

Il potere della fiducia

Costruire relazioni solide e di valore con ogni stakeholder

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.850,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: FC.12



in partnership con

FranklinCovey

In tutte le relazioni, personali e professionali, la presenza della fiducia è in grado di influenzare qualsiasi aspetto: è più facile **lavorare insieme** e raggiungere **risultati innovativi e di valore**, si **comunica meglio**, i **processi** risultano **più veloci** e meno pesanti. La capacità di **creare, mantenere e ricreare giorno dopo giorno la fiducia** è quindi oggi una competenza fondamentale, indispensabile per avere successo nel mondo professionale.

Il corso, basato sul best seller *“La velocità della fiducia”* di Stephen R. Covey, consente di iniziare un **percorso consapevole** per sviluppare **leadership e fiducia** in qualsiasi relazione.

A chi è rivolto

- Manager, Imprenditori e CEO che desiderino focalizzarsi sull'ottenimento di risultati economici migliori, attraverso la creazione di relazioni di fiducia con gli stakeholder
- Tutti coloro che abbiano l'esigenza di migliorare le proprie capacità relazionali, manageriali e di leadership

Programma

La base della fiducia

- Impatto economico della fiducia
- Tasse e dividendi della fiducia
- Fiducia come variabile nascosta per aumentare l'efficacia delle strategie aziendali

Self Trust: costruire la propria credibilità giorno dopo giorno

- Agire con integrità
- Come mi vedo, come mi vedono gli altri
- Essere di esempio: carattere e competenza

- Rafforzare i quattro pilastri della credibilità

Relationship Trust: creare e mantenere la fiducia nelle relazioni chiave

- Fiducia e conto corrente emozionale
- I processi chiave della fiducia
 - Aumentare la fiducia
 - Ricostruire la fiducia
 - Estendere la fiducia
- I 13 comportamenti della fiducia
- La matrice Smart Trust per espandere la fiducia in modo intelligente
- Applicare la Fiducia per risolvere conflitti e superare disaccordi
- Migliorare le relazioni alla velocità della fiducia con gli stakeholder chiave interni ed esterni all'azienda



Obiettivi del corso

- Capire come gli altri considerano la propria affidabilità e identificare i pilastri per lavorare sulla propria credibilità
- Padroneggiare i processi fondamentali che regolano la fiducia, in particolare, come crearla, mantenerla e recuperarla
- Fare della costruzione di fiducia un obiettivo esplicito del proprio lavoro



Esercitazioni

- I 4 pilastri della credibilità
- I 13 comportamenti dei leader ad alta fiducia
- Espandere la fiducia
- Trust Action Plan



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

date 13 mag

date 4 nov

Online

date 8 lug

Public Speaking in English

Practice your communication and presentation skills

★★★★★ 4,6/5 (11 avis)

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.000,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.29

Totally **practical**, the course addresses to participants who already have theoretical knowledge of the item in question. Public speaking expertise is a “must-have” tool in a manager’s toolbox. Developing the ability to expertly **balance content knowledge and presentation skills** is key to getting the message across and convincing an audience. This practical seminar covers the fundamentals of public speaking offering participants opportunities to improve their skills.

A chi è rivolto



Per chi

All those who need to address a given audience in a variety of settings (meetings of all sizes, conventions, seminars, briefings) and wish to grow their self-confidence and influencing skills while keeping their stress levels under check.



Prerequisiti

- This course is run in English. A **basic command of English** is therefore required.
- Participants are requested to join the course **having a speech ready** to go through.

Programma

Foundations

- Participant introductions and setting expectations
- Managing time during presentations
- Why many presentations fail to make an impact
- Key principles of effective business communication

Develop Powerful Content

- Start with why: communicating purpose and value
- Structuring your presentation using the attention span curve
- Strategies to capture and keep attention from beginning to end
- Adapting content for international and multicultural audiences

Deliver with Confidence

- Essential communication skills when presenting in English
- Practical tips to improve pronunciation and clarity
- Using clear, business-appropriate language
- Becoming aware of your personal presentation style and strengths
- Managing stress and boosting confidence when speaking in public

Personal Action Plan



Obiettivi del corso

- To improve your expressive, linguistic and stage skills
- To make the best possible use of your allocated time
- To deliver your contents and captivate the audience
- To handle stress successfully and make it work for you



Esercitazioni

Practical Exercise: deliver a personal work-related presentation



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 9 mar

date 31 ago

date 30 ott

Milano

date 8 mag

date 28 set

date 1 dic

General Manager di PMI

Fondamenti di gestione aziendale per imprenditori e general manager di piccole e medie imprese

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 6 giorni (48 Ore)
Durata online : 6 giorni (48 Ore)

Open : 3.350,00 € +IVA
Packaged in azienda : 10.720,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.0

Le responsabilità di chi guida un'azienda, soprattutto per chi ricopre il ruolo di general manager, sono in costante crescita e trasformazione. Oltre a delineare la visione strategica e affrontare le sfide quotidiane, oggi è cruciale gestire il passaggio generazionale, sia tra gli imprenditori che all'interno del team. Questo richiede una capacità di adattamento e una visione proiettata verso il futuro. **Organizzare e gestire l'impresa con efficacia, comprendere a fondo un mercato in continua evoluzione**, sia a livello locale che internazionale, e saper **valorizzare il capitale umano**, che sta cambiando insieme alle dinamiche del lavoro, sono competenze fondamentali.

Mantenere l'equilibrio economico-finanziario, eccellere nelle capacità manageriali e dimostrare una leadership carismatica rimangono centrali, ma oggi è altrettanto importante saper **rispondere alle trasformazioni del mercato e del lavoro**, caratterizzate dall'innovazione tecnologica e da nuove aspettative generazionali. Questo percorso avanzato è pensato per rafforzare le competenze manageriali degli imprenditori, con un focus sulle sfide chiave della direzione generale e sulla **gestione strategica delle PMI**, accompagnandoti nel processo di crescita come leader e guidando la azienda verso un **futuro dinamico e sostenibile**.

A chi è rivolto

- Imprenditori d'azienda di prima e seconda generazione
- Direttori Generali con l'esigenza di confrontarsi e aggiornarsi sugli strumenti più efficaci di management
- Direttori di Funzione o di Business Unit proiettati verso le responsabilità di un Direttore Generale

Programma

Prima parte: Azienda, strategia e organizzazione

Visione strategica e posizionamento competitivo

Per costruire un'azienda solida e orientata al futuro, è essenziale avere una visione chiara e una strategia ben definita. I leader devono essere in grado di delineare l'identità dell'azienda, posizionarsi strategicamente sul mercato e guidare i propri team verso gli obiettivi. In questo modulo esploreremo come sviluppare una visione aziendale forte e realizzare una strategia efficace.

- **Definire la vision:** come tracciare l'identità aziendale e differenziarsi nel mercato

- **Posizionamento strategico:** strumenti come la SWOT analysis e matrici di posizionamento per mantenere il vantaggio competitivo
- **Innovazione e nuovi mercati:** l'importanza di anticipare le tendenze e comprendere i cambiamenti di mercato per cogliere opportunità

Modelli organizzativi: flessibilità e innovazione

Nell'era dei cambiamenti rapidi e dell'evoluzione tecnologica, i modelli organizzativi devono adattarsi a contesti sempre più dinamici, bilanciando efficienza operativa e benessere dei lavoratori. I modelli ibridi e flessibili offrono soluzioni che permettono alle aziende di rispondere rapidamente alle mutevoli esigenze del mercato, garantendo allo stesso tempo un miglior equilibrio tra produttività e qualità della vita lavorativa. In questo contesto, l'integrazione di tecnologie avanzate con approcci snelli e personalizzati diventa cruciale per il successo.

- **Modelli organizzativi snelli (Lean Thinking):** Implementare strutture flessibili e agili per ottimizzare l'uso delle risorse, eliminare gli sprechi e migliorare l'efficienza, adattandosi ai contesti di lavoro ibrido
- **Modelli organizzativi ibridi:** Favorire una combinazione tra lavoro remoto e in presenza, migliorando la produttività e la collaborazione tra i team grazie all'uso di strumenti digitali avanzati e strategie di gestione decentralizzata
- **Industry 5.0 e personalizzazione:** Integrare tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale e l'automazione per creare processi più agili e personalizzati, mantenendo le persone al centro del sistema organizzativo per migliorare l'innovazione e l'interazione uomo-macchina

Seconda parte: Capitali

Controllo di gestione e supporto decisionale

Il controllo di gestione è uno strumento chiave per guidare le decisioni aziendali. Comprendere l'andamento delle performance, monitorare gli scostamenti e migliorare l'efficienza operativa è essenziale per garantire la sostenibilità a lungo termine. In questa sezione vedremo come un buon controllo di gestione possa supportare il processo decisionale e migliorare i risultati.

