CentoCinquanta
Learning Center

# CATALOGO CORSI 2023 - 2024

## LIFE | LONG | LEARNING

*A bit different

SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ CERTIFICATO
CQY CERTIQUALITY
UNI EN ISO 9001:2015

# INDICE

## Change e Project Management

- Project management - Modulo 1
- Project Management - Modulo 2
- Change management

## Organizzazione aziendale

- Vision mission e strategie
- Creazione di team specifici
- Monitorare le strategie
- Definire l'organizzazione aziendale
- Modelli organizzativi
- Team Building
- Team Building nella pubblica amministrazione
- Leadership e comunicazione
- Passaggio generazionale, patto di famiglia, fondi e trust
- Corporate governance
- Logistica e magazzino
- Come pianificare e gestire un franchising
- Progettare e riorganizzare un magazzino
- La gestione e il controllo delle scorte
- Lean production: i principi e le tecniche base
- Programmazione e controllo lavori in produzione
- MS project
- Problem solving strategico
- Supply chain e multicanalità
- Time management
- Total quality management
- Gestione delle risorse umane
- Benessere aziendale e Gestione dello stress

## Amministrazione finanza e controllo

- Contabilità analitica budget e costing
- Analisi di bilancio e rating in azienda
- Pianificazione e controllo di gestione - modulo 1
- Pianificazione e controllo di gestione - modulo 2
- La misurazione delle performance commerciali
- Pianificazione finanziaria e modelli finanziari
- Corporate valuation
- Risk management
- Gestire la fiscalità di un e-commerce
- Excel e modelli matematici

CentoCinquanta Learning Center

# INDICE

## Marketing & Sales


- Marketing management
- Il marketing dei beni e dei servizi per clienti business
- Il marketing dei prodotti e dei servizi per i consumatori finali
- Strategic marketing executive program
- Marketing performance management
- Gestione delle obiezioni di prezzo
- Motivazione e gestione della rete di vendita
- Internet e social media per il marketing e la comunicazione
- Strategie di web marketing
- Il marketing per il business con i punti vendita
- Visual merchandising e atmosfera
- Pricing: decidere il prezzo
- Il marketing farmaceutico
- Marketing e vendite nelle PMI
- Comunicazione efficace e tecniche di vendita
- Pianificazione e controllo delle vendite
- Public Speaking
- Navigare valutare e gestire contenuti digitali
- Google Suite per la produttività digitale
- Gestione di un sito ecommerce con WordPress e Magento
- Protezione dei dispositivi da attacchi informatici: regole base per una navigazione sicura
- Prospecting & CRM


## Governance & Compliance


- Aspetti legali e assicurativi dell'export
- Responsabilità amministrativa ex D.lgs. 231/01


## Altre aree


- Blockchain
- Sicurezza sul lavoro
- Informatica
- Inglese
- Sistemi di gestione ambientale

CentoCinquanta
Learning Center

# PROJECT MANAGEMENT



# Project management - Modulo 1

Le problematiche riguardanti la gestione dei progetti richiedono la capacità di operare secondo parametri di efficienza utilizzando una rigorosa procedura di project management per gestire la rintracciabilità dei lavori.

## Target

Imprese che lavorano ad impulso, su commessa, e che sono coinvolte in progetti di miglioramento interno o esterno all'azienda.

## Obiettivi

L'obiettivo del corso è fornire tutte le tecniche e gli strumenti necessari per avere una pianificazione ben strutturata dei processi, nonché una visione chiara delle varie fasi dei progetti.

20 h

Base

€ 1050.00 + Iva a partecipante

# Project management - Modulo 2

La complessità crescente delle attività aziendali, il tempo e le risorse sempre più limitate, porta le aziende, così come le strutture pubbliche alla ricerca di efficaci strumenti per gestire i progetti che vengono attivati in ogni settore aziendale. L'importante sfida che hanno oggi i project manager, figure chiave all'interno delle organizzazioni modernamente organizzate è l'essere in grado di monitorare costantemente tutte le variabili di un progetto (costi, tempi e qualità) cercando al contempo di ottimizzare l'allocazione delle risorse e integrare gli input necessari al raggiungimento degli obiettivi definiti.

## Target

Imprese che lavorano ad impulso, su commessa, e che sono coinvolte in progetti di miglioramento interno o esterno all'azienda.

## Obiettivi

L'obiettivo del corso è fornire tutte le tecniche e gli strumenti necessari per avere una pianificazione ben strutturata dei processi, nonché una visione chiara delle varie fasi dei progetti.

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# Change management

Il corso si prefigge l'obiettivo di trasferire ai discenti la giusta combinazione di strumenti organizzativi e modelli individuali di Change management. Acquisire le metodologie per una gestione efficace del cambiamento dal punto di vista individuale e organizzativo ed approfondire le principali soft skills richieste nel change management risultano essere le finalità del corso.

# Target

Il corso è rivolto a tutti coloro i quali manifestano una motivazione per comprendere il processo di cambiamento ed imparare le competenze di base per gestirlo in modo efficace.

# Obiettivi

L'obiettivo del corso è fornire tutte le tecniche e gli strumenti necessari per avere una pianificazione ben strutturata dei processi, nonché una visione chiara delle varie fasi dei progetti.

28 h

//

//

CentoCinquanta
Learning Center

# ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

# Vision mission e strategie

Un’azienda incapace di esprimere una propria vision si limita a gestire l’ordinaria amministrazione, senza consapevolezza sul futuro. Costruire e condividere la visione aziendale è un elemento indispensabile dell’azienda di successo. E’ un’operazione che richiede del tempo e che aumenta la capacità di imprimere leadership in tutte le aree aziendali. Una volta definita la vision, potrà essere costruita la mission e si potranno quindi definire le strategie aziendali.

# Target

Imprenditori, dirigenti

# Obiettivi

Il corso mira ad agevolare la definizione della vision aziendale, della relativa mission e delle strategie aziendali. A seguito della formazione il discente riuscirà ad utilizzare questi strumenti in azienda al fine di convogliare l’attenzione del personale, dei clienti, dei fornitori sulle strategie desiderate.

15 h

Avanzato

€ 675.00 + Iva a partecipante

# Creazione di team specifici

“Le emozioni sono essenziali per il nuovo stile di management: Le grandi organizzazioni comunicano più direttamente con i dipendenti attraverso i valori e questi, in definitiva, riguardano le convinzioni e i sentimenti” Jeanie Daniel Duck, Vice Presidente Boston Consulting Group. Nella definizione della strategia aziendale risulta essere vincente soprattutto la definizione del lavoro di squadra che coinvolge il soggetto come parte dell’azienda e valorizza il suo apporto come fondamentale al conseguimento dell’obiettivo stesso. Nella singolarità del proprio lavoro ciascuno deve sentirsi parte integrante di una realtà più grande che lavora per un’unica finalità, che dev’essere condivisa da tutti. Ecco che si sottolinea anche l’importanza della condivisione dei “valori” all’interno di un team. Solo se tutti credono nello stesso obiettivo in maniera ferma questo potrà essere conseguito, perché ciascuno si spenderà nel suo ruolo dando ogni giorno il meglio di sé.

# Target

Imprenditori, dirigenti

# Obiettivi

Permettere al manager di avere tutti gli strumenti in grado di formare e gestire un team di lavoro dedicato alla realizzazione, gestione, cambiamento, della strategia aziendale.

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# Monitorare le strategie

Definire la vision, la mission e le strategie è il primo passo che deve compiere un'azienda che vuole riuscire a creare una cultura aziendale condivisa. Le strategie devono essere monitorate, al fine di verificare se il management sta tenendo fede agli impegni assegnati oppure sta divergendo da essi

# Target

Imprenditori, dirigenti, manager

# Obiettivi

Il corso mira definire gli indicatori di performance per ogni area e comprendere quale approccio consenta un costante monitoraggio di tali indicatori.

