



## **1. LEAN ORGANIZATION: INNOVAZIONE DEI PROCESSI AZIENDALI**

- i principi che connotano una organizzazione efficiente
- le interfunzionalità tra i diversi processi aziendali
- i modelli eccellenti di organizzazione aziendale
- i principi di Lean organization
- metodologie per mappare il flusso di valore
- la standardizzazione dei processi
- approcci e metodologie di controllo per il miglioramento dei processi
- il lavoro in Team e valorizzare il personale
- il flusso di lavoro negli uffici
- metodologie di lean office al ciclo passivo
- Informatizzazione delle informazioni aziendali
- sistemi di misurazione e di gestione delle performance
- la contabilità dei costi come strumento strategico per la caccia agli sprechi
- Impostare una strategie di miglioramento continuo in azienda

## **2. METODI E STRUMENTI INNOVATIVI PER IL CONTROLLO DI GESTIONE AZIENDALE**

- Il controllo di gestione: utilizzo e finalità
- L'analisi del budget commerciale e produttivo;
- L'analisi delle priorità e delle criticità aziendali;
- L'analisi dei costi di produzione;
- L'analisi dei costi di gestione;
- L'analisi dei costi di gestione finanziaria;
- L'analisi della redditività aziendale;
- La procedura per rilevare i costi e i ricavi.

## **3. PROCEDURE INNOVATIVE PER LA GESTIONE DELLA COMMESSA**

- L'analisi dei fattori critici;
- Le fasi di una commessa;
- Il reporting aziendale;
- L'analisi di redditività;
- Il miglioramento della produttività e gli effetti economico-finanziari;
- La procedura per rilevare i costi e i ricavi;
- La gestione di linee di prodotto e di prodotti;
- La gestione di commesse/sub-commesse;
- La generazione delle scadenze/partite fornitore e delle registrazioni contabili;
- La sincronizzazione del flusso di materiale da e verso i fornitori;
- Gli archivi specifici di supporto delle varie fasi di produzione.

## **4. INNOVARE LA PROPRIA STRATEGIA COMMERCIALE**

- Analisi ed identificazione punti di forza ed aree di miglioramento dei processi commerciale e vendita;
- Metodologie di configurazione dell'offerta;
- Analisi del portafoglio clienti, dei comportamenti di acquisto e consumo;
- Tecniche per l'elaborazione di analisi dei trend dei mercati di riferimento e della concorrenza;
- Elaborazione di un piano di Marketing e strumenti di comunicazione/promozione dell'offerta;
- Contratti di servizio con la clientela;
- Orientamento al cliente interno, esterno e orientamento alla qualità del lavoro e del servizio.

## **5. STRUMENTI INNOVATIVI PER LA PROMOZIONE AZIENDALE**

- Analisi ed identificazione punti di forza ed aree di miglioramento di comunicazione aziendale;
- Analisi del portafoglio clienti, dei comportamenti di acquisto e consumo;
- Tecniche e strumenti per individuare canali di comunicazione innovativi

- I nuovi canali di comunicazione: web e social media
- Elaborazione di un piano di comunicazione e di promozione dell'offerta;
- Orientamento al cliente, esterno e orientamento alla qualità del lavoro e del servizio.

## **6. INNOVAZIONE DEL PROCESSO DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO**

- Metodi per la valutazione delle conoscenze distintive dell'organizzazione;
- Strumenti per la mappatura dei processi di erogazione del servizio;
- Monitoraggio delle procedure distintive dell'impresa;
- Strumenti e modalità per la generazione di piani di innovazione/miglioramento continuo a livello aziendale;
- Implementazione di azioni correttive e di miglioramento.

