivi dell'impresa è un'esigenza inderogabile per qualsiasi azienda. A tal scopo, il corso offre a dipendenti e manager le competenze utili per una corretta gestione e valorizzazione degli asset immateriali aziendali, focalizzando l'attenzione sull'ampio tema della proprietà intellettuale e sull'istituto brevettuale.

CONTENUTI

1. Fondamenti giuridici e disciplina europea dei brevetti. 2. Procedure di brevettazione. 3. Marchi e proprietà industriale. 4. Reti digitali e proprietà intellettuale. 5. I contratti relativi alla proprietà intellettuale. 6. Le modalità di estensione internazionale dei brevetti e le piattaforme brevettuali. 7. Antitrust e regolazione.

COMPETENZE ACQUISITE

· Analizzare le opportunità di gestione dei beni immateriali · Riconoscere gli strumenti di protezione e sfruttamento economico della proprietà intellettuale. · Analizzare la disciplina che regola la proprietà intellettuale e la valorizzazione del patrimonio IP. · Pianificare una strategia di tutela del patrimonio brevettuale e d'innovazione. · Valorizzare il portafoglio IP quale asset strategico, con un focus sui temi chiave legati al digitale e allo sviluppo di nuove tecnologie.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



LEAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Sviluppare una supply chain snella (Lean) significa predisporre l'azienda non solo a reagire con prontezza ai mutamenti del mercato, ma soprattutto ad avere un atteggiamento volto al miglioramento continuo. Il corso nasce con lo scopo di voler sviluppare un mindset caratterizzato da un un approccio manageriale che punta all'ottimizzazione dei processi, dei tempi e dei costi abbattendo gli sprechi e ogni forma di inefficienza. Il percorso offre una visione approfondita delle strategie e delle pratiche per ottimizzare la gestione della supply chain attraverso l'applicazione dei principi lean. Gli studenti esploreranno i concetti fondamentali del lean thinking e impareranno come applicarli per ridurre sprechi, migliorare l'efficienza e aumentare la flessibilità all'interno della supply chain.

CONTENUTI

Introduzione al Lean Thinking e alla Supply Chain Management, - Identificazione e Riduzione degli Sprechi nella Supply Chain, - Miglioramento Continuo e Gestione dei Processi, - Ottimizzazione dell'Inventario e della Produzione, - Collaborazione e Partnership nella Supply Chain, - Tecnologie Abilitanti nella Supply Chain Lean, - Gestione del Rischio e della Sostenibilità, - Focus sulla logistica in ottica 4.0.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i principi fondamentali del lean thinking e la loro applicazione alla gestione della supply chain; Identificare e analizzare gli sprechi presenti nella supply chain e sviluppare strategie per eliminarli; Implementare metodi e tecniche per migliorare continuamente i processi all'interno della supply chain; Ottimizzare l'inventario e la produzione per ridurre il lead time e aumentare la flessibilità operativa; Promuovere la collaborazione e la partnership con i fornitori e i partner logistici per migliorare l'efficienza complessiva della supply chain; Utilizzare tecnologie abilitanti per migliorare la visibilità, la tracciabilità e la gestione dei flussi di lavoro all'interno della supply chain; Implementare strategie per gestire il rischio e promuovere la sostenibilità all'interno della supply chain; Applicare i concetti e le tecniche apprese attraverso casi di studio e esercitazioni pratiche per risolvere problemi reali nella gestione della supply chain.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

LEAN LOGISTIC LEADERSHIP

Il corso "Lean Logistic Leadership" offre una guida pratica e approfondita per i professionisti che desiderano implementare con successo principi lean nella gestione delle operazioni logistiche. I partecipanti acquisiranno le competenze e le conoscenze necessarie per guidare la trasformazione lean all'interno della loro organizzazione logistica. Verranno esaminati i principi di eliminazione degli sprechi, ottimizzazione dei processi e miglioramento continuo, fornendo agli studenti una solida base per identificare e risolvere inefficienze nei flussi di lavoro logistici. Una parte significativa del corso sarà dedicata all'analisi approfondita degli sprechi comuni presenti nelle operazioni logistiche e all'identificazione di strategie e strumenti lean per eliminarli.

CONTENUTI

Introduzione ai Principi Lean nella Logistica; - Identificazione e Riduzione degli Sprechi Logistici; - Miglioramento Continuo delle Operazioni Logistiche; - Ottimizzazione del Flusso di Materiali e Informazioni; - Leadership Lean nella Gestione Logistica; - Utilizzo di Tecnologie Abilitanti nella Logistica Lean; - Gestione del Rischio e della Sostenibilità nella Logistica; - Focus sulla logistica in ottica 4.0.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i principi fondamentali del lean thinking e la loro applicazione specifica alla gestione delle operazioni logistiche; - Identificare e analizzare gli sprechi presenti nei processi logistici e sviluppare strategie per eliminarli, migliorando così l'efficienza complessiva; - Applicare metodi e tecniche di miglioramento continuo per ottimizzare i processi logistici e ridurre i tempi di consegna; - Implementare strategie per migliorare il flusso di materiali e informazioni lungo la catena di approvvigionamento, riducendo i lead time e aumentando la visibilità; - Sviluppare competenze di leadership lean per guidare il cambiamento culturale e sostenere l'implementazione dei principi lean all'interno del team logistico; - Utilizzare tecnologie abilitanti per migliorare la tracciabilità, la visibilità e la gestione delle operazioni logistiche, aumentando l'efficienza complessiva; - Gestire il rischio e promuovere la sostenibilità nelle operazioni logistiche, considerando gli aspetti etici e ambientali della gestione lean.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

BUSINESS INTEGRATION STRATEGY

Il corso "Business Integration Strategy" offre una panoramica completa sulle strategie di integrazione aziendale, concentrandosi sull'importanza di integrare in modo efficace processi, tecnologie e culture organizzative per migliorare le prestazioni aziendali e favorire l'innovazione. Attraverso una combinazione di strumenti, i partecipanti acquisiranno una comprensione approfondita delle strategie e delle pratiche migliori per implementare con successo l'integrazione aziendale nell'ottica di sviluppo della catena del valore.

CONTENUTI

- Introduzione alle strategie di integrazione aziendale;
- Analisi dei modelli di business;
- Gestione del cambiamento e della cultura organizzativa;
- Tecnologie abilitanti e piattaforme di integrazione;
- Valutazione delle performance e ottimizzazione continua
- Focus sulla gestione dell'innovazione nell'industria 4.0

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i concetti e i principi delle strategie di integrazione aziendale; -
Analizzare i diversi modelli di business per identificare opportunità di integrazione; -
Gestire il cambiamento organizzativo attraverso strategie efficaci.; -Utilizzare
tecnologie abilitanti per integrare sistemi aziendali; -Valutare le performance
dell'integrazione aziendale; - Ottimizzare continuamente le strategie di integrazione
per massimizzare il valore aziendale.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

ADVANCED MANUFACTURING SOLUTIONS

Il percorso intende analizzare le potenzialità della advanced manufacturing, ovvero l'integrazione di tecniche e tecnologie per l'ottimizzazione della progettazione e del processo produttivo, allo scopo di creare prodotti differenziati, rispettando i principi di economicità ed efficienza delle prestazioni. Saranno analizzati le tecnologie e gli strumenti interconnessi e rapidamente programmabili in grado di determinare lo sviluppo aziendale.

CONTENUTI

- Introduzione alle Soluzioni di Produzione Avanzate;
- Ottimizzazione dei Processi Produttivi;
- Tecnologie Emergenti e Innovazione;
- Qualità e Sicurezza nell'Advanced Manufacturing;
- Implementazione e Gestione dei Cambiamenti;
- Futuro dell'Advanced Manufacturing;
- Correlazioni fra industria 4.0 e manutenzione predittiva

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere le potenzialità della advanced manufacturing nel contesto dell'ottimizzazione della progettazione e del processo produttivo; Esaminare le tecniche e le tecnologie utilizzate nell'advanced manufacturing per la creazione di prodotti differenziati; Valutare l'applicazione dei principi di economicità ed efficienza delle prestazioni nel contesto della advanced manufacturing; Analizzare le tecnologie interconnesse e rapidamente programmabili utilizzate nella advanced manufacturing; Esplorare le possibilità di sviluppo aziendale offerte dall'implementazione di tecniche e tecnologie avanzate di manufacturing.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

E-COMMERCE MANAGEMENT: DESIGN & DEVELOPMENT

Il corso fornisce una guida completa per la progettazione, lo sviluppo e la gestione di un'attività di e-commerce di successo. Attraverso una combinazione di teoria e pratica, i partecipanti acquisiranno le competenze necessarie per creare una piattaforma di e-commerce efficace e redditizia, esplorando le differenze tra il web e il marketing digitale, valutando la fattibilità del progetto, analizzando i canali di commercio (B2B, B2C, B2B2C e dropshipping) e sviluppando un business plan completo.