20 h

Avanzato

€ 900.00 + Iva a partecipante

# Definire l'organizzazione aziendale

Definire l’organizzazione vuol dire aprire i cassetti che compongono l’azienda e riporre al loro interno i processi primari e i processi di supporto. Verificare quanti e quali business unit compongono l’azienda e come tali business unit vengono supportate dall’amministrazione, dalle risorse umane, dall’ufficio acquisti.

# Target

Imprenditore, dirigenti, manager, ufficio risorse umane

# Obiettivi

Il corso mira a restituire una visione chiara della propria organizzazione aziendale, agevolando la ristrutturazione dell’organigramma e dei processi aziendali.

15 h

Base

€ 450.00 + Iva a partecipante

# Modelli organizzativi

Detenere le conoscenze necessarie a comprendere vari assetti organizzativi, permette di acquisire competenze che rafforzano l'azienda nel suo complesso, anche quando i destinatari non costituiscono direttamente la proprietà. Il corso includerà lezioni teorico-pratiche e casi studio per comprendere al meglio le diverse realtà organizzative trattate.

## Target

L'intero complesso di risorse umane all'interno dell'azienda, comprese quelle che già posseggono competenze di tipo amministrativo, che necessità di consolidare le proprie basi di natura organizzativa nell'ottica del miglioramento continuo, della definizione e dell'ottimizzazione di procedure e processi.

## Obiettivi

Il corso mira a restituire una visione chiara della propria organizzazionePermettere l'acquisizione delle competenze in materia di modelli organizzativi e caratteristiche aziendali, dalle linee di comunicazione interne alle politiche aziendali adottate, le autorità e le responsabilità di ogni componente dell'azienda, nonché la natura e l'incidenza della leadership all'interno di ogni organizzazione aziendale, agevolando la ristrutturazione dell'organigramma e dei processi aziendali.

15 h

Base

€ 450.00 + Iva a partecipante

# Team Building

Il corso si pone l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro coeso e stimolante grazie al quale accrescere la produttività e l'attitudine all'efficace scambio di informazioni tra tutte le aree dell'azienda

# Target

Il corso si rivolge a tutti i dipendenti a tutti i livelli, ed è adatto anche ai principali partner in caso di outsourcing di alcuni delle componenti della catena del valore aziendale

# Obiettivi

Innalzare la produttività dal 15 al 20 percento in sei mesi e superare il 30 percento in diciotto mesi; condurre un accrescimento del senso di responsabilità in tutte le aree dell'organizzazione; creare un ambiente altamente stimolato e un miglior clima lavorativo; lavorare più tempo sulle strategie piuttosto che sulle emergenze ridurre l'assenteismo.

25 h

Base

€ 750.00 + Iva a partecipante

# Team Building nella pubblica amministrazione

La pubblica amministrazione deve recuperare competitività e per farlo, può approfittare del know how posseduto dai migliori dirigenti, funzionari e dipendenti. Il corso si pone l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro coeso e stimolante grazie al quale accrescere la produttività e l'attitudine all'efficace scambio di informazioni tra tutte le aree dell'azienda.

## Target

Il corso si rivolge a tutti i dipendenti a tutti i livelli, ed è adatto anche ai principali partner in caso di outsourcing di alcuni delle componenti della catena del valore aziendale.

## Obiettivi

Innalzare la produttività dal 15 al 20 percento in sei mesi e superare il 30 percento in diciotto mesi; Condurre un accrescimento del senso di responsabilità in tutte le aree dell'organizzazione; Creare un ambiente altamente stimolato e un miglior clima lavorativo; Condividere la proprietà e quindi la responsabilità per l'assolvimento dei task.

25 h

Avanzato

€ 1125.00 + Iva a partecipante

# Leadership e comunicazione

Imprenditorialità è avere a che fare con cambiamento ed incertezza. I due fenomeni, sono oggi una costante del mercato, governarli significa motivare il proprio gruppo di lavoro, abituarlo al cambiamento, abituarlo a gestire una mole di informazioni maggiore rispetto al passato e soprattutto, donare una visione chiara e degli obiettivi raggiungibili. Esercitare, in altri termini, una chiara leadership.

## Target

Manager, CDA, imprenditori

## Obiettivi

Il corso mira ad apprendere come ricostruire la vision dell'azienda secondo quanto desiderato dall'imprenditore, discutere e costruire gli obiettivi di medio e breve periodo connessi alla visione strategica e le modalità attraverso le quali diffonderli nel gruppo di lavoro.

15 h

Avanzato

€ 675.00 + Iva a partecipante

# Passaggio generazionale, patto di famiglia, fondi, trust

Vi è un motto, diffuso presso le aziende: la prima generazione crea, la seconda mantiene, la terza distrugge. Ovviamente non è sempre così. Il passaggio di testimone tra una generazione e la successiva è un momento importante che se ben guidato può arricchirsi tanto dell'esperienza della prima quanto dell'energia e della motivazione della seconda

## Target

Imprenditori genitori e loro figli

## Obiettivi

Il corso mira ad allineare i punti di vista sugli obiettivi di fondo tra la generazione precedente e quella successiva. Tale elemento fa da cardine nell'avvio di qualunque discussione che possa portare ad un nuovo assetto nella condotta dell'azienda.

12 h

Avanzato

€ 540.00 + Iva a partecipante

# Corporate governance

Il corso intende fornire ai lavoratori le nozioni necessarie a comprendere e analizzare il complesso tema della corporate governance. Il corso sviluppa le nozioni relative alle componenti del governo dell'impresa e sui meccanismi di governo che caratterizzano la forma societaria a responsabilità limitata e per azioni. La seconda parte del corso è dedicata alle tematiche della relazione tra assetti proprietari, governo d'impresa, strategie e competitività.

# Target

Proprietà, direttore amministrativo

# Obiettivi

Analizzare le relazioni di coerenza tra le scelte strategiche, di assetto proprietario e di governance, individuandone i punti di forza e le criticità nella propria azienda; definire assetti proprietari e meccanismi di governance: funzionali allo sviluppo e al successo dell'impresa; coerenti con la normativa nazionale.

20 h

Specialistico

€ 1400.00 + Iva a partecipante

# Logistica e magazzino

La gestione logica e la gestione fisica del magazzino sono strettamente interconnesse. Migliorare l'efficacia nella gestione delle scorte è il presupposto per migliorare l'efficienza nella gestione del magazzino.

# Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire conoscenze relative alla gestione delle scorte e dei magazzini. In particolare i destinatari sono manager aziendali inseriti nelle funzioni logistica, acquisti, magazzino.

# Obiettivi

Il corso intende approfondire temi riguardanti le due aree aziendali per fornire gli strumenti operativi che consentano di acquisire capacità di valutazione dei modelli organizzativi e dei sistemi utilizzati e cogliere opportunità di miglioramento.

25 h

Avanzato

€ 1125.00 + Iva a partecipante

# Come pianificare e gestire un franchising

Il corso fornisce strumenti utili a pianificare e gestire un franchising. Quattro gli elementi formativi indispensabili: come rintracciare gli elementi costitutivi del valore aziendale e codificarli ai fini della costruzione del franchising, il budget del franchisor e del franchisee, la disciplina giuridica del franchising, strategie di sell out e di sell in.

## Target

Si rivolge ad aziende operanti nella produzione, fornitrici di servizi e ad aziende commerciali con un canale distributivo medio o medio lungo che vogliano studiare modalità differenti di gestione del rapporto con il proprio canale e che desiderino accrescere il canale distributivo.

## Obiettivi

A seguito del corso, i manager coinvolti saranno in grado di 1) Rintracciare gli elementi costitutivi del valore aziendale e codificarli ai fini della costruzione del franchising
2) Predisporre il budget del franchisor e del franchisee
3) Costruire il contratto di franchising 4) Determinare le strategie commerciali più coerenti con il proprio business

25 h

Avanzato

€ 1125.00 + Iva a partecipante

# Progettare e riorganizzare un magazzino

Il buon funzionamento dell'area della logistica aziendale dipende dalla qualità e dell'efficienza del magazzino. A tale fine è necessario acquisire competenze relative alla progettazione e riorganizzazione del magazzino.

# Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire conoscenze relative alla gestione delle scorte e dei magazzini. In particolare i destinatari sono responsabili aziendali inseriti nelle funzioni direzioni, logistica, magazzino, metodi e organizzazione

# Obiettivi

Il corso intende approfondire temi riguardanti la logistica aziendale: in particolare, fornire elementi conoscitivi e metodologici legati all'organizzazione, alle tecnologie, alla realizzazione e messa in esercizio del magazzino.

16 h

Base

€ 960.00 + Iva a partecipante

# La gestione e il controllo delle scorte

Per raggiungere elevate performance logistiche gli elementi cruciali sono la scelta di un determinato mix di scorte e la loro precisa allocazione.

# Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire conoscenze relative alla gestione delle scorte e dei magazzini. In particolare i destinatari sono responsabili aziendali inseriti nelle funzioni direzioni, logistica, magazzino, metodi e organizzazione

# Obiettivi

Gli obiettivi principali sono: illustrare le principali tecniche operative per una corretta gestione dello stock, proporre soluzioni efficaci per il corretto dimensionamento del livello di stock, fornire elementi quantitativi relativi alle tecniche di gestione delle scorte e di previsione della domanda.

16 h

Base

€ 960.00 + Iva a partecipante

# Lean production: i principi e le tecniche base

Affinché l'azienda possa ottenere importanti miglioramenti in termini di costi e prestazioni del processo produttivo deve necessariamente eliminare gli sprechi. Tali sprechi e le attività non a valore aggiunto emergeranno solo a seguito di un'accurata analisi del flusso e del tempo di attraversamento dei prodotti.

# Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano ottenere importanti miglioramenti di costi e prestazioni. In particolare il percorso formativo è indirizzato ai responsabili di stabilimento, di produzione, di logistica, di programmazione e di pianificazione.

# Obiettivi

Il corso intende esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali. Inoltre, analizza le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo e analizza i fattori che possono condizionare la capacità produttiva.

16 h

Base

€ 960.00 + Iva a partecipante

# Programmazione e controllo lavori in produzione

Saper amministrare la capacità produttiva dell'azienda, affrontando le variabili condizionanti con metodo e sistematicità, consente il raggiungimento di notevoli economie ed accresce la competitività.

## Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire conoscenze relative alla programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produzione. In particolare, il percorso formativo è indirizzato ai responsabili di stabilimento, produzione, logistica, programmazione e pianificazione.

## Obiettivi

Il corso intende esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali, analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo e individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva.

16 h

Base

€ 960.00 + Iva a partecipante

# MS project

Per avere una visione predittiva di un progetto in fase di preparazione, ed essere in grado di monitorare lo stesso durante il suo svolgimento è consigliabile conoscere ed utilizzare software specifici come MS Project. Software di questo tipo infatti agevolano il raggiungimento degli obiettivi prefissati, snelliscono le operazioni da svolgere preservandone in tal modo la buona riuscita del progetto aziendale.

# Target

Imprenditori, dirigenti, capi progetto, capi commessa, ingegneri,responsabili di processo.

# Obiettivi

Obiettivo generale del corso è quello di far acquisire maggiore dimestichezza nell'impiego del software, approfondendo le innumerevoli funzionalità presenti e potendolo così utilizzare in maniera proficua per la gestione dei progetti e delle risorse annesse.

15 h

Specialistico

//

# Problem solving strategico

L'uso del Problem Solving Strategico aiuta a focalizzare il vero problema in ogni situazione. Il suo significato letterale "risolvere problemi" fa intendere fin da subito la potenzialità di questo strumento, che implementato correttamente non solo riduce al minimo contrasti, blocchi emotivi, stress, ma può essere utile per l'individuazione di soluzioni creative e realistiche.
Non sempre il cambiamento richiesto dalla situazione corrisponde alla rimozione dell'impedimento. Esistono, infatti, diversi modi per affrontare un ostacolo: rimuoverlo, aggirarlo o utilizzarlo. Alcuni ostacoli non possono essere eliminati o aggirati ma, se osservati da un'altra prospettiva, possono diventare una risorsa. Per esempio, una piccola azienda che non riesce ad espandersi può decidere di puntare sulla qualità del prodotto e/o del personale, creando così una posizione di dominanza nel proprio segmento di mercato.

# Target

Imprenditore, dirigenti, manager, ufficio risorse umane

# Obiettivi

L'intervento formativo ha lo scopo di rilevare le esigenze, mettere in ordine pensieri e comportamenti, con l'obiettivo di arrivare più facilmente ad una soluzione che consenta di stare bene con noi stessi e con gli altri.

20 h

//

//

# Supply chain e multicanalità

Con l'avvento del commercio elettronico il canale Business to Customer si è ampliato notevolmente, provocando inevitabili complicazioni nella gestione del processo logistico e nell'integrazione dei canali tradizionali con quelli più innovativi.
Altra conseguenza che la multicanalità riversa sul processo logistico è legata alla differenza delle tempistiche di allestimento degli ordini tra i vecchi canali e quelli dell'e-commerce. Questi, infatti, rispetto ai primi vengono allestiti molto più rapidamente.
Poiché il successo dell'attività in e-commerce è strettamente correlato alla logistica, il corso intende fornire le tecniche e gli strumenti necessari per essere in grado di implementare modelli di supply chain integrata e trasferire le principali metodologie operative che mirano ad ottenere da un lato l'abbattimento degli stock e dei tempi di consegna e dall'altro l'automatizzazione degli approvvigionamenti.

# Target

Imprenditore, dirigenti, manager, ufficio risorse umane

# Obiettivi

L'intervento formativo ha lo scopo fornire le tecniche e gli strumenti necessari per essere in grado di implementare modelli di supply chain integrata.

20 h

Avanzato

//

# Time management

La gestione del tempo è riconosciuta come un fattore critico al fine di determinare il successo a lavoro. I lavoratori con buone performance tendono ad adottare uno sforzo cosciente nel pianificare e gestire il proprio tempo. Il corso cerca di dare una risposta al desiderio diffuso di lavorare con meno ansia ma più efficienza e soddisfazione, offrendo strumenti e metodi di time management per gestire al meglio il proprio tempo, mantenendo il focus su ciò che è davvero prioritario e rilevante.

# Target

L'intero complesso di risorse umane all'interno dell'azienda e tutti coloro che vogliono rendere più produttivo il proprio tempo accrescendo in tal modo la propria efficienza operativa

# Obiettivi

Accrescere l'efficienza operativa sviluppare un pensiero critico sulla gestione del tempo, creare un efficiente programma settimanale, creare elenchi di attività prioritarie, gestire interferenze, imparare a dire no a richieste irragionevoli, riflettere sull'impatto delle nuove tecnologie e strumento di lavoro sulla gestione del tempo

18 h

Avanzato

//

# Total quality management

Il Total quality management si riferisce a programmi e iniziative che enfatizzano il miglioramento incrementale e la costante ricerca di miglioramento nei processi di lavoro e negli output.
Tale filosofia prevede che tutte le aree aziendali, dal Marketing alla R&S, dalla produzione agli acquisti partecipino al raggiungimento degli obiettivi di qualità. Ciò si concretizza in uno sforzo organizzativo integrato.
Si acquisiranno i principi essenziali di tale metodologia e gli strumenti operativi per metterla in atto nel contesto aziendale.

# Target

Imprenditori, dirigenti, assistenti alla direzione generale, quality manager, responsabili di reparto.

# Obiettivi

Si acquisiranno i principi essenziali di tale metodologia e gli strumenti operativi per metterla in atto nel contesto aziendale.

20 h

Specialistico

//

# Gestione delle risorse umane

Le persone sono i tasselli fondamentali che determinano il successo di un'attività, motivo per il quale è fondamentale prestare scrupolosa cura e spiccate abilità nella gestione delle stesse. L'obiettivo del corso è quello di fornire una comprensione approfondita dei principi, delle teorie e delle pratiche chiave legate alla gestione delle risorse umane in un'organizzazione; trasferendo nozioni relative ai concetti di base come il recruiting, la selezione, la formazione, la valutazione delle prestazioni, l'organizzazione, la compensazione e i rapporti con i dipendenti.