## **7. INNOVAZIONE DEL PROCESSO PRODUTTIVO IN OTTICA LEAN**

- i principi e gli strumenti della Lean Production
- i modelli eccellenti di gestione della produzione
- approcci e metodologie di controllo per il miglioramento dei flussi produttivi
- la caccia agli sprechi nella produzione attraverso la standardizzazione dei processi
- tecniche di gestione just in time e di controllo dei tempi della produzione
- tecniche per ottimizzare i processi di produzione
- il sistema delle 5S per il miglioramento dei processi produttivi
- gestione dei flussi informativi, ordini e produzione
- l'approccio Kaizen per la standardizzare i processi
- strategie di miglioramento continuo in azienda

## **8. INNOVAZIONE DI MERCATO: TECNICHE E STRUMENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

- Le barriere all'esportazione e l'adattamento del prodotto al mercato internazionale;
- Le formalità per esportare;
- Gli strumenti promozionali: profilo aziendale, cataloghi/brochure, sito web, listini prezzi, il marchio;
- Le forme di ingresso sui mercati internazionali;
- La fiera internazionale: scelta e organizzazione;
- La redazione dell'offerta commerciale;
- La conferma d'ordine, le condizioni generali di vendita, il contratto ad hoc
- La gestione dei network internazionali;
- La terminologia tecnico commerciale per la gestione delle relazioni con partners stranieri.

## **9. INNOVAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN SISTEMA QUALITÀ AZIENDALE**

- L'evoluzione della qualità: dall'assicurazione qualità alla gestione dei processi per la qualità;
- I contenuti generali e relazioni tra le norme della serie ISO 9000;
- Come attuare correttamente il sistema di gestione per la qualità: analisi dei requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2015 e la "traduzione" nel linguaggio dell'organizzazione;
- L'approccio per processi ed il miglioramento continuo;
- Le metodologie di rappresentazione ed analisi dei processi;
- L'analisi dei rischi nella gestione dei processi
- La progettazione e gestione dei processi;
- Il metodo PDCA per la gestione dei processi;
- I processi principali: realizzazione del prodotto/erogazione dei servizi.
- I processi di Gestione del Sistema Qualità;
- Politiche per la qualità e Responsabilità della Direzione;
- I processi di supporto e la Gestione delle risorse;
- La gestione dei processi operativi;
- I processi di misurazione, analisi e miglioramento;
- Gli indicatori per la misura ed il controllo dei risultati;

## **10. INTEGRARE I PROCESSI PER INTEGRARE I SISTEMI DI GESTIONE QUALITÀ AMBIENTE**

- Il sistema delle responsabilità attraverso la definizione dei compiti per i singoli collaboratori secondo obiettivi di ruolo predefiniti e articolati a cascata all'interno dell'organizzazione;
- L'azienda: evoluzione e strutture organizzative;
- La Customer Satisfaction;
- Qualità: il principale strumento per la produttività aziendale;
- Il criterio del "miglioramento continuo";
- La relazione tra qualità e costi;
- Il sistema di valutazione del funzionamento dei meccanismi di integrazione organizzativa (riunioni interfunzionali, di reparto/ufficio, lavoro in team);
- L'analisi della normativa ambientale prevista dalla ISO 14001;
- Il sistema dell'analisi ambientale e la valutazione degli impatti ambientali

## **11. PROGETTARE E GESTIRE LA PRODUZIONE CON SOFTWARE DEDICATI**

- CONFIGURAZIONE DEL PROGRAMMA: installazione del SW, configurazione delle periferiche e dei dispositivi di stampa, impostazione dei percorsi di ricerca, comando preferenze – opzioni;
- RICHIAMI E COMANDI BASE: ripresa dei moduli base, standard e avanzati, modifica delle bozze create, funzioni personalizzate, estrazione dei dati da un progetto, utilizzo dei dati estratti e reintegrazione, impostazioni e variabili di sistema, gestione dei template;
- PERSONALIZZAZIONE DEI MENU: struttura del menù, barre degli strumenti standard, viste strumenti personalizzate, menu a tendina, finestre di dialogo, generazione e gestione di files, stampe e diapositive;
- COMANDI DEDICATI: piani di lavoro standard, piani di lavoro personalizzati, comando funzioni dedicate, comandi di visualizzazione, stampa di più viste, spazio layout, spazio modello, impaginazione del progetto con tecniche avanzate, comandi;