CONTENUTI

WEB E DIGITAL MKT differenze; Fattibilità di progetto; Canali e tipi di commercio B2B, B2C, B2B2C e dropshipping; Business Plan; analisi di mercato e di settore, buyer persona, Business Model Canvas, SWOT analisi, Diagramma di Gantt e funnel, Omnicanalità, Presenza online, Profilo dell'attività, Posizionamento e Indicizzazione, SEO, SEOUX, Content creation e buyer personas, Differenziazione e scelte di strategia per posizionamento, visibilità e branding in base alla maturità dell'azienda, Ecom, marketplace, Sito istituzionale; CMS e hosting Settaggio tecnico, accessibilità, performance e SEO, Aspetti legali, privacy policy, Cookie policy, cgV, UX, Menu, Categorie, Registrazione, carrello, norme di legge - Omnibus, Strategie di pricing, percezione del bisogno, Upselling e Xselling, Ciclo di vita del prodotto, il processo di vendita online a livello nazionale ed internazionale (logistica, pagamenti, dogana, legalità), Amazon: origini, identità e servizi, Vendor e seller, Buybox, Prime, FBA, Amazon Business, fresh, now, homemade, Made in Italy, eBay: sostenibilità, CRM Hubspot, Integrazione landing, funnel.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere le differenze tra il web e il digital marketing; Valutare la fattibilità di un progetto di e-commerce; Esplorare i diversi canali e tipologie di commercio elettronico; Creare un business plan completo per un'attività di e-commerce; Implementare strategie di omnicanalità e presenza online; Ottimizzare il posizionamento e l'indicizzazione del sito web; Definire strategie di pricing e implementare tecniche di upselling; Gestire la logistica, i pagamenti e gli aspetti legali del processo di vendita online; Utilizzare efficacemente le piattaforme Amazon ed eBay per aumentare le vendite; Garantire la conformità legale e normativa nell'ambito dell'e-commerce; Utilizzare strumenti CRM per gestire le relazioni con i clienti; Integrare landing page e funnel per migliorare il processo di conversione.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



DIGIMINDSET: SMART FACTORY EVOLUTION

Il percorso mira a fornire una visione approfondita delle tecnologie digitali utilizzate all'interno delle aziende e ad esplorare le potenzialità di interconnessione tra di esse in ottica di sviluppo dell'organizzazione. Attraverso lezioni teoriche, studi di casi e attività pratiche, i partecipanti acquisiranno una comprensione chiara di come integrare e ottimizzare le diverse tecnologie per massimizzare l'efficienza operativa e creare sinergie tra i processi aziendali.

CONTENUTI

- Panoramica delle tecnologie digitali aziendali;
- Interconnessioni e integrazione tecnologica;
- Gestione dei dati e analisi;
- Sicurezza e governance;
- Innovazione e digitalizzazione;
- Focus sulla gestione dell'innovazione nell'industria 4.0

COMPETENZE ACQUISITE

Una solida base di conoscenze e competenze per comprendere, integrare e ottimizzare le tecnologie digitali aziendali, contribuendo così a migliorare l'efficienza operativa, promuovere l'innovazione e ottenere vantaggi competitivi per l'azienda; - Comprendere le tecnologie digitali aziendali; - Identificare le interconnessioni tra le tecnologie; - Integrare e ottimizzare i sistemi; - Promuovere l'innovazione e la trasformazione digitale.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



LEAN TRANSFORMATION

Il corso di Lean Transformation è progettato per guidare le organizzazioni attraverso il processo di trasformazione lean, una metodologia di gestione che mira a migliorare l'efficienza operativa, ridurre gli sprechi e ottimizzare i processi aziendali. Attraverso lezioni teoriche, esercitazioni pratiche e studi di casi, i partecipanti acquisiranno una comprensione approfondita dei principi lean e impareranno come applicarli per ottenere miglioramenti tangibili nelle loro organizzazioni.

CONTENUTI

- Storia e sistemi dei principi snelli;
- Toyota production system;
- Sprechi: i 7 sprechi di Taiichi Ohno;
- I 5 principi fondamentali;
- Lean Office: l'Efficientamento di un servizio esistente
- Service Design: Analisi dei bisogni del cliente (interno ed esterno) e del suo percorso di interazione con i servizi dell'azienda;
- Ideazione di proposte concrete per cogliere le opportunità precedentemente individuate e ridisegno del servizio sulla base di queste;
- Focus sulle caratteristiche organizzative delle aziende lean.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i principi lean; - Applicare strumenti e tecniche lean; - Conoscere i modelli di trasformazione lean; - Guidare il cambiamento organizzativo; - Misurare e valutare il successo; - Promuovere la sostenibilità.



DURATA

16 ore



MODALITÀ


In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

BIM EXPERT

Il corso "Building Information Modeling (BIM)" offre una formazione completa sull'innovativa metodologia di progettazione e gestione del ciclo di vita dei progetti edilizi. Da una prospettiva pratica e teorica, i partecipanti saranno immersi nelle competenze chiave necessarie per implementare con successo il BIM, migliorando l'efficienza, la collaborazione e la sostenibilità nei progetti di costruzione. Il corso affronterà argomenti specifici quali la normativa di riferimento, le direttive Europee in materia di Appalti Pubblici, la modellazione architettonica, impiantistica e strutturale, il data management e l'impiego di alcuni software specialistici. Inoltre sarà svolto un focus sulle interconnessioni fra BIM ed IOT.

CONTENUTI

- Introduzione al Building Information Modeling (BIM);
 - Concetti fondamentali del BIM e benefici della sua implementazione nei progetti edilizi;
 - Panoramica sulla normativa di riferimento e le direttive Europee in materia di Appalti Pubblici;
 - Modellazione Architettonica in BIM;
 - Modellazione Impiantistica in BIM;
 - Modellazione Strutturale in BIM;
 - Data Management nel BIM;
 - Software Specializzati per il BIM;
 - Collaborazione e Coordinazione nel BIM;
 - Applicazioni Avanzate del BIM;
 - La progettazione parametrica con Autocad ed i blocchi dinamici;
 - Creazione della documentazione di progetto;
 - Interfaccia grafica lo spazio di Revit;
 - Focus sulle interconnessioni fra BIM ed IOT.
- 

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i Fondamenti del BIM: Acquisire una conoscenza approfondita dei concetti fondamentali del Building Information Modeling (BIM), comprese le sue applicazioni e i suoi vantaggi nell'ambito dei progetti edilizi; -Conoscere la Normativa di Riferimento: Familiarizzarsi con la normativa di riferimento e le direttive Europee in materia di Appalti Pubblici che influenzano l'implementazione del BIM nei progetti edilizi; -Sviluppare Competenze di Modellazione: Apprendere le tecniche e gli strumenti necessari per la modellazione architettonica, impiantistica e strutturale utilizzando il BIM, nonché la loro integrazione e coordinazione all'interno del processo di progettazione; -Gestire e Ottimizzare i Dati: Imparare a gestire in modo efficace i dati e le informazioni all'interno di un ambiente BIM, utilizzando strumenti e processi appropriati per la condivisione, l'organizzazione e la gestione dei dati tra i membri del team di progetto -Utilizzare Software Specializzati: Acquisire competenze pratiche nell'utilizzo di software specifici per il BIM, come Autodesk Revit, ArchiCAD e altri, al fine di sfruttarne appieno le funzionalità per la modellazione e la gestione dei progetti edilizi; -Migliorare l'Efficienza e la Sostenibilità: Utilizzare le competenze acquisite per migliorare l'efficienza, la collaborazione e la sostenibilità nei progetti edilizi, ottimizzando il ciclo di vita del progetto e riducendo gli sprechi e le inefficienze.



DURATA

32 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



OPEN E BIG DATA ANALYTICS PER LO SVILUPPO DEL BUSINESS

Le dimensioni del mercato dei big data, nel suo complesso, sono sempre più ingenti e pervasivi in ogni settore, in particolare per quello bancario, che investe nei big data per la propria crescita. Il cloud computing è uno degli strumenti atti a fornire le funzioni sopracitate. Consiste nella fornitura di servizi di computing, quali software, database, server e reti, tramite connessione Internet. Ciò significa che gli utenti finali sono in grado di accedere a software e applicazioni ovunque si trovino

CONTENUTI

• Definizione di big data • Vantaggi dall'utilizzo dei big data • Integrazione di diversi storage di dati • Gestione dei dati in streaming • Esecuzione di query - big data • Creazione di valore di business dai dati estratti • Definizione di una strategia big data per l'organizzazione • Abilitazione di un'innovazione analitica • Implementazione di una soluzione di big data

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso intende trasferire conoscenze e capacità operative per irrobustire le conoscenze su analisi dei dati di contesto (di prodotto e di mercato) in sede di definizione delle strategie e degli interventi per lo sviluppo e la crescita del business aziendale, attraverso metodologie statistiche inferenziali e non lineari per l'estrazione di informazioni significative per le attività di business Analytics.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



DATA SCIENCE E ANALISI DEI DATI

Il Corso ha come finalità generale quella di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per sfruttare appieno il potenziale dei dati nell'ambito dell'Industria 4.0, permettendo loro di prendere decisioni basate su dati e di scoprire insight significativi.