# Target

Il corso si rivolge a tutti i dipendenti che vogliono sviluppare e/o rafforzare le proprie conoscenze, capacità e abilità inerenti l'ambito gestione delle risorse umane.

# Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di fornire una comprensione approfondita dei principi, delle teorie e delle pratiche chiave legate alla gestione delle risorse umane in un'organizzazione; trasferendo nozioni relative ai concetti di base come il recruiting, la selezione, la formazione, la valutazione delle prestazioni, l'organizzazione, la compensazione e i rapporti con i dipendenti.

24 h

//

//

# Benessere aziendale e gestione dello stress

Un'organizzazione empowered è un'organizzazione in cui i dipendenti sono incoraggiati e autorizzati a prendere decisioni autonome, ad assumersi responsabilità e a contribuire attivamente al successo dell'organizzazione stessa. Questo tipo di organizzazione promuove il benessere aziendale fornendo un ambiente di lavoro positivo, inclusivo e stimolante.

# Target

Il corso è rivolto a tutti i dipendenti ed a tutti i responsabili di reparto che desiderano acquisire competenze nel campo del benessere aziendale e della gestione dello stress al fine di promuovere un ambiente di lavoro positivo, inclusivo e stimolante.

# Obiettivi

Acquisire tecniche di leadership partecipativa, migliorare la comunicazione all'interno dell'organizzazione, conoscere strumenti e strategie utili alla gestione dello stress, favorire la cultura dell'empowerment, sono i principali obiettivi del corso.

21 h

//

//

CentoCinquanta
Learning Center




# AMMINISTRAZIONE
# FINANZA E CONTROLLO

# Contabilità analitica, budget e costing

Saper monitorare i costi aziendali, capirne le determinanti e riuscire a governarle è diventata una delle condizioni di sopravvivenza in molti ambiti settoriali. E' in questa prospettiva che emerge il ruolo strategico dei sistemi di contabilità analitica e costing, sistemi che devono essere in grado di supportare il management nell'identificazione dei driver di costo e di valore, di simulare gli impatti che la gestione di detti driver può produrre

## Target

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire conoscenze relative alla programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produzione. In particolare, il percorso formativo è indirizzato ai responsabili di stabilimento, produzione, logistica, programmazione e pianificazione.

## Obiettivi

Il corso intende esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali, analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo e individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva.

24 h

Avanzato

€ 1080.00 + Iva a partecipante

# Analisi di bilancio e rating in azienda

Il rating rappresenta il grado di rischiosità dell'impresa, fondamentale per il giudizio della banca. Il corso permette di identificare quali aspetti della gestione aziendale penalizzano il rating e di comprendere nel dettaglio cosa influisce positivamente o negativamente sul risultato e come si riflette sul bilancio.

## Target

L'iniziativa è rivolta a responsabili amministrativi di aziende di piccole, medie e medio-grandi dimensioni.

## Obiettivi

Illustrare le politiche di bilancio, le strategie aziendali e le azioni da intraprendere, se si vuole migliorare il rating aziendale.

25 h

Avanzato

€ 1125.00 + Iva a partecipante

# Pianificazione e controllo di gestione - modulo 1

Approfondire le tematiche di analisi di costi e ricavi, tecniche di analisi dei costi, conoscenza di procedure organizzative e strumenti di rilevazione, tecniche di contabilità e reportistica

## Target

Personale aziendale, anche non amministrativo, che coordina progetti e commesse; personale amministrativo che necessita di acquisire competenze “ponte” tra la contabilità generale ed il controllo di gestione o che deve aggiornarsi in tema di controllo di gestione.

## Obiettivi

Impostare correttamente ed efficacemente un sistema di controllo di gestione in azienda. I temi trattati nel corso di controllo di gestione copriranno la sfera contabile e analitica: dallo studio dei centri di costo, di ricavo, l'attribuzione dei costi, i modelli di costing, gli strumenti di rilevazione e contabilità generale, l'analisi di budget, proiezioni, e ribaltamenti, oltre che una approfondita sezione sulla reportistica

35 h

Base

€ 1050.00 + Iva a partecipante

# Pianificazione e controllo di gestione - modulo 2

Approfondire le tematiche di analisi di costi e ricavi, tecniche di analisi dei costi, conoscenza di procedure organizzative e strumenti di rilevazione, tecniche di contabilità e reportistica

## Target

Imprenditore, direttore amministrativo, direttore di produzione, controller

## Obiettivi

Costruire un budget di previsione; monitorare gli indicatori di performance; praticare delle scelte sulla base delle risultanze degli indicatori di performance.

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# La misurazione delle performance commerciali

Questo modulo è dedicato alla direzione vendita, ufficio che deve gestire una enorme mole di dati, trasformarla in indicatori utili a comprendere l'andamento della rete vendita e trasferire queste informazioni alla rete vendita nonché al direttore della produzione e al direttore finanziario. Ai capiarea dovranno essere date indicazioni sugli agenti da seguire, sulle performance dei singoli venditori, sugli obiettivi e i canvass da assegnare periodicamente; al direttore della produzione dovranno essere inviate informazioni relative a ritardi, malfunzionamenti, critiche che possono portare a revisioni nella produzione e quindi, se poste correttamente, possono far tendere al miglioramento qualitativo del prodotto venduto.

## Target

Il corso è rivolto alla direzione vendita

## Obiettivi

Le competenze che miriamo ad arricchire in quest'area vanno dalla programmazione del budget preventivo alle analisi degli scostamenti, e alla gestione dei tempi di incasso.

16 h

Avanzato

€ 720.00 + Iva a partecipante

# Pianificazione finanziaria e modelli finanziari

l corso analizza i principi e gli strumenti delle decisioni aziendali di investimento e di finanziamento con il fine di verificare il loro contributo alla creazione di valore per la proprietà. In particolare, vengono illustrati i modelli teorici fondamentali e la loro concreta applicazione nelle scelte tipiche della finanza aziendale: le decisioni di investimento (capital budgeting), l'individuazione di una corretta misura del costo del capitale, la scelta del grado di leva finanziaria (capital structure) e la politica dei di distribuzione degli utili, ovvero i principali campi di attività della direzione finanziaria.

## Target

Proprietà, CFO, Direttore Amministrativo

## Obiettivi

Fornire strumenti utili a migliorare i flussi di cassa.

30 h

Specialistico

€ 2100.00 + Iva a partecipante

# Corporate valuation

Il programma mira a far conoscere le più attuali tecniche di valutazione d'azienda approfondendone gli aspetti tecnici ed identificando i principali errori di stima da non commettere anche attraverso l'analisi di perizie di stima in contesti reali. L'utilizzo di database finanziari e di strumenti di simulazione completeranno il bagaglio di competenze acquisite.

## Target

Imprenditori, direttori generali, responsabili delle funzioni di amministrazione, finanza e controllo, professionisti.

## Obiettivi

L'acquisizione delle tecniche di valutazione d'azienda;
l'approfondimento della variabile fiscale nelle stime dei flussi di risultato prospettici e nelle stime dei tassi di attualizzazione;

25 h

Specialistico

€ 1750.00 + Iva a partecipante

# Risk management

Il programma affronta le tematiche del rischio strategico, operativo e legale da un punto di vista manageriale e gestionale e approfondisce i concetti di rischio, di analisi quantitativa e finanziaria e di governace aziendale, offrendo anche un confronto tra case history.

