



FORMAZIONE AZIENDALE

CRESCITA, COMPETENZE E CONNESSIONI

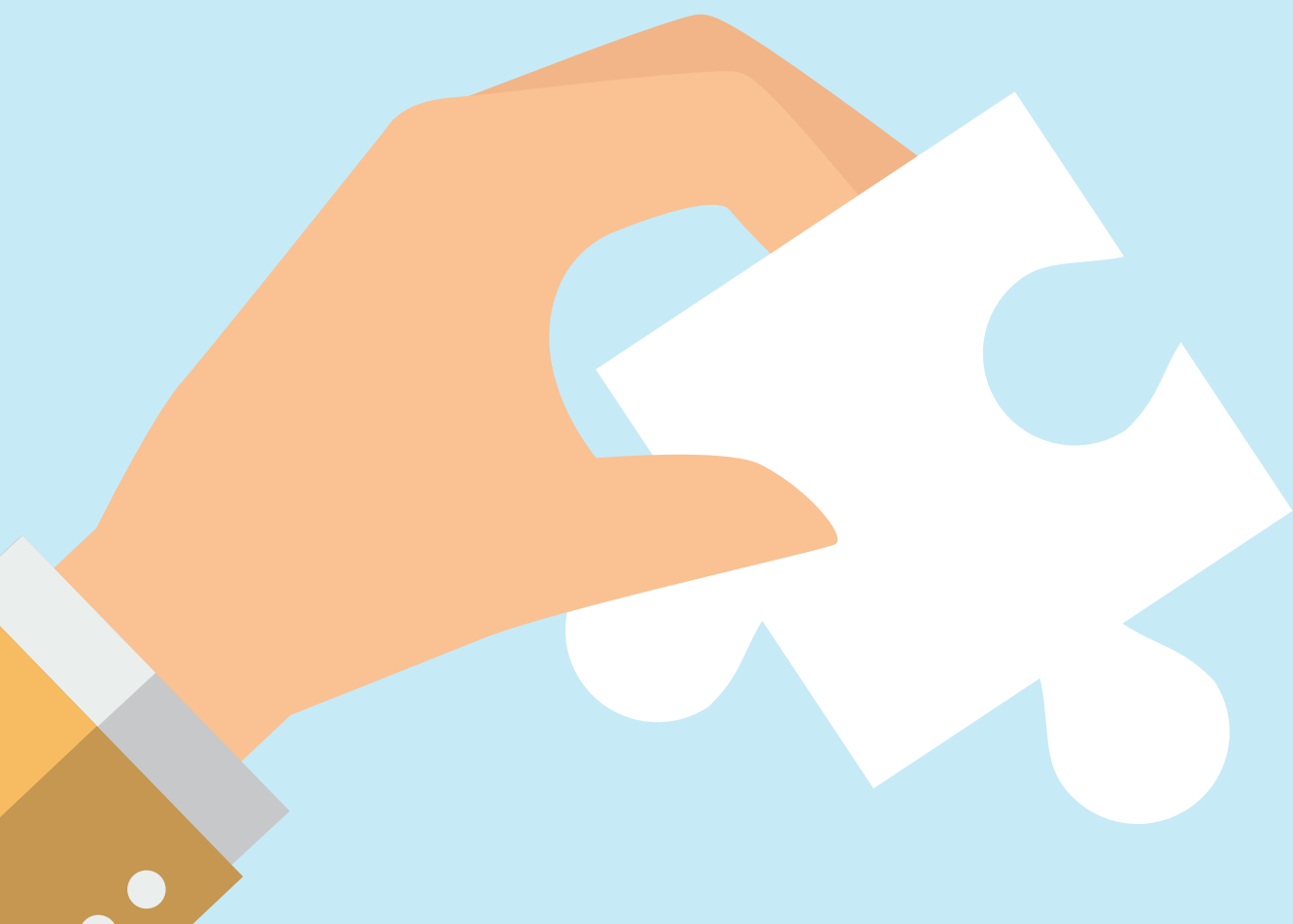
Catalogo corsi

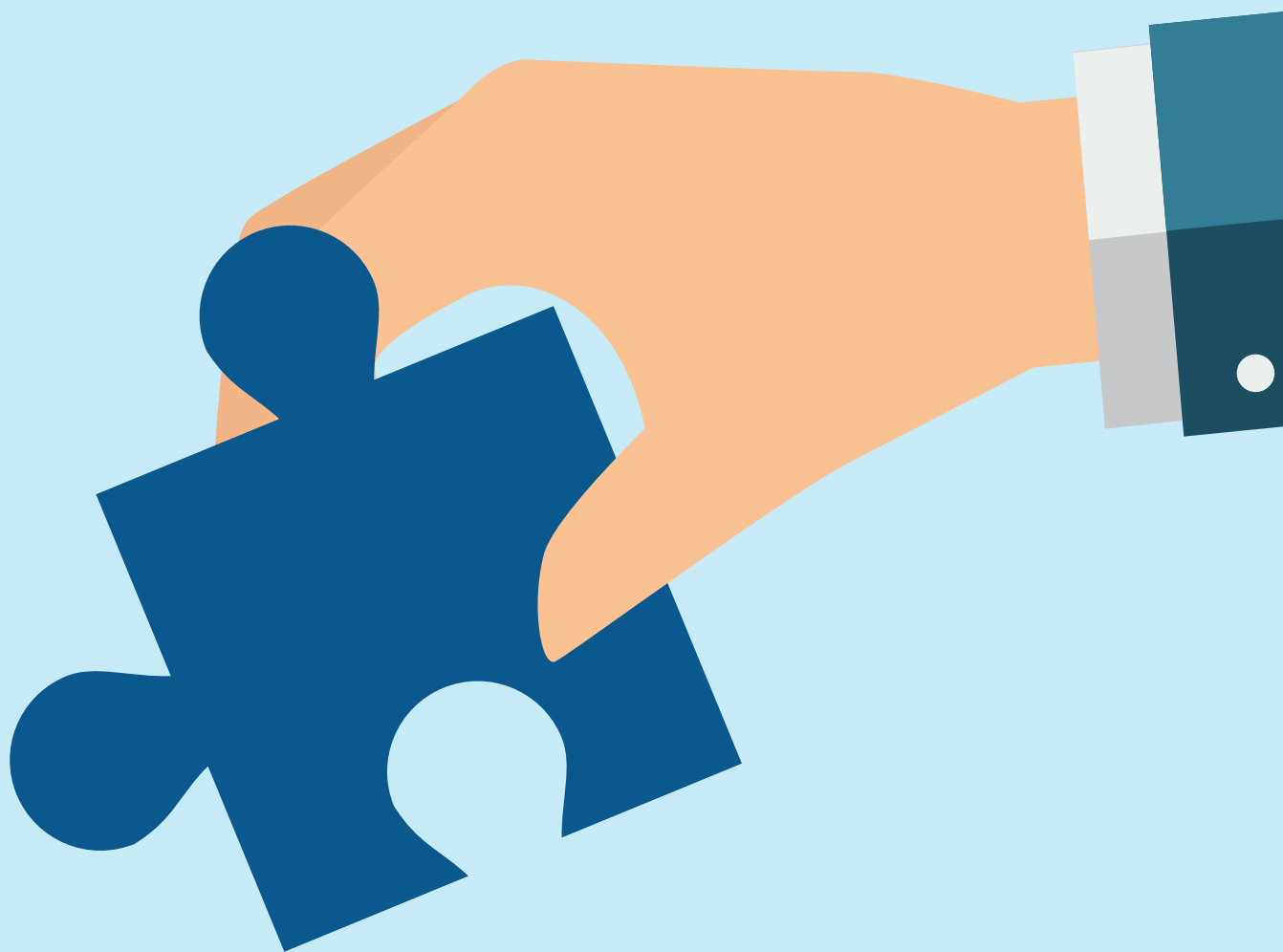
LE NOSTRE PROPOSTE PER LA TUA AZIENDA

Con l'obiettivo di accrescere le possibilità di formazione all'interno delle aziende e incentivare un processo di crescita delle competenze come strumento di perfezionamento del capitale umano, l'**Ufficio Servizi al Lavoro e Rapporti con le Aziende** del **Gruppo Foppa** offre innumerevoli proposte formative **a cura di professionisti**, molti dei quali docenti presso l'**Accademia di Belle Arti SantaGiulia** e **ITS Academy Machina Lonati**.

In questo catalogo troverai l'intera proposta formativa, ma la formazione permanente e continua aziendale del **Gruppo Foppa** può essere, ed è soprattutto strutturata su misura. Nel catalogo il numero di ore indicato rappresenta il numero minimo di ore di formazione proposta.

L'**Ufficio Servizi al Lavoro e Rapporti con le Aziende** è in ogni caso a disposizione di imprese, enti e istituzioni nella definizione del percorso più adatto al proprio team.





I corsi si svolgono principalmente presso la sede del **Gruppo Foppa** di **via Tommaseo 49**, a Brescia, o in alternativa, anche presso le altre sedi di **via Cremona 99** e **via Cefalonia 77**.

Vi sono molteplici agevolazioni e finanziamenti a supporto della formazione aziendale, tra i quali i fondi interprofessionali, bandi di Regione Lombardia come Formare per Assumere o Formazione Continua e gli incentivi della Camera di Commercio. L'**Ufficio Servizi al Lavoro** fornisce inoltre assistenza per individuare e attivare tali strumenti.

INDICE

Ambiente e Sostenibilità	6
Human Resources	10
Marketing & Sales	14
Comunicazione e Soft skills	26
Gestione aziendale e lean management	32
Ricerca, sviluppo e tecnologia	36
Processi produttivi, logistica e qualità	40
Progettazione grafica	44
Informatica e accessibilità	52
Fashion	60
Amministrazione e contabilità	64
Lingue	68
I nostri docenti	70



AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ

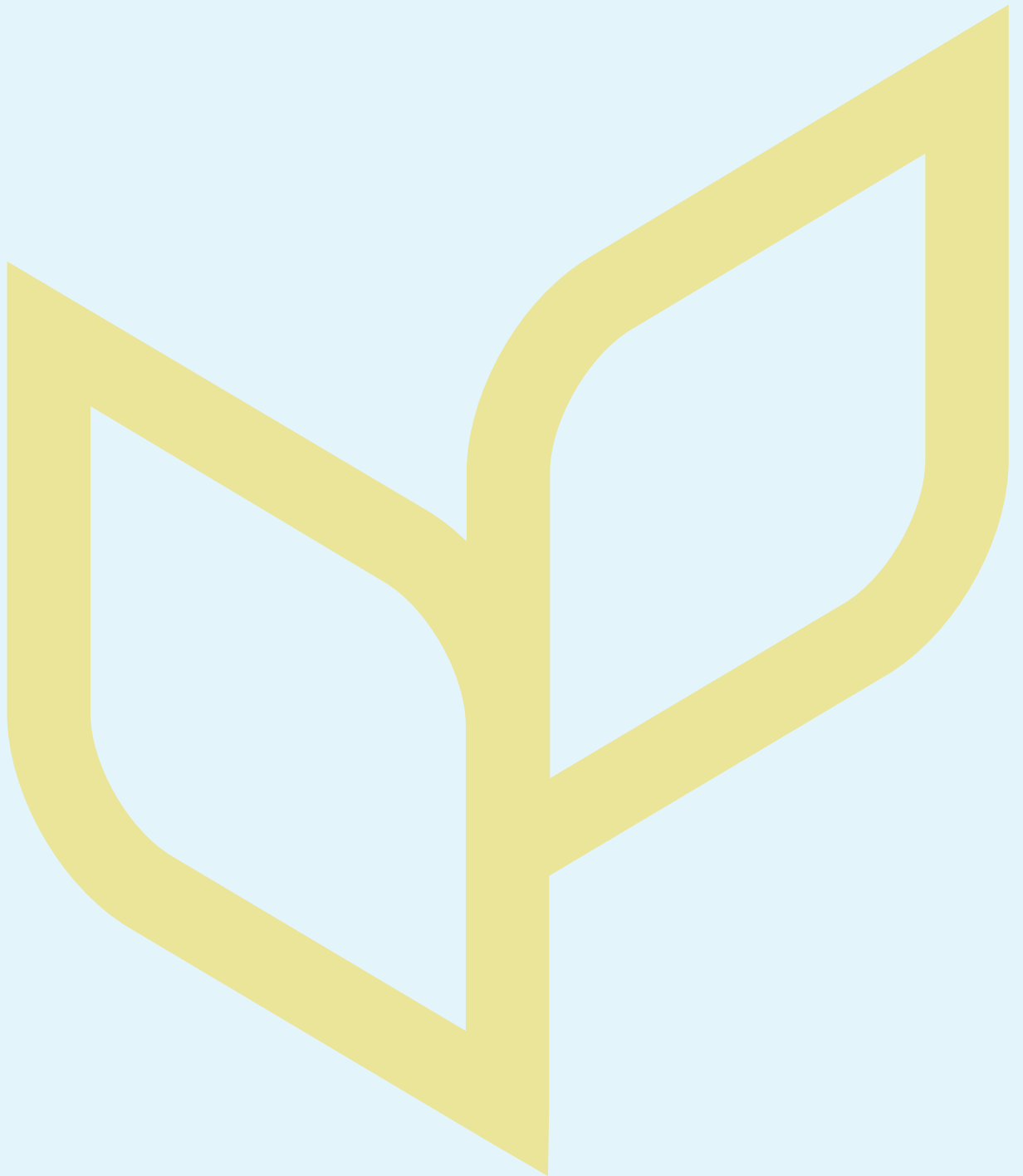


TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Difendersi dalle oscillazioni dei prezzi di materie prime ed energia	8	Comprendere quali strumenti esistono sui mercati finanziari internazionali per proteggersi dalle oscillazioni nei costi di acquisto di energia, metalli ferrosi e non ferrosi, metalli preziosi, prodotti derivati dal petrolio, grano, caffè, zucchero, soia, carne ed altri ancora.
Tracciare la sostenibilità di filiera	8	Acquisire i principali concetti di base legati all'attuale tematica della tracciabilità e comprendere come essa si stia evolvendo; individuare i vantaggi e le modalità, nella consapevolezza che la sfida della sostenibilità richiede lo sviluppo di nuovi modelli e tecnologie di tracciabilità.
Tracciabilità corso avanzato	8	Come progettare ed avviare un progetto di tracciabilità mediante l'analisi di un caso concreto utilizzando una tipica piattaforma software che aiuterà a meglio comprendere le dinamiche della specifica gestione.
Dalla tracciabilità alla trasparenza. I problemi si risolvono solo insieme	8	Comprendere ed approfondire le differenze di due concetti molto attuali: trasparenza e tracciabilità. Imparare quali sono le specifiche modalità per costruire una comunicazione ed una gestione trasparente dei dati.
Una tecnologia disruptive: la blockchain	8	Comprendere il concetto e la funzione della blockchain attraverso una panoramica sulle principali tecnologie, analizzandone le potenzialità ed i limiti all'interno della propria filiera produttiva.
Tracciabilità ed economia circolare	8	Apprendere i concetti di base della tracciabilità e conoscere quali sono le nuove sfide connesse a questa tematica. Comprendere come la tracciabilità sia un elemento fondamentale ed imprescindibile dell'economia circolare.
Gestione comunicativa del concetto di sostenibilità	8	Approfondire alcuni concetti fondamentali nell'ambito della sostenibilità: sostenibilità ambientale, sostenibilità sociale, sostenibilità di governance, Universal design.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Comunicare al consumatore e creare legami di fiducia. I prodotti che parlano: dal QR Code alla Realtà Virtuale	8	Approfondire le modalità con cui oggi le aziende possono comunicare in maniera trasparente ai consumatori il proprio impegno nell'ambito della sostenibilità. Accenni alla nuova normativa UE contro il greenwashing.
Tracciabilità e ESG	8	Comprendere come tracciare e condividere dati di sostenibilità per rispondere ai requisiti della nuova normativa UE Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) che obbliga le aziende a rendicontare il proprio impatto includendo anche la filiera.
Tracciabilità: dallo storytelling alle data stories. Come la tracciabilità può aiutare la transizione verso filiere più autentiche e sostenibili	64	Illustrare come la sfida della sostenibilità richieda lo sviluppo di nuovi modelli e tecnologie di tracciabilità che includano l'intera filiera e raccolgano una ampia varietà di informazioni per rispondere alle richieste di clienti e stakeholder, nonché di dimostrare rispetto delle normative UE in tema di sostenibilità e greenwashing.



HUMAN RESOURCES

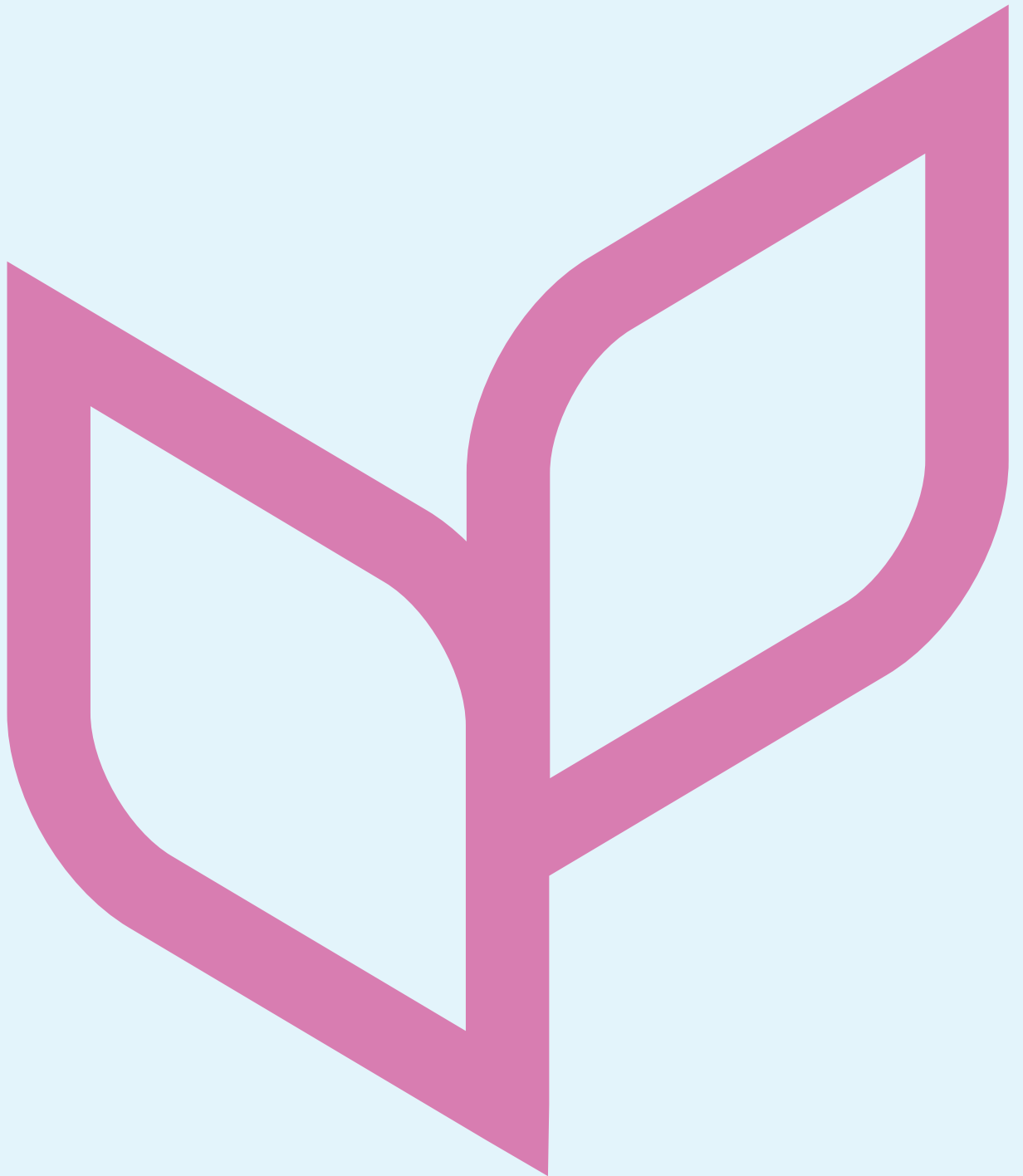


TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Agevolazioni contributive per nuove assunzioni	4	Identificare quali sono i vantaggi pratici e concreti derivanti dall'utilizzo delle agevolazioni per l'occupazione e comprendere nel dettaglio i requisiti per fruire di tali opportunità.
Rimedi per stabilità del rapporto di lavoro	4	Identificare quali sono le clausole utilizzabili per fidelizzare i lavoratori occupati e comprendere la certificazione dei contratti di lavoro al fine di poter assicurare qualità alle singole clausole di fidelizzazione.
Welfare aziendale e fringe benefit	4	Comprendere quali sono le modalità più pratiche per sfruttare il welfare aziendale, dai buoni spesa ai ticket restaurant; conoscere quali sono i premi di produttività con detassazione.
La contrattualistica relativa ai rapporti di lavoro subordinato	4	Comprendere come predisporre diversi format di contratti relativi ai rapporti di lavoro di tipo subordinato; fornire pratici strumenti tecnici e normativi per adottare le migliori strategie nella corretta assunzione del dipendente.
Smart-working, gli adempimenti per l'attivazione	4	Identificare quali sono i vantaggi e gli svantaggi dello smart working, nonché tutti gli adempimenti aziendali connessi a questo strumento. Apprendere le caratteristiche del lavoro agile e di altri istituti simili.
La tipologia dei contratti di lavoro con approfondimento sul rapporto subordinato	4	Identificare quali sono le principali tipologie di contratti di lavoro e quali sono le varie forme del lavoro subordinato; fornire strumenti tecnici per adottare le migliori strategie di gestione e disciplina dei rapporti di lavoro.
Gli eventi relativi al rapporto di lavoro subordinato	4	Comprendere quali sono i principali eventi caratterizzanti il rapporto di lavoro subordinato nonché quali sono gli eventi minori, dalla malattia alla gestione delle ferie.
La gestione delle trasferte	4	Comprendere come devono essere gestite in maniera efficace le trasferte del proprio personale sia da un punto di vista contributivo che fiscale.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Skills matrix: definizione e miglioramento continuo delle skills	4	Definire piani di formazione in maniera puntuale e strutturata per monitorare i progressi del singolo e dell'azienda. Identificare correttamente le skills attuali e future del proprio personale in un'ottica di miglioramento continuo.
Recruiting-ricerca e selezione del personale	8	Fornire conoscenze, competenze e strumenti pratici su aspetti cardine delle Risorse Umane, con particolare riferimento al processo di ricerca e selezione del personale.
Lettura della busta paga	8	Imparare a leggere gli elementi fondamentali della busta paga in modo preciso e puntuale; comprendere al meglio come si sviluppano retribuzione e contribuzione e quali sono le voci che compongono una busta paga.
Come leggere l'estratto conto contributivo	8	Imparare a leggere l'estratto conto contributivo con particolare riferimento ai contributi obbligatori, volontari, figurativi, riscatti.
Costruire wellness aziendale	8	Migliorare i rapporti tra l'azienda ed i dipendenti mediante la pianificazione e la programmazione di un sistema di incentivi, di benefit ed, in generale, di un incentivante sistema di wellness aziendale per i dipendenti.
Employee retention: la strategia HR a supporto del business	8	Supportare le aziende nella gestione del proprio Capitale Umano affinché possano sviluppare progetti di Retention che vadano a consolidare la propria organizzazione conferendo stabilità nella pianificazione di progetti a lungo termine.
Costo del personale	12	Comprendere come costruire un budget aziendale approfondendo quali sono le voci che compongono il costo del lavoro.
Organizzare il lavoro in team in smart working	12	Raggiungere obiettivi di efficientamento del personale mediante l'organizzazione di attività lavorative in video call utilizzando la rete, in un'ottica di promozione e sviluppo dello smart working.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Progettare un'azienda flessibile per il futuro	12	Acquisire le competenze necessarie per motivare il personale aziendale a conseguire gli obiettivi fissati dalla direzione, promuovendo il lavoro in team raggiungendo obiettivi di efficientamento nel personale.
Il budget del personale: come prevenire il costo del lavoro	12	Acquisire competenze finalizzate alla creazione ed implementazione di un adeguato strumento di budget del personale in azienda; pianificare budget economici e finanziari coordinati anche con le esigenze del personale.
Risorse umane: gestione e motivazione per l'azienda di successo	12	Sviluppare una gestione più consapevole delle risorse umane, dall'attività di selezione alle successive fasi attraverso l'analisi del clima aziendale, la valorizzazione e la motivazione. Gestire la leadership, l'organizzazione aziendale e i relativi meccanismi di delega.
Come gestire il passaggio generazionale in azienda	12	Creare consapevolezza ed evitare situazioni di instabilità dovute al cambiamento in un momento delicato per la vita aziendale aiutando l'imprenditore e i collaboratori ad introdurre una programmazione ed una pianificazione limitando i possibili conflitti interni.
Masterclass HR Management	40	Come cambiano i fattori attrattivi? Quanto le persone sono soddisfatte e come calcolano oggi la loro soddisfazione? Come evolverà il processo di ricerca e selezione alla luce di questi cambiamenti? Riprogettare i processi di attrazione, recruiting e onboarding alla luce delle nuove sfide del mercato del lavoro.