CONTENUTI

- Modulo 1: Statistica e Probabilità - Concetti di statistica descrittiva e inferenziale. - Probabilità e distribuzioni probabilistiche.
- Modulo 2: Strumenti di Data Science - Utilizzo di Python per l'analisi dei dati. - Creazione di modelli di Machine Learning con scikit-learn.
- Modulo 3: Visualizzazione dei Dati - Tecniche di visualizzazione dei dati con Matplotlib e Seaborn. - Creazione di dashboard interattivi con strumenti come Tableau o Power BI.
- Modulo 4: Applicazioni Pratiche - Studio di casi reali su problemi di analisi dei dati in diversi settori.

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Acquisire conoscenze approfondite in statistica e matematica delle probabilità per l'analisi dei dati. • Utilizzare strumenti di data science per l'analisi dei dati e la creazione di modelli predittivi. • Interpretare i risultati analitici e applicarli alle decisioni aziendali.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

CLOUD COMPUTING & BIG DATA

Le dimensioni del mercato dei big data, nel suo complesso, sono sempre più ingenti e pervasivi in ogni settore, in particolare per quello bancario, che investe nei big data per la propria crescita. Il cloud computing è uno degli strumenti atti a fornire le funzioni sopracitate. Consiste nella fornitura di servizi di computing, quali software, database, server e reti, tramite connessione Internet. Ciò significa che gli utenti finali sono in grado di accedere a software e applicazioni ovunque si trovino

CONTENUTI

• Cloud Computing - Pro e contro; • Tre modelli di delivery; • Infrastructure-as-a-service (IaaS); • Platform-as-a-Service (PaaS); • Software-as-a-Service; • Business cases; • Fattori critici di successo • Introduzione ai Big Data e Big Data Analytics • Big Data Lifecycle: l'esecuzione del processo • Privacy e Big Data • Tipologie di Data Analytics • Creazione di una data pipeline • Monitoring e logging • Data warehouse e data lake • Utilizzo e analisi dei Big Data • Datafication: casualità, correlazione e valore • Confronto tra tipologie di database • Advanced Analytics

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente di: • Divulgare la centralità delle competenze digitali ai lavoratori; • Introdurre i concetti di Industria 4.0; • Sviluppare il pensiero computazionale e la creatività digitale; • Valorizzare le competenze digitali e tecnologiche dei lavoratori. • Trasferire ai partecipanti nozioni fondamentali per la raccolta, gestione, analisi e monetizzazione dei dati • Rafforzare le competenze relative a comprensione e produzione di contenuti all'interno dell'universo digitale, partendo dall'alfabetizzazione informativa (information literacy) per giungere all'information fluency; • Sviluppare la capacità di ricercare l'informazione, riconoscendo provenienza, attendibilità, completezza e qualità delle fonti; • Rafforzare le competenze per le tecnologie di cloud computing; • Aumentare la consapevolezza del ruolo dei big data.

**DURATA**

24 ore

**MODALITÀ**

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

BIG DATA ANALITYCS: RACCOLTA, GESTIONE E ANALISI DEI DATI

Comprendere le funzionalità dei principali strumenti di analisi. Saper configurare in autonomia un account Google Analytics. Creare proprietà e viste, settare obiettivi ed eventi e analizzare i dati raccolti

CONTENUTI

• In presenza Assessment tecnologico-funzionale • Data warehouse • Integrazione Funzionale • KPI e analisi qualitativa e quantitativa di un progetto di Marketing • Google Analytics Base • Impostare eventi ed obiettivi in Google Analytics • Evoluzione dei sistemi di analisi

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso intende trasferire le capacità necessarie per raccogliere, gestire e analizzare grandi quantità di dati attribuendo alle evidenze emerse un peso decisivo nell'influenzare le scelte del management.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS PER IL CONTROLLO E LO SVILUPPO STRATEGICO

Il risultato atteso a livello aziendale è di disporre delle competenze specialistiche o avanzate per gestire l'innovazione digitale e l'interconnessione dei dati per programmare i flussi informativi, al fine di ottimizzare il controllo e lo sviluppo strategico in coordinamento fra tutte le aree aziendali.

CONTENUTI

• Gestire l'interconnessione tra le tecnologie in uso per la produzione, la logistica, l'ufficio tecnico e commerciale e l'ERP aziendale in uso mediante l'innovazione digitalizzazione integrata delle informazioni nella catena di creazione del valore aziendale • Integrare la rete, i gateway ed i sistemi di gestione della produzione e della logistica • Gestire il flusso dati mediante le nuove funzionalità dell'ERP in uso • Presidiare la configurazione produttiva mediante la soluzione digitale innovativa • Tradurre i protocolli per la trasmissione dei dati aziendali mediante nuove funzionalità dell'ERP in uso • Acquisire i dati provenienti dalle linee di produzione, dalla logistica mediante la soluzione digitale innovativa • Riconoscere e gestire caratteristiche e criticità dei diversi ambiti produttivi per lo sviluppo strategico • Utilizzare l'innovazione "digitalizzazione integrata delle informazioni nella catena di creazione del valore aziendale" a supporto del sistema di programmazione della produzione e della logistica

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso intende trasferire competenze riguardo ai metodi e alle procedure di Business Intelligence (BI) per l'utilizzo dei dati aziendali per il controllo della prestazione aziendale attraverso tecniche e funzionalità BI dei sistemi informativi integrati ERP per il controllo e la presa di decisioni strategiche e operative sulla base di analisi preventive e previsionali di dati gestionali



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

PCAP: PROGRAMMING ESSENTIALS IN PYTHON

Il corso PCAP: Programming Essentials in Python (2.0) copre tutte le basi della programmazione in Python, oltre a concetti e tecniche generali di programmazione di computer.

CONTENUTI

1. Introduction to Python and Computer Programming
2. Data types, Variables, Basic Input-Output, Operations, Basic Operators
3. Boolean values, Conditional Execution, Loops, Lists of list processing, Logic and bitwise operations
4. Functions, Tuples, Dictionaries and Data processing
5. Modules, Packages and PIP
6. Exceptions, Strings, String and List methods
7. Objected oriented, Programming in python
8. Miscellaneous

COMPETENZE ACQUISITE

- Analisi e risoluzione di un problema in maniera algoritmica;
- Progettazione, sviluppo e miglioramento di programmi modulari;
- Risoluzione di problemi reali nel modello object-oriented;
- Comprensione del ruolo del programmatore nel processo di sviluppo;
- Comprensione dell'ambiente di sviluppo e di esecuzione di un programma.



DURATA

32 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



MACHINE LEARNING

Il corso mira a fornire ai partecipanti conoscenze e abilità necessarie per lavorare con il linguaggio di programmazione Python nell'ambito del machine learning, acquisendo competenze pratiche come l'analisi dei dati, la scelta e l'ottimizzazione del modello di machine learning, la classificazione e l'aggregazione dei dati, nonché la risoluzione di problemi reali utilizzando le tecniche di machine learning.

CONTENUTI

- Fondamenti dell'Intelligenza Artificiale
- Machine learning, Reti Neurali e applicazioni di Deep Learning in Python
- Analisi del dataset: comprendere l'importanza del dataset nell'apprendimento automatico.
- Apprendimento supervisionato: esplorare la regressione e l'utilizzo di modelli regolarizzati per migliorare la performance del modello.
- Classificazione supervisionata: esplorare modelli di classificazione non lineari e tecniche di validazione ed ottimizzazione per migliorare la performance del modello.
- Apprendimento non supervisionato: esplorare il clustering come tecnica per la classificazione dei dati e la riduzione della dimensionalità per semplificare l'analisi

COMPETENZE ACQUISITE

- Analizzare un dataset per estrapolare informazioni utili e applicare il machine learning su problemi reali
- Scegliere ed ottimizzare un modello di machine learning per un problema specifico
- Eseguire predizioni e classificazioni partendo dai dati e clustering per raggruppare automaticamente dati simili
- Utilizzare Pandas e Scikit-learn per la manipolazione e l'analisi dei dati e per lo sviluppo dei modelli di machine learning
- Lavorare con iPython e Jupyter Notebook per facilitare il processo di analisi e sviluppo

**DURATA**

32 ore

**MODALITÀ**

Live online

Promosso con la collaborazione di



AMAZON GATEWAY

Amazon API Gateway è un servizio AWS (Amazon Web Services) per la creazione, la pubblicazione, la gestione, il monitoraggio e la protezione di API REST, HTTP e WebSocket a qualsiasi livello. Mediante questo servizio gli sviluppatori di API (Interfaccia di programmazione delle applicazioni) possono gestire il flusso che si interfaccia con il servizio di backend o i dati effettivi, e applicare le politiche, l'autenticazione e il controllo generale dell'accesso per le chiamate API per proteggere i dati preziosi. Il corso intende trasferire competenze per creare API in grado di accedere ad (AWS) o ad altri servizi Web, nonché ai dati archiviati nel cloud AWS, efficientare la gestione della console tramite CLI e utilizzare le funzioni Lambda.