- **Monitoraggio delle performance:** come il controllo di gestione può migliorare la redditività aziendale e sostenere il cambiamento
- **Analisi della varianza e gap analysis:** identificare le cause degli scostamenti per intervenire tempestivamente
- **Ottimizzare i costi:** tecniche di Activity-Based Costing per una migliore gestione delle risorse finanziarie

Gestione finanziaria e investimenti

Pianificare e gestire efficacemente le risorse finanziarie è essenziale per garantire una crescita sostenibile. Grazie a un'attenta analisi e a strumenti di previsione, le PMI possono prendere decisioni informate per ottimizzare il capitale e migliorare la redditività.

- **Pianificazione finanziaria:** come prevedere e pianificare il fabbisogno finanziario per garantire liquidità e stabilità
- **Valutazione degli investimenti:** strumenti per valutare il ritorno sugli investimenti (ROI) e gestire il capitale in modo efficiente
- **Simulazione finanziaria:** tecniche per prevedere l'impatto economico delle decisioni strategiche e massimizzare i profitti

Terza parte: Persone

Human capital management e trasformazione generazionale

La gestione delle persone è centrale per il successo dell'azienda. In un contesto di cambiamenti generazionali e dinamiche di mercato in evoluzione, i leader devono saper valorizzare il capitale umano, adattarsi alle nuove esigenze e creare un ambiente che favorisca la crescita e il coinvolgimento.

- **Trasformazione generazionale:** affrontare le differenze generazionali nel management, con una leadership che favorisca la collaborazione intergenerazionale
- **Comportamento organizzativo:** sviluppare una cultura aziendale inclusiva che stimoli la crescita e il contributo di tutti i collaboratori
- **Adattarsi ai cambiamenti di mercato:** come il dinamismo dei mercati richiede leader in grado di negoziare e guidare l'azienda in un contesto di cambiamenti costanti

Leadership e sviluppo dei collaboratori chiave

Essere un leader efficace significa saper ispirare, motivare e sviluppare i propri collaboratori. In un mercato sempre più competitivo, i leader devono adattarsi rapidamente e sviluppare le capacità dei loro team per affrontare le sfide del futuro.

- **Leadership situazionale:** adattare il proprio stile di leadership alle diverse situazioni per massimizzare l'efficacia
- **Management e IA:** comprendere le opportunità dei nuovi tool manageriali

- **Sviluppare i talenti chiave:** identificare e far crescere i collaboratori più promettenti per garantire una successione generazionale efficace



Obiettivi del corso

Prima Parte: Azienda, strategia e organizzazione

1. **Conoscere le basi del piano strategico:** Comprendere come sviluppare una visione chiara e una strategia efficace per posizionare l'azienda nel mercato.
2. **Capire i modelli organizzativi:** Esaminare i modelli organizzativi più adatti e coerenti con obiettivi e risorse, con particolare attenzione ai modelli flessibili e ibridi.

Seconda Parte: Capitali

1. **Comprendere il controllo di gestione:** Conoscere gli strumenti per monitorare le performance aziendali e sostenere il processo decisionale.
2. **Cogliere l'importanza della pianificazione finanziaria:** Capire come valutare l'impatto finanziario delle decisioni strategiche e degli investimenti.

Terza Parte: Persone

1. **Capire la trasformazione generazionale:** Riconoscere le dinamiche generazionali e il loro impatto sulla leadership e sulla gestione dei collaboratori.
2. **Cogliere l'importanza della leadership e dello sviluppo dei talenti:** Comprendere come individuare e valorizzare i collaboratori chiave per garantire il futuro dell'azienda.

Metodo di lavoro

- **Multidisciplinare:** il percorso offre una visione completa dei processi aziendali, approfondendo vari ambiti per comprendere meglio le dinamiche che li influenzano e fornendo strumenti di analisi e gestione mirata
- **Interattivo e basato su esempi concreti:** i fondamenti di metodo saranno integrati da self case study, per facilitare la comprensione concreta dei concetti e delle dinamiche aziendali
- **Adattato al gruppo:** le attività saranno personalizzate in base alle caratteristiche e ai bisogni specifici del gruppo di partecipanti, garantendo un approccio mirato alla realtà aziendale di ciascuno

Come si svolge

Ogni edizione è composta da una serie di sessioni d'aula.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 4 mag al 16 giu

- dal 4 mag al 5 mag
- dal 25 mag al 26 mag
- dal 15 giu al 16 giu


Milano

dal 5 ott al 17 nov

- dal 5 ott al 6 ott
- dal 26 ott al 27 ott
- dal 16 nov al 17 nov

Risk management: la gestione strategica del rischio

Identificare, prevenire e contenere potenziali pericoli con il risk management

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.65

Il corso offre una formazione approfondita per sviluppare competenze e tecniche per la gestione dei rischi aziendali, con un approccio strutturato e strategico. Fornisce gli strumenti per **identificare** le diverse tipologie di rischi come quelli finanziari, operativi, normativi, strategici e reputazionali, **valutarli** e classificarli in base alla probabilità e all'impatto, **monitorarli e mitigarli** in tempo reale per adottare **politiche preventive e misure correttive**. L'utilizzo di queste tecniche e strumenti ha come obiettivo quello di tutelare l'organizzazione dai rischi che possono influenzare negativamente le attività, **rendendo la gestione del rischio un elemento chiave del processo decisionale** per garantire la continuità operativa e proteggere il valore dell'impresa.

A chi è rivolto

- **Risk Manager e dirigenti** responsabili della gestione del rischio all'interno dell'azienda, che desiderino rafforzare le proprie competenze nella prevenzione e nel controllo dei rischi
- **Responsabili finanziari e amministrativi**, che debbano affrontare e gestire i rischi finanziari, sia a livello operativo che strategico
- **Imprenditori** e consulenti interessati a proteggere le proprie aziende o clienti da potenziali minacce implementando un sistema di gestione del rischio efficace
- **Specialisti della compliance e della governance** che vogliano garantire che l'azienda rispetti tutte le normative vigenti e riduca l'esposizione ai rischi normativi
- **Responsabili delle Operations** che debbano prevenire interruzioni, inefficienze e incidenti che possono compromettere le operazioni e garantire così la stabilità operativa
- **Quality Manager**, per i quali la gestione del rischio è centrale in particolare per evitare problemi che possono compromettere la qualità dei prodotti e servizi e, quindi, la soddisfazione dei clienti o la conformità legale

Programma

Identificare i rischi che l'azienda può affrontare

- Definizione dei termini: incertezza e rischio
- Differenti classificazioni dei rischi: economici, endogeni, esogeni, speculativi, sistemici, imprenditoriali
- Definizione di risk management
- Classificazione dei rischi nelle aziende: rischi finanziari, strategici, operativi, normativi, reputazionali (puri)
- Importanza strategica della gestione del rischio in azienda
- Introduzione ai rischi emergenti: sostenibilità (ESG) e digitalizzazione

Il processo di gestione del rischio

- Struttura del framework ISO 31000
- Fasi del processo di gestione del rischio:
 - Identificazione dei rischi
 - Valutazione dei rischi
 - Mitigazione e controllo
 - Monitoraggio e revisione
- L'importanza della definizione del contesto e degli obiettivi aziendali
- Tecniche di identificazione dei rischi

Analisi e valutazione del rischio

- Analisi qualitativa e quantitativa del rischio
- Il processo di identificazione dei rischi: analisi induttive e deduttive (FMEA, FMECA, FTA), metodologie di tipo “non strutturato” (brainstorming, interviste, check-list, analisi storica), tassonomie
- Strumenti e tecniche per la valutazione dei rischi: Matrice di rischio, analisi di impatto e probabilità (qualitative, semi-quantitative, quantitative)
- Criteri per la classificazione dei rischi in base a impatto e probabilità
- Stima della probabilità - La matrice probabilità-impatto
- Significatività e accettabilità
- Intervallo di confidenza

Gestione del rischio: determinazione delle azioni di mitigazione

- Risk treatment e rischio residuo
- Le strategie di gestione e mitigazione dei rischi aziendali: strategie interne e strategie esterne
- Accettazione, trasferimento, riduzione e evitamento
- Misure preventive e correttive
- Piani di continuità operativa (*Business Continuity Plan*)

Monitoraggio e Reporting del rischio

- Tecniche e strumenti per il monitoraggio continuo del rischio.
- Indicatori di rischio chiave (KRI - Key Risk Indicators).
- Ruolo del reporting nel processo decisionale e nella comunicazione con gli stakeholder.