# Target

Chief risk officier, risk manger, membri del comitato di controllo e rischi e del consiglio d'ammistrazione, membri del collegio sindacale e dell'organismo di vigilanza, chief financial officier, responsabili affari legali, internal auditor e altri soggetti attivi nel processo e gestione del rischio come controller e operatori dei sistemi informativi

# Obiettivi

Il corso si propone di esaminare: le diverse fonti di rischio in impresa; i sistemi di misurazione economica di rischio più efficaci; i modi come aiutare il board ad assumere decisioni di rischio misurate; le tematiche di governance e pro/contro di modelli organizzativi di enterprise risk management

30 h

Specialistico

€ 2100.00 + Iva a partecipante

# Gestire la fiscalità di un e-commerce

La vendita di beni e servizi online è considerata una vera e propria attività commerciale, soggetta pertanto a precisi adempimenti fiscali e previdenziali.
Il corso chiarisce quali sono gli adempimenti obbligatori e come si differenziano tra l'e-commerce diretto e indiretto. Chiarisce inoltre le modalità di pagamento possibili e l'importanza di prevederli tutti, per mantenere alta la competitività. Definisce qual è la disciplina dell'IVA applicabile alle operazioni intracomunitarie.

## Target

- Comprendere la differenza tra e-commerce diretto e indiretto e le rispettive regole fiscali
- Impostare una gestione fiscale efficace in ambito e-commerce
- Portare avanti operazioni commerciali online sia sul territorio nazionale sia tra i diversi paesi dell'UE, nel pieno rispetto delle norme fiscali vigenti

## Obiettivi

Il corso si propone di esaminare: le diverse fonti di rischio in impresa; i sistemi di misurazione economica di rischio più efficaci; i modi come aiutare il board ad assumere decisioni di rischio misurate; le tematiche di governance e pro/contro di modelli organizzativi di enterprise risk management

12 h

Specialistico

" "

# Excel e modelli matematici

Il frequente desiderio di passare dal dato grezzo all'informazione che, orienta e supporta i sistemi di controllo aziendale e la necessità di automatizzare procedure standardizzate, conducono all'impiego di software applicativi come Excel. La prima parte del corso ha l'obiettivo di trasferire una conoscenza base; la seconda invece mira a fornire le competenze necessarie per adoperare strumenti più avanzati di Excel utili ad effettuare un'analisi dei dati attraverso l'applicazione di modelli matematici nel foglio elettronico

## Target

Il corso si rivolge ai lavoratori impiegati in qualsiasi area aziendale che abbiano la necessità di monitorare, organizzare e analizzare i dati aziendali per convertirli in informazioni di valore aggiunto.

## Obiettivi

Effettuare semplici calcoli su una base dati esistente attraverso l'uso di semplici funzioni, formattare i dati ed i risultati ottenuti, impostare la stampa ed il layout del foglio di lavoro, creare operativamente una base dati efficace attraverso i fogli di calcolo, effettuare analisi dei dati per trarre il contenuto informativo latente negli stessi attraverso l'impiego di formule che rispecchiano l'applicazione di modelli matematici risultano essere i principali obiettivi del corso.

28 h

Specialistico

" "

CentoCinquanta
Learning Center

# MARKETING AND SALES



# Marketing management

La crescente complessità e il dinamismo dell'ambiente economico e sociale enfatizzano sempre più l'importanza delle decisioni di marketing orientate a creare e gestire il valore sia per i clienti, sia per l'azienda. Attraverso questo programma formativo ci siamo prefissati l'ambizioso traguardo di dotare i nostri partecipanti di un mix fondamentale di know how manageriale di marketing. Da un lato vi sono le conoscenze per comprendere a 360° gli articolati processi di marketing che animano le aziende; dall'altro le conoscenze di fondo necessarie per analizzare, pianificare e implementare le decisioni di marketing sia in contesti business to business che business to consumer.

# Target

Il corso è  ideato per chi svolge la sua attività all'interno della funzione commerciale o marketing e per coloro i quali intendono passare da una funzione non commerciale o tecnica, alla funzione marketing o hanno semplicemente la necessità di migliorare le proprie capacità relazionali

# Obiettivi

Il programma permette di: Dotarsi delle fondamentali competenze di marketing necessarie per un corretto orientamento al mercato dell'impresa; Comprendere, in concreto, come il marketing moderno sia un veicolo primario e critico di generazione di valore per il cliente e per l'impresa; Dotarsi di metodi, strumenti ed esempi pratici utili a supportare l'analisi, la pianificazione e l'implementazione delle decisioni di marketing.

30 h

Base

€ 900.00 + Iva a partecipante

# Il marketing dei beni e dei servizi per clienti business

Il ruolo crescente dell'innovazione tecnologica, l'intensificazione della concorrenza internazionale e le nuove esigenze della domanda hanno reso i mercati b2b sempre più complessi. Agli uomini di marketing vengono richieste nuove capacità analitiche, progettuali e manageriali nel selezionare le informazioni competitive più rilevanti, nell'individuare i margini di miglioramento dei singoli prodotti così come nell'organizzare e coordinare le scelte di marketing

## Target

Responsabili della gestione operativa del mercato: direttori marketing, commerciali, vendite, ecc; Product, brand e project manager; Coloro che, pur non operando nella funzione commerciale, debbano approfondire le proprie conoscenze di marketing business to business: imprenditori, direttori generali.

## Obiettivi

Analisi delle variabili fondamentali del marketing nei mercati business, focalizzando le capacità di costruire un vantaggio competitivo sostenibile; Definizione delle scelte strategiche di marketing per la creazione di valore per i clienti e la conquista delle loro preferenze su base stabile e duratura; Gestione dell'offerta produttiva e commerciale dell'impresa all'interno della rete di relazioni con i propri fornitori, clienti intermedi e finali e con altri interlocutori esterni.

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# Il marketing dei prodotti e dei servizi per i consumatori finali

Il mondo del marketing è sempre più focalizzato verso un collegamento diretto con i consumatori finali e orientato alla personalizzazione del prodotto/servizio verso il cliente. I marketer stanno scoprendo che i consumatori vogliono sentirsi importanti e apprezzati, questo porta a un numero sempre più crescente di professionisti dedicati al consumer marketing. Quando un'azienda ha bisogno di personalizzare il proprio prodotto e soddisfare richieste specifiche dei vari consumatori finali, si rivolge a responsabili del consumer marketing per sviluppare campagne innovative e portare i loro prodotti verso nuove direzioni.

## Target

Marketing manager, (group) product manager, (group) brand manager e manager con un'anzianità di almeno tre anni nella funzione marketing o commerciale di aziende operanti in mercati di consumo. Inoltre, il programma si rivolge a coloro che, nelle imprese di servizi, gestiscono la relazione con i clienti, ai responsabili dell'impresa o di singole unità di erogazione del servizio.

## Obiettivi

Il programma approfondisce le tipiche analisi e decisioni connesse alla gestione di un prodotto, di un servizio o di una marca nei mercati di consumo. Il filo conduttore del programma è il tema della gestione del valore per il cliente, strutturato nelle fasi di analisi del valore (value analysis), creazione della proposizione di valore (value creation) e trasferimento del valore al cliente (value delivery).

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# Strategic marketing executive program

Nei nuovi scenari di mercato le imprese devono saper governare il presente e progettare il loro futuro, coevolvendo e ridisegnando sapientemente le regole della sfida competitiva. A tal fine occorre padroneggiare un'ampia varietà di manovre di marketing, ciascuna per ogni stato di natura dell'ipercompetizione. Tali stati vengono da noi chiamati gioco di posizione, di movimento e di imitazione.

## Target

Il programma è suggerito per un target "senior": responsabili della direzione marketing, responsabili di strategic business unit o product marketing

## Obiettivi

Rafforzare le capacità individuali nella definizione e nello sviluppo delle strategie di business; Sviluppare le capacità market driving per sostenere i cicli competitivi; Enfatizzare l'importanza dell'innovazione strategica nella ricerca di nuove modalità del confronto competitivo. Potenziare e consolidare la conoscenza di strumenti e metodologie di analisi per la gestione strategica del mercato; Identificare i nuovi paradossi dell'ipercompetizione; Sviluppare le capacità pratiche e l'atteggiamento culturale per gestire il presente e progettare il futuro delle imprese e dei mercati

25 h

Specialistico

€ 1750.00 + Iva a partecipante

# Marketing performance management

Il marketing è funzione centrale di ogni impresa orientata al mercato e come tale non deve dimostrare la propria importanza. Deve però essere in grado di saper quantificare la propria performance perchè altrimenti perderebbe di credibilità, ma soprattutto l'influenza dei maketing managers diminuirebbe notevolmente. La risposta a questa necessità da parte delle organizzazioni è stata il Marketing Performance Management (MPM) che altro non è che la gestione della performance di marketing grazie all'introduzione di tecniche di misurazione.