CONTENUTI

- Introduzione ad AWS
- Architettura di API Gateway
- Casi d'uso di API Gateway
- Parte dell'infrastruttura serverless di AWS
- Creazione, distribuzione e chiamata di un'API REST
- Lambda
- Amazon Cognito
- DynamoDB

COMPETENZE ACQUISITE

- Capacità di creare un'architettura serverless guidata da eventi e modello di verifica
- Capacità di creare una funzione Lambda per eseguire operazioni su una tabella DynamoDB
- Abilità nell'effettuare testing di prestazioni
- Abilità nell'eseguire la distribuzione di aggiornamenti a un'applicazione serverless senza tempo di inattività

**DURATA**

24 ore

**MODALITÀ**

Live online

Promosso con la collaborazione di



ANGULAR 14

Angular è un framework modulare, flessibile e scalabile, che facilita lo sviluppo di applicazioni multiplatforma, adattando facilmente la base di codice a diversi dispositivi e diverse esigenze, la progettazione ed implementazione di progetti strutturati, con immediati vantaggi in termini di robustezza del codice, testabilità e manutenibilità, utilizzando diversi linguaggi tra cui TypeScript. Il corso mira a trasferire competenze avanzate di programmazione e strutturazione di applicazioni e siti web, mediante il trasferimento di metodologie e strumenti per la realizzazione di progetti Angular, basate su sull'utilizzo di comandi CLI, e di implementazione del data-binding bidirezionale per l'ottimizzazione dei tempi di modifica e delivery.

CONTENUTI

- Caratteristiche della piattaforma Angular
- Typescript
- La configurazione dell'ambiente di sviluppo per avviare lo styling dell'applicazione Angular • Utilizzo dell'approccio template driven
- Core Directives e Directives personalizzate
- Gestione dell'output attraverso Pipes e personalizzazione delle Pipes
- Strutturazione dell'architettura di moduli
- Gestione del routing

COMPETENZE ACQUISITE

- Sviluppare Single Page Application in Angular e Typescript
- Creare componenti, forms e comunicare con un backend REST
- Utilizzare pipes e servizi via dependency injection
- Creare attribute e structural directives
- Organizzare progetti angular

**DURATA**

32 ore

**MODALITÀ**

Live online

Promosso con la collaborazione di



SMARTER BUSINESS INTELLIGENCE: BIG DATA MANAGING & ANALYTICS

Questo corso insegna come valutare e proteggere una rete, i sistemi operativi e gli endpoint analizzandone le vulnerabilità e assicurando l'integrità, la riservatezza e la disponibilità di rete e dati.

CONTENUTI

- Introduzione al Data Management
- Business Intelligence & Data Warehouse
- Big Data & Streaming Data
- Machine Learning
- Social BI & Location Intelligence
- Integrated Analytics Lab
- Data Strategy Analisi predittiva dei dati

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i concetti fondamentali della business intelligence (BI) e dell'analisi dei big data; Esplorare le diverse fasi del ciclo di vita dei dati, dall'acquisizione e l'organizzazione all'analisi e alla visualizzazione; Utilizzare strumenti e tecniche avanzate per gestire grandi quantità di dati in modo efficace; Applicare metodologie di analisi dei dati, inclusi data mining, machine learning e intelligenza artificiale; Identificare pattern, trend e correlazioni nei dati per estrarre insight significativi; Sviluppare strategie di business intelligence su misura per le esigenze specifiche dell'azienda; Affrontare le sfide legate alla gestione dei dati non strutturati e alla protezione della privacy; Applicare principi etici e normativi nella gestione dei dati aziendali; Utilizzare le conoscenze e le competenze acquisite per guidare l'innovazione e il miglioramento delle operazioni aziendali; Integrare la business intelligence e l'analisi dei big data nel processo decisionale aziendale per massimizzare il valore aziendale.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

CYBER SECURITY SPECIALIST

Con la crescente apertura dei sistemi manifatturieri e l'introduzione di dispositivi iperconnessi, cresce l'esposizione dei sistemi di controllo industriali alle cyber minacce. I sistemi odierni gestiscono quotidianamente informazioni di elevato valore, quali, ad esempio, dati relativi a transazioni finanziarie, dati personali, o varie forme di proprietà intellettuale. Progettare e costruire sistemi che gestiscano le informazioni in maniera sicura è un problema interdisciplinare e che coinvolge differenti aspetti del mondo IT: crittografia, ingegneria del software, networking, etc.

CONTENUTI

• Introduzione alla sicurezza informatica e alla crittografia • Autenticazione e controllo degli accessi • Vulnerabilità del software, architetture di rete sicure e malware • Architetture di rete sicure • Malware

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso si pone l'obiettivo di fornire le basi per comprendere quali sono le sfide imposte dai requisiti che devono oggi soddisfare i sistemi informatizzati, fornendo le metodologie per costruire, validare, e aggirare – in maniera etica – i sistemi di sicurezza. Il corso permetterà di analizzare i componenti base dei sistemi informatici, ivi inclusi i sub-componenti relativi alla sicurezza, e di valutare le vulnerabilità per poterle sfruttare, in modo da evitare, in futuro, di ripetere gli stessi errori.

**DURATA**

32 ore

**MODALITÀ**

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

CYBER SECURITY PER L'INDUSTRIA 4.0

Il corso permette di fornire una comprensione completa delle minacce cibernetiche industriali e per istruire i partecipanti su come proteggere le infrastrutture industriali da attacchi informatici, garantendo la continuità operativa e la sicurezza dei dati

CONTENUTI

• Modulo 1: Minacce Cibernetiche Industriali - Tipi di minacce, inclusi malware, ransomware e attacchi DDoS - Attaccanti e obiettivi • Modulo 2: Protezione delle Reti Industriali - Firewall e protezione dei perimetri - Segmentazione di reti e autenticazione • Modulo 3: Rilevazione e Risposta agli Incidenti - Monitoraggio delle reti industriali - Analisi forense e risposta agli incidenti

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso consente ai partecipanti di: • Comprendere le minacce cibernetiche specifiche per i sistemi industriali e le reti di produzione. • Implementare misure di sicurezza cibernetica per la protezione delle reti industriali. • Sviluppare competenze nella rilevazione e nella risposta agli incidenti cibernetici.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

INTRODUCTION TO CYBERSECURITY

Corso introduttivo alla sicurezza informatica. Esplora i modi per essere al sicuro online, i diversi tipi di malware le misure utilizzate dalle organizzazioni per mitigare gli attacchi.

CONTENUTI

1. The Need for Cybersecurity
2. Attacks, Concepts and Techniques
3. Protecting Your Data and Privacy
4. Protecting the Organization
5. Will Your Future be in Cybersecurity?

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprensione delle minacce, degli attacchi e delle vulnerabilità più comuni
- Acquisizione d'informazioni su come le aziende proteggono le loro attività dagli attacchi.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



CYBERSECURITY BASICS

La CyberSecurity efficace consiste in tecnologie, processi e controlli che si concentrano sulla protezione dei sistemi informatici da accessi non autorizzati. La protezione del sistema informativo aziendale è una responsabilità di ogni collaboratore in possesso di un device (computer, smartphone, etc.). È quindi essenziale che ogni persona conosca i concetti di base della sicurezza informatica per gestire e conservare i dati digitali. Il corso mira a fornire una panoramica concreta sui rischi informatici e sulle conseguenze per l'azienda, sviluppare consapevolezza sull'uso degli strumenti elettronici e trasferire conoscenze per ridurre il rischio di attacchi informatico.

CONTENUTI

- Introduzione alla cybersecurity
- Sicurezza delle informazioni
- Navigare su Internet
- I protocolli
- Le minacce
- Controlli Essenziali
- Gli Hacker

COMPETENZE ACQUISITE

- Identificare e valutare i rischi informatici per i sistemi informatici e i dati dell'azienda
- Utilizzare strumenti e tecnologie informatiche per la sicurezza e la protezione dei dati
- Prevenire, rilevare e rispondere agli attacchi informatici
- Gestire la sicurezza dei dati sensibili dell'azienda
- Navigare in sicurezza su Internet



DURATA

20 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



NETWORK DEFENSE

Questo corso copre le metodologie per monitorare una rete e come valutare gli avvisi di sicurezza. Approfondisce gli strumenti e le tecniche utilizzate per proteggere una rete attraverso il controllo degli accessi, i firewall, il cloud security e la crittografia.