Stabilire una politica di gestione del rischio aziendale

- Integrazione del risk management nella strategia aziendale.
- Creare una politica di gestione dei rischi completa e comunicazione della stessa all'interno dell'azienda
- Collegamento tra risk management, corporate governance e pianificazione strategica.
- Utilizzo dell'IA per identificare e prevedere i rischi emergenti.
- Automazione dei processi di gestione del rischio: strumenti di analisi predittiva e machine learning.

Introduzione ai rischi ESG e all'utilizzo dell'IA nel Risk Management

- Rischi legati alla sostenibilità: ambientali, sociali e di governance
- L'impatto del cambiamento climatico sui rischi aziendali
- Regolamentazioni ESG e loro impatto sul rischio aziendale
- Utilizzo dell'IA per identificare e prevedere i rischi
- Automazione dei processi di gestione del rischio: strumenti di analisi predittiva e machine learning



Obiettivi del corso

- Identificare le differenti tipologie di rischi correlate ai processi dell'Organizzazione e ai rapporti con gli Stakeholders
- Applicare le tecniche per valutare l'impatto e la probabilità dei rischi individuati secondo criteri misurabili
- Elaborare strategie efficaci e stabilire le azioni per mitigare e gestire i rischi
- Stabilire le azioni di contenimento dei rischi e di gestione dei rischi residui
- Creare gli strumenti per la gestione e allerta/segnalazione dei rischi individuati con il supporto degli strumenti più moderni come l'IA
- Individuare ruoli e responsabilità dei Process Owners ed Action Owners



Esercitazioni

Durante il corso verranno proposte una serie di esercitazioni relative alle seguenti tematiche:

- Individuazione e raccolta delle criticità nei flussi di un processo
- Stabilire il metodo di quantificazione e frequenza di analisi dei rischi
- Stabilire delle azioni di intervento e contenimento dei rischi
- Individuare ruoli e responsabilità nella gestione di ogni rischio
- Come i rischi vengono percepiti nelle diverse aziende dei partecipanti.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 11 mag al 14 mag

- dal 11 mag al 11 mag
- dal 14 mag al 14 mag

dal 19 ott al 22 ott

- dal 19 ott al 19 ott
- dal 22 ott al 22 ott

Milano

dal 2 lug al 3 lug

dal 19 nov al 20 nov

Best

I 4 ruoli essenziali della leadership

Un modello di comportamenti predittivi del successo nella guida dell'organizzazione

👤📺 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 7.300,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: FC.2



in partnership con

FranklinCovey

Il mondo sta cambiando ad una velocità senza precedenti. Ogni giorno, i leader prendono innumerevoli decisioni e affrontano problemi che non hanno mai incontrato prima. Quello che funzionava ieri, potrebbe non funzionare più da un momento all'altro. La velocità è senza sosta, la posta in gioco alta e le ricompense sono eccellenti solo per coloro che riescono a **guidare i propri team** a raggiungere risultati straordinari. In che modo i leader possono essere un passo avanti agli altri, distinguendo se stessi ed il proprio team in un contesto di rapido cambiamento? Ci sono **4 ruoli** che i leader possono interpretare e che sono altamente predittivi del successo. Li chiamiamo essenziali perché, se i leader gestiscono se stessi ed i loro team in allineamento con questi ruoli, pongono le basi per una **leadership efficace**.

A chi è rivolto

- Leader, imprenditori e manager con l'esigenza di migliorare a 360° il proprio impatto sull'organizzazione aziendale
- Responsabili / Manager di linea, Imprenditori, CEO che desiderino focalizzarsi sull'ottenimento di risultati economici migliori, attraverso un clima aziendale più disteso e collaborativo

Programma

Un nuovo framework per essere leader oggi

- Le sfide della leadership oggi
- Nuove aspettative, nuovi mindset e nuovi comportamenti
- I 4 driver del coinvolgimento per ottenere l'engagement dei collaboratori
- I 4 ruoli essenziali per aumentare l'engagement e ottenere i risultati desiderati

Ispirare fiducia

- Un nuovo mindset: creare intenzionalmente una cultura ad alta fiducia attraverso un processo inside out
- carattere e competenza del leader per creare fiducia
- I 4 pilastri della credibilità: leadership della fiducia come competenza
- Le trust action da implementare per aumentare la propria credibilità
- Capire come creare intenzionalmente una cultura della fiducia.

Creare una vision

- Un nuovo mindset: coinvolgere le persone del proprio team in un lavoro che abbia valore e significato
- Vision, mission e strategia: come creare un collegamento strategico con le esigenze degli stakeholder dell'azienda, la vision e la mission dell'azienda e con le strategie chiave dell'azienda
- Creare la vision del team: come andare oltre una visione operativa e funzionale guidando il team verso un contributo significativo e di valore
- Strategic Narrative per coinvolgere le persone nel day by day.

Eseguire la strategia

- Un nuovo mindset: il successo reale non deriva dalla strategia, ma dai sistemi
- Organizzare al meglio il team e le risorse
- Allineare i Six Rights: le persone giuste, la struttura giusta, i compensi giusti, le risorse giuste, le decisioni giuste, i processi giusti
- L'execution per garantire la realizzazione della strategia
- Le 4 discipline dell'Execution ®:
 - focalizzarsi su ciò che è davvero importante
 - agire sulle misure Lead
 - tenere uno scorebord coinvolgente
 - creare una cadenza di responsabilità

Allenare il potenziale

- Un nuovo mindset: un leader efficace crea altri leader
- Identificare il potenziale nei propri collaboratori
- Costruire e sviluppare le capacità di ognuno
- Allenare e migliorare la performance con il paradigma della persona a tutto tondo
- Come usare al meglio il metodo del feedback
- Le competenze chiave del coaching per il leader
- Il metodo del coaching: le 5 fasi per costruire uno sviluppo sostenibile



Obiettivi del corso

- Fornire il giusto mindset e le competenze richieste per avere successo e raggiungere un livello superiore di risultati nei prossimi 5 anni e oltre
- Sviluppare leader che padroneggino le capacità di pensare in grande ed adattarsi velocemente, tradurre la strategia in un lavoro che abbia significato, essere coach per guidare le persone verso performance eccellenti



Esercitazioni

La soluzione comprende una guida d'implementazione che contiene un piano d'azione con esercizi pratici per ogni ruolo che il partecipante potrà applicare insieme al team nelle settimane successive al corso, oltre a strumenti di autovalutazione pre e post corso. I partecipanti saranno responsabilizzati attraverso la scelta e l'individuazione di un Accountability Partner durante il corso.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

dal 13 apr al 14 apr

dal 8 ott al 9 ott

Online

dal 20 lug al 23 lug

dal 1 dic al 4 dic

- dal 1 dic al 1 dic
- dal 4 dic al 4 dic

Interpretare il bilancio di sostenibilità ESG-CSR

Identificare le informazioni, interpretare i documenti, incrementare la reputation

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 2.1.31

L'UE, nel Libro Verde della Commissione, definisce il **bilancio di sostenibilità** come *"l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate"*. L'obiettivo del bilancio di sostenibilità è quindi quello di informare i propri stakeholder circa risultati economici, sociali e ambientali generati dall'azienda, rispondendo alle aspettative di trasparenza e fiducia e comunicando l'impegno verso la collettività.

Il corso consente di approfondire gli **standard** di riferimento per trasformare il bilancio di sostenibilità in una reale opportunità, con l'obiettivo di distinguersi e competere sul mercato, incrementando **credibilità** e **reputazione** aziendale.