## **12. INNOVARE L'ORGANIZZAZIONE VALORIZZANDO LE RISORSE PROFESSIONALI**

- I presupposti del lavoro in team;
- Il concetto di ruolo, di responsabilità e di delega;
- La definizione di leadership e le tipologie di leadership;
- La condivisione degli obiettivi nel team;
- La motivazione e l'automotivazione del team;
- La programmazione/pianificazione delle attività: la distribuzione dei carichi di lavoro;
- Le funzioni del team: comunicare, risolvere problemi e prendere decisioni;
- La negoziazione nel team;
- La gestione dei momenti di verifica e controllo.

## **13. INNOVARE L'ORGANIZZAZIONE ED I PROCESSI IN UN'OTTICA DI QUALITÀ**

- La struttura organizzativa: macrostruttura e microstruttura;
- Gli obiettivi dell'organizzazione ed il contesto in cui opera;
- Le funzioni aziendali: organi di linea e di staff;
- L'analisi ed il disegno dei ruoli (job description);
- La definizione delle aree di responsabilità;
- I modelli di gestione aziendale;
- L'analisi e la gestione dei processi aziendali;
- L'analisi dei rischi ed il metodo PDCA;
- La ridefinizione del processo di progettazione;
- L'individuazione di indicatori e criticità nel processo degli acquisti;
- I sistemi gestionali e organizzativi di un magazzino merci;
- La gestione delle competenze;
- Il miglioramento continuo come valore aziendale;
- La pianificazione e la verifica dell'efficacia delle azioni correttive;
- Metodologie di valutazione e proposte di miglioramento.

## **14. ADEGUARE LE COMPETENZE ALLE INNOVAZIONI DI PROCESSO**

- Gli strumenti ed i metodi per la valutazione delle competenze interne;

- La valutazione del gap di competenze rispetto alla innovazione introdotta;
- L'analisi delle criticità
- La gestione delle competenze;
- Gli strumenti e modalità per la generazione di piani di adeguamento delle competenze alle innovazioni introdotte;
- L'implementazione di azioni correttive e di miglioramento.

#### **15. INNOVAZIONE NELLA GESTIONE FISCALE E TRIBUTARIA IN AZIENDA**

- Disciplina Irpef e relativi adempimenti dichiarativi (mod.730, modello UnicoPF, modello UnicoSP)
- Disciplina Ires e relativi adempimenti dichiarativi (modello UnicoSC)
- Disciplina Irap e relativi adempimenti dichiarativi (dichiarazione Irap)
- Disciplina Iva
- 770 adempimenti dichiarativi dei sostituti d'imposta e certificazione aspetti contributivi e assicurativi dei soci di società
- Organizzazione e budget
- Bilanci: struttura/redazione/deposito
- Liquidazioni di società

#### **16. INNOVARE LA PROPRIA STRATEGIA COMMERCIALE ATTRAVERSO LA RELAZIONE CON CLIENTI STRANIERI**

- Le barriere linguistiche e culturali per la promozione del prodotto nel mercato internazionale;
- Il linguaggio tecnico specifico in lingua per promuovere i prodotti all'estero
- La conversazione commerciale in lingua
- Evoluzione degli strumenti promozionali per approcciare mercati esteri
- Linguaggi e comportamenti per la partecipazione a fiere internazionali
- La redazione dell'offerta commerciale in lingua
- La conferma d'ordine, le condizioni generali di vendita, il contratto ad hoc in base al cliente straniero
- La gestione dei network internazionali;
- La terminologia tecnico commerciale per la gestione delle relazione con partners stranieri.