CONTENUTI

1. Understanding Defense;
2. System and Network Defense;
3. Access Control;
4. Access Control Lists;
5. Firewall Technologies;
6. Zone-Based Policy Firewalls;
7. Cloud Security;
8. Cryptography;
9. Technologies and Protocols;
10. Network Security Data;
11. Evaluating Alerts.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere come monitorare e difendere la rete;
- Familiarità con tecniche di protezione della rete, quali controllo degli accessi, firewalls, cloud security e crittografia;
- Valutare e rispondere agli allarmi di sicurezza.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



CYBER THREAT MANAGEMENT

Questo corso esplora la governance nella cybersecurity e nella gestione delle minacce. Insegna a sviluppare policies, a garantire la conformità agli standard etici e ai quadri legali e formativi e a valutare una rete secondo vulnerabilità e rischi. Il corso copre le conoscenze di base e le competenze essenziali in tutti i domini di sicurezza nel mondo cibernetico: sicurezza delle informazioni, sicurezza dei sistemi, sicurezza della rete, sicurezza mobile, sicurezza fisica, etica e leggi, tecnologie correlate, tecniche di difesa e mitigazione utilizzate per proteggere le aziende.

CONTENUTI

1. Governance and Compliance;
2. Network Security Testing;
3. Threat Intelligence;
4. Endpoint Vulnerability Assessment;
5. Risk Management and Security Controls;
6. Digital Forensics and Incident Analysis and Response;

COMPETENZE ACQUISITE

- Valutazione della vulnerabilità della rete e creazione di un piano di gestione dei rischi;
- Gestione post-incidente, comprese indagini forensi, metodi di recupero e pianificazione della risposta agli incidenti;



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



ENDPOINT SECURITY

Questo corso insegna come valutare e proteggere una rete, i sistemi operativi e gli endpoint analizzandone le vulnerabilità e assicurando l'integrità, la riservatezza e la disponibilità di rete e dati.

CONTENUTI

1. Cybersecurity Threats, Vulnerabilities, and Attacks;
2. Securing Networks;
3. Attacking the Foundation;
4. Attacking What We Do;
5. Wireless Network Communication Devices;
6. Network Security Infrastructure;
7. The Windows Operating System;
8. Linux Overview;
9. System and Endpoint Protection;
10. Cybersecurity Principles, Practices, and Processes.

COMPETENZE ACQUISITE

• principi di base della sicurezza di rete e con i tipi comuni di attacchi informatici; • funzioni di sicurezza del sistema operativo e protezione di dispositivi endpoint.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



BUSINESS AWARENESS: CYBER LEADERSHIP IN ACTION

Il percorso mira a fornire una comprensione approfondita della cybersecurity e a dimostrare come le decisioni aziendali individuali possono influenzare la sicurezza informatica. Attraverso una combinazione di strumenti e metodologie formative, i partecipanti acquisiranno le conoscenze e le skill necessarie per proteggere l'azienda dalle minacce informatiche e per integrare la cybersecurity nei processi organizzativi.

CONTENUTI

- Introduzione alla cybersecurity
- Ruolo della leadership nella sicurezza informatica
- Gestione dei rischi e conformità normativa
- Integrazione della cybersecurity nella strategia aziendale

COMPETENZE ACQUISITE

Acquisire una solida comprensione della cybersecurity e applicazione delle conoscenze per proteggere l'azienda dalle minacce informatiche, -migliorare la resilienza aziendale proteggendo la reputazione e gli interessi dell'azienda, - sensibilizzare verso il tema della cybersecurity, - gestire i potenziali rischi derivanti dall'ambiente cyber, - declinare operativamente secondo l'ottica della sicurezza i processi organizzativi.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



STRUMENTI DIGITALI AVANZATI PER LA GESTIONE DEI PROCESSI DISTRIBUITI IN CLOUD

Conoscenza dei modelli di servizio Cloud. Tecnologie cloud e loro utilizzo. Applicazione in AWS /Azure.

CONTENUTI

• Cloud computing e servizi cloud • Modelli di distribuzione e di fruizione di servizi cloud • Panoramica e confronto dei principali cloud provider attuali • Protocollo http e funzionalità per il cloud • Architetture e sistemi cloud • Cloud per la condivisione di dati e documenti • Aspetti di sicurezza e gestione di accessi e privilegi • La creazione e l'elaborazione di dati e informazioni: software locale e software in Cloud • Condivisione dei documenti e collaborazione simultanea, integrazione con strumenti di conferencing

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso intende trasferire le nuove funzionalità e caratteristiche di accessibilità e sicurezza delle piattaforme Cloud per la gestione della documentazione, la produzione individuale e collaborativa e gli strumenti di pianificazione e comunicazione integrati, per favorire l'adozione di nuovi modelli di gestione delle attività in azienda, in remoto e in mobilità.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



IT ESSENTIALS

Questo corso copre i fondamenti dell'hardware e del software di computer e dispositivi mobili e concetti avanzati come la sicurezza, il networking e le responsabilità di un professionista IT.

CONTENUTI

1. Introduzione a Hardware del Personal Computer
2. Assemblaggio PC
3. Hardware per computer avanzato
4. Manutenzione Preventiva e Risoluzione problemi
5. Concetti di networking
6. Networking applicato
7. Laptop e dispositivi mobili
8. Stampanti
9. Virtualizzazione e cloud computing
10. Installazione di Windows
11. Configurazione di Windows
12. Sistemi operativi per dispositivi mobili, Linux e OSX
13. Sicurezza
14. Il Professionista

COMPETENZE ACQUISITE

Al termine del corso IT Essentials v7.0, gli studenti saranno in grado di effettuare le seguenti operazioni: • Scegliere i componenti appropriati per costruire, riparare o aggiornare i personal computer. • Installare e configurare i componenti per costruire, riparare o aggiornare i personal computer. • Eseguire la risoluzione dei problemi sui personal computer. • Spiegare in che modo i computer comunicano in una rete. • Configurare i computer per la comunicazione in rete. • Spiegare come risolvere i problemi di laptop e dispositivi mobili. • Installare una stampante per soddisfare le richieste del cliente. • Descrivere la virtualizzazione e il cloud computing. • Installare i sistemi operativi Windows



DURATA

32 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



NETWORK ESSENTIALS

Questo corso insegna i fondamenti del networking. Illustra il modo in cui i dispositivi comunicano su una rete, l'indirizzamento di rete e i servizi di rete, come costruire una rete domestica e configurare la sicurezza di base, le basi della configurazione dei dispositivi Cisco e il test e la risoluzione dei problemi di rete.

CONTENUTI

1. Communications in a Connected World; 2. Online Connections; 3. Explore Networks with Packet Tracer; 4. Build A Simple Network; 5. Communication Principles; 6. Network Design and the Access Layer; 7. Routing Between Networks; 8. The Internet Protocol; 9. Dynamic Addressing with DHCP; 10. IPv4 and IPv6 Address Management; 11. Transport Layer Services; 12. Application Layer Services; 13. Build a Home Network; 14. Connect to the Internet; 15. Security Considerations; 16. Configure Network and Device Security; 17. Cisco Switches and Routers; 18. The Cisco IOS Command Line; 19. Build a Small Cisco Network; 20. Troubleshoot Common Network Problems.

COMPETENZE ACQUISITE

- Pianificare e installare una rete domestica o di una piccola impresa utilizzando la tecnologia wireless, per poi connetterla a Internet;
- Esercitarsi nella verifica e nella risoluzione dei problemi della rete e della connettività Internet;
- Riconoscere e mitigare le minacce alla sicurezza di una rete domestica.



DURATA

32 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



INTRODUZIONE ALLE RETI (ITN) MODULO CCNA1

Il corso introduce architetture, modelli, protocolli ed elementi di rete che connettono utenti, dispositivi, applicazioni e dati attraverso internet e attraverso le moderne reti di computer, inclusi l'indirizzamento IP e gli elementi di base Ethernet.

CONTENUTI

1. Networking today; 2. Basic Switch and End Device Configuration; 3. Protocols and Models; 4. Physical Layer; 5. Number System; 6. Data Link Layer; 7. Ethernet Switching; 8. Network Layer; 9. Address Resolution; 10. Basic Router Configuration; 11. IPv4 Addressing; 12. IPv6 Addressing; 13. ICMP; 14. Transport Layer; 15. Application Layer; 16. Network Security Fundamentals; 17. Build a Small Network;

COMPETENZE ACQUISITE

- Configurazione di base di router e switch e dispositivi utente per dare connettività end-to-end;
- Implementazione di schemi di indirizzamento IPv4 e IPv6;
- Configurazione e diagnostica di piccole reti usando best practices di sicurezza.