MARKETING & SALES



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
SEO ABC, conoscere Google e il suo funzionamento	3	Fare comprendere le basi della SEO ad imprenditori e professionisti che non hanno specifiche conoscenze della tematica, rendendoli più consapevoli, misurare l'efficacia di una consulenza SEO e comprendere piccole e semplici attività che possono portare più visite al sito aziendale.
Come utilizzare i podcast per il business della tua azienda	4	Il podcast come media per la propria azienda. Acquisire competenze e strumenti pratici con cui potere ideare, valutare e gestire un progetto podcast.
LinkedIn for Business	4	Conoscere la piattaforma LinkedIn; predisporre e valorizzare correttamente un profilo personale; scrivere contenuti impattanti; conoscere l'utilizzo delle pagine aziendali ed eventi; imparare quali sono i principi di vendita tramite.
E-commerce e SEO, i migliori alleati della produzione	6	Imparare a vendere online; comprendere come un e-commerce e la SEO possono essere strumenti efficaci per intercettare la domanda latente di ciò che offre l'azienda; comprendere la normativa di riferimento per gli E-commerce; intercettare la domanda tramite la SEO; generare il bisogno.
SEO e Blog: creare contenuti per vendere di più	6	Comprendere l'utilità di aggiungere al proprio sito un'area news, un blog o una area "dizionario" o una parte del sito aggiornabile; apprendere i concetti di blog ed area blog con l'obiettivo di attrarre utenti.
Come creare Buyer Personas B2B efficaci e vincenti	6	Ricostruire le Buyer Personas nel B2B con la tecnica dei 5 buying insight e le interviste qualitative; passare dal concetto di buyer profile a quello di buyer personas; fornire una metodologia per trasformare gli insight in azioni mirate sales e marketing.
Analisi dei consumatori: metodologia lifestyle	8	Fornire una modalità di analisi e comprensione dei consumatori chiara, ed efficiente partendo dallo stile di vita che li caratterizza nel contesto evolutivo attuale, interpretando dati statistici con principi estetici.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Personal Branding	8	Trattare sé stessi e il proprio nome come un marchio ed applicare le categorie del marketing alla propria vita; sviluppare visibilità e creare network, valorizzare i propri punti di forza, sapere raccontare sé stessi in modo avvincente; sviluppare strategie per curare il proprio marchio personale.
Storytelling base	8	Comprendere l'importanza cruciale della costruzione di una vera e propria strategia di Storytelling da applicare in tutti i contesti di comunicazione; comprendere le basi della narrazione alla base del nuovo marketing digitale.
Strategie di Cardiomarketing - Differenziati sul mercato e fai innamorare i tuoi clienti!	8	Definire una strategia di valore per il proprio pubblico che sia differenziante sul mercato e sottragga dalla guerra dei prezzi e del web; ripensare alle relazioni commerciali e immaginare come aumentare la fidelizzazione dei clienti e il valore percepito.
Obiettivo: WOW! Progettare e offrire una "customer experience indimenticabile"	8	Sviluppare maggiore consapevolezza dei bisogni inespressi del cliente e riflettere attivamente su come superare le loro attese, generando coinvolgimento emotivo e ricordi positivi. Identificare idee, stili di comunicazione e gesti con cui stupire piacevolmente il cliente, trasformandolo in un vero fan pronto a fare spontaneamente passaparola positivo.
Email efficaci per la vendita e per il servizio. Ottieni la risposta desiderata e cura la relazione	8	Rendere le e-mail più piacevoli e persuasive, eliminando le formule burocratiche, arcaiche e stereotipate affinché i destinatari possano leggerle più volentieri ed essere più propensi a rispondere e collaborare.
Gentile cliente: customer care efficace al telefono e via mail	8	Costruire attivamente un utile frasario per le situazioni più comuni, per imparare ad usare un tono amichevole, semplice e gentile anche nelle situazioni di tensione, promuovendo una customer care efficace al telefono e via mail.
E mail efficaci: Dear customer-How to write emails that your customers will love	8	Costruire attivamente un utile frasario per gestire con efficacia e spontaneità le situazioni più comuni che si possono presentare nella gestione delle relazioni commerciali con un pubblico anglofono.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Il flusso di lavoro creativo nell'e-commerce: ridurre tempi e costi di produzione aumentando la qualità	8	Acquisire le competenze necessarie a ridurre i costi inutili legati a scatti multipli del prodotto, ai tempi di produzione e postproduzione, ai costi legati all'errore umano, al tempo delle risorse umane che compiono azioni ripetitive e i costi legati all'archiviazione. Questo corso si rivolge a tutte le persone titolari di e-commerce che hanno nel loro store online molte tipologie di prodotto con diverso colore o con diverse varianti.
Il responsabile commerciale come coach e mentor: affiancamento e altri strumenti di sviluppo. Il ruolo del responsabile commerciale in una logica evolutiva	8	Agevolare un percorso di sviluppo personale che porti ad interiorizzare nuovi atteggiamenti e ad agire comportamenti che rispecchino il desiderata aziendale e le aspettative dei propri collaboratori; proporre strumenti per la crescita individuale per diventare manager che lavorano con passione per e con le persone; analizzare opportune leve per stimolare e motivare i collaboratori in relazione allo specifico gruppo generazionale.
Tecniche di vendita: parole e strategie vincenti	8	Promuovere la conoscenza dei principi fondamentali della vendita per porsi in maniera adeguata durante una trattativa commerciale utilizzando le parole e le strategie vincenti; analizzare le singole fasi del processo di vendita e comprendere come gestire i momenti più critici argomentando le obiezioni.
Il marketing relazionale quale metodologia per costruire e mantenere la fiducia del cliente	8	Analizzare come il passaggio dal marketing tradizionale a quello relazionale sia alla base per la costruzione di rapporti duraturi e fiduciari con i propri clienti, in qualsiasi settore e attività professionale; costruzione di un cruscotto per essere costantemente allineati con le esigenze dei propri clienti, avendo un focus che esula dal solo orientamento al business.
Il Punto Vendita come catalizzatore della Shopping Experience	8	Come costruire relazioni più durature e fidelizzare i clienti, rendendo più profittevole il punto vendita stesso; acquisire conoscenze circa le principali tecniche di vendita, tecniche comportamentali e comunicative.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Metodologia lifestyle - analisi dei mercati di settore	8	Fornire una modalità di analisi dei mercati e dei competitors con rilevazione delle quote in base alla metodologia lifestyle per capire meglio l'ambito in cui opera l'azienda ed il cliente target. Strutturare un piano di implementazione per migliorare le vendite adattando la strategia retail al cliente target.
Retail management	8	Introdurre una modalità di retail management integrata e adattata al modello di business dell'azienda. Coinvolgere ed integrare i settori aziendali allineandone i processi in funzione del cliente target contestualizzato al settore merceologico specifico. Ottimizzare l'efficienza gestionale conseguendo le massime potenzialità di vendita e profittabilità. Strutturare un piano di implementazione atto a migliorare i risultati gestionali retail.
Customer care e fidelizzazione del cliente	8	Gestire al meglio la qualità del servizio e le obiezioni dei clienti; individuare le aspettative del cliente; analizzare i concetti di customer service, customer satisfaction, customer care; gestire con efficacia ed efficienza lamentele, obiezioni e criticità.
Comunicazione d'impresa: le regole base	8	Affrontare una politica strategica circa le principali azioni comunicative aziendali; acquisire maggiore autorevolezza nel dialogo e nelle trattative con i vari fornitori dei servizi di comunicazione e di graphic design; ottimizzare i propri investimenti comunicativi.
Comunicare l'azienda in maniera vincente costruendo brand e offerta	8	Comprendere come costruire con la comunicazione un brand e una comunicazione di marketing efficace mediante la pianificazione di comunicazione sia di Branding che pubblicitaria per capire come costruire il proprio piano; definire le attività di analisi utili per la definizione di un piano di comunicazione.
Fondamenti di influencer marketing	8	Comprendere il fenomeno dell'influencer marketing approfondendo i fondamenti di Marketing Digitale, il valore dell'influencer marketing, i KOL, i KPI da analizzare per scegliere un influencer e le relative tipologie di collaborazione.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Business Writing efficace Documenti, preventivi e slide persuasivi	8	Rendere più leggibili ed efficaci i testi scritti nella consapevolezza che influenzano la qualità percepita del servizio e la soddisfazione di chi legge. Comprendere come ottenere dall'interlocutore l'azione desiderata con un tono di voce professionale ma anche amichevole.
Reclami e recensioni- Rispondi bene, riconquista la fiducia, proteggi la reputazione	8	Rispondere nel modo più adeguato al cliente, riconquistare la sua fiducia e proteggere la propria reputazione; analizzare le tecniche per stupire piacevolmente i clienti insoddisfatti e adottare l'atteggiamento corretto per recuperare e gestire il reclamo.
Strategia digitale Sito, adv, social: le decisioni giuste per il tuo business	8	Sviluppare consapevolezza circa la propria strategia digitale: come generare contatti o vendere, come offrire servizi e comunicare efficacemente nel web; effettuare una check list digitale; analizzare i sistemi di messaggistica per il business.
Customer care per clienti soddisfatti Laboratorio di comunicazione e tono di voce	8	Sviluppare consapevolezza dell'impatto di parole, atteggiamenti e stati emotivi sulla qualità dell'interazione; costruire un utile frasario per affrontare serenamente le situazioni di tensione, trasmettendo, in ogni punto di contatto, un servizio di qualità, preservando la propria credibilità ed il rapporto di fiducia.
Il marketing mix	8	Conoscere le 7 P del marketing e le 6 C teorizzate al fine di sviluppare e costruire in maniera corretta ed adeguata un Marketing Mix efficace. Sviluppare la creazione del marketing mix per un efficace funnel di marketing.
Web copywriting e comunicazione strategica	8	Fornire le competenze necessarie per sviluppare strategie di comunicazione efficaci per aziende che operano nel settore B2B e B2C; apprendere come utilizzare le parole, le immagini, le AI generative e insight per creare contenuti coerenti e interessanti che attraggano clienti e promuovano l'azienda sul mercato italiano.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Editoria d'impresa	8	Progettare un processo editoriale d'impresa, rendendo icona un marchio; progettare un'edizione e la redazione di un libro-catalogo che celebri gli anniversari di un brand; progettare e redarre un Bilancio di Missione, un Report d'Impatto, un periodico; progettare forme di storytelling e di storyselling in ambienti reali e virtuali, On e Off line.
Editoria per il sistema dell'arte contemporanea	8	Apprendere le logiche, le strategie e il linguaggio che caratterizza un settore assolutamente peculiare e monografico del panorama editoriale; comprendere la funzione storica dell'editoria, il sistema dell'arte contemporanea, il rapporto arte editoria, i libri dell'arte; identificazione del rapporto on e off line nei processi editoriali del Sistema dell'arte contemporanea.
Intelligenza, Innovazione, Impatto - Il futuro delle piattaforme digitali	9	Acquisire una profonda comprensione dei Large Language Models e delle loro applicazioni nel marketing conversazionale; comprendere l'importanza della psicomетria nel personalizzare l'esperienza degli utenti nel Digital Commerce; imparare a raccogliere, analizzare e interpretare dati comportamentali e psicometrici degli utenti; comprendere come personalizzare le campagne di marketing in base alle caratteristiche e alle esigenze dei diversi cluster di clienti; fornire una visione sulle tendenze emergenti e sul futuro del marketing digitale.
Dall'osservazione all'azione, sviluppare traffico e conversioni con Google	12	Comprendere come sviluppare in maniera ottimale una strategia digitale efficace; acquisire le principali tecniche di lead generation; identificare le principali attività indirizzate alla lead generation e alla conversione.
SEO, Social e Recensioni, il triangolo d'oro dell'e-commerce	12	Comprendere SEO, Social e Recensioni; conoscere l'algoritmo di Google e gli oltre 200 fattori di Ranking; individuare le linee guida di Google tra usabilità e performance; intercettare l'utente mediante l'approccio Multichannel; Trustpilot e gli altri 28 Seller Ratings.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
SEO: Strumenti per la SEO, vincere in Google con la conoscenza	12	Conoscere quali sono i fondamentali strumenti per sviluppare una strategia SEO efficace, al fine di incrementare la qualità del traffico da ricerca organica in Google ed in parte la quantità.
Management per l'internazionalizzazione d'impresa	12	Attivare una serie di azioni di marketing internazionale quali le ricerche ed analisi di mercato per l'individuazione del mercato target nonché di comunicazione appropriata per le attività di branding e di posizionamento del marchio o del prodotto/servizio.
Email marketing con Mailchimp	12	Comprendere le basi dell'email marketing e il ruolo di Mailchimp nella gestione delle campagne. Acquisire competenze pratiche nella creazione, gestione e monitoraggio di campagne di email marketing. Implementare strategie efficaci per coinvolgere il proprio pubblico, aumentare le conversioni e migliorare le relazioni con i clienti.
E-mail marketing automation	12	Acquisire una profonda comprensione di come l'email marketing possa essere strategicamente utilizzato nel contesto B2B per costruire relazioni durature, generare lead qualificati e sostenere la crescita dell'azienda. Comprendere l'importanza della segmentazione del pubblico e della personalizzazione dei messaggi per aumentare l'efficacia delle campagne, nonché sfruttare l'analisi dei dati per perfezionare continuamente le proprie strategie.
Gli strumenti di digital marketing	12	Offrire una panoramica dei principali strumenti di digital marketing acquisendo conoscenze sui fondamenti di web e digital marketing, ottimizzando la user experience attraverso la comunicazione Omnicanale.
Digital PR & link building	12	Analizzare le Digital PR come strumento di Marketing Digitale sviluppando un project work di stesura di un comunicato stampa ed acquisendo nozioni di marketing digitale con particolare riferimento a: Digital PR, obiettivi delle Digital PR, attività di Link Building, KOL, comunicato stampa, cartella stampa.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Digital marketing plan	12	Imparare ad impostare la strategia digitale per il lancio di un prodotto o servizio mediante la presentazione teorica della struttura di un Digital Marketing Plan e la presentazione di un case study semplificato.
Le leve di marketing per ottimizzare il funnel di vendita	12	Comprendere in termini strategici le leve dell'attuale orientamento di marketing per ottimizzare il funnel di marketing. Dalla comunicazione Multicanale alla comunicazione Omnicanale; dal marketing 1.0 al 5.0. Approfondire il valore della relazione nel funnel di marketing.
Digital Retail Specialist	12	Conoscere le principali strategie del mondo retail e le strategie di retail management per valorizzare l'esposizione della merce nel punto vendita; applicare correttamente una strategia di visual merchandising.
Instagram per la comunicazione aziendale	12	Conoscere la piattaforma Instagram dal punto di vista professionale come strumento strategico che stimola la comunicazione d'impresa; imparare ad utilizzare Instagram per valorizzare la parte visual di un brand; utilizzare Instagram come strumento professionale per attività di influencer marketing.
Creare un e-commerce con Shopify	12	Come creare e personalizzare un negozio online utilizzando Shopify. Acquisire i concetti base e il funzionamento della piattaforma e le competenze necessarie per realizzare un e-commerce strutturato ed efficiente.
Il processo di accounting	12	Imparare a costruire, condurre e mantenere la supervisione e le relazioni a lungo termine con la clientela; gestire la supervisione della clientela; conoscere il processo di fidelizzazione; imparare a cercare e selezionare i propri venditori.
 The Internationalization of SMEs Approaching the Global Markets – International Marketing Strategies	12	Lots of factors must be considered when it comes to crossing the Italian borders successfully. Furthermore, a set of international marketing activities like market research and analysis to identify the target market(s) as well as the communication that suits the branding and positioning activity. Finally, to answer the question what is the right commercial strategy in the target market(s)?