A chi è rivolto

- Sustainability/CSR Manager
- Consulenti delle sostenibilità (società pubbliche e private)
- Manager di alta direzione (CFO, COO, CEO, Managing Director)
- Manager focalizzati su innovazione e sviluppo sostenibile
- Investor e Credit Officer
- Manager di società e enti no-profit
- Membri di CdA, OdV, Collegio Sindacale
- Dottori commercialisti, consulenti del lavoro, avvocati

Programma

Evoluzione della cultura d'impresa: dalla shareholder economy alla stakeholder economy

- Orientamento delle imprese alla gestione della CSR (Corporate Social Responsibility)
- Alfabeto e mappe concettuali della CSR
- Total Quality Management
- Relazione fra disclosure dei dati ESG e valore d'impresa
- NextGenerationEU evPNRR

Normativa sulla rendicontazione dei dati non finanziari

- Applicazione secondo gli IAS/IFRS
- UN Global Compact - Agenda 2030

- Direttiva 2014/95/EU - NFRD
- Carta dei Valori, Codice Etico e MOGC D.Lgs 231/2001
- Sistema Integrato delle certificazioni
- Global Reporting Initiative (GRI)

Tipologie di reporting non finanziario

- Esperienze e sviluppi metodologici del Bilancio Sociale come strumento di gestione e di rendiconto
- Principali strumenti di rendicontazione sociale
- Dal bilancio sociale al bilancio di sostenibilità
- Social balanced scorecard
- Stakeholder scorecard
- Bilanci del Terzo Settore

Valutazione d'azienda nel mondo ESG e gestione del cambiamento

- Elementi ESG nel metodo discounted cashflow (DCF)
- Analisi del macroambiente
- Approccio operativo (project management)
- Approccio integrato come sfida per il successo
- Risk Management Integrato e rischi ESG
- Compliance Integrata



Obiettivi del corso

- Apprendere gli strumenti operativi e le attività di intervento innovativo in ambito ESG, per identificare le informazioni non finanziarie rilevanti
- Conoscere le metodologie e sapere interpretare i documenti del bilancio di sostenibilità
- Acquisire le necessarie competenze tecniche per gestire a 360° i temi di sostenibilità in chiave strategica ed integrata



Esercitazioni

- Valuing ESG: doing good or sounding good?
- Proposta di nuova direttiva europea sul reporting di sostenibilità
- Brainstorming e mappe concettuali focalizzate sul bilancio di sostenibilità



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

dal 18 mag al 19 mag

dal 21 ott al 22 ott

Online

dal 7 lug al 9 lug


- dal 7 lug al 7 lug
- dal 9 lug al 9 lug

dal 1 dic al 4 dic

- dal 1 dic al 1 dic
- dal 4 dic al 4 dic

Fondamenti di sostenibilità ed economia circolare

Applicare i principi della circolarità per generare innovazione, giustizia sociale e prosperità

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.000,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 7.2.6

L'**economia circolare** è un **modello economico** dove i materiali non diventano mai rifiuti, le risorse naturali non vengono disperse e la natura viene curata e rigenerata. Nell'economia circolare, i prodotti e i materiali vengono mantenuti in circolazione ed in uso tramite processi come la **manutenzione**, il **riuso**, il **ritorno in produzione** e il **riciclo**. L'obiettivo dell'economia circolare è quello di risolvere i **problemi ambientali**, come l'inquinamento e la perdita di biodiversità, mentre si crea valore, **giustizia sociale e prosperità**.

A chi è rivolto

- Manager di alta direzione (CFO, COO, CEO, Managing Director)
- Manager focalizzati su innovazione e sviluppo sostenibile
- Investor Relator e Financial Advisor
- Marketing Strategist e Communication Officer
- Investor e Credit Officer
- Imprenditori

Programma

Definizioni

- Le parole (misteriose) della sostenibilità SDG, ESG, CSR, Codice Etico, EPR, PNRR

I sistemi naturali globali e i loro confini

- Per comprendere gli equilibri e le caratteristiche dei sistemi naturali, l'impatto delle attività industriali, gli equilibri e gli obiettivi, usiamo il modello dei 5 sistemi globali elaborato dal prof. Johan Rockstrom, vincitore del Tyler Prize for Environmental Achievements

Cosa possiamo fare per rigenerare il pianeta?

- La resilienza della natura, la resilienza degli uomini (secondo le teorie del Prof. Sean B. Carroll, biologo evoluzionista)

Elaborare e conseguire obiettivi di sostenibilità basati sulla scienza

I principi dell'economia circolare e la loro applicazione in azienda

Il ciclo dei materiali (esercitazione)

- osserviamo nel dettaglio, industria per industria come realizzare valore con l'economia circolare. Discutiamo insieme dei piccoli e grandi cambiamenti necessari

Flussi Circolari (esercitazione)

- I flussi dell'economia circolare sono flussi di materiali, risorse, economie e informazioni. Impariamo le loro caratteristiche, selezioniamo i più promettenti per il nostro caso attuale. Utilizziamo il modello C2C Cradle to Cradle di Michael Braungart e Bill McDonough

Il pensiero rigenerativo (esercitazione)

- sperimentiamo per comprendere come la produzione e il consumo creino impatto sull'ambiente, sui territori sulle comunità. Impariamo a progettare con la teoria della complessità e il pensiero sistemico



Obiettivi del corso

- Imparare ad impiegare in azienda le metodologie progettuali dell'Economia Circolare per realizzare la sostenibilità
- Imparare ad adottare un approccio sistemico che tenga conto dell'interdipendenza e della complessità nel disegnare le strategie aziendali ed i piani operativi
- Essere in grado di individuare dei target di sostenibilità che tengano conto dei maggiori fonti di impatto ambientale e del rapporto tra ecosistema, giustizia sociale e sviluppo economico



Esercitazioni

- Valuing ESG: doing good or sounding good?
- Brainstorming e Mappe Concettuali focalizzate sull'economia circolare



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 4 mar

date 21 set


Milano

date 12 mag

date 15 ott

Le 6 Regole fondamentali per guidare un team

I mindset, le competenze e i tool necessari per potenziare le competenze e i risultati del team

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 7.300,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: FC.39

Ogni manager ha un impatto significativo a qualsiasi livello aziendale: la produttività ed il coinvolgimento dei dipendenti, la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela, l'innovazione e i risultati economici.

I manager sono i creatori ed i **portatori della cultura per il proprio team e fonte d'influenza diretta** sulla scelta di rimanere o meno da parte dei top talent aziendali. Sono **"creatori di differenze"**.

Le 6 Regole fondamentali per guidare un team è una raccolta puntuale di risorse pratiche che forniscono ai leader la mentalità, le competenze e gli strumenti necessari per eccellere nel loro ruolo di guida.

A chi è rivolto

Il programma è ideale per i nuovi leader di primo livello che devono passare con successo da collaboratori individuali a leader di altri, ma anche per i leader che ricoprono il loro ruolo da tempo e che sono alla ricerca di una guida pratica e pertinente su come guidare e gestire efficacemente i loro team.

Programma

REGOLA 1 - Il mindset del manager

- Superare il mindset reattivo che ostacola produttività ed efficacia.
- Ampliare l'Area di Influenza così da raggiungere i propri obiettivi.
- Gli alti e bassi manageriali.

REGOLA 2 - Tenere regolari incontri 1 to 1

- Il livello di coinvolgimento dei propri collaboratori.
- Come pianificare un 1 to 1.
- Come gestire un 1 to 1 (scheda di preparazione).
- Tecniche di ascolto empatico.
- Le domande di coaching.

REGOLA 3 - Organizzare il team per ottenere risultati

- Identificare le priorità della propria organizzazione e allinearsi ad essi.
- Definire il «Perché» della nostra attività: le 3 domande.
- Definire il «Cosa»: quali sono i risultati desiderati.
- Definire il «Come»: come delegare le attività.
- Prepararsi ad una conversazione sulla delega.
- Valutare Competenza/Esperienza nel delegare.

REGOLA 4 - Creare una cultura del feedback

- Quali sono gli Angoli Ciechi manageriali?
- Dare feedback: cosa fare e cosa non fare.
- Due tipologie di feedback: rinforzo e correzione.
- Chiedere feedback.
- Pratica nell'utilizzo della Scheda di Feedback .