DURATA

56 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



ELEMENTI ESSENZIALI DI SWITCHING, ROUTING E WIRELESS (SRWE) MODULO CCNA2

Il corso si concentra sulle tecnologie di commutazione e sulle operazioni di routing che supportano reti di piccole e medie imprese e include reti locali wireless (WLAN) e concetti di sicurezza.

CONTENUTI

1. Basic Device Configuration; 2. Switching Concepts; 3. VLANs; 4. Inter-VLAN Routing; 5. STP; 6. EtherChannel; 7. DHCPv4; 8. SLAAC and DHCPv6 Concepts; 9. FHRP Concepts; 10. LAN Security Concepts; 11. Switch Security Configuration; 12. WLAN Concepts; 13. WLAN Configuration; 14. Routing Concepts; 15. IP Static Routing; 16. Troubleshoot Static and Default Routes;

COMPETENZE ACQUISITE

- Configurazione di router e switch per operazioni in WLAN e inter VLAN con diagnostica dei problemi;
- Configurazione e diagnostica di tecniche di ridondanza ed alta affidabilità come STP e EtherChannel;
- Sviluppo di reti affidabili con tecniche di indirizzamento dinamico e protocolli di ridondanza.



DURATA

56 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



ENTERPRISE NETWORKING, SECURITY, AND AUTOMATION(ENSA) MODULO CCNA3

Il corso descrive le architetture e le considerazioni relative alla progettazione, protezione, funzionamento e risoluzione dei problemi delle reti aziendali. Questo corso copre le tecnologie WAN (Wide Area Network) e i meccanismi di qualità del servizio (QoS) utilizzati per l'accesso remoto sicuro. Il corso introduce anche concetti di rete, virtualizzazione e automazione definiti dal software che supportano la digitalizzazione delle reti. Vengono introdotti agli strumenti di gestione della rete e apprendono i concetti chiave di SDN Software Defined Network, comprese le architetture basate su controller e il modo in cui le interfacce di programmazione delle applicazioni (API) consentono l'automazione della rete

CONTENUTI

1. Single-Area OSPFv2 Concepts; 2. Single-Area OSPFv2 Configuration; 3. Network Security Concepts; 4. ACL Concepts; 5. ACLs for IPv4 Configuration; 6. NAT for IPv4; 7. WAN Concepts; 8. VPN and IPsec Concepts; 9. QoS Concepts; 10. Network Management; 11. Network Design; 12. Network Troubleshooting; 13. Network Virtualization; 14. Network Automation.

COMPETENZE ACQUISITE

- Implementazione protocollo OSPF per una rete multi-accesso;
- Applicazione di policy di sicurezza e riduzione del rischio con le Access Control List (ACL);
- Conoscenza di virtualizzazione, reti virtuali (SDN), API e di come utilizzare e configurare strumenti di gestione della rete per implementare network automation.



DURATA

56 ore



MODALITÀ

Live online +
In presenza

Promosso con la collaborazione di



CCNA (PERCORSO COMPLETO)

Il Corso offre un quadro completo delle nozioni e delle competenze legate al networking, dalle applicazioni di rete ai protocolli e ai servizi forniti a tali applicazioni. Dai concetti fondamentali del networking ai modelli di networking aziendali più complessi.

CONTENUTI

1. Networking today; 2. Basic Switch and End Device Configuration; 3. Protocols and Models; 4. Physical Layer; 5. Number System; 6. Data Link Layer; 7. Ethernet Switching; 8. Network Layer; 9. Address Resolution; 10. Basic Router Configuration; 11. IPv4 Addressing; 12. IPv6 Addressing; 13. ICMP; 14. Transport Layer; 15. Application Layer; 16. Network Security Fundamentals; 17. Build a Small Network; 18. Basic Device Configuration; 19. Switching Concepts; 20. VLANs; 21. Inter-VLAN Routing; 22. STP; 23. EtherChannel; 24. DHCPv4; 25. SLAAC and DHCPv6 Concepts; 26. FHRP Concepts; 27. LAN Security Concepts; 28. Switch Security Configuration; 29. WLAN Concepts; 30. WLAN Configuration; 31. Routing Concepts; 32. IP Static Routing; 33. Troubleshoot Static and Default Routes; 34. Single-Area OSPFv2 Concepts; 35. Single-Area OSPFv2 Configuration; 36. Network Security Concepts; 37. ACL Concepts; 38. ACLs for IPv4 Configuration; 39. NAT for IPv4; 40. WAN Concepts; 41. VPN and IPsec Concepts; 42. QoS Concepts; 43. Network Management; 44. Network Design; 45. Network Troubleshooting; 46. Network Virtualization; 47. Network Automation.

COMPETENZE ACQUISITE

- Configurazione di base di router e switch e dispositivi utente per dare connettività end-to-end;
- Implementazione di schemi di indirizzamento IPv4 e IPv6;
- Configurazione e diagnostica di piccole reti usando best practices di sicurezza
- Configurazione di router e switch per operazioni in WLAN e inter VLAN con diagnostica dei problemi;
- Configurazione e diagnostica di tecniche di ridondanza ed alta affidabilità come STP e EtherChannel;
- Sviluppo di reti affidabili con tecniche di indirizzamento dinamico e protocolli di ridondanza.
- Implementazione protocollo OSPF per una rete multi-accesso;
- Applicazione di policy di sicurezza e riduzione del rischio con le Access Control List (ACL);
- Conoscenza di virtualizzazione, reti virtuali (SDN), API e di come utilizzare e configurare strumenti di gestione della rete per implementare network automation;

**DURATA**

168 ore

**MODALITÀ**

Live online

Promosso con la collaborazione di



CLOUD PRACTICING: SMART COMPUTING SOLUTION

Il percorso è progettato per fornire ai partecipanti una panoramica completa delle soluzioni di cloud computing e delle loro applicazioni nell'ambito delle soluzioni informatiche intelligenti: i partecipanti acquisiranno le conoscenze e le competenze necessarie per progettare, implementare e gestire soluzioni informatiche intelligenti basate sul cloud. Il Cloud assume un ruolo strategico all'interno delle aziende, in quanto la digitalizzazione dei processi ha reso disponibile una grande quantità di dati (Big Data), la cui gestione ottimale da parte dell' imprese rappresenta un fattore critico di successo per il futuro. Oltre ai processi digitali anche attività di amministrazione e bilancio devono necessariamente emigrare sul web; questo richiede l'utilizzo di sistemi Cloud evoluti per l'archiviazione organizzata e sicura di un patrimonio informativo di enorme valore.

CONTENUTI

- Classificazione e principali caratteristiche dei servizi cloud;
- Analisi delle principali tecnologie cloud disponibili sul mercato/in azienda;
- Dati ed applicazioni accessibili in mobilità;
- Benefici del cloud computing in azienda;
- Scalabilità delle risorse digitali;
- Integrazione con le risorse e le periferiche locali;
- Connessioni fra cloud e fog computing.

COMPETENZE ACQUISITE

Fornire ai partecipanti una comprensione approfondita delle soluzioni di cloud computing e delle loro applicazioni nell'ambito delle soluzioni informatiche intelligenti; - Comprendere i concetti di base del cloud computing; - Sviluppare capacità di progettazione e architettura; - Migliorare le capacità di gestione delle risorse e di ottimizzazione dei costi.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

AR, VR E HUMAN COMPUTER INTERACTION

Il corso sviluppa le competenze necessarie per presidiare le diverse fasi di sviluppo di progetti audiovisive e/o applicazioni che includano l'applicazione delle moderne tecniche di augmented e virtual reality

CONTENUTI

• Realtà Virtuale e Realtà Aumentata: similitudini e differenze • Le implicazioni che AR e VR hanno nell'ambito della Human Computer Interaction • Tassonomia delle tecnologie immersive, le peculiarità e le caratteristiche chiave • Case histories AR nei settori: turismo, beni culturali, editoria, marketing e brand engagement, education e training • Analisi dei maggiori players tecnologici SW: enablers, providers e agencies • Analisi dei maggiori players tecnologici HW: dal mobile verso gli smartglasses • Workflows tipici nella progettazione e nello sviluppo di applicazioni di realtà aumentata • Sviluppo di un'applicazione AR con strumenti di authoring • Implicazioni cognitive della AR e basi di user experience design • Strumenti professionali di sviluppo di applicazioni AR • Analisi di alcune delle migliori applicazioni VR (Mobile e Room Scale) • Analisi dei maggiori players tecnologici SW e dei maggiori players tecnologici HW • Filming 360: ripresa sferica, stitching, stereoscopia etc. • Computer Graphics (CG) • Modellazione, Animazione, interattività, Realtime 3D rendering etc. • Implicazioni cognitive della VR e basi di user experience design • Sviluppo di un'applicazione VR in CG con strumenti basic di authoring e introduzione agli strumenti professionali di sviluppo di applicazioni VR