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Prompt Design per il marketing	12	Acquisire le competenze per interagire con le nuove intelligenze artificiali generative costruendo prompt efficaci che possano supportare e facilitare chi si occupa di marketing in alcune delle attività operative che svolge quotidianamente quali: scrittura di testi a supporto dell'attività commerciale, creazione di immagini, attività SEO, creazione di campagne Adv, ricerche di mercato e sviluppo di idee creative.
Alla scoperta della lead generation: dalle strategie all'operatività	15	Acquisire i concetti base di lead generation; sviluppare un piano marketing di lead generation; pianificare e misurare i ritorni delle campagne di lead generation; disegnare e implementare un processo di lead generation; conoscere i tool e le tecnologie CRM e Marketing Automation.
SEO livello intermedio, conoscere Google e i suoi schemi di ricerca	15	Approfondire Google ed i relativi schemi di ricerca; approfondire i fattori di Ranking, le linee guida di Google tra usabilità e performance, la Search Console, gli strumenti per la SEO, SEMRush Academy, SISTRIX Academy, SEOZoom Academy. E' necessario disporre di una conoscenza discreta del web e della Search Engine Optimization.
SEO, Social, Recensioni e Customer Care, il quadrato magico	15	Comprendere SEO, Social e Recensioni; conoscere l'algoritmo di Google e gli oltre 200 fattori di Ranking; individuare le linee guida di Google tra usabilità e performance; intercettare l'utente mediante l'approccio Multichannel; Trustpilot e gli altri 28 Seller Ratings; l'importanza del Servizio Clienti; conoscere le piattaforme digitali per la gestione degli utenti.
Stagionalità del Mercato e Google, come costruire il tuo successo	18	Fornire le competenze necessarie per sfruttare la stagionalità del mercato attraverso strategie avanzate di SEO, avvalendosi dell'utilizzo della suite italiana SEOZoom per l'individuazione e l'ottimizzazione delle opportunità stagionali.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
E-commerce avanzato – Utilizzo dei marketplace come acceleratori della vendita online e generatori indiretti di traffico proprietario	20	Conoscere i meccanismi di funzionamento dei primari marketplace di riferimento, capacità di valutare e implementare un piano di web marketing attraverso la comprensione delle dinamiche di pricing e di SLA legate alla gestione di clienti “non di proprietà”.
SEO Advanced, trasforma il reparto Marketing in un generatore di visite	24	Apprendere l’uso di Wordpress come piattaforma di gestione dei contenuti aziendali per tutti coloro che aspirano a internalizzare l’attività SEO. E’ necessario disporre di una conoscenza del web e di CMS.
E-commerce base – Applicazioni e sviluppi della vendita online per le PMI	30	Elaborare un progetto aziendale di implementazione di una piattaforma per il commercio elettronico, dall’analisi dei competitors alla stesura di un business case. Analizzare le modalità di realizzazione del canale online ed affiancamento a tradizionali canali del retail. Acquisire una conoscenza delle infrastrutture offerte dal mercato alle aziende che desiderano iniziare ad operare nel settore dell’ecommerce.
Marketing - Come disegnare un processo di marketing e sviluppare strategie e piani marketing	30	Acquisire i concetti base del Marketing; imparare a disegnare un processo e un piano Marketing; analizzare il comportamento d’acquisto del consumatore; sviluppare una strategia di Marketing orientata al cliente.
CRM: come costruire relazioni di successo con i clienti	30	Acquisire i concetti base del CRM, finalità e benefici; imparare a gestire i dati dei clienti; definire e gestire le principali strategie di CRM; apprendere i principali tool di CRM; analizzare i principali KPI del CRM.
SEO Strategica, conoscere Google le sue dinamiche e vincere le sfide online	30	Internazionalizzare l’attività SEO. Nello specifico si ipotizzerà l’uso di Wordpress come piattaforma di gestione dei contenuti aziendali, acquisendo i principali concetti e tool della SEO. E’ necessaria una conoscenza del web e di CMS.
SEO Avanzata, guida agli strumenti SEO per vincere la concorrenza	36	Apprendere l’utilizzo di Wordpress come piattaforma di gestione dei contenuti aziendali. Il corso si rivolge a tutti coloro che aspirano a internalizzare l’attività SEO e richiede una conoscenza del web e di CMS.



COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Personal branding & Web reputation Essere eccellenti ambassador aziendali	4	Apprendere come comunichiamo noi stessi per diventare consapevoli delle ripercussioni che questa può avere nelle relazioni interpersonali. Comprendere le motivazioni secondo le quali dovrebbero scegliere noi invece di qualcun altro.
Prevenzione dello stress sul luogo di lavoro	4	Conoscere il concetto di stress da lavoro correlato e di burnout sia da un punto di vista psicologico che legislativo; comprendere come si affronta lo stress e il suo risvolto psicosomatico; condividere le situazioni stressanti.
Introduzione al linguaggio inclusivo	4	Acquisire la consapevolezza che l'adozione di un linguaggio inclusivo non solo migliora la comunicazione interna ed esterna dell'azienda ma contribuisce anche a costruire un brand più forte e socialmente responsabile.
Parole magiche con i clienti - Pillole di neuroscienze per persuadere e curare le relazioni	8	Comunicare in modo più umano e coinvolgente individuando le parole magiche che possono convincere l'interlocutore nella consapevolezza che le parole che vengono dette o scritte suscitano emozioni e possono stimolare o scoraggiare comportamenti.
La resilienza: persistere ed andare avanti	8	Comprendere il concetto di resilienza inteso come l'atteggiamento di andare avanti senza arrendersi, nonostante le difficoltà. L'accento sul persistere, richiama l'idea di una motivazione. Quanto più le sfide sono difficili, tanto più dovrà essere salda la motivazione.
La promozione del benessere in azienda	8	Conoscere i costrutti del benessere bio-psico-sociale e loro attuazione nei contesti organizzativi; conoscere ed attuare i costrutti di comunicazione e relazione assertiva finalizzata alla possibilità di espressione di tutto il personale aziendale; comprendere il costrutto del problem-solving di gruppo e la sua attuazione attraverso gruppi di lavoro efficaci e sicuri con potenziamento della fase di brain-storming; utilizzo dell'ascolto empatico e reciproco nel gruppo di lavoro.
PNL I segreti del linguaggio del corpo per persuadere e per capire meglio l'interlocutore	8	Imparare a decodificare ed a controllare quali emozioni ed intenzioni comunicano la mimica facciale, i gesti inconsapevoli e la propria voce nella consapevolezza che le parole mentono, ma il corpo no.

COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Tecniche di comunicazione efficace	8	Sviluppare le principali tecniche di ascolto attivo, di empatia e di assertività nel contesto lavorativo aziendale. Individuare i principali ostacoli nella comunicazione interpersonale e professionale al fine di garantire un flusso comunicativo efficace.
Linguaggio ed espressione di sé	8	Perfezionare il proprio linguaggio nella sua complessità potenziando la propria capacità espressiva orientandola ai diversi destinatari per realizzare sinergie costruttive nella quotidianità lavorativa.
Stress e rischi di natura psicosociale	8	Comprendere e sviluppare tecniche di psicologia comportamentale al fine di migliorare la qualità della propria vita lavorativa con particolare riferimento ai rischi di natura psicosociale nell'ambito professionale.
Conflitto e negoziazione al lavoro	8	Sviluppare strategie per dirimere situazioni di conflittualità nel contesto professionale in un'ottica di negoziazione efficace; sviluppare l'arte della critica costruttiva, intesa come preziosa opportunità di miglioramento; accogliere in maniera intelligente critiche personali e professionali.
La riunione efficace in azienda	8	Gestire aspetti operativi ed emotivi per condurre al meglio una riunione migliorando le proprie prestazioni e quelle dei propri collaboratori; comprendere come comunicare creando un ambiente favorevole all'innovazione.
Comunicazione telefonica al lavoro	8	Erogare eccellenza nei diversi flussi di comunicazione partendo dal presupposto che il telefono è un biglietto da visita della propria professionalità; sviluppare strategie per gestire efficacemente telefonate in entrata ed in uscita
Comunicazione scritta al lavoro	8	Apprendere l'importanza degli aspetti lessicali, sintattici e grammaticali nella propria espressione scritta in lettere, e-mail e testi; gestire al meglio la corrispondenza ed i diversi mezzi di comunicazione.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
L'ascolto L'Arte di Comunicare con Eccellenza	8	Imparare ad ascoltare è imparare a pensare, a sentire, a intuire e vivere ai massimi livelli qualitativi. Ascoltare per capire e farsi capire, ottenendo eccellenza nella comunicazione, facilitando le relazioni, orientandole alla proattività, alla propositività, evitando i conflitti ed i fraintendimenti.
PUBLIC SPEAKING L'arte di parlare in pubblico	8	Imparare ad affrontare la platea con sicurezza, catturare l'attenzione del pubblico, parlare senza imbarazzo, portare avanti un discorso in modo persuasivo ed incisivo, migliorare le proprie competenze argomentative.
Il fattore umano nel processo di sviluppo prodotto	8	Identificare al meglio il proprio ruolo e le proprie responsabilità nel processo di sviluppo del prodotto; contribuire all'ottimizzazione delle fasi di lavoro e di coordinamento attraverso le proprie peculiarità apportando miglioramenti nell'ambito organizzativo dell'azienda.
Leadership: Gestione e Motivazione	8	Gestire le risorse umane e praticare l'arte della delega intesa come strumento di crescita professionale e di ottimizzazione del tempo; comprendere le caratteristiche della leadership efficace ed autorevole.
Time Management	8	Imparare ad utilizzare tecniche e modalità operative che ci consentano di gestire efficacemente il tempo attraverso un'accurata pianificazione delle nostre azioni in funzione degli obiettivi prefissati e delle nostre percezioni.
Comunicare il cibo. Raccontare piatti e ricette, ingredienti e tradizioni, chef e ristoranti creando un legame tra il proprio brand e i consumatori	8	Supportare i professionisti del mondo del food a comunicare il cibo, coinvolgendo ed emozionando il pubblico di riferimento; attraverso le regole base dello storytelling, impostare una comunicazione ben strutturata con testi, foto, video e testimonianze diventa una strategia fondamentale per costruire una connessione autentica con il consumatore, sia che si voglia valorizzare un brand sia, semplicemente, far conoscere la propria abilità e passione.

COMUNICAZIONE E SOFT SKILLS

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
La cultura del cambiamento	8	Sviluppare la cultura del cambiamento aziendale in un'ottica di flessibilità e di empowerment personale ed organizzativo; comprendere quali sono le sabbie mobili della propria mente al fine di poter uscire dalla personale zona di comfort.
Obiettivi e OKR nel team	8	Identificare la performance ed i risultati; definire e misurare obiettivi individuali e di team; identificare obiettivi di risultato e di performance; comprendere l'OKR nel team.
Gestione dei Feedback e One Minute Manager	8	Condividere un metodo per assegnare efficacemente gli obiettivi, lodarne il loro raggiungimento e, quando necessario, saper trasmettere un feedback negativo.
Problem solving razionale e creativo- l'arte di risolvere le criticità	8	Apprendere quali sono le tecniche di problem solving razionale e creativo mediante l'individuazione dei problemi e l'analisi delle cause, acquisendo conoscenza sul pensiero laterale, antitetico ed analogico.
Team building - dinamiche e benefici del lavoro di squadra	8	Creare i presupposti affinché un gruppo di lavoro trovi al proprio interno le modalità e le motivazioni per far crescere l'energia e migliorare i risultati nelle condizioni reali di lavoro.
La relazione come costruzione dell'identità, tra unità e differenza	10	Promuovere lo sviluppo personale e collettivo di una consapevolezza della relazione con l'altro come elemento fondante del proprio essere nel mondo e nella società. Superare una dimensione egoica, caratteristica dell'individualismo della società odierna, che pone il sé al centro della riflessione sull'essere umano e lo colloca in una costante condizione di antagonismo piuttosto che di condivisione rispetto all'altro.
L'arte contemporanea per lo sviluppo di una coscienza ecologica	10	Promuovere lo sviluppo personale e collettivo di una consapevolezza della connessione tra essere umano e natura. Superare una considerazione spesso superficiale ed esteriore di tale connessione, per il raggiungimento di un'idea di sostenibilità che si radichi nella realtà vissuta, come parte del vivere quotidiano e come qualcosa da cui non è più possibile prescindere, nell'ambito lavorativo, sociale, personale.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Il viaggio come metafora della condizione umana, tra bellezza e responsabilità	10	Sviluppare una consapevolezza dell'importanza della condizione universale del viandante, che caratterizza da sempre il viaggio, sia esteriore che interiore, dell'essere umano; una riflessione condivisa e tradotta in un'azione culturale collettiva condotta in prima persona, in cui possa avvenire una comunicazione tra pari e un'apertura degli uni verso gli altri, all'interno di un percorso comune.
Intelligenza emotiva	16	Promuovere l'empowerment delle risorse aziendali e l'intelligenza emotiva legata alla leadership e stress management; saper utilizzare soft skills quali: empatia, negoziazione, assertività, gestione dei conflitti, ascolto, team building; saper utilizzare e modulare i diversi stili di leadership; verificare la propria autostima professionale.
Laboratorio teatrale	16	Divertirsi recitando, per migliorare l'umore e la comunicazione. Il Palcoscenico come metafora della vita, luogo di rappresentazione del quotidiano, dove tutto è possibile. La relazione come gioco da palcoscenico dà vita ad una infinità di scenari, utili a migliorare la conoscenza di se stessi, ed a trovare la migliore modalità per mettersi in relazione con il mondo affettivo e sociale.
Persone Efficaci in azienda	16	Acquisire una modalità comunicativa basata sul rispetto e sulla valorizzazione di sé e dell'altro; sviluppare le proprie competenze comunicative per favorire una comunicazione aziendale fluida, aperta, chiara ed efficace.