REGOLA 5 - Guidare il team attraverso il cambiamento

- Perché il cambiamento fallisce?
- Il Change Model.
- Esempi vincenti e perdenti di cambiamento.
- Come comunicare e sostenere il cambiamento.
- Le fasi del cambiamento.
- Lo strumento «Guidare il cambiamento».

REGOLA 6 - Gestire il proprio tempo ed energie

- Identificare le priorità e le urgenze.
- La pianificazione settimanale.
- La pianificazione giornaliera.
- Gestire la propria energia personale.
- I 5 Energy Driver.



Obiettivi del corso

- Assumere un ruolo da giocatore/coach.
- Organizzare il lavoro del team bilanciando responsabilizzazione e crescita.
- Creare un vero coinvolgimento da parte dei membri del team.
- Guidare i membri del team che sono in remoto o in team virtuali.
- Adattarsi ai rapidi cambiamenti del contesto lavorativo.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 7 apr al 10 apr

- dal 7 apr al 7 apr
- dal 10 apr al 10 apr

dal 13 lug al 16 lug

- dal 13 lug al 13 lug
- dal 16 lug al 16 lug

dal 12 ott al 15 ott

- dal 12 ott al 12 ott
- dal 15 ott al 15 ott

Milano

dal 7 mag al 8 mag

dal 12 nov al 13 nov

Marketing strategico

Identificare i bisogni dei clienti, anticipare trend e opportunità

★★★★☆ 4,3/5 (23 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.920,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.3

Il corso si pone l'obiettivo di enfatizzare la funzione del marketing all'interno del suo **ruolo strategico**, che lo vede definire con l'alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato.

Un ruolo divenuto **poliedrico** che prevede non solo la capacità di usare gli strumenti per identificare i bisogni dei clienti ma anche e soprattutto le competenze per trovare un modo unico e diverso dai concorrenti per soddisfarli, per comunicare con loro in modo efficace e per promuovere le proprie soluzioni in modo redditizio ma anche disruptive.

Il corso mira ad enfatizzare il ruolo del marketing all'interno dell'organizzazione, facendo comprendere le sue **relazioni con le altre business unit** e definendo il percorso corretto per soddisfare il cliente e remunerare adeguatamente gli azionisti.

A chi è rivolto

- Product Manager
- Brand Manager
- Amministratori delegati, imprenditori, direttori generali che vogliono portare innovazione nel modo di fare business ed essere aggiornati sui più moderni approcci al mercato
- Responsabili di Vendite e Marketing che intendono sviluppare moderni approcci al mercato, alla vendita e al prodotto/servizio
- Tutti coloro che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti innovativi e autorevoli per definire, organizzare e realizzare piani di marketing vincenti

Programma

Marketing strategico: dall'analisi macroeconomica al focus sul business caratteristico

- Analisi dei trend a livello macro e loro impatto nel day by day
- Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda
- Concetti base di strategia aziendale: la pianificazione strategica

Marketing strategico: dall'analisi di mercato alle scelte strategiche

- Analisi di attrattività di mercato e di competitività dell'impresa
- Segmentazione e individuazione del cliente target
- Analisi SWOT e scelte d'orientamento strategico

Creare un'offerta integrata: la sinergia perfetta del marketing mix

- Quali strategie di prodotto/servizio scegliere
- Saper sviluppare strategie di prezzo adeguate al target obiettivo
- **Comunicare valore:** quali strategie di comunicazione scegliere

Gestione del brand

- Come creare un posizionamento distintivo e competitivo
- Definizione e gestione della Brand Equity
- Strategia, lessico e mercato: distinguere fra Brand Awareness, Brand Reputation e Brand Image

Marketing strategico e Intelligenza artificiale

- Gli utilizzi dell'AI nel marketing strategico: data analysis, chatbot, ricerche di mercato, content creation
- Come scrivere un prompt



Obiettivi del corso

- Acquisire una visione completa e attuale del marketing strategico
- Gestire le sfide del marketing in contesti dinamici e turbolenti
- Apprendere i legami tra pianificazione strategia e marketing
- Utilizzare le analisi di mercato: PESTEL analysis, 5 forze competitive, SWOT analysis
- Utilizzare le leve di marketing (5P): prodotto, prezzo, punti di vendita, promozione, persone
- Approfondire le opportunità dell'AI



Esercitazioni

- S.W.O.T. analysis
- Analisi C.U.B.
- Definizione della strategia aziendale
- Business model canvas



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 12 mag al 15 mag

- dal 12 mag al 12 mag
- dal 15 mag al 15 mag

dal 21 lug al 24 lug

- dal 21 lug al 21 lug
- dal 24 lug al 24 lug

dal 14 set al 17 set

- dal 14 set al 14 set
- dal 17 set al 17 set

dal 23 nov al 26 nov

- dal 23 nov al 23 nov
- dal 26 nov al 26 nov


Milano

dal 23 giu al 24 giu

dal 20 ott al 21 ott

Innovare con il Design Thinking

Metti il cliente al centro dell'innovazione

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8865

Il **Design Thinking** è un **approccio innovativo** di origine californiana che trae ispirazione dalla mentalità dei designer, ponendo le **esigenze del cliente e la sperimentazione al centro del processo**.

Questo corso di formazione permette ai partecipanti di scoprire e mettere in pratica l'approccio in cinque fasi del Design Thinking. Si tratta di un **approccio focalizzato sull'azione**, sull'**implementazione operativa** e sulla **sperimentazione delle idee**, con l'obiettivo di fornire il miglior valore possibile agli utenti.

Il **processo di Design Thinking** si basa su **tre pilastri**:

- **Empatia**: mettere il cliente al centro dell'innovazione, comprendere le sue motivazioni profonde e anticipare le sue esigenze.
- **Creatività**: ricerca di idee originali che soddisfino realmente le esigenze del cliente.
- **Prototipazione**: accelerare la curva di apprendimento, testare rapidamente le soluzioni con il cliente e ridurre i rischi.

A chi è rivolto

- Chiunque sia responsabile di un progetto di innovazione.
- Manager responsabili dell'implementazione e della guida dell'innovazione.
- Responsabili di progetto per lo sviluppo di nuovi prodotti/servizi.
- Responsabili della ricerca e sviluppo, responsabili del marketing.
- Responsabili marketing di prodotto, responsabili vendite, direttori commerciali.

Programma

Prima | Attività e-learning per prepararsi alla formazione

- Definizione degli obiettivi della formazione.
- Effettuare un self-assessment delle proprie competenze.

Durante | Sessione di Gruppo

STEP 1 - Mindset e principi dell'approccio

- Comprendere il cambiamento di paradigma del Design Thinking
- Collocare il Design Thinking tra gli altri approcci all'innovazione (Lean startup, agilità)
- Scoprire l'approccio in sei fasi del Design Thinking

STEP 2 - Dimostrare empatia

- Raggiungere l'empatia con il cliente utilizzando quattro strumenti: persona, customer journey, WHW questioning, mappa dell'empatia

STEP 3 - Definire il bisogno

- Utilizzare tre strumenti per definire il bisogno: saturazione e raggruppamento, angolo di attacco e domanda paradossale
- Definire la sfida da risolvere per soddisfare le esigenze del cliente

STEP 4 - Immaginare

- Facilitare una sessione di creatività
- Utilizzare quattro strumenti per la creatività: esercizi di riscaldamento, brainstorming, ciclo creativo, selezione e classificazione delle idee

STEP 5 - Prototipare e testare la soluzione

- Sviluppare un prototipo della soluzione
- Creare il pitch per presentare l'innovazione
- Sviluppare un protocollo di test
- Mettere il cliente al centro del processo di test utilizzando due strumenti: le tre frasi di apprezzamento e la Griglia di sintesi delle opinioni

Dopo | Attività e-learning per l'implementazione on the job

- Strumenti pronti all'uso.
- Programma di micro-esperienza via e-mail.
- Questionario online per valutare le proprie competenze acquisite



Obiettivi del corso

- Essere in grado di implementare l'approccio del Design Thinking per innovare i prodotti e i servizi
- Sperimentare l'utilizzo degli strumenti del Design Thinking in ogni fase del processo



Esercitazioni

- Questo training si focalizza sull'applicazione delle competenze in situazioni lavorative, combinando i vantaggi della formazione di gruppo con attività di e-learning individuale per una maggiore efficacia
- Un best-seller di formazione elogiato da migliaia di partecipanti

Come si svolge

Corso full immersion di 8 ore dedicato a esercitazioni, simulazioni, role-play per consolidare competenza di cui siano già noti gli elementi teorici.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 25 mag al 28 mag

- dal 25 mag al 25 mag
- dal 28 mag al 28 mag

dal 6 lug al 9 lug

- dal 6 lug al 6 lug
- dal 9 lug al 9 lug


dal 6 ott al 9 ott

- dal 6 ott al 6 ott
- dal 9 ott al 9 ott

Best

Le 4 leve del Change Management

Le competenze strategiche per guidare i team aziendali verso il cambiamento

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6686

Quando si verifica un **cambiamento significativo** all'interno di un'azienda o di un'organizzazione, i **manager** sono in prima linea. Devono tenere conto delle **resistenze del loro team** e delle **questioni di CSR** nella loro guida.