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso sviluppa le competenze necessarie per presidiare le diverse fasi di sviluppo di progetti audiovisive e/o applicazioni che includano l'applicazione delle moderne tecniche di augmented e virtual reality gestendo le implicazioni che AR e VR hanno nell'ambito della Human Computer Interaction.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

REALTÀ AUMENTATA APPLICATA AI PROCESSI DI VENDITA

La realtà aumentata permette di creare un ambiente più manipolativo ed interattivo, che risulta più attrattivo per i clienti, migliorando il mondo fisico con l'aggiunta di elementi di tipo testuale, link ad URL, video e audio ad oggetti inizialmente statici. Attraverso la registrazione dei dati di utilizzo dell'applicazione mobile, l'AR permette di scoprire come gli utenti interagiscono con i supporti fisici di comunicazione, gli oggetti reali e l'ambiente che li circonda. Questo fornisce preziose informazioni sui prodotti che le aziende possono utilizzare per migliorare la performance comunicativa e progettuale. Industria 4.0 ha posto le aziende davanti alla necessità di riorganizzare i propri servizi, sfruttando i dati generati dall'interazione con il cliente e dalle macchine. Oggi va ripensato il post-vendita, spostandosi dal mondo degli oggetti a quello dei servizi, sviluppando le competenze necessarie per utilizzare al meglio le tecnologie e garantire così benefici reali al cliente

CONTENUTI

• Introduzione all'AR: cos'è, a cosa serve e a chi si rivolge • Come funziona la realtà aumentata o smart reality • Cosa occorre per creare applicazioni in realtà aumentata: software e strumentazione • Il processo di tracking: - Tracking sensor-based - Tracking vision-based - Hybrid tracking - Marker-based tracking. • Realtà aumentata e nuovi orizzonti applicativi • Realtà aumentata per permettere ai clienti di visualizzare i prodotti in contesti "reali" e di ricevere offerte personalizzate • Come fare formazione e teleassistenza con la realtà aumentata • Realtà aumentata e realtà virtuale, i casi d'uso

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso forma i partecipanti di una specifica area aziendale (quella dei servizi post vendita) che possono beneficiare delle tecnologie 4.0. I partecipanti al percorso saranno, infatti, in grado di sviluppare servizi di teleassistenza e manutenzione remota con l'obiettivo di ridurre i costi e aumentare il livello di servizio, grazie all'integrazione delle tecnologie offerte dalla Industry 4.0.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

REALTÀ AUMENTATA E REALTÀ MISTA

Il corso sviluppa le competenze necessarie per presidiare le diverse fasi di sviluppo di progetti audiovisive e/o applicazioni che includano l'applicazione delle moderne tecniche e tecnologie della realtà aumentata e della realtà mista

CONTENUTI

• Dalla realtà aumentata con marker fino alle tecnologie SLAM, Tango e ARKit • Come mostrare differenti opzioni in realtà aumentata e interagire con il mondo digitale • Differenti tipologie per differenti device: Samsung GearVR, Hololens, etc. • Implementare la tecnologia sui device di oggi, con un occhio ai device di domani • DAQRI SMART. La realtà mista (MR) come strumento di guida al lavoro • Use Case. Analisi degli utilizzi delle AR e MR per scopi di progettazione • Differenti applicativi per differenti esigenze • App, installazione con device fisso, device mobili. Quando e come usarli

COMPETENZE ACQUISITE

Il corso sviluppa le competenze necessarie per presidiare le diverse fasi di sviluppo di progetti audiovisivi e/o applicazioni che includano l'applicazione delle moderne tecniche e tecnologie della realtà aumentata e della realtà Mista.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

IMMERSIVE ORGANIZATIONS: VR & AR

Questo corso mira a fornire alle aziende una comprensione approfondita delle applicazioni pratiche e delle opportunità offerte dalla Realtà Virtuale (VR) e dalla Realtà Aumentata (AR). Attraverso lezioni teoriche, esempi pratici e sessioni di laboratorio, i partecipanti acquisiranno le conoscenze e le competenze necessarie per implementare con successo soluzioni di VR e AR all'interno delle loro organizzazioni.

CONTENUTI

- Introduzione alla Realtà Virtuale e Realtà Aumentata;
- Applicazioni pratiche di VR e AR nelle aziende;
- Sviluppo e implementazione di progetti di VR e AR;
- Gestione del cambiamento e adozione organizzativa;
- Valutazione delle performance e ottimizzazione continua

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i concetti di base di Realtà Virtuale (VR) e Realtà Aumentata (AR); - Esplorare le applicazioni pratiche; - Valutare i benefici e le sfide; - Pianificare e gestire progetti di VR e AR; - Integrare VR e AR con altre tecnologie aziendali.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di



INTRO TO IOT

Questo corso tratta i fundamentals dell'Internet of Things e come il suo valore sta trasformando le nostre industrie, le città e le nostre vite. Ai partecipanti viene presentata una coinvolgente visione introduttiva della programmazione di dispositivi IoT, Big Data, analisi ed automazione. Il corso, inoltre, introduce alla tematica della trasformazione digitale e mette in evidenza l'impatto che la digitalizzazione sta avendo sui sistemi produttivi.

CONTENUTI

1. Tutto è connesso
 - 1.1. Trasformazione digitale;
 - 1.2. Dispositivi che si connettono all'IoT;
2. Tutto diventa programmabile
 - 2.1. Applicare la programmazione di base a supporto di dispositivi IoT;
 - 2.2. Dall'idea alla creazione di un prototipo;
3. Tutto genera dati
 - 3.1. Big Data
4. Tutto può essere automatizzato
 - 4.1. Cosa può essere automatizzato
5. Tutto deve essere protetto
 - 5.1. Sicurezza nel mondo digitalizzato.

COMPETENZE ACQUISITE

- Principi di IoT;
- dispositivi connessi in rete;
- basi dei diversi tipi di dato;
- basi dei rischi dell'IoT;
- opportunità generate dall'IoT.



DURATA

12 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



IOT FUNDAMENTALS: CONNECTING THINGS

In questo corso, si esploreranno i tre principi base dell'Internet of Things: •Perché vogliamo connettere tutto? Cosa vogliamo collegare? E come colleghiamo il tutto? Il corso sarà finalizzato alla costruzione di una tipica soluzione IoT che include sensori, capacità analitiche locali, connessioni di rete e capacità di elaborare e analizzare i dati raccolti.

CONTENUTI

1. Things and Connections;
2. Sensors, Actuators, and Microcontrollers;
3. Software is Everywhere;
4. Fog Networks and Cloud Services;
5. Digitization of the Business;
6. Create an IoT Solution.

COMPETENZE ACQUISITE

- Imparare come l'attuale trasformazione digitale sta creando opportunità economiche senza precedenti;
- Capire come l'IoT sta colmando il divario tra i sistemi operativi e quelli informatici;
- Sviluppare il pensiero critico e le capacità di problem-solving utilizzando sia attrezzature reali che Cisco Packet Tracer;
- Competenze soft come il lavoro di squadra e l'articolazione di problemi e soluzioni in un contesto aziendale.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



IOT FUNDAMENTALS: BIG DATA & ANALYTICS COURSE

Il corso ha l'obiettivo di insegnare le tecniche di analisi dei dati raccolti per estrarre le informazioni necessarie al momento giusto e nel posto giusto per prendere la decisione migliore.

CONTENUTI

1. Data and the Internet of Things;
2. Fundamentals of Data Analysis;
3. Data Analysis;
4. Advanced Data Analysis and Machine Learning;
5. Storytelling with Data;
6. Architecture for Big Data and Data Engineering.

COMPETENZE ACQUISITE

- Python per creare codice che legge i dati dai sensori e li memorizza in un database SQL;
- Visualizzare, pulire, manipolare e integrare set di dati;
- principi fondamentali delle piattaforme di Big Data come Hadoop;
- storytelling per presentare le intuizioni ottenute dai dati estratti.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



PYTHON & IOT

Il corso Python & IoT offre agli studenti una conoscenza dei concetti e delle logiche alla base della programmazione e dello sviluppo di software attraverso l'utilizzo del linguaggio Python abbinata alla capacità di sviluppare soluzioni Internet of Things (IoT); è ideale per chi è interessato ad acquisire conoscenze e capacità fondamentali richieste dalle tecnologie emergenti che sono il motore del processo di digitalizzazione.