GESTIONE AZIENDALE E LEAN MANAGEMENT



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
I 7 sprechi muda applicati al lavoro di ufficio ed alla produzione	8	Descrivere i 7 sprechi che possono esserci all'interno di un processo nella consapevolezza che tutto ciò che durante il processo non aggiunge valore al bene o al servizio offerto deve essere eliminato. Promuovere un approccio sistemico teso al miglioramento continuo con l'obiettivo di ridurre gli sprechi ed aumentare l'efficienza.
I Data Decision Support System. Dati che aiutano a decidere	8	Illustrare come la sfida della sostenibilità richieda lo sviluppo di nuovi modelli e tecnologie di tracciabilità che includano l'intera filiera e raccolgano una ampia varietà di informazioni per rispondere alle richieste di clienti e stakeholder e dimostrare rispetto delle normative UE in tema di sostenibilità e greenwashing. Il focus sarà posto su tutti i dati che le aziende raccolgono. Comprendere come trasformare i dati in informazioni che ci aiutano a decidere. Approfondire un caso concreto con piattaforma di IFarming.
Principi fondamentali di lean thinking	8	Presentare i concetti su cui si basano le metodologie Lean. Applicare a livello mondiale dalle più grandi aziende. Abbracciare questo tipo di filosofia consente di trarre benefici economici e di migliorare la qualità del lavoro.
Strumenti per promuovere il miglioramento continuo: kaizen, 5s	8	Apprendere i concetti standard di Kaizen e di miglioramento continuo inteso come fondamento per l'evoluzione dell'azienda. Comprendere la metodologia delle 5S che incrementa e mantiene ordine e pulizia in azienda.
Strumenti per il problem solving: ishikawa, 5why, is-is not	8	Come analizzare, circoscrivere e dividere problemi complessi in più problemi di minore entità per poi trovare i fattori scatenanti mediante i metodi di problem solving. Identificare le cause dei problemi per definire dei piani correttivi volti alla risoluzione definitiva delle criticità.
Kpi e definizione degli obiettivi	12	Comprendere quali sono gli indicatori di prestazione per tutte le funzioni/ reparti in azienda, considerando che è possibile migliorare soltanto ciò che si può misurare. Stabilire in modo periodico gli obiettivi legati ai KPI attraverso diverse tecniche.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Agile project management	12	Indentificare i valori del metodo Agile con l'obiettivo di acquisire competenze per gestire l'ambito, pianificare e controllare i tempi, ottimizzare le risorse, controllare il budget, gestire i rischi, garantendo il successo dei progetti e la soddisfazione del cliente.
Risolvere problemi complessi e sviluppare soluzioni innovative con il Design Thinking	12	Comprendere i concetti chiave del Design Thinking e applicare questa metodologia per affrontare problemi complessi in modo innovativo. Capire come definire in modo efficace il problema da risolvere e stabilire obiettivi chiari. Acquisire tecniche di ideazione per generare un'ampia gamma di soluzioni ed apprendere come implementare le soluzioni.
Project management	12	Identificare i vincoli di un progetto, nelle fasi di vita. Comprendere gli strumenti per la gestione dei progetti. Acquisire competenze per pianificare e controllare i tempi, gestire le risorse, controllare il budget e gestire i rischi garantendo il successo dei progetti e la soddisfazione dei clienti.
L'innovazione strategica in azienda: Business Model Design	14	Apprendere Il Business Model Design inteso come metodo per l'innovazione strategica che permette di analizzare e innovare gli elementi fondamentali attorno ai quali è costruita la proposta di valore utilizzando un approccio sistemico esteso a tutta l'organizzazione aziendale
Il Metodo delle 3 A: vincere sul mercato con le giuste domande	16	Identificare una strategia aziendale e un modello di business utili a strutturare la crescita e lo sviluppo dell'azienda nel prossimo futuro; definire il posizionamento dell'azienda facendo leva sui valori e le risorse interne; introdurre elementi innovativi nell'offerta per distinguersi dai concorrenti; allineare l'organizzazione alla strategia aziendale; aumentare l'efficacia commerciale con gli attuali clienti e quelli potenziali.
Lo sviluppo prodotto Lean	16	Come sviluppare un nuovo prodotto utilizzando l'approccio lean; definire la mission ed il concept; acquisire concetti di value stream della progettazione, diagramma di Kano, il prodotto irresistibile, thinking inside the box.



RICERCA, SVILUPPO E TECNOLOGIA



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Trend Hunting-Dove e come trovare idee per prodotti innovativi	12	Comprendere ed applicare i trend al design di prodotti in modo creativo e innovativo; utilizzare i trend come fonte di ispirazione per sviluppare prodotti che rispondono alle esigenze e alle aspettative dei clienti, contribuendo così a mantenere la competitività nel mercato.
Strumenti per la progettazione agile-Progettare connessi e da dovunque	12	Utilizzare in modo competente gli strumenti software per la progettazione agile, migliorando così la gestione e la collaborazione nei progetti di design; conoscere i principi della progettazione agile ed i fondamenti degli strumenti software; organizzare e gestire progetti agili utilizzando strumenti di comunicazione e collaborazione; apprendere le migliori pratiche per la collaborazione in un ambiente di progettazione agile.
Prototipazione additiva e Stampa 3D-Prototipare con le nuove tecnologie	12	Comprendere i concetti fondamentali della stampa 3D e della prototipazione additiva; progettare e stampare oggetti 3D di alta qualità e applicare questa tecnologia a una varietà di settori e applicazioni industriali; conoscere materiali specializzati nell'applicazione industriale della stampa 3D.
Copyright e Brevetti-Proteggere i prodotti nell'era della globalizzazione	12	Acquisire una comprensione solida delle leggi sul copyright e dei brevetti nel settore del design. Applicare tali conoscenze per proteggere i propri progetti di design, valutare i rischi e le opportunità legate ai diritti di proprietà intellettuale, e navigare con successo nel complesso panorama legale del design.
L'intelligenza artificiale in azienda	12	Capire lo scenario attuale: perché si parla tanto, ora, di AI? Comprendere il potenziale dell'intelligenza artificiale per migliorare la propria attività; conoscere le tecnologie AI disponibili (gratis e non) e capire come utilizzarle; acquisire una nuova competenza ibrida: prompt engineering; esercitarsi con diversi tool.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Stampa 3D Corso introduttivo per la progettazione a mezzo Stampa 3D	12	Introdurre al tema della stampa 3D come risorsa a supporto dell'azienda; approfondire varie tematiche che spaziano dalla progettazione alla realizzazione finale mediante soluzioni diversificate in termini di materiali e strumenti; esplorare le basi della stampa 3D, dalla progettazione alla produzione, con focus su soluzioni semplici e pratiche che possono essere implementate in azienda.
Mindset digitale e oltre: accompagnare le aziende nella twin transition verso 5.0	12	Comprendere come cambia il mondo del lavoro con il digitale in un'ottica di twin transition; conoscere la genesi e il passaggio da Industria 4.0 a transizione 4.0; effettuare una sintesi delle tecnologie abilitanti, "vecchie" e nuove; sviluppare conoscenze di base delle nuove tecnologie abilitanti, nel contesto 4.0 e 5.0 e promuovere la familiarità con un nuovo lessico e nuovi concetti necessari per la twin transition digitale e sostenibile.



PROCESSI PRODUTTIVI, LOGISTICA E QUALITÀ



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
I 7 strumenti per il controllo qualità	8	Collezionare ed analizzare dati rispetto ai controlli qualità implementati; conoscere gli strumenti che consentono di visualizzare dati di qualità rendendo più semplice individuare una tempestiva reazione ai problemi di qualità.
Gestione delle non conformità: PDCA e 8C report	8	Approfondire il ciclo di Deming come strumento per la pianificazione e l'esecuzione di piani di miglioramento e di risoluzione delle non conformità interne ed esterne; apprendere il modulo 8D come documento formale per gestire le non conformità.
Failure mode analysis applicata a design progettazione qualità manutenzione	8	Apprendere la logica FMEA applicabile in diversi contesti quali progettazione, qualità e manutenzione, per stabilire rischi e priorità; eseguire l'analisi FMEA allo stato attuale calcolando RPM; definire le azioni correttive e eseguire l'analisi FMEA allo stato futuro calcolando RPM.
Tempi e metodi per la definizione degli strumenti di produzione	8	Comprendere le tecniche e gli strumenti per definire i tempi ed i metodi necessari per la produzione di un bene o un servizio con approfondimenti di calcolo dei costi, programmazione e monitoraggio delle linee produttive.
Internet of Things. Campi e stalle che producono dati	8	Acquisire competenze sulla gestione digitale di filiere di fornitura in ottica di sostenibilità esplorando le tecnologie e i tipi di dati che oggi si possono raccogliere e analizzare; illustrare come la sfida della sostenibilità richieda lo sviluppo di nuovi modelli e tecnologie di tracciabilità che includano l'intera di filiera.
Fondamenti di pneumatica	12	Acquisire la capacità di leggere e comprendere il funzionamento di base di circuiti pneumatici; comprendere i cicli di funzionamento di impianti che si basano sull'utilizzo di aria in pressione con lo scopo di poter effettuare manutenzioni ordinarie e straordinarie sugli stessi.
Fondamenti di oleodinamica	12	Acquisire la capacità di leggere e comprendere il funzionamento di base di circuiti oleodinamici; comprendere i cicli di funzionamento di impianti che si basano sull'utilizzo di olio in pressione con lo scopo di poter effettuare manutenzioni ordinarie e straordinarie sugli stessi.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Metrologia e strumenti di misura	12	Sviluppare padronanza nell'utilizzo dei più comuni strumenti di misura utilizzati in ambito metalmeccanico che consentono di controllare e verificare le dimensioni di particolari meccanici e non; acquisire le conoscenze di base per effettuare misurazioni con i principali strumenti come calibro, micrometro, comparatore, squadra da officina.
Logistica – Il dropshipping	12	Acquisire la conoscenza dei meccanismi di funzionamento del magazzino a scorta zero, imparando ad individuare per quali linee, brand, tipologia prodotto o fornitore. Il dropshipping rappresenta una via percorribile e vantaggiosa e per quali invece i costi non sono sostenibili e la marginalità risulta troppo contratta.
Applicazioni verdi della catena di approvvigionamento e della logistica moderna	20	Acquisire conoscenze nel campo della logistica e della gestione della catena di approvvigionamento con particolare riferimento alle tendenze attuali nella gestione ambientale; comprendere il concetto di logistica verde e la necessità della sua implementazione in azienda; analizzare la funzione della Reverse Supply Chain; adottare azioni di sostenibilità incentrate sull'ambiente e di economia circolare.
Logistica - Gestione del magazzino e spedizioni	20	Comprensione delle tecniche di definizione di un magazzino a misura del proprio business, tra ottimizzazione dello stock e garanzia dello SLA; acquisizione conoscenze circa il funzionamento del backoffice operativo e delle modalità di funzionamento del magazzino e dei suoi processi; analizzare i flussi; organizzazione la capacity durante picchi e comprendere le principali metriche di performance.



PROGETTAZIONE GRAFICA



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Fondamentali di color management: cosa le aziende che lavorano con il colore devono sapere	6	Migliorare la qualità visiva dei prodotti e delle comunicazioni aziendali, aumentando l'attrattiva per i clienti e quindi il potenziale di vendita, influenzando positivamente il fatturato complessivo, nella consapevolezza che il color management è fondamentale per molte aziende poiché assicura la coerenza e l'affidabilità dei colori nei processi di produzione e comunicazione visiva.
Introduzione al prompt design	6	Approfondire le questioni che legano la cultura visuale alle dinamiche di interazione fra arti, immagini, tecnologia ed industria nell'attualità della società contemporanea; analizzare alcuni macro temi imprescindibili quali; arte e Industria, la merce in mostra, funzione e bellezza, tecnologia e immagini.
Modeling	8	Realizzare un personaggio tramite immagini di riferimento partendo da geometrie di base. Approfondire la fase di creazione di oggetti e personaggi partendo da geometrie di base come scatole, sfere e cilindri ed utilizzare i principali strumenti di modeling in Maya.
Sculpting	8	Apprendere la fase di sculpting dei modelli 3D per la definizione dei volumi e l'applicazione dei dettagli; realizzare un character tramite tecniche di sculpting e interazione tra softwares differenti.
UV Mapping	8	Apprendere la fase di UV Mapping dei modelli 3D per predisporli alla fase successiva del texturing; provvedere all'adeguamento dei modelli per ottenere una risoluzione delle textures omogenea sull'insieme della scena; preparare un modello al texturing tramite la definizione delle mappe UV.
Texturing	8	Apprendere la fase del texturing, ovvero la creazione delle textures e il loro inserimento all'interno dei materiali attraverso tecniche di painting direttamente sul modello 3D; definire i materiali e la loro applicazione sulla superficie degli oggetti.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Rigging	8	Apprendere la fase del rigging, ovvero la definizione dello scheletro interno al modello e la creazione dei controllers esterni per riuscire a gestirlo durante l'animazione; predisporre un character per l'animazione.
Animation	8	Comprendere la fase dell'animazione, ovvero l'utilizzo del rig impostato sul modello per fargli compiere azioni attraverso l'applicazione dei 12 principi dell'animazione; animare un personaggio ed applicare i 12 principi dell'animazione.
Motion Graphics	8	Realizzare un video animato in motion graphics 3D tramite Cinema 4D e la sua interazione con After Effects per la fase di compositing ed esportazione finale; impostare un sistema di illuminazione ed esportare una animazione motion graphics in un video renderizzato.
Adobe Dimension: 3D base	8	Approcciarsi in modo semplice al mondo 3D, grazie al connubio Adobe Dimension + Adobe Illustrator e Photoshop; definire l'area di lavoro e movimento in 3 dimensioni all'interno di Dimension; creare forme base, oggetti avanzati, oggetti .OBJ, luci, materiali; effettuare il rendering; creare forme base con Illustrator e successiva creazione di formati .OBJ da implementare in Dimension; esportare in .PNG o .PSD.
Montaggio video base: Adobe Premiere	8	Imparare a montare delle clip per piccoli reel, video aziendali, social; apprendere i concetti di keyframe, tempo, timeline; procedere con il montaggio video; effettuare color correction; esportare tramite Adobe Media Encoder.
Dal progetto alla realtà aumentata	8	Creare un prodotto con Illustrator, Photoshop, Dimension e presentazione in realtà aumentata con Adobe Aero; sviluppare competenze nel design 2D e 3D, creare mockup realistici e presentare modelli interattivi in AR per un'esperienza visiva immersiva e coinvolgente.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Adobe InDesign: Creare presentazioni interattive con Adobe InDesign	8	Sviluppare brochure e epub fixed layout per documenti interattivi; apprendere l'uso di elementi interattivi come pulsanti, collegamenti e animazioni, strutturare layout coinvolgenti, esportare in formato PDF interattivo e ottimizzare la comunicazione visiva per esperienze dinamiche.
Sfruttare l'intelligenza artificiale nei programmi di adobe: l'A.I. è stata inserita in modo massiccio all'interno dei software adobe, la sai sfruttare al meglio?	8	Comprendere come approfittare di questa tecnologia per inserirla nel proprio flusso produttivo per aumentare la creatività e ridurre i tempi di lavorazione. Integrare l'AI per ottimizzare flussi di lavoro e ottenere risultati sorprendenti con la consapevolezza che l'intelligenza artificiale in Adobe offre strumenti per automatizzare compiti ripetitivi.
Adobe InDesign per creare eBook a layout fisso	9	Imparare a progettare eBook professionali e ad utilizzare in autonomia il software; comprendere i formati e layout fisso; scegliere i font e gestire gli stili; inserire i contenuti; creare elementi interattivi; approfondire l'esportazione per eBook.
Adobe InDesign: Grafica Editoriale -impaginazione tramite InDesign	12	Apprendere le tecniche di impaginazione di un catalogo o di una brochure con particolare riferimento alla storia dell'impaginazione, gerarchia visiva, utilizzo dello spazio bianco, scelta corretta dei font, dimensioni, esportazione .PDF.
Brand Design: capire e gestire il marchio tramite Illustrator	12	Comprendere la fondamentale importanza del brand, sia dal punto di vista teorica che dal punto di vista pratico, approfondendo il concetto di marchio e facendo pratica con la creazione di un piccolo marchio.
Progettazione Visual Applicata	12	Mettere in pratica le nozioni del Brand Design attraverso l'esercizio pratico sui programmi di grafica per creare una piccola Brand Identity, dal logo fino ai mockup, passando per i pattern; approfondire i concetti di Brand Identity, pattern, mockup e la fase di esportazione finale, nonché la consegna al cliente.
Adobe InDesign / Progetto grafico e impaginazione: nozioni e metodi di base	12	Comprendere come muoversi in modo semi-professionale all'interno dell'applicazione e acquisire nozioni e metodi di progetto editoriale e di impaginazione.