Questa formazione sulla gestione del cambiamento consente loro di **agire in modo appropriato**, considerando i meccanismi che regolano il comportamento umano di fronte al cambiamento.

A chi è rivolto

- Qualsiasi manager gerarchico o interfunzionale.
- Responsabile di un dipartimento di gestione del cambiamento.
- Responsabile di progetto.

Programma

Prima | Attività e-learning per prepararsi alla formazione

- Definire gli obiettivi della formazione.
- Effettuare un'autovalutazione delle proprie competenze.

Durante | Sessione di Gruppo

STEP 1 | Analizzare le sfide del cambiamento

- Identificare il problema che ha innescato il progetto di trasformazione
- Definire il ruolo del manager come chiave per il successo del progetto

STEP 2 | Identificare i meccanismi alla base dei comportamenti umani in risposta al cambiamento

- Identificare le fasi del cambiamento e il loro impatto sui dipendenti coinvolti
- Analizzare le principali cause di resistenza al cambiamento

STEP 3 | Rafforzare il ruolo del manager nel cambiamento

- Aiutare le parti interessate nel loro processo di apprendimento
- Comunicare in modo appropriato e utilizzare i canali giusti
- Promuovere gli scambi e renderli motori del progresso

STEP 4 | Attivare i quattro pilastri di un piano di gestione del cambiamento

- Identificare e costruire la comprensione del cambiamento
- Identificare gli impatti e gli stakeholder
- Implementare la strategia di alleanza
- Coinvolgere e comunicare

Dopo

Dopo | Attività e-learning per l'implementazione on the job

- Strumenti pronti all'uso.
- Programma di micro-pratica via e-mail.

Valutazione

- Un questionario online per valutare le competenze acquisite.



Obiettivi del corso

- Analizzare i comportamenti in risposta al cambiamento e sostenere le persone nel processo.
- Utilizzare le leve pertinenti per aiutare il team a gestire il cambiamento in modo più agevole.
- Anticipare i rischi legati al change management, tenendo conto delle questioni di responsabilità sociale d'impresa (CSR).



Esercitazioni

- Questa formazione si concentra sull'applicazione delle competenze in situazioni lavorative, combinando i vantaggi della formazione di gruppo con attività di e-learning individuale per una maggiore efficacia.
- Una formazione best-seller apprezzata da migliaia di partecipanti.
- Questo percorso formativo è idoneo per 14 PDU nell'area Power Skills per il mantenimento della certificazione PMP® o PgMP®.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 3 mar al 6 mar

- dal 3 mar al 3 mar
- dal 6 mar al 6 mar

dal 15 giu al 18 giu

- dal 15 giu al 15 giu
- dal 18 giu al 18 giu

dal 22 set al 25 set

- dal 22 set al 22 set
- dal 25 set al 25 set


Milano

dal 11 mag al 12 mag

dal 23 nov al 24 nov

Fondamenti di sostenibilità ed economia circolare

Applicare i principi della circolarità per generare innovazione, giustizia sociale e prosperità

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.000,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 7.2.6

L'**economia circolare** è un **modello economico** dove i materiali non diventano mai rifiuti, le risorse naturali non vengono disperse e la natura viene curata e rigenerata. Nell'economia circolare, i prodotti e i materiali vengono mantenuti in circolazione ed in uso tramite processi come la **manutenzione**, il **riuso**, il **ritorno in produzione** e il **riciclo**. L'obiettivo dell'economia circolare è quello di risolvere i **problemi ambientali**, come l'inquinamento e la perdita di biodiversità, mentre si crea valore, **giustizia sociale e prosperità**.

A chi è rivolto

- Manager di alta direzione (CFO, COO, CEO, Managing Director)
- Manager focalizzati su innovazione e sviluppo sostenibile
- Investor Relator e Financial Advisor
- Marketing Strategist e Communication Officer
- Investor e Credit Officer
- Imprenditori

Programma

Definizioni

- Le parole (misteriose) della sostenibilità SDG, ESG, CSR, Codice Etico, EPR, PNRR

I sistemi naturali globali e i loro confini

- Per comprendere gli equilibri e le caratteristiche dei sistemi naturali, l'impatto delle attività industriali, gli equilibri e gli obiettivi, usiamo il modello dei 5 sistemi globali elaborato dal prof. Johan Rockstrom, vincitore del Tyler Prize for Environmental Achievements

Cosa possiamo fare per rigenerare il pianeta?

- La resilienza della natura, la resilienza degli uomini (secondo le teorie del Prof. Sean B. Carroll, biologo evoluzionista)

Elaborare e conseguire obiettivi di sostenibilità basati sulla scienza

I principi dell'economia circolare e la loro applicazione in azienda

Il ciclo dei materiali (esercitazione)

- osserviamo nel dettaglio, industria per industria come realizzare valore con l'economia circolare. Discutiamo insieme dei piccoli e grandi cambiamenti necessari

Flussi Circolari (esercitazione)

- I flussi dell'economia circolare sono flussi di materiali, risorse, economie e informazioni. Impariamo le loro caratteristiche, selezioniamo i più promettenti per il nostro caso attuale. Utilizziamo il modello C2C Cradle to Cradle di Michael Braungart e Bill McDonough

Il pensiero rigenerativo (esercitazione)

- sperimentiamo per comprendere come la produzione e il consumo creino impatto sull'ambiente, sui territori sulle comunità. Impariamo a progettare con la teoria della complessità e il pensiero sistemico



Obiettivi del corso

- Imparare ad impiegare in azienda le metodologie progettuali dell'Economia Circolare per realizzare la sostenibilità
- Imparare ad adottare un approccio sistemico che tenga conto dell'interdipendenza e della complessità nel disegnare le strategie aziendali ed i piani operativi
- Essere in grado di individuare dei target di sostenibilità che tengano conto dei maggiori fonti di impatto ambientale e del rapporto tra ecosistema, giustizia sociale e sviluppo economico



Esercitazioni

- Valuing ESG: doing good or sounding good?
- Brainstorming e Mappe Concettuali focalizzate sull'economia circolare



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 4 mar

date 21 set

Milano

date 12 mag

date 15 ott

Intelligenza Artificiale

Prepararsi alla transizione dei processi per il marketing, la comunicazione, le risorse umane, la gestione aziendale

 A distanza



2 giorni (14 Ore)

Open : 1.690,00 € +IVA

WebCode: IT.1

Packaged in azienda : 3.720,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

L'Intelligenza Artificiale è ormai **inseparabile** da qualsiasi **progetto di digitalizzazione** aziendale. E' dunque altamente consigliato ai decisori e agli attori di tale progetto studiare e valutare con attenzione le innumerevoli possibilità di utilizzo e interpretazione dei dati offerte da questo insieme di tecnologie.

Gli sviluppi negli algoritmi di elaborazione dei dati stanno dando origine a nuove possibilità tecnologiche come il **Machine Learning** e il **Deep Learning**. Come implementare una soluzione di Intelligenza Artificiale? Quali strumenti possono essere implementati? Quali benefici ne possono derivare? È riservata ad alcune attività e professioni specifiche?

Attraverso molteplici esempi questo seminario consentirà ai partecipanti di rafforzare le proprie conoscenze iniziali per avviare efficacemente l'**implementazione di una soluzione di Intelligenza Artificiale** adattata all'attività della propria azienda.