## Target

Direttori marketing e direttori commerciali, imprenditori, direttori generali.

## Obiettivi

La misurazione delle performance di marketing (marketing metrics) è decisamente uno dei temi più critici nell'agenda attuale del management. Un'accurata analisi, misurazione e gestione dei legami causali tra investimenti di marketing e performance sono la chiave del successo competitivo e reddituale. A tal fine la costruzione di una marketing dashboard rappresenta un passaggio indispensabile.

21 h

Specialistico

€ 1470.00 + Iva a partecipante

# Gestione delle obiezioni di prezzo

La resistenza al prezzo è un fatto universale. Ogni giorno gli acquirenti, siano essi consumatori finali o aziende, ritengono che il prezzo dei prodotti acquistati potrebbe essere più basso. Le ragioni di tale resistenza sono diverse, così come molteplici sono le modalità per farvi fronte. In questo capitolo analizzeremo come trattare con gli acquirenti e difendere il prezzo senza doverlo ribassare ad ogni richiesta del potenziale acquirente. È chiaro che non esiste ricetta perfetta, ma alcune linee guida permettono di fare mente locale, di rafforzare sé stessi e il proprio bagaglio culturale, la conoscenza reale che abbiamo dei prodotti che proponiamo.

## Target

Direttore marketing, direttore vendita, capo area, direttore di canale.

## Obiettivi

Accrescere le abilità comunicative del venditore rispetto alla tematica prezzo.

20 h

Base

€ 600.00 + Iva a partecipante

# Motivazione e gestione della rete di vendita

Nelle aziende è tipico notare che alcuni venditori rappresentano pilastri dei quali non si può fare a meno, individui capaci di fatturare quanto cinque o sei colleghi. Si assiste ad una forte sproporzione tra i venditori eccellenti, pochi, e la grande maggioranza di venditori mediocri. Tuttavia non si fa molto per omogeneizzare i risultati portando i mediocri a crescere, divenendo dapprima sufficienti e poi buoni venditori. Si subisce, rinnovando costantemente la rete vendita, sostituendo i venditori scadenti con altri, e perdendo nel frattempo tempo e denaro. La corretta gestione di un gruppo e le collegate premialità monetarie e non monetarie è una disciplina scientifica che deve essere insegnata a chi ha il compito di migliorare le performance dell'intera rete, ovverosia ai direttori vendita e ai capiarea.

## Target

Direttore marketing, direttore vendita, capo area, direttore di canale.

## Obiettivi

Formare i manager alla gestione della sala, creando un clima favorevole al dialogo e allo scambio di esperienze della rete vendita.

25 h

//

€ 750.00 + Iva a partecipante

# Internet e Social media per il marketing e la comunicazione

Come possiamo usare i social network per fare social branding? Come possiamo misurare l'impatto dei social network sulla performance d'impresa? Nel nostro corso cercheremo di affrontare le nuove pratiche interattive e partecipative offerte dai social network, in un quadro di studio più sistematico dei cambiamenti che la comunicazione digitale e le reti stanno portando ai mercati, imprese e aziende

## Target

Manager nel settore del marketing e della comunicazione aziendale, e altri professionisti che hanno bisogno di affrontare la sfida posta dalla nuova comunicazione digitale e dai social media.

## Obiettivi

In questo corso cercheremo di capire come le reti digitali (pc-based e mobile) e i social media stanno cambiando il marketing e la comunicazione aziendale.

30 h

Avanzato

€ 1350.00 + Iva a partecipante

# Strategie di web marketing

Questo modulo è pensato per approfondire le tematiche legate alla realizzazione di un piano marketing online, definizione di un processo di acquisizione contatti e personalizzazione dell'offerta. Si completerà con l' approfondimento dello strumento dei social e dei suoi modelli di coinvolgimento.

## Target

Lavoratori operanti nel settore marketing, comunicazione e pubblicità, interessati ad approfondire le proprie conoscenze in ambito web e social networks.

## Obiettivi

Obiettivo generale del corso è quello di trasferire le competenze necessarie per avviare attività di marketing sui social media. Si approfondiranno i modelli di copywriting adatto ai social, la scelta delle immagini e lo studio degli indicatori da considerare per le conversioni attraverso i social. Si scoprirà come creare un pixel per tracciare meglio le conversioni e la definizione del pubblico target. Si imparerà a creare un funnel di conversione attraverso i social e come costruire una community tramite i social.

30 h

Avanzato

//

# Il marketing per il business con i punti vendita

I rivenditori e produttori che vendono tramite i canali di vendita al dettaglio, sono costantemente alla ricerca di efficaci strumenti e approcci manageriali. La sfida è influenzata da molti fattori compresa l'innovazione dei metodi di distribuzione, la presenza di clienti più esigenti, le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e, ultimo ma non meno importante, la rapida evoluzione delle operazioni e della gestione finanziaria. Tutto ciò richiede indubbiamente competenze manageriali in grado di comprendere la complessità della situazione e affrontare il futuro.

## Target

Dirigenti che occupano posizioni in società di distribuzione nazionali e internazionali.

## Obiettivi

Il programma prende in esame i meccanismi, modelli, strumenti e innovazioni essenziali per fornire una profonda comprensione sia dello sviluppo dell'attività di distribuzione moderna sia del come essa debba essere gestita. I partecipanti al corso di retail manager acquisiranno solide competenze manageriali nella vendita al dettaglio per rispondere alle sfide di gestione in aziende del settore retail, così come nelle imprese manifatturiere e di servizi coinvolti nello sviluppo e nella gestione dei canali di distribuzione.

35 h

//

€ 1575.00 + Iva a partecipante

# Visual merchandising e atmosfera

Il visual marketing può essere considerata una nuova retorica dell'immagine finalizzata alla persuasione del potenziale consumatore: le argomentazioni verbali e le metafore lasciano spazio alle strategie comunicative che riescono a caricare il prodotto di emozioni, grazie a un'immagine suadente, attraente, studiata nei minimi particolari. Una sottocategoria del visual marketing è il visual merchandising, ovvero un insieme di tecniche, operazioni e strategie che collocano e gestiscono all'interno del punto di vendita il prodotto in base alla sua immagine, e quindi la sua esposizione, l'ambientazione, la grafica, parametri che costituiscono il format visivo e creativo della merce e che sono capaci di influenzare, facilitare e incrementare l'attenzione del cliente e le vendite.

## Target

Responsabili dell'attività di merchandising e di in-store marketing, trade marketing manager, key account, area manager, visual merchandiser, coordinatori dell'immagine di imprese di distribuzione e di sistemi di franchising.

## Obiettivi

Fornire gli strumenti per trasformare il punto di vendita in un luogo di comunicazione e di relazione con i clienti attraverso la gestione integrata delle leve di merchandising e di comunicazione visiva.

25 h

//

€ 1125.00 + Iva a partecipante

# Pricing: decidere il prezzo

"La cosa più importante nel valutare un business è la forza nella gestione dei prezzi. Se hai il potere di aumentare i prezzi senza perdere clienti, allora hai un business davvero buono. Se invece devi pregare prima di aumentare i prezzi del 10%, allora hai un business terribile!" *Warren Buffet*

Stabilire un prezzo per la propria offerta è un aspetto molto complesso e delicato in quanto questo fattore da solo può determinare il livello della performance del prodotto/servizio sul mercato. Quali elementi dovrebbero essere presi in considerazione quando arriva il momento di stabilire un prezzo ? Quali sono i meccanismi mentali che guidano, spesso inconsciamente, il consumatore a scegliere un prodotto piuttosto che un altro?

# Target

Responsabili di marketing (di funzione e di prodotto); responsabili finanziari e del controllo di gestione; responsabili vendite e delle ricerche di mercato.