PROGETTAZIONE GRAFICA

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Adobe: Illustrator, Photoshop, InDesign	12	Imparare ad utilizzare le nozioni base dei 3 software di Adobe; sviluppare competenze nella grafica digitale, dall'illustrazione vettoriale all'editing fotografico, fino all'impaginazione professionale, per creare contenuti visivi di alta qualità e gestire progetti creativi in modo efficace.
Brand design - Corso per la progettazione del brand e corporate design	12	Acquisire gli strumenti che consentono di conoscere e gestire la corretta metodologia progettuale del settore del brand design; definire la propria identità al fine di stabilire l'immagine coordinata in previsione di un sistema di comunicazione interconnesso e aderente alla mission e ai valori aziendali.
Pubcoder per creare eBook a layout fisso	12	Apprendere le tecniche per utilizzare PubCoder al fine di progettare eBook interattivi; introduzione a PubCoder; impostare il progetto; creare pulsanti, animazioni e collegamenti; conoscere l'esportazione.
Adobe Photoshop	12	Comprendere cosa è possibile fare per trasformare un'immagine preesistente. Gli scopi dell'elaborazione dell'immagine possono essere i più variegati e l'applicativo, che è molto potente e performante, consente la soddisfazione di tutte le esigenze possibili di trattamento di immagini e anche la creazione di immagini ex novo.
Canva Basic: guida all'utilizzo di Canva	12	Imparare ad utilizzare Canva Basic, per realizzare presentazioni, grafiche e video concentrandosi sull'utilizzo delle forme basiche, colore, tipologia di font, teoria della percezione grafica.
Adobe InDesign	15	Conoscere gli strumenti e le funzioni offerte dal software per l'impaginazione di una grande varietà di prodotti editoriali; fornire competenze pratiche per l'uso di InDesign mediante un'introduzione al programma, la creazione di documenti, la gestione dei testi e stili, la gestione delle immagini e la grafica.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Adobe Illustrator	15	Comprendere come creare immagini, manifesti, loghi, copertine semplici o complesse. Lo scopo del corso è quello di fornire le conoscenze relative ai potenti strumenti di disegno vettoriale di Adobe Illustrator.
Adobe Substance 3D Stager	16	Creare rendering fotorealistici per il mondo del packaging, della moda, dell'interior design. Creazione mock up senza utilizzare Photoshop; imparare a posizionare e illuminare oggetti 3D, creare composizioni fotorealistiche, ottimizzare l'inquadratura e gestire materiali e texture per produrre scene visive di alta qualità in ambito pubblicitario e di design.
Adobe InDesign: creare contenuti accessibili con Adobe InDesign	16	Creare documenti per persone con disabilità in formato PDF e in formato Epub; apprendere tecniche per ottimizzare documenti per lettori di schermo, l'uso corretto di stili e tag, la creazione di PDF accessibili e la progettazione di layout inclusivi per una comunicazione chiara e universale.
Adobe Substance 3D Sampler	16	Creare materiali digitali da utilizzare nei flussi 3D per gaming, moda, interior design, automotive, architettura; apprendere la creazione di materiali 3D realistici, campionare texture dal mondo reale, manipolare e combinare materiali personalizzati e ottimizzare risorse 3D per migliorare il realismo e la qualità visiva nei progetti digitali.
Adobe InDesign: Creare documenti lunghi con InDesign	16	Utilizzare le funzioni di InDesign per ottenere un prodotto flessibile, facilmente modificabile, declinabile in lingue diverse; creare documenti lunghi come bilanci, cataloghi, manuali.
Adobe InDesign: Creare un ePUB fluido con Adobe InDesign	16	Trasformare un libro cartaceo in un eBook fluido; imparare a strutturare e impaginare contenuti adattabili, ottimizzare testi e immagini per diversi dispositivi, utilizzare stili e strumenti interattivi, e pubblicare eBook professionali in formato digitale accessibile e responsive.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Adobe InDesign: Creare un listino prodotti dinamico con InDesign	16	Possibilità di mostrare/nascondere i prezzi, i prodotti o altri elementi con un solo file; automatizzare la disposizione di prodotti e prezzi, aggiornare dati in tempo reale e creare layout professionali per listini personalizzabili ed efficienti.
Interaction	16	Apprendere la fase di interazione, come importare un personaggio animato all'interno del game engine Unreal e impostare gli script per renderlo interattivo tramite mouse o tastiera; realizzare un game interattivo con un personaggio animato.
Visualizzazione digitale fotorealistica	20	Introdurre alle tecniche avanzate del fotorealismo, della composizione fotografica, dell'illuminazione e della gestione dei materiali, con l'obiettivo di creare ambienti digitali emozionali. Attraverso l'utilizzo di strumenti come Cinema 4D, Corona Renderer, tecniche di postproduzione e applicazioni di intelligenza artificiale, i partecipanti acquisiranno le competenze necessarie per realizzare scene visivamente coinvolgenti.
Adobe InDesign avanzato	24	Acquisire tecniche evolute di progettazione e gestione layout, imparando ad utilizzare stili complessi, a gestire documenti lunghi, flussi di lavoro ottimizzati e creare PDF interattivi e animazioni.
Adobe Acrobat	32	Comprendere come utilizzare Adobe Acrobat per gestire documenti PDF; durante il corso si effettuerà un'introduzione a Acrobat e si approfondiranno le tecniche per creare e modificare PDF.



INFORMATICA E ACCESSIBILITÀ



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Pdf/a e archiviazione digitale	4	Comprendere l'importanza dell'archiviazione digitale; conoscere il formato PDF/A; apprendere come creare e validare documenti PDF/A; capire le migliori pratiche per l'archiviazione e la gestione di file PDF/A.
PowerPoint	8	Accompagnare l'utente ad avere piena e totale autonomia nella gestione, creazione e successive modifiche alle presentazioni dei più svariati argomenti sia professionali che personali. Rendere chiaro, sintetico e fortemente d' impatto qualsiasi argomento, mediante presentazioni sviluppare con il programma Power Point.
Pdf/ua e documenti digitali accessibili	8	Comprendere l'importanza e i principi fondamentali dell'accessibilità digitale. Acquisire conoscenze dettagliate sullo standard PDF/UA e sui suoi requisiti. Imparare a creare documenti PDF che siano accessibili secondo lo standard PDF/UA. Utilizzare strumenti e tecniche per la validazione e il test dell'accessibilità dei documenti PDF.
Scrivere testi accessibili	8	L'accessibilità dei contenuti digitali è un requisito in tutti i campi della comunicazione. Grafica, testo, linguaggio, sintassi: questi elementi sono legati tra loro e devono funzionare bene insieme, perché la comunicazione deve essere accessibile a un pubblico più ampio possibile. Un corso fondamentale per chi produce i contenuti di aziende, enti pubbliche amministrazioni.
Autodesk Inventor : Configurazione Ambienti di Lavoro	8	Acquisire le competenze per configurare adeguatamente gli ambienti di lavoro in Autodesk Inventor (Parti, Assiemi e Assiemi saldati, Lamiere, Tavole di disegno); apprendere la configurazione di modelli per i vari ambienti, la gestione e la configurazione di librerie aziendali, la preparazione degli stili condivisi, la gestione e la configurazione librerie commerciali, la gestione dei progetti di Autodesk Inventor.
Accessibilità web	8	Comprendere l'importanza dell'accessibilità web per garantire l'equità nell'accesso alle informazioni digitali; Acquisire le competenze per progettare siti web accessibili; Conoscere le best practice e le linee guida internazionali.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Autodesk Inventor : Tubazioni e Condotte	8	Acquisire i principi fondamentali e i flussi operativi consigliati per la creazione di tubazioni e condotte (piping) per impianti e macchinari industriali all'interno di Autodesk Inventor. Realizzare in autonomia assiemi di tubazioni e condotte all'interno di Inventor; realizzare percorsi personalizzati utilizzando le funzionalità di schizzo 3D; creare una libreria di componenti personalizzati; salvare in libreria le definizioni dei propri standard aziendali per il loro riutilizzo; generare distinte componenti (BOM) complete di tutti i componenti dell'impianto
Rhinoceros - livello base	12	Preparare il partecipante a destreggiarsi agevolmente all'interno dell'interfaccia del software, a creare con precisione matematica oggetti grafici 2d, a generare, importare, modificare ed esportare un modello 3d, ad analizzare e quotare un modello, a fare un rendering di base
Rhinoceros - livello avanzato	12	Permettere a chi ha già conseguito una conoscenza base di Rhinoceros di diventare un esperto di questo software. Progettare oggetti come un esperto, facendo attenzione ai particolari e al disegno delle forme. Apprendere le tecniche di modellazione avanzata
Autodesk Inventor : Costruzione di Tavole tecniche meccaniche	12	Introdurre alla realizzazione di Tavole tecniche con quotature, annotazioni, tabelle per diversi ambiti progettuali (dalla progettazione alla produzione); apprendere la creazione di Modelli di Tavole, la Gestione degli stili degli elementi che costituiscono la tavola di disegno, la realizzazione delle viste con quote, assi, simboli, ed annotazioni per parti singole e complessive, le viste di differenti tipologie
Autodesk Inventor : Costruzione di parti meccaniche semplici	12	Introdurre alla progettazione di Assiemi per diversi ambiti progettuali (dalla progettazione alla produzione); apprendere nozioni di sketching 2D, lavorazioni 3D semplici e complesse, impostazioni per la stampa 3D

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Solidworks: modellazione parametrica 3D con solidworks	12	Acquisire le conoscenze di base per modellare ed eseguire la messa in tavola di componenti meccanici di modesta difficoltà. Apprendere le funzionalità base del software di modellazione 3D SOLIDWORKS con l'obiettivo di modellare ed eseguire la relativa messa in tavola di componenti meccanici di modesta difficoltà
Solidworks motion: simulazione cinematica e dinamica	12	Acquisire le conoscenze di base per effettuare studi dinamici e cinematici con il software SOLIDWORKS MOTION®. Estrapolare da tali studi grafici e dati inerenti alla dinamica della macchina oggetto di studio. Validare la progettazione di un sistema cinematico durante la fase di fattibilità dello stesso
Disegno tecnico: lettura ed interpretazione del disegno tecnico meccanico	12	Fornire le conoscenze di base per la lettura e l'interpretazione, critiche, del DISEGNO TECNICO MECCANICO. Comprensione delle proiezioni ortogonali e delle sezioni di particolari meccanici. Acquisire le competenze necessarie a comprendere le indicazioni di quote, tolleranze e rugosità, indicate su un DISEGNO TECNICO MECCANICO.
Wordpress: CMS Wordpress Corso per la progettazione web tramite sistema CMS Wordpress	12	Sviluppare padronanza del sistema CMS Wordpress per la creazione di contenuti digitali. Attraverso la conoscenza di questo sistema editoriale digitale si potranno realizzare siti internet dall'alto potenziale ben coerenti con gli standard attuali in termini di sicurezza e accessibilità.
Design di interfaccia Corso per la progettazione e prototipazione dell'interfaccia utente tramite Adobe XD	12	Apprendere la progettazione dell'interfaccia utente nell'ambito delle esperienze digitali quali app-design, web-design e digital signage; acquisire i temi dello sviluppo digitale attraverso le fasi operative caratteristiche di questo settore. La progettazione affronterà dapprima i bisogni utente per poi concentrarsi sullo studio del layout che sarà sviluppato tramite la progettazione del wireframe. Successivamente si definirà il tema del design avvalendosi di Adobe XD.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Rhinoceros - livello base	12	Preparare il partecipante a destreggiarsi agevolmente all'interno dell'interfaccia del software, creare con precisione matematica oggetti grafici 2d, generare, importare, modificare ed esportare un modello 3d, analizzare e quotare un modello, realizzare fare un rendering di base
ONSHAPE- Introduzione alla modellazione e gestione prodotto in cloud	12	Utilizzare OnShape in modo competente per la progettazione di prodotti; acquisire competenze avanzate per creare modelli 3D complessi; collaborare in team e presentare in modo efficace progetti di design; acquisire una solida base per coloro che desiderano lavorare nel campo del design di prodotto utilizzando strumenti CAD basati su cloud come OnShape.
Autodesk Inventor : Progettazione Lamiera	12	Progettare componenti in lamiera, con successiva messa in produzione, i parametri di punzone, le tabelle di piega personalizzate, e le specifiche di produzione della tavola quotata per la macchina di taglio e piegatura. Apprendere la terminologia tipica della progettazione di lamierati, la realizzazione di modelli in lamiera di varia complessità, i parametri di controllo dello sviluppo, la realizzazione della messa in tavola con le annotazioni adeguate ai requisiti delle fasi realizzative.
Autodesk Inventor : Progettazione con il Generatore Telaio	12	Creare strutture di sostegno con elementi commerciali o personalizzati per la messa in produzione degli elementi. Apprendere la creazione di scheletri tramite l'uso combinato di schizzo 2D e Schizzo 3D; acquisire l'utilizzo dei comandi del Generatore di Telaio; creare ed inserire elementi strutturali personalizzati nella libreria.
WordPress base per designer	12	Acquisire una comprensione fondamentale del sistema di gestione dei contenuti WordPress. Sviluppare competenze di progettazione e personalizzazione per creare siti web accattivanti e funzionali. Imparare le migliori pratiche per la gestione e l'aggiornamento dei contenuti, la sicurezza e la SEO.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Excel avanzato	16	Sviluppare una conoscenza approfondita di Excel con particolare riferimento a gestione delle formule, collegamenti, navigazione dinamica all'interno del file, grafici, tabelle Pivot. Il corso si rivolge a tutte quelle persone che desiderano personalizzare e migliorare i dati in loro possesso.
Designer edge	16	Apprendere le caratteristiche dell'utilizzo di un programma NON parametrico. Comprendere le potenzialità di Designer laddove si devono effettuare modifiche su un singolo oggetto dove la progettazione deve essere libera e non vincolata lo strumento ideale è Designer edge.
Autocad tridimensionale	20	Acquisire capacità di progettare in maniera tridimensionale qualsiasi oggetto solido più o meno complesso, partendo dai concetti di disegno bidimensionale. Sviluppare una sufficiente autonomia e conoscenza delle problematiche al fine di creare e quotare pezzi ed attrezzature tridimensionali.
Corso di informatica base	20	Fornire una conoscenza di base del Computer e dei suoi principali utilizzi. Acquisire nozioni base relative al sistema operativo, la gestione di files e cartelle, i principali programmi (Word, Excel, Outlook), utilizzo di Internet e dei principali rischi della rete.
Autocad bidimensionale	24	Fornire sufficiente autonomia e conoscenza delle problematiche di Autocad bidimensionale che permettano di lavorare e gestire autonomamente il programma. E' richiesta la capacità di leggere ed eseguire un disegno di media difficoltà.
Corso di informatica avanzato	24	Il corso è orientato principalmente a migliorare la conoscenza e l'uso dei programmi del pacchetto Office. Il corso è adatto a tutte le persone che già conoscono ed utilizzano il computer nelle sue funzioni basilari, ma desiderano migliorare e perfezionare l'uso, riuscendo così a sfruttare al meglio le grandissime potenzialità dei programmi maggiormente usati.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Excel base	24	Il corso si rivolge a tutte quelle persone che devono gestire qualsiasi dato aziendale, da quelli amministrativi a quelli di produzione. Scoprire applicazioni, trucchi e scorciatoie che possono tornare utili sin dal primo giorno di lavoro successivo al corso.
Autodesk Inventor	32	Comprendere le funzioni di Inventor nel disegno di oggetti tridimensionali; scoprire tutti i numerosi vantaggi nell'utilizzo di un programma di modellazione parametrica, in relazione ad altri software specifici.
Catia	40	Acquisire competenze nella modellazione 3D parametrica, la progettazione e gestione di componenti complessi, l'automazione dei processi CAD tramite script, e l'ottimizzazione del design per migliorare efficienza e precisione.