CONTENUTI

1. Programming basics: data, conditional execution, loops, data structures
2. Functions, tuples dictionaries, data processing and modules
3. The object-oriented approach, exception handling, and working with files
4. IoT: connecting things
5. Networking: introduction to networks
6. Networking: routing and switching essentials

COMPETENZE ACQUISITE

- Creare un programma software;
- Programmare utilizzando il linguaggio Python;
- Comprendere le componenti dell'IoT;
- Interconnettere sensori, attuatori, microcontrollori, Single Board Computer e servizi Cloud;
- Ingegnerizzare e sviluppare un prototipo di una soluzione IoT anche attraverso tool di simulazione;
- Analizzare le componenti base di Cybersecurity e privacy in una soluzione IoT;
- Lavorare in team per la risoluzione di un problema reale.



DURATA

44 ore



MODALITÀ

Live online

Promosso con la collaborazione di



DESIGN THINKING: IOT TOOLS TOWARDS SERVICE DESIGN

Questo corso offre un'immersione nel mondo dell'Internet delle cose (IoT) e del design dei servizi, focalizzandosi sull'integrazione di strumenti IoT per sviluppare soluzioni innovative orientate ai servizi. Attraverso lezioni interattive, esercitazioni pratiche e studio di casi, gli studenti acquisiranno competenze chiave nell'utilizzo di strumenti e tecnologie IoT per progettare, implementare e gestire soluzioni basate sui servizi che rispondono alle esigenze degli utenti e generano valore aziendale. Il corso si concentra sulla combinazione di metodologie di progettazione centrata sull'utente con l'approccio data-driven dell'IoT, offrendo agli studenti l'opportunità di sviluppare progetti pratici che integrano conoscenze teoriche con applicazioni reali.

CONTENUTI

- Introduzione a IoT e Design dei Servizi
- Strumenti e Tecnologie IoT
- Metodologie di Progettazione per IoT e Design dei Servizi
- Implementazione e Gestione di Progetti IoT
- Applicazioni Pratiche di IoT nell'ambito del Design dei Servizi
- Le sinergie nelle organizzazioni fra IoT e Service Design
- Analisi dei potenziali dell'AI e della blockchain

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere l'Internet delle cose (IoT) e il design dei servizi; - Esplorare gli strumenti, le tecnologie e le potenzialità di IoT; - Applicare metodologie di progettazione centrata sull'utente; - Promuovere una cultura di innovazione; analizzare le potenzialità dell'AI e della blockchain.



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

DESIGNING ADDITIVE MANUFACTURING

L'Additive Manufacturing è un processo produttivo di recente introduzione che, date le sue caratteristiche tecnologiche e innovative, richiede una elevata specializzazione del personale coinvolto, a tutti i livelli. Il corso ha l'obiettivo di introdurre i partecipanti alla progettazione 3D per il mondo dell'Additive Manufacturing, permettendo loro di capire il modo più funzionale per ottimizzare i modelli e come sfruttare al meglio le potenzialità della tecnologia additiva. Scopo del percorso è sperimentare le potenzialità delle stampanti in 3D connesse a software di sviluppo digitali.

CONTENUTI

- Manifattura Additiva: il dominio delle nuove tecnologie,
- Potenzialità, opportunità e rischi legate all'Additive Manufacturing,
- La catena del valore del processo additivo,
- Business Case,
- Approccio all'Implementazione dell'Additive Manufacturing,
- Selezione delle tecnologie industriali in base al prototipi
- Selezione del materiale e lega, in base alle prestazioni attese e stato della ricerca,
- Design For Additive Manufacturing,
- Design of Experiment, applicato al progetto additive manufacturing,
- Validazione di prodotto: ispezione metrologica e test engineering,
- Case Study: criticità del processo additive, root cause e azioni correttive.

COMPETENZE ACQUISITE

Analizzare le tecnologie maggiormente diffuse e relativi impatti sui processi organizzativi di produzione; Focus sulla progettazione in 3D; Analisi della catena del valore del processo attivo sia per la produzione sia per l'ingegnerizzazione di nuovi modelli di business e relativi workflow.



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

PROTOTYPING 3D: SLA & DLP

Il corso "Prototyping 3D: SLA & DLP" offre una panoramica approfondita in merito alle tecnologie di stampa 3D SLA (StereoLithography) e DLP (Digital Light Processing), focalizzandosi sulle loro caratteristiche, limiti e applicazioni pratiche. Attraverso una combinazione di lezioni teoriche, sessioni pratiche e studi di casi, i partecipanti acquisiranno le competenze necessarie per utilizzare efficacemente queste tecnologie per la prototipazione rapida e la produzione di parti complesse.

CONTENUTI

Introduzione alla stampa 3D; Panoramica sulle tecnologie di fabbricazione additiva, differenze con quelle di fabbricazione sottrattiva; Caratteristiche, limiti e ambiti di impiego delle diverse tecnologie di stampa 3D (FDM, SLS, SLA, DLP, DLM, Polyjet); Anatomia del macchinario, limiti e potenzialità; La modellazione per la stampa 3D; Workflow del processo di fabbricazione digitale dal CAD alla stampa; Introduzione dei software per lo slicing; il software di slicing open source Cura; Parametri di stampa: la risoluzione, infill e shell, supporti; Fattibilità di stampa del modello tridimensionale e ottimizzazione; Post produzione delle stampe; - Focus sulla prototipazione rapida.

COMPETENZE ACQUISITE

- Comprendere potenzialità e limiti della Stampa 3D
- Apprendere l'anatomia della stampante 3D e i principi base della modellazione tridimensionale
- Analisi dei più diffusi software di slicing (CAM)
- Comprendere il workflow dal CAD al CAM
- Analisi della post produzione delle stampe 3D



DURATA

16 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

ROBOTIC AUTOMATION & CODING

Il corso fornisce una panoramica completa delle tecnologie di automazione robotica e programmazione, con un focus sull'applicazione pratica in ambito aziendale. I partecipanti acquisiranno competenze chiave per implementare e gestire sistemi di automazione robotica, nonché per sviluppare codice personalizzato per automatizzare processi aziendali. Inoltre, si prevede un focus sulle potenzialità della robotica collaborativa.

CONTENUTI

Introduzione alla Robotic Automation: Concetti fondamentali di automazione robotica e il suo impatto sull'efficienza aziendale, Panoramica delle tecnologie e delle applicazioni di automazione robotica. -Tecnologie di Automazione Robotica: Approfondimento sulle diverse tecnologie utilizzate nella robotica, inclusi robot industriali, automazione dei processi robotizzati (RPA) e sistemi di controllo. - Programmazione di Robot: Principi di programmazione per robot industriali, inclusi linguaggi di programmazione specifici come Robot Operating System (ROS) e ladder logic, Sviluppo di competenze pratiche nella programmazione di movimenti e azioni per robot. -Automazione dei Processi Robotizzati (RPA): Concetti e applicazioni di RPA nel contesto aziendale, Utilizzo di strumenti e piattaforme RPA per automatizzare processi ripetitivi e ridurre l'onere del lavoro manuale. - Sviluppo di Script e Codice: Fondamenti della programmazione di script e codice per l'automazione dei processi, Utilizzo di linguaggi di scripting come Python per creare script personalizzati per l'automazione. -Integrazione dei Sistemi di Automazione: Strategie e tecniche per integrare sistemi di automazione robotica con altre tecnologie aziendali, come sistemi ERP e CRM. -Gestione dei Progetti di Automazione: Metodi e strumenti per pianificare, implementare e gestire progetti di automazione robotica all'interno dell'azienda, Considerazioni sulla gestione del cambiamento e sull'adozione delle tecnologie di automazione. - Sicurezza e Compliance: Linee guida per garantire la sicurezza dei sistemi di automazione robotica e la conformità alle normative aziendali e legislative. - Casi di Studio e Applicazioni Pratiche: Analisi di casi di studio di successo sull'implementazione di sistemi di automazione robotica in diverse industrie, Attività pratiche per applicare le competenze acquisite nella programmazione e nell'implementazione di soluzioni di automazione. - La robotica collaborativa.

COMPETENZE ACQUISITE

Comprendere i concetti fondamentali di automazione robotica e programmazione - Esplorare le diverse tecnologie utilizzate nella robotica - Imparare i principi di programmazione per robot industriali e sistemi di controllo - Utilizzare strumenti e piattaforme RPA per automatizzare processi aziendali - Sviluppare competenze pratiche nella programmazione di script e codice per l'automazione - Integrare sistemi di automazione robotica con altre tecnologie aziendali - Pianificare, implementare e gestire progetti di automazione robotica - Garantire la sicurezza dei sistemi di automazione e la conformità normativa - Analizzare casi di studio e applicare le competenze acquisite in contesti pratici di automazione



DURATA

24 ore



MODALITÀ

In presenza o live online

Promosso con la collaborazione di