A chi è rivolto

Per chi

- Dirigenti, direttori IT
- Direttori di progetto
- Chiunque desideri comprendere i meccanismi e i potenziali benefici del Machine Learning e dell'Intelligenza Artificiale Generativa per guidare o gestire la preparazione di soluzioni AI nell'Enterprise

Programma

Gli usi dell'Intelligenza Artificiale

- Dalla fantasia alla realtà dell'Intelligenza Artificiale
- Storia, concetti di base e applicazioni dell'intelligenza artificiale
- Visione globale dei dispositivi di Intelligenza Artificiale
- Machine Learning vs Deep Learning

Quali sono i meccanismi dell'Intelligenza Artificiale?

Reti neurali e deep learning

- Cos'è una rete neurale?
- La rete neurale: architettura, funzioni di attivazione e ponderazione delle attivazioni precedenti...
- Cos'è l'apprendimento della rete neurale? Rete profonda e poco profonda, overfit, underfit, convergenza
- Imparare una rete neurale: funzioni di costo, back-propagation...

- Modellazione di una rete neurale: modellazione dei dati di input e output in base al tipo di problema
- Approssimazione di una funzione da parte di una rete neurale
- Approssimazione di una distribuzione da parte di una rete neurale
- Generazione di rappresentazioni interne all'interno di una rete neurale
- Generalizzazione dei risultati delle reti neurali
- Rivoluzione del Deep Learning: genericità di strumenti e problematiche
- Classificazione dei dati
- Tipi: dati, video, immagini, suoni, testo, ecc.
- Le sfide di una classificazione dei dati e le scelte implicite in un modello di classificazione

AI ACT, Etica bias e intelligenza artificiale

- La normativa europea: AI ACT
- Lavoro e AI: le nuove skills dei dipendenti che operano con l'AI
- Etica e AI
- Bias AI e Allucinazioni

Prompt e Chatbot

- Sperimentazione in aula di prompt
- Creazione di ChatBot
- Tipi di bot in base alle aree di attività
- Sfide di marketing nella digitalizzazione delle relazioni con i clienti
- Perché le aziende si affidano ai Bot?
- Ottimizzare la costruzione dell'interfaccia di scambio del Bot
- Come progettare un Bot?

Linguaggio naturale

- Fondamenti di un sistema di comprensione del linguaggio naturale
- Comprendere i principi
- Complessità dell'implementazione

Come implementare un'applicazione AI?

- Il ciclo di vita di un progetto di AI
- Supporto per i cambiamenti necessari (formazione, comunicazione, gestione)
- Tipologie di implementazioni

La roadmap della distribuzione di un'applicazione AI

- La roadmap dell'implementazione di un'applicazione AI (prima, durante e dopo il progetto)
- Le specificità di un progetto di IA
- La retro pianificazione del/i reclutamento/i e il loro impatto sui progetti

Scenari applicativi degli strumenti di AI

- AI può diventare un valido alleato in azienda. Alcuni possibili scenari applicativi in azienda per il marketing, la comunicazione, l'HR, e la gestione aziendale:
- AI nella creazione di contenuti digitali, come grafiche e testi;
- AI per la creazione di siti web;
- AI per gli assistenti digitali personali;
- AI per l'apprendimento;
- AI per l'ottimizzazione di programmi microsoft;
- AI per effettuare una traduzione in modo automatico e veloce;
- AI per la cybersicurezza;
- AI nell'automotive per l'assistenza alla guida;
- AI per la gestione aziendale



Obiettivi del corso

- Avere una definizione concreta di soluzioni e strumenti di Intelligenza Artificiale
- Essere in grado di discernere le chiavi del successo di una soluzione di Intelligenza Artificiale
- Conoscere le soluzioni, gli strumenti e le tecnologie attualmente utilizzate in un progetto di Intelligenza Artificiale



Esercitazioni

Il corso è caratterizzato da un approccio metodico al tema, basato continuamente su casi concreti



Date 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

dal 3 feb al 6 feb

- dal 3 feb al 3 feb
- dal 6 feb al 6 feb

dal 5 mag al 8 mag

- dal 5 mag al 5 mag
- dal 8 mag al 8 mag

dal 7 lug al 10 lug

- dal 7 lug al 7 lug
- dal 10 lug al 10 lug

dal 15 set al 18 set

- dal 15 set al 15 set
- dal 18 set al 18 set

dal 10 nov al 13 nov

- dal 10 nov al 10 nov
- dal 13 nov al 13 nov

Design Sprint Bootcamp

Le tecniche fondamentali per risolvere problemi complessi e accelerare l'innovazione

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.6.6

Il **Design Sprint Boot Camp** è un percorso intensivo di due giorni che fornisce le basi per affrontare e risolvere le sfide aziendali in modo strutturato e collaborativo. Durante il Boot Camp, i partecipanti saranno immersi in un processo di **apprendimento pratico**, che li porterà a comprendere le problematiche chiave, **generare idee innovative** e **sviluppare soluzioni concrete**. Questo approccio permette di risparmiare tempo e risorse, indirizzando rapidamente il team verso **decisioni affidabili** e **azioni pratiche**. Attraverso esercizi interattivi e simulazioni, i partecipanti avranno la possibilità di sperimentare la metodologia direttamente, apprendendo tecniche efficaci per migliorare i processi decisionali e la produttività.

A chi è rivolto

- Manager di innovazione: professionisti che guidano processi di innovazione all'interno delle aziende e vogliono adottare un approccio strutturato per accelerare lo sviluppo di nuove idee
- Imprenditori e startup founder: leader di startup che devono validare velocemente nuove idee, prodotti o servizi e che desiderano minimizzare i rischi e ottimizzare i processi di sviluppo

Programma

Analisi e Comprensione del Problema/Sfida

Introduzione e obiettivi del Boot Camp

- Introduzione al percorso, con focus su ciò che i partecipanti potranno acquisire durante le due giornate. Verranno definiti gli obiettivi da raggiungere e le aspettative sul metodo

Mappatura collaborativa del problema

- Attraverso la mappatura visiva, i partecipanti lavoreranno insieme per identificare le problematiche principali, evidenziando le aree critiche e le opportunità di miglioramento

Interazione con esperti

- Confronto con esperti del settore per raccogliere informazioni e approfondire la comprensione del problema, ottenendo una visione a 360 gradi

Definizione dell'obiettivo strategico

- Lavoro di gruppo per identificare chiaramente l'obiettivo a lungo termine da raggiungere e le metriche di successo per valutare i progressi

Selezione delle sfide principali

- Prioritizzazione delle sfide su cui lavorare, utilizzando tecniche pratiche per concentrare le energie sulle problematiche più impattanti

Decision Making Rapido

- Introduzione di tecniche per prendere decisioni in maniera veloce ed efficace, coinvolgendo il team e facilitando la collaborazione

Generazione di Soluzioni e Prototipazione

Brainstorming strutturato

- Sessioni di brainstorming mirate alla generazione di idee innovative e creative, utilizzando tecniche avanzate per stimolare la creatività in modo produttivo

Visualizzazione delle idee con sketching

- Traduzione delle idee in disegni e storyboard per dare forma concreta alle soluzioni proposte. Questo processo aiuta a rendere visibili le idee e a migliorare la comprensione condivisa

Selezione della soluzione più promettente

- Con l'aiuto di tecniche di valutazione e selezione collaborativa, il team sceglierà la soluzione migliore tra quelle proposte, basandosi su criteri di impatto e fattibilità

Prototipazione pratica

- Creazione di un prototipo realistico che simula l'implementazione della soluzione scelta. Durante questa fase, i partecipanti impareranno come trasformare le idee in realtà

Preparazione al testing e validazione

- Imparerai a preparare e condurre test con utenti reali per validare la soluzione proposta. Sarà fondamentale raccogliere feedback utili per migliorare ulteriormente il prototipo

Conclusioni e riflessioni finali

- Chiusura del Boot Camp con una discussione sulle principali lezioni apprese, su come applicare queste tecniche nei contesti aziendali e sugli strumenti che i partecipanti porteranno con sé per migliorare i loro progetti futuri



Obiettivi del corso

- Come eseguire un Design Sprint, inclusi gli esercizi e le tecniche delle ultime versioni
- Acquisire una comprensione profonda del problema aziendale attraverso un processo collaborativo e strutturato
- Stimolare la creatività del team per generare soluzioni efficaci e innovative
- Definire un piano d'azione concreto che possa essere utilizzato per sviluppare prototipi
- Applicare tecniche e strumenti per migliorare i processi di innovazione all'interno della propria organizzazione
- Facilitare workshop efficaci con il team, migliorando la collaborazione e il focus sugli obiettivi aziendali



Esercitazioni

I partecipanti saranno coinvolti in un percorso di apprendimento pratico e collaborativo, con esercizi continui e immersivi. Attraverso attività concrete, sperimenteranno direttamente le tecniche apprese, lavorando in team su casi reali e simulazioni per consolidare le competenze acquisite e applicarle in modo efficace ed efficiente.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

dal 21 mag al 22 mag

date 12 ott

Online

dal 16 lug al 17 lug


dal 17 nov al 20 nov

- dal 17 nov al 17 nov
- dal 20 nov al 20 nov

New

Creatività e innovazione

Sviluppare il pensiero creativo per promuovere l'innovazione

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 890,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.600,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: VC009-ext

La **creatività** è la forza trainante dell'**innovazione** e distingue la tua organizzazione dalla concorrenza. Ma come si fa a sfruttare e coltivare questa skill essenziale?