| FASHION



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Slow e fast fashion, i modelli di business a confronto	4	Analizzare i due modelli di business contestualizzati all'attuale momento evolutivo. Valutare i pro e contro di ciascun modello e il loro impatto sulla sostenibilità ambientale ed economica. Contestualizzare i modelli alla realtà aziendale con relative valutazioni su un'eventuale implementazione.
Time & action calendars in ambito fashion	4	Fornire uno strumento di pianificazione processuale integrato in grado di coordinare e monitorare il workflow aziendale. Coordinare i diversi settori della supply chain organizzando tempi e metodi delle varie azioni con relativa responsabilità processuale. Monitoraggio performance, previsione eventuali inefficienze, proposta aree di recupero.
Gestione ufficio stile	4	Definizione dei processi creativi e organizzazione dell'ufficio stile in funzione delle strategie. Il focus sarà posto sulle: metodologie e canali di ricerca, la creazione di mood board, lo studio e la creazione, la struttura di collezione, figurini e disegni, la gestione dei rapporti ufficio prodotto e modellistica e il coordinamento di collezione.
I consumatori e la metodologia lifestyle nel settore fashion	8	Fornire una modalità di analisi e comprensione dei consumatori chiara ed efficace partendo dallo stile di vita che li caratterizza contestualizzato al settore fashion abbigliamento, accessori, intimo, beachwear.
Merchandising process settore fashion	8	Fornire un processo di pianificazione merceologica efficiente ed efficace basato sull'analisi del consumatore target comprendendone i comportamenti d'acquisto reali ed aspirazionali. Contestualizzazione al settore dell'azienda coinvolta. Strutturare un piano di implementazione atto a migliorare le vendite e la gestione dello stock merceologico adattando l'offerta al cliente target, analizzato e compreso con i principi lifestyle.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Buying process settore fashion	8	Fornire un processo d'acquisto efficiente ed efficace basato sull'analisi del consumatore target, combinando principi estetici a processi razionali in grado di ottimizzare l'efficienza paretiana dell'offerta, conseguendo le massime vendite con il minimo stock. Migliorare la sostenibilità ambientale ed economica del processo d'acquisto. Strutturare un piano di implementazione atto a migliorare i risultati gestionali dell'ufficio acquisti.
I consumatori e la metodologia lifestyle per la sostenibilità del fashion	8	Fornire una modalità di analisi e comprensione dei consumatori chiara, efficace ed efficiente partendo dallo stile di vita che li caratterizza nel contesto evolutivo attuale, interpretando dati statistici con principi estetici. Integrare due aree chiave di un'azienda: l'area creativa a cui fa riferimento l'ufficio stile e product management, e l'area razionale a cui fa capo il buying, merchandise planning, retail management e business analysis.
Gestione ufficio prodotto	12	Gestione e sviluppo delle collezioni con particolare riferimento alla gestione fornitori, passaggio disegni, fitting, gestione rapporti ufficio stile e ufficio modelli, studio e sviluppo materie prime e lavorazioni speciali, gestione timing delle collezioni, gestione diba e schede tecniche, gestione costi, prepricing.



AMMINISTRAZIONE E CONTABILITÀ



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Bilancio per imprenditori: scopri i numeri della tua azienda	12	Fornire agli imprenditore e agli amministratori strumenti pratici nella lettura e nella predisposizione del Bilancio aziendale, con particolare riferimento ai riflessi giuridici, fiscali, anche in connessione al mondo bancario.
L'analisi dei costi per le aziende tessili, moda e design	12	Facilitare la conoscenza e l'introduzione in azienda di sistemi di controllo di gestione e di analisi dei costi con un focus specifico nel settore tessile, moda e design. I margini sempre più ridotti, la concorrenza globale e l'inflazione rendono ormai necessario un sistema di analisi dei costi aziendali.
Spazio contabilità base 4.0	12	Introdurre le basi concettuali di contabilità, conto economico e stato patrimoniale aziendale. Individuare le scritture contabili basilari ed effettuare un'esercitazione pratica che consenta di acquisire dimestichezza con la gestione contabile.
Spazio contabilità evoluta 4.0	12	Introdurre alla gestione contabile aziendale con particolare riferimento ad alcuni aspetti fondamentali nello svolgimento delle operazioni contabili aziendali: gestione del ciclo attivo e del ciclo passivo, crediti e debiti, gestione cespiti.
Organizzare lo spazio ufficio 4.0	12	Ottimizzare lo spazio fisico dell'ufficio al fine di garantire una gestione contabile ed organizzativa efficiente. Acquisire le competenze necessarie per organizzare efficacemente l'archivio in cloud.
Un nuovo modello di business 4.0: fidelizzare fornitori e clienti	12	Utilizzare nuovi strumenti 4.0 per ottimizzare la gestione di clienti e fornitori. Promuovere l'utilizzo delle informazioni sui social. Favorire la definizione degli obiettivi di breve medio lungo termine.
Pianificare decisioni aziendali per ottimizzare il bilancio	12	Apprendere i principali strumenti di controllo di gestione per rendere efficaci e consapevoli le decisioni gestionali aziendali, promuovendo l'ottimizzazione del bilancio, in un'ottica di pianificazione organizzativa.

TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Un nuovo modello di business globale	12	Progettare e/o migliorare nuovi canali di business all'estero mediante la puntuale analisi del proprio business internazionale per identificare le possibili aree di miglioramento, individuando gli strumenti per raggiungere gli obiettivi prefissati.
Fare business all'estero è ancora possibile?	12	Migliorare la consapevolezza nella gestione delle operazioni con l'estero seguendo ed analizzando gli andamenti dei mercati internazionali sia dal punto di vista dei fornitori sia dal punto di vista dei clienti.
Come gestire flussi documentali attivi e passivi UE ed extraUE	15	Imparare a gestire la documentazione per svolgere operazioni UE ed extra UE. Acquisire conoscenze riguardanti la gestione della bolla doganale, della fatturazione extra UE e della fatturazione intra UE.
Bilancio: Leggere i bilanci dei concorrenti	15	Ottenere informazioni per migliorare il business aziendale leggendo il bilancio dei concorrenti; introdurre ai più comuni indici bilancio per ottenere delle chiavi di lettura efficaci dei bilanci dei concorrenti.



| LINGUE



TITOLO CORSO	MINIMO ORE	OBIETTIVI
Crossing cultures	4	Acquisire consapevolezza delle varie differenze culturali e comprendere come esse influenzano l'efficacia delle interazioni all'interno di situazioni lavorative, in un contesto in cui sempre più aziende hanno contatti con l'estero.
Email writing	8	Imparare a scrivere email efficaci in lingua inglese all'interno di un contesto lavorativo. Comprendere come scrivere una email chiara e concisa, sviluppando uno stile di scrittura adeguato alla business communication. E' necessario possedere un livello di conoscenza di inglese di almeno A2.
Business communication	8	Acquisire competenze nella business communication nell'era digitale; sviluppare la workplace communication e il teamwork; gestire efficacemente dei meetings e delle presentazioni aziendali.
English for meetings	8	Acquisire competenze nella gestione dei meeting aziendali comunicando con sicurezza e disinvoltura in lingua inglese; comprendere come confermare ed eventualmente riprogrammare un meeting; esprimere le proprie opinioni durante il meeting.
Inglese per Public Speaking e comunicazione efficace	8	Acquisire maggiore sicurezza e spontaneità nella gestione di interazioni che richiedono immediatezza in situazioni di vita quotidiana professionale, dal vivo, al telefono, in videoconferenza.
Inglese base	40	Presentare sé stessi in ambito personale e professionale; chiedere e fornire informazioni personali e commerciali su prodotti/servizi; esprimere opinioni; trarre conclusioni e fare previsioni; riportare informazioni/nozioni riassunte per punti; descrivere relazioni di causa/effetto.
Inglese intermedio	40	Acquisire competenze comunicative adeguate in una vasta gamma di situazioni di vita quotidiana professionale per lo sviluppo delle abilità che riguardano in particolare sia la capacità di lettura e produzione scritta che la comprensione e produzione orale.

| I NOSTRI DOCENTI



64

docenti e professionisti

82%

titolari di cattedra presso



**ACCADEMIA
DI BELLE ARTI
SANTAGIULIA**



DOCENTI

	Giovanni Aimo	Ha oltre 10 anni di esperienza nella gestione delle risorse umane ai vertici di un grande gruppo nel settore assicurativo/finanziario; ha sviluppato una nuova filosofia d'impresa, incentrata sulla gestione ed ottimizzazione delle Risorse Umane che l'ha portato a sviluppare interventi di formazione personalizzati nel mondo aziendale.
	Paola Claudia Baldracchi	International Business Consultant & Temporary Manager e University Instructor. Si occupa di Temporary Management sviluppando ed implementando progetti di internazionalizzazione d'impresa delle PMI.
	Alberto Balestrini	Consulente giuslavoristico con particolare specializzazione sulla contrattualistica del lavoro, la gestione degli ammortizzatori sociali in costanza di rapporto e la gestione dei procedimenti di contestazione disciplinare. Si occupa altresì di numerose attività formative in materia di lavoro anche all'esterno dello Studio, con riferimento alle richieste provenienti dal personale amministrativo delle realtà clienti o tramite la collaborazione con istituti scolastici e/o formativi interessati ad attività di formazione relative alla gestione ed all'amministrazione del personale.
	Stefania Belussi	Laureata in Marketing Management, docente di corsi di formazione sui temi "core" del suo percorso di studi, focalizzati su materie a lei particolarmente care quali la comunicazione, il public speaking e l'acquisizione di "soft skills". Svolge attività consulenziali presso clienti dove spende le proprie conoscenze relative al marketing strategico e operativo.
	Luca Beretta	E' diplomato in grafica all'Istituto Europeo di Design di Milano. Lavora come art director e grafico nell'ambito editoriale e in quello pubblicitario. Come grafico editoriale ha progettato e realizzato un grandissimo numero di pubblicazioni con tutti i clienti più importanti del panorama dell'editoria milanese. Ha fondato uno studio di grafica e service editoriale con diverse figure professionali.
	Ezio Bignotti	Si laurea presso l'Accademia di Belle Arti SantaGiulia di Brescia come Graphic Designer. Lavora come libero professionista con competenze che variano dal fotoritocco di immagini ad uso editoriale e catalogo, uso di template drag&drop per l'invio di newsletters, creazione di immagini e gif social, mantenimento dei contenuti sui siti. E' docente di grafica presso MOODART a Verona, CFP Lonati e ITS Academy Machina Lonati a Brescia.
	Sergio Bombelli	Dal 2015 studia gli strumenti e le strategie per ottenere risultati con il marketing digitale, prendendo parte a progetti o affiancando imprenditori e aiutandoli a scegliere la strada migliore da percorrere. Dal 2020 è diventato un consulente libero professionista affiancando le agenzie e prendendo parte a progetti già avviati o costruendo da zero l'intera infrastruttura di marketing.
	Gianluigi Bonanomi	Consulente e formatore specializzato in comunicazione digitale. Ha lavorato per anni nel settore dell'editoria informatica come giornalista professionista. È direttore della collana "Fai da tech" di Ledizioni.