# Obiettivi

Guidare alla definizione e alla gestione del customer value pricing nei contesti di business tradizionali ed in quelli della nuova economia digitale. Definire politiche di prezzo che sostengano la posizione competitiva delle imprese e la loro redditività, all'interno di un più ampio approccio di customer value management.

20 h

Avanzato

€ 900.00 + Iva a partecipante

# Il marketing farmaceutico

Fino a qualche anno fa, abbiamo sempre inteso la farmacia come un esercizio commerciale altamente professionale, collegato innanzitutto alla distribuzione di farmaci, in particolar modo da ricetta. La razionalizzazione delle prescrizioni da parte dei medici di base, la grande concorrenza sviluppatasi in questi ultimi anni e non sottovalutando infine, la crisi economica, hanno creato componenti che restringono i fatturati delle farmacie. Ecco allora che interviene il marketing farmacia. Molte farmacie hanno allargato la gamma di prodotti, ad esempio centri benessere e cosmetici, piuttosto che preparazioni diete o controlli su intolleranze alimentari, colesterolo e glicemia. Ma tutte queste novità come farle conoscere alla grande platea dei clienti abituali e non solo? A questo punto diventa necessaria una tecnica commerciale che fino a qualche anno fa era poco utilizzata in farmacia e cioè: il marketing farmaceutico.

# Target

Direttori marketing, direttori commerciali, direttore vendite, sales manager, ecc...

# Obiettivi

“Il marketing farmaceutico” vuole essere una risposta qualificata alle esigenze sempre più diffuse nel settore farmaceutico di nuove modalità per relazionarsi con la domanda e confrontarsi con le dinamiche del mercato, è un corso a forte contenuto specialistico, che si propone di fornire agli uomini di marketing delle imprese farmaceutiche una chiave di lettura innovativa del settore del farmaco e delle dinamiche competitive emergenti dopo l’aziendalizzazione della sanità.

28 h

Specialistico

€ 1960.00 + Iva a partecipante

# Marketing e vendite nelle PMI

In un mondo sempre più complesso la realizzazione di un'intuizione brillante non è sufficiente a garantire il successo delle aziende che devono confrontarsi con nuovi concorrenti, competizione piu' aggressiva e andamenti di mercato imprevedibili. Il corso marketing e vendite per le PMI porta ad acquisire gli approcci e gli strumenti di marketing necessari per valorizzare le potenzialità delle idee e porsi obiettivi raggiungibili in funzione delle risorse. Rispettando le esigenze di concretezza delle PMI, il corso propone esempi pratici e soluzioni operative con l'obiettivo di facilitare il conseguimento degli specifici obiettivi di mercato. I primi tre giorni si focalizzeranno sulle attivita' di pianificazione di attività di marketing e vendite fornendo gli strumenti per un'ottimizzazione di competenze e risorse. Il quarto giorno, ogni partecipante porterà in aula un piano relativo alla propria azienda da discutere in plenaria con docenti e colleghi.

# Target

Imprenditori, responsabili commerciali, responsabili comunicazione, responsabili marketing, responsabili relazioni clienti, oltre a dirigenti e quadri delle diverse funzioni aziendali che vogliono arricchire la loro professionalità acquisendo una logica di marketing.

# Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito un approccio strutturato per la gestione dell'attività di analisi di mercato, pianificazione e implementazione delle strategie di marketing e la capacità di utilizzare operativamente strumenti di programmazione manageriale di frequente applicazione in azienda.

30 h

Base

€ 900.00 + Iva a partecipante

# Comunicazione efficace e tecniche di vendita

Ogni individuo che si trovi, per ragioni professionali o personali, ad interagire con una o più persone con l'intento di interessarle o convincerle (una riunione aziendale, incontri con potenziali clienti, una trattativa, gestione delle obiezioni, ecc) si trova inserito, talvolta in modo inconsapevole, all'interno di una vera e propria vendita. Il prodotto non deve essere necessariamente materiale, anzi molto spesso ci troviamo a vendere progetti idee o sogni. L'errore più comune che si può compiere è quello di pensare che sia sufficiente conoscere le caratteristiche del "prodotto" ed avere una buona attitudine personale. Comunicare è molto di più: non è solo trasmettere un'idea, ma anche spingere all'azione chi ci ascolta.

## Target

Imprenditori, responsabili commerciali, responsabili comunicazione, responsabili marketing, responsabili relazioni clienti, oltre a dirigenti e quadri delle diverse funzioni aziendali che vogliono arricchire la loro professionalità acquisendo una logica di marketing.

## Obiettivi

Il programma di comunicazione efficace si propone di sviluppare con efficacia le caratteristiche della comunicazione persuasiva e della gestione delle obiezioni, accrescendo le capacità personali, le motivazioni e le abilità comunicative e di leadership del comunicatore.

25 h

Base

€ 750.00 + Iva a partecipante

# Pianificazione e controllo delle vendite

Questo corso è dedicato alla direzione vendita. Quest'ufficio deve gestire una enorme mole di dati, trasformarla in indicatori utili a comprendere l'andamento della rete vendita e trasferire queste informazioni ai capiarea, al direttore della produzione e al direttore finanziario. Ai capiarea dovranno essere date indicazioni sugli agenti da seguire, sulle performance dei singoli venditori, sugli obiettivi e i canvass da assegnare periodicamente; al direttore della produzione dovranno essere inviate informazioni relative a ritardi, malfunzionamenti, critiche che possono portare a revisioni nella produzione; inoltre, il lavoro in team con il direttore della produzione permette di eliminare dal catalogo prodotti ormai indesiderati dalla clientela e dare suggerimenti sulle nuove tendenze. Il lavoro che accomuna il direttore vendita al direttore finanziario riguarda la programmazione del budget preventivo, le analisi degli scostamenti, e il costante miglioramento dei tempi di incasso.

## Target

Direttore marketing, direttore vendita, capo area, direttore di canale.

## Obiettivi

Pianificare e controllare le vendite, affinare il budget di previsione del canale, verificare periodicamente gli scostamenti, porre in essere i correttivi

20 h

Avanzato

€ 900.00 + Iva a partecipante

# Public Speaking

Nell'attuale contesto economico, saper presentare la propria azienda e i propri servizi, essere in grado di tenere un discorso o una riunione con i clienti e stimolare l'attenzione, sono abilità che possono fare la differenza e che richiedono un addestramento specifico. Quando si parla di Public Speaking, si fa riferimento ad un percorso di scoperta della persona che consenta di acquisire maggiore sicurezza ed avere un approccio più naturale nella vita di tutti i giorni.

## Target

Imprenditori, Dirigenti, Manager, Responsabili del personale, Responsabili commerciali ed in maniera più ampia a tutti coloro che necessitano di acquisire abilità nel parlare e farsi ascoltare di fronte ad uno o più interlocutori

## Obiettivi

Il corso intende fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per creare empatia con il proprio pubblico, catturandone e mantenendone vivo l'interesse e sciogliendo l'ansia e la tensione che genera il trovarsi di fronte interlocutori in grado di manifestare una partecipazione attiva.

15 h

\\

\\

# Navigare, valutare e gestire i contenuti digitali

Il corso si pone l'obiettivo di trasferire le competenze atte ad individuare e configurare gli indicatori chiave per monitorare gli effetti di un'azione sul web. La corretta lettura e la corretta gestione di tali indicatori consentono infatti di selezionare le azioni più efficaci da intraprendere per migliorare i risultati di un sito web o di una piattaforma e-commerce in base agli obiettivi di business prefissati. Il corsista inoltre a conclusione del corso saprà creare report personalizzati mediante l'utilizzo di specifici tools di analisi dei dati.

## Target

Il corso è rivolto a molteplici categorie di lavoratori, a tutti coloro che utilizzano contenuti digitali, come creatori o come figure che si servono di essi e dunque ai lavoratori provenienti da qualsiasi area aziendale, marketing, comunicazione, risorse umane, amministrazione, settore legale.

## Obiettivi

Il corso si propone di sviluppare le competenze necessarie per articolare i fabbisogni informativi, ricercare i dati, le informazioni e i contenuti in ambienti digitali, accedervi e navigare al loro interno.