Durante questo percorso, imparerai a sviluppare e coltivare la tua **mentalità creativa**, creando un ambiente in cui la creatività possa davvero fiorire.

Scoprirai come **vedere le sfide da nuove prospettive**, applicando diversi punti di vista per dare vita a idee innovative. E ancora, come affrontare gli ostacoli alla **creatività**, servendoti di strumenti per superarli e ispirando il pensiero creativo negli altri.

A chi è rivolto

Professionisti che vogliono sviluppare processi di pensiero creativo, stabilire e applicare approcci innovativi alle attività lavorative e migliorare la creatività negli altri.

Programma

Il ruolo fondamentale di creatività e innovazione

- Il potere del fare rispetto al non fare

Ostacoli alla creatività

- Blocchi creativi più comuni
- Le sfide attuali che stiamo affrontando
- Esercizio: Il vostro personale Case Study
- Quanto siete creativi?

Il processo creativo

- Esercizio: Il processo creativo
- Preparazione; Incubazione; Illuminazione; Verifica

Promuovere un ambiente creativo

- Esercizio: sfida dei 30 cerchi
- 10 consigli per dare il benvenuto alla creatività

- Strumenti e tecniche del pensiero creativo
- Esercizio: Analisi dei campi di forza

Innovazione dirompente

- Esercizio: l'innovazione dirompente
- Concetti ed esempi

Parte pratica

- Esercizio di coppia/gruppo: i vostri blocchi creativi
- Esercizio individuale o di gruppo: cambiare prospettiva
- Esercizio a coppie: promuovere la creatività e l'innovazione negli altri
- Diario di riflessione personale
- Action plan: creare una mappa mentale per promuovere la creatività e l'innovazione nella vostra organizzazione



Obiettivi del corso

- Riconoscere l'importanza della **creatività** e dell'**innovazione**.
- Identificare gli ostacoli alla creatività e applicare le tecniche per superarli.
- Descrivere le **fasi del processo creativo**.
- Utilizzare **tecniche di pensiero creativo** per promuovere un ambiente stimolante e inclusivo.
- Analizzare **esempi di innovazione** dirompente e discutere il loro impatto.



Esercitazioni

- Questo training si focalizza sull'**applicazione delle competenze in situazioni lavorative**, combinando i benefici della formazione di gruppo con attività individuali per una maggiore efficacia.
- Ha un forte **approccio pratico**, con esercizi che aiutano i partecipanti ad applicare i concetti appresi.
- Al termine della sessione, i partecipanti elaboreranno un action plan con le **strategie di rafforzamento delle proprie aree di crescita e di sviluppo delle competenze chiave**.
- **Percorso** formativo valido per l'**acquisizione di 7 PDU nella categoria Power Skills, utili per il mantenimento della certificazione PMP® o PgMP®**.



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 6 mag

date 14 ott

Milano


date 8 lug

date 25 nov

New

Growth Hacking: accelerare la crescita digitale del proprio business

Attrarre, convertire e fidelizzare attraverso il Growth Hacking

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.97

In un mercato in cui l'agilità è un fattore chiave di successo, il Growth Hacking si afferma come **un metodo innovativo per attivare, testare e ottimizzare i canali di crescita.**

Questa formazione intensiva di due giorni permette a marketer e imprenditori di comprendere i fondamenti del Growth Hacking, acquisire la **mentalità sperimentale "test & learn"**, costruire le prime basi di una **strategia di crescita personalizzata**. Alternando apporti teorici, analisi di casi concreti e laboratori pratici, il corso fornisce ai partecipanti le chiavi per identificare opportunità di crescita e strutturare azioni efficaci e misurabili.

A chi è rivolto

- Growth Manager, Digital Marketer
- Business Developer
- Imprenditori

Programma

Comprendere i fondamenti del Growth Hacking

- Definire che cos'è il Growth Hacking: origine, cultura e mentalità
- Comprendere la filosofia "test & learn" e la cultura dell'iterazione
- Distinguere tra marketing tradizionale e approccio Growth Hacking
- Analizzare i principali canali di acquisizione digitale:
 - SEO (ottimizzazione organica)
 - SEA (Google Ads)
 - Social Ads
 - Affiliazione
 - E-mail marketing

Costruire la propria strategia di crescita con il modello AARRR

- Scoprire le 5 fasi del funnel AARRR: Acquisition - Activation - Retention - Referral - Revenue
- Identificare i KPI chiave per ogni fase
- Realizzare un audit dei canali di acquisizione già esistenti
- Definire le priorità tramite la matrice Impatto / Fiducia / Facilità
- Creare un backlog di esperimenti sui principali canali:

- SEO: elaborare una strategia di contenuti mirata
- Google Ads: testare campagne di ricerca a basso budget
- Social Ads: condurre A/B test su creatività e audience
- E-mail marketing: automatizzare sequenze di attivazione
- Affiliazione: attivare una rete di partner commerciali
- Studiare casi reali di Growth Hack di successo
- Utilizzare un canvas strategico per organizzare e monitorare i test

Creare e ottimizzare una landing page di conversione

- Utilizzare l'IA (con Cursor) per progettare una landing page efficace
- Applicare i principi fondamentali di una pagina performante:
 - titolo chiaro
 - proposta di valore
 - prova sociale
 - CTA (call to action) efficace
- Adattare la landing page al canale di acquisizione utilizzato

Padroneggiare gli strumenti del growth hacker

- Accelerare la produzione di contenuti con strumenti no-code e di automazione
- Scegliere e utilizzare i tool più adatti per ogni leva:
 - SEO: Semrush, Ubersuggest, Screaming Frog
 - Google Ads: Keyword Planner, Ads Editor
 - Social Ads: Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, TikTok Ads Manager
 - Email marketing: Brevo, Mailchimp, Mailmeteor
 - Affiliazione: Awin, Kwanko, Affilae

Misurare e pilotare la performance

- Utilizzare Google Analytics 4 (GA4) per:
 - monitorare il comportamento utenti (eventi, percorsi, conversioni)
 - configurare le conversioni chiave
 - segmentare l'audience e analizzare il traffico per canale
- Usare Google Tag Manager (GTM) per:
 - tracciare clic, scroll, invii di moduli, ecc.
 - gestire i trigger e gli eventi personalizzati
- Definire una routine di reporting agile per adattare e migliorare le azioni in modo continuo



Obiettivi del corso

- Identificare le fasi chiave di una strategia di Growth Hacking
- Analizzare e selezionare i canali di crescita più efficaci per la propria attività
- Costruire un piano di test strutturato e un backlog di esperimenti
- Sviluppare un canvas strategico di Growth Hacking adattato al proprio contesto aziendale



Esercitazioni

Punti di forza della formazione

- Un **canvas strategico completo** per formalizzare la propria azione di Growth Hacking
- Numerosi **esempi concreti** provenienti da start-up e PMI
- Un **piano d'azione post-formazione** immediatamente applicabile alla propria attività



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 18 mag al 21 mag

- dal 18 mag al 18 mag
- dal 21 mag al 21 mag

dal 28 set al 1 ott


- dal 28 set al 28 set
- dal 1 ott al 1 ott

Milano

dal 9 nov al 10 nov

Leadership digitale: promuovere la cultura dell'innovazione

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.460,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.300,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 26 mag al 29 mag

dal 9 nov al 12 nov