	Nicoletta Bonomo	Possiede una significativa esperienza maturata in aziende leader del settore retail con il ruolo di Product Manager e Senior Buyer nei settori abbigliamento e accessori. Fonda una società, buying office internazionale e di consulenza che fornisce servizi di merchandising, buying e retail management a retailers, department stores, catene, wholesalers e programmi di formazione ad enti specializzazioni in fashion business.
	Davide Borgogni	Intrapresa la carriera manageriale, dopo un'esperienza ventennale in aziende di GDO, Distribuzione ed eCommerce, si specializza nella Direzione della Supply Chain in realtà di distribuzione organizzata, lavorando per multinazionali quali Rexel e Amazon. Ha acquisito metodologie gestionali e processi capaci di snellire la produzione minimizzando gli sprechi, efficientare tempistiche e risorse.
	Andrea Buffoli	Collabora con centri formativi ed agenzie del lavoro per la formazione di personale specializzato nel settore tecnico-meccanico. Insegna materie come: meccanica applicata alle macchine, disegno tecnico, metrologia e strumenti di misura, pneumatica, oleodinamica, software di disegno 3D (Solidworks ©) per la modellazione, simulazioni cinematiche e dinamiche, calcolo FEM.
	Marco Castelnuovo	E' socio fondatore di un'agenzia di comunicazione; dirige e sviluppa progetti di comunicazione, di graphic design e campagne pubblicitarie per PA e multinazionali. Grazie alle competenze di programmazione lavora nel mondo dello sviluppo web come programmatore e nell'ambito marketing sviluppando e collaborando alla realizzazione di importanti portali e progetti di business su web.
	Filippo Centenari	La sua attività affonda le sue radici nel campo multimediale dove pittura, video, meccanica ed elettronica convivono e si intrecciano in progetti di diversa natura, creando interazione e sconvolgendo le regole tecniche di ciascun mezzo scelto. Genera interazione, critica ed analisi dei mezzi di comunicazione. E' Tutor della Scuola di Progettazione artistica per l'impresa dell'Accademia di Belle Arti SantaGiulia.
	Alberto Colombini	E' iscritto all'ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Brescia al n. 660/A dal 1990. Dal 2017 ad oggi - Membro della Commissione Revisione Legale dell'Ordine dei Dottori Commercialisti Dal 2001 è formatore in corsi di formazione organizzati in materia di Controllo di Gestione, Contabilità e Bilancio, altre materie gestionali.
	Milena Cordioli	Si è laureata in Lettere Moderne, indirizzo storico-artistico, presso l'Università di Verona, presentando una tesi in Estetica sul tema del Ritratto. Ha conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in Beni Culturali e Territorio e ha maturato una significativa esperienza nell'ambito della didattica museale. Insegna "Storia dell'arte e del design grafico" alla facoltà di Scienze e tecniche della comunicazione, presso lo IUSVE.
	Carlo Cortesi	Laureato in Scienze dell'Informazione intraprende la libera professione nel 2005, dopo significative esperienze in aziende leader nel settore ICT. La passione per l'innovazione, il costante aggiornamento e l'esperienza manageriale gli hanno consentito, ad oggi, di proporsi con successo come coach, consulente e trainer.

DOCENTI

	Valeria Cumini	E' laureata in Storia e Critica d'Arte alla Facoltà di Lettere e Filosofia di Bologna (DAMS). Si occupa da anni di SEO copywriting, di formazione e di strategie di comunicazione per agenzie di marketing e aziende. Attualmente lavora in un'agenzia di comunicazione di Brescia con mansioni inerenti SEO copywriting, gestione progetti, clienti e coordinamento del gruppo di lavoro.
	Gaetana Della Sala	E' Visual designer e UX designer. Lavora come consulente per numerose aziende e agenzie su progetti di graphic design, web design e e-commerce, digital marketing, accessibilità digitale. Si occupa di formazione per professionisti e aziende con software Adobe per la grafica e piattaforme per il web come Shopify, Wordpress, Bootstrap.
	Michela Di Stefano	Adobe guru, è formatrice e consulente nel settore grafico ed editoriale. Fra i pochi in Italia ad utilizzare Adobe Substance 3D per la moda e per i graphic designer. E' docente di Adobe Substance 3D Sampler e Adobe Substance 3D Stager che affianca ai software Adobe tradizionali per offrire agli studenti delle skills che sorprendono le aziende del settore alle quali si presentano.
	Michele Faini	Dal 2009 si occupa di stampa 3D e nuove tecnologie. Oggi come progettista e disegnatore ha all'attivo diversi prodotti realizzati con aziende leader in settori che vanno dall'oggettistica per la casa fino a macchinari di produzione. Affianca tecnici e principianti nell'approccio alla progettazione per l'utilizzo di nuovi metodi di produzione e prototipazione.
	Mariarita Fallarino	E' libera Professionista, insegna presso scuole e Academy e svolge la sua attività principale nella consulenza aziendale. Si è specializzata nella creazione di piani di Marketing Lead Generation e nello sviluppo e implementazione di strategie e programmi di comunicazione digitale. E' founder di una società di consulenza Marketing B2B.
	Alessandro Folghera	Si è specializzato in Web & SEO specialist con un'esperienza di oltre 25 anni di impegno in ambito WEB, orientato alla SEO. Collabora con liberi professionisti, aziende, enti, proprietari di e-commerce per facilitare l'ingresso e la permanenza delle loro attività sul mercato. Il suo attuale obiettivo è creare un connubio tra Web ed Olistica.
	Daniela Fornoni	Dal 2014 ad oggi è consulente per le attività di marketing strategico e operativo interno. Negli ultimi anni è impegnata nell'erogazione di corsi di formazione in ambito soft skills e strategie per il Lean Office.
	Barbara Galli	Giornalista professionista, ha lavorato per importanti case editrici nell'ambito delle pubblicazioni editoriali. Operando in redazione ma a stretto contatto con gli uffici marketing, ha acquisito importanti competenze nella strategia di comunicazione e vendita. Ha conoscenze approfondite nel settore del food: negli ultimi 20 anni è stata caporedattore di riviste specializzate.
	Francesca Gardenato	E' Copywriter e Giornalista, iscritta all'Ordine Nazionale dei Giornalisti di Milano dal 2 aprile 2009. Ha lavorato in numerose redazioni e uffici stampa maturando esperienza anche come social media manager. Ha collaborato con la NAD - Nuova Accademia di Design come docente di Marketing, Comunicazione e Social media per i principali corsi formativi e master dell'Accademia.

	Stefano Gennari	E' fondatore e titolare di SelezioneOra. Si occupa delle aziende, delle persone e delle relazioni che permettono, o impediscono, al lavoro di essere svolto. In particolare la sua attività riguarda: selezione del personale, consulenza aziendale, counseling e formazione aziendale sulle tematiche di gestione risorse umane, sviluppo dei collaboratori, delega e controllo, motivazione, gruppo di lavoro, comunicazione efficace, gestione del conflitto, emozioni, leadership, vision mission & purpose.
	Sara Giacobbe	Si è laureata in Comunicazione e Multimedialità, ed è stata parte di vari team, tra i quali Product Development e Marketing tecnici o Creativi in varie PMI lombarde. La sua esperienza l'ha portata a redigere cataloghi tecnici, a ideare strutture per i siti web, a organizzare fiere internazionali e a lanciare campagne di comunicazione sui canali sia tradizionali sia digitali. E' specialista di Storytelling, format narrativi e tecniche cinematografiche.
	Fabio Groppi	Si occupa di formazione dal 1990 nel campo del CAD architettonico e manifatturiero per aziende e professionisti. Nel corso degli anni questa attività si è ampliata e diversificata affiancando la sperimentazione della grafica virtuale per la progettazione. È certificato Autodesk per i software: Autocad, Inventor, e 3DS Max. E' docente di Accademia di Belle Arti SantaGiulia di Brescia.
	Annamaria Guerrini	E' Graphic & Digital Designer e insegna presso Il Centro San Clemente di Brescia (InDesign e Photoshop) e presso l'Accademia SantaGiulia di Brescia (Progettazione Multimediale per la Didattica Museale). Possiede un'ottima padronanza del pacchetto Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop, Acrobat, iBooks Author, PubCoder, Twixl Publisher.
	Andrea Iacca	E' un libero professionista e ha svolto diverse professioni inerenti alle arti visive. Si è occupato di stampa in grande formato e fine art, di fotografia, di direzione artistica, di impaginazione e di pre stampa in diverse aziende. Attualmente lavora anche come postproduttore con professionisti ed aziende italiane ed estere. È appassionato di nuove tecnologie e dello studio dei software.
	Anna Inverardi	Laureata in Lingue e Letterature Straniere, lavora da oltre dieci anni come docente di lingua inglese, collaborando con istituti, società di formazione e aziende. Ha conseguito l'abilitazione per l'insegnamento della lingua inglese specializzandosi in Linguistica applicata all'Università di Leicester. Ha avuto numerose esperienze all'estero, per studio e per lavoro.
	Giulia Kron Morelli	Si diploma nel 2011 in Industrial Design presso Machina Lonati Fashion and Design Institute e da lì inizia la sua esperienza lavorativa come designer di accessori specializzata nella modellazione 3D. Le sue prime collezioni vengono esposte all'HOMI di Milano e alla fiera Baselworld di Basilea (Svizzera). Ama creare sfruttando le nuove tecnologie e i materiali più innovativi e ama trasmettere la propria passione e curiosità agli studenti.
	Matteo Linotto	Co-fondatore della società Neosperience SpA, lavora nelle diverse società del gruppo occupandosi in particolare modo della consulenza "strategico-tecnologica" per il mondo delle medie aziende italiane. E' Laureato in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Brescia.

DOCENTI

	Simona Luraghi	Si è laureata in Economia e Commercio presso l'Università del Sacro Cuore di Milano. Ha conseguito un Master Executive in International Export Management e un Master in Analytics Digital Marketing presso il Sole24ore. Ha maturato una solida esperienza di 23 anni nei settori finanza, commercio, marketing e vendite per importanti aziende internazionali e nazionali. E' docente e relatore per importanti realtà accademiche italiane e estere.
	Giovanna Maggini	Si è laureata in Economia e Commercio nel 1989 e ha conseguito l'abilitazione alla professione di dottore Commercialista nell'anno 1994. E' iscritta all'Ordine Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Brescia e nel Registro dei Revisori contabili. Dall'anno 2004 è iscritta all'Albo dei Consulenti Tecnici del Giudice presso il Tribunale di Brescia, area di specializzazione contabile e diritto del lavoro. E' Iscritta all'Albo dei Revisori Contabili Enti Locali.
	Diana Mangano	Svolge la sua attività come consulente marketing e direzione artistica e creativa stile. Ha maturato numerose competenze lavorando per molti anni nel Gruppo Mangano Srl con sede a Collebeato (BS), in ruoli di venditrice e buyer, responsabile ufficio stile e prodotto, responsabile marketing e direzione artistica e creativa.
	Gianluca Mazza	Matematico umanista, da oltre vent'anni si è occupato di reingegnerizzazione e digitalizzazione dei processi e di filiere produttive, come consulente e come manager aziendale. Dal 2020 è CoFounder e CEO di una start-up innovativa attraverso la quale cerca di attuare ed accelerare la transizione digitale ed ecologica delle filiere e minimizzare l'impatto ambientale e sociale dei prodotti.
	Patrizia Menchiari	Ha coordinato numerosi progetti di marketing e comunicazione, dalla definizione della strategia al marketing operativo: naming, copywriting, web e social media marketing. Dal 1998 ha trascorso quasi 1000 giornate in aula come docente di corsi professionali, aziendali e universitari. Dal 2014 insegna Net Art all'Accademia di Belle Arti SantaGiulia. Nel 2018 ha pubblicato il suo primo libro, CardioMarketing.
	Eleonora Mezzaro	Dopo aver conseguito la Laurea in Economia e Commercio con specializzazione in Marketing ha maturato numerose esperienze in ambito Marketing e Comunicazione in aziende lombarde di primaria importanza, dapprima operando dall'interno in ruoli manageriali e successivamente come consulente esterna. Oggi è Senior Consultant in ambito Marketing e Comunicazione, PR e Formatrice.

	Giuseppe Mineo	E' laureato con lode in Ingegneria Gestionale, indirizzo Trasporti, presso l'Università di Palermo. È stato responsabile logistico al porto di Trapani per progetti internazionali come il LGTS di Greenstream (ENI, Saipem UK, etc.) e per gli Act 8 e 9 della Louis Vuitton Cup. Consulente direzionale 81/08, ADR, P&I e per sistemi di qualità nell'autotrasporto (Codice di Pratica), ha svolto docenze per MIT Albo Autotrasportatori ed è membro CSCMP Italy, promotore di iniziative di problem solving e open innovation con focus sul mindset e i futuri processi strategici di digitalizzazione e sostenibilità delle imprese. Esperto certificato ELA Senior è progettista e docente per Master di 1° livello in Innovazione con focus su Artificial Intelligence, fondazioni ITS Logistica per le materie di indirizzo, ICT, trasformazione digitale e Twin Transition 4.0+ e 5.0, studioso di Supply e Value Chain Management per applicazioni strategiche e pratiche di algoritmi, blockchain, AI, 5G, edge computing e enterprise metaverses/XR.
	Michele Moroni	E' senior Manager e Consulente con 25 anni di esperienza nei settori fashion, lusso, sport e sportswear, supermercati, giocattoli, terziario avanzato in ambito B2C e B2B. Opera come Coach\Mentor accreditato presso EMCC a livello EU. Ha conseguito la certificazione di Innovation Manager da GIMI, diventando Senior Associate di IXL Center of Innovation.
	Nicola Nabacino	Laureato in fisica, matura fin da subito significative esperienze in gruppi multinazionali nelle aree progettazione, qualità, produzione, gestione dell'innovazione. Si dedica per alcuni anni allo studio e all'applicazione della metodologia Lean in produzione e negli uffici, studiando anche in Toyota. È docente di corsi interaziendali e Master sui temi della Teoria dei Vincoli e del Lean Management, con particolare focus sul miglioramento dell'efficienza nei processi e sul controllo di gestione.
	Jonathan Nix	E' docente e formatore di nazionalità canadese. La sua esperienza professionale spazia dai corsi di dopo scuola sulle montagne della Giamaica, alle collaborazioni con iniziative culturali in Costa Rica e in Kenya, allo sviluppo di progetti educativi in Nord America. Oggi vive a Brescia, dove insegna inglese proponendo vari corsi con un approccio originale e moderno.
	Giacomo Pala	E' un designer industriale specializzato nella modellazione 3D, con passione per la stampa 3D, l'artigianato digitale e le nuove tecnologie. Ha conseguito la laurea triennale in Design del Prodotto Industriale e la laurea magistrale di Advanced Product Design. Insegna modellazione parametrica 3D presso ITS Academy Machina Lonati a Brescia e collabora con Tobia Repossi, occupandosi di modellazione 3D, gestione dei progetti e prototipazione rapida con stampa 3D.
	Pietro Pecchini	Esperto in di formazione