20 h

\\

\\

# Google Suite per la produttività digitale

Il corso "Google Suite per la produttività digitale" si propone di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per utilizzare in modo efficace gli strumenti e le applicazioni offerte da Google Suite per migliorare la produttività e la collaborazione nel contesto digitale. Google Suite è una suite di strumenti basati sul cloud che include Gmail, Google Drive, Google Docs, Google Sheets, Google Slides e molte altre applicazioni utili per la gestione delle informazioni e la creazione di contenuti. L'obiettivo principale del corso è quello di consentire ai partecipanti di acquisire competenze avanzate nell'utilizzo di Google Suite.

# Target

Il corso è adatto a dipendenti afferenti a diverse aree aziendali, inclusi amministrazione, finanza, vendite, marketing, risorse umane, IT e altro ancora.

# Obiettivi

Il corso “Google Suite per la produttività digitale” si propone di fornire ai partecipanti le competenze necessarie per utilizzare in modo efficace gli strumenti e le applicazioni offerte da Google Suite per migliorare la produttività e la collaborazione nel contesto digitale. Google Suite è una suite di strumenti basati sul cloud che include Gmail, Google Drive, Google Docs, Google Sheets, Google Slides e molte altre applicazioni utili per la gestione delle informazioni e la creazione di contenuti.

20 h

\\

\\

# Gestione di un ecommerce con WordPress e Magento

Il corso è progettato per fornire ai partecipanti le competenze necessarie per creare, personalizzare e gestire un sito web e un'attività di e-commerce utilizzando le tecnologie di WordPress e Magento. Il corso si concentra sulle funzionalità chiave di entrambe le piattaforme e sulle migliori pratiche per ottimizzare l'aspetto, le funzionalità e le prestazioni del sito web e dell'e-commerce.

## Target

Il corso è rivolto a figure operanti nel settore marketing e comunicazione, come responsabili area marketing, specialisti SEO, responsabili delle campagne pubblicitarie o social media manager e tutti coloro che sono interessati alle tematiche oggetto del percorso.

## Obiettivi

Il corso “Gestione di un Sito Web e dell’E-commerce con WordPress e Magento” è progettato per fornire ai partecipanti le competenze necessarie per creare, personalizzare e gestire un sito web e un’attività di e-commerce utilizzando le tecnologie di WordPress e Magento.

20 h

\\

\\

# Protezione dei dispositivi da attacchi infomatici

Il corso si concentra sulle regole base e le migliori pratiche per garantire la sicurezza dei dispositivi e dei dati personali nell'era digitale sempre più interconnessa. Comprendere, identificare le minacce informatiche e le conseguenze che potrebbero derivare.

# Target

Il corso è rivolto principalmente a tutti coloro che svolgono lavori di ufficio come amministrativi, segretari, assistenti, responsabili delle risorse umane, responsabili di progetto ed altre ancora.

# Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le competenze fondamentali per proteggere i propri dispositivi da attacchi informatici e navigare in modo sicuro online.

24 h

\\

\\

# Prospecting & CRM

Il prospecting è il processo di ricerca e identificazione di potenziali clienti o opportunità di business per un'azienda. Il prospecting è un'attività cruciale per diverse ragioni il cui corretto svolgimento consente di identificare nuove opportunità di business, incrementare le vendite, etc, utilizzando in modo efficace il CRM come strumento a supporto del prospecting per la gestione dei contatti e la personalizzazione della comunicazione.

# Target

Il corso è rivolto in prevalenza a lavoratori operanti in area vendita e area commerciale/marketing, addetti alle pubbliche relazioni e a tutti coloro che desiderano acquisire competenze di base su tali tematiche.

# Obiettivi

Il prospecting consente di: identificare nuove opportunità di business, incrementare le vendite, razionalizzare la vendita,, migliorare le strategie di marketing e di vendita, creare relazioni a lungo termine.

21 h

\\

\\

CentoCinquanta
Learning Center

# GOVERNANCE & COMPLIANCE



# Aspetti legali e assicurativi dell'export

La sfida dell'internazionalizzazione sottende lo studio analitico del mercato e una pianificazione dell'esposizione del prodotto/servizio in quello stesso mercato. Per far ciò occorre essere in possesso di competenze altamente qualificate in ambito legale e fiscale.
In area doganale occorre comprendere le principali problematiche relative alla normativa, alla fatturazione e alla territorialità dell'imposta per prevenire irregolarità.
L'ingresso in un mercato estero comporta altresì la gestione degli aspetti legali che riconduce alla fase degli adempimenti iniziali, alla spedizione, trasporto, aspetti post-vendita fino alla risoluzione di eventuali contraddittori legali.

## Target

Export manager, responsabili commerciali

## Obiettivi

Il programma formativo mira a far comprendere l'importanza degli aspetti contrattuali e legali rilevanti in tema di import - export. La continua evoluzione degli aspetti normativi sul commercio internazionale comporta necessariamente che la proprietà ed il management abbiano le competenze necessarie per monitorare e gestire i rischi correlati.
Verranno presi in considerazione tutti gli aspetti legali per la corretta gestione della documentazione richiesta per le operazioni di trasporto internazionale

12 h

Avanzato

€ 1.140.00 + Iva a partecipante

# Responsabilità amministrativa ex D.lgs. 231/01

Con il decreto legislativo emanato l'08.06.2021 n. 231 il legislatore ha definito, per la prima volta nel nostro ordinamento, le responsabilità del datore di lavoro e dell'azienda a seguito di illeciti compiuti dai propri dipendenti.
L'azienda che ha adottato il modello organizzativo e gestionale per la prevenzione dei reati ai sensi del D.Lgs. 231/2001 necessita di informare e formare il personale sui suoi contenuti.

## Target

Lavoratori impiegati sia nel settore pubblico che privato, che hanno l'obbligo normativo di formazione/informazione sul tema 231 e sulla responsabilità amministrativa.

## Obiettivi

La conoscenza del modello è fondamentale affinché i dipendenti siano in grado di rispettarlo ed essere consapevoli delle conseguenze derivanti dalla mancata applicazione delle misure preventive.

10 h

//

€ 950.00 + Iva a partecipante

CentoCinquanta
Learning Center



# Altre aree

# Blockchain

La Blockchain è un sistema che tiene traccia di tutte le transazioni (economiche e commerciali), senza la necessità di ricorrere ad intermediari. A livello globale, le aziende hanno iniziato a sperimentare la Blockchain soprattutto nell'ambito dello scambio di valore, di verificabilità e coordinamento dei dati e di realizzazione di processi affidabili.

# Target

Imprenditori, manager, Responsabili reparto IT ed in generale a tutti coloro che sono interessati ad approfondire la tematica della Blockchain.

# Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di approfondire dal punto di vista giuridico e fiscale le applicazioni pratiche della Blockchain, analizzando al contempo gli ambiti applicativi in cui può essere declinata, con un focus particolare sulle applicazioni di sviluppo informatico di tale tecnologia.



20 h



Specialistico



//

# Altre aree:
# Sicurezza sul lavoro, informatica, inglese, sistemi di gestione ambientale

CentoCinquanta oltre a trattare le tematiche riguardanti, “project management”, “organizzazione aziendale”, “amministrazione finanza controllo” e “marketing & sales”; grazie ad un parco docenti altamente specializzato, offre la possibilità a chi fosse interessato di erogare corsi professionali in altre quattro aree;

- Sicurezza sul lavoro,
- Informatica,
- Inglese,
- Sistemi di gestione ambientale.

CentoCinquanta
Learning Center

# CONTATTACI, SIAMO PREPARATI AD OGNI TUA RICHIESTA

## Mail

Puoi scriverci a
**martina.damico@centocinquanta.it**
oppure info@centocinquanta.it

## Telefono

Puoi contattarci telefonicamente al numero +39 (**095) 296 2832**

## Sito web

Scopri di più su di noi navigando il sito **centocinquanta.it**

## La nostra sede

Via Filadelfo Francesco Fichera 12,
Catania - 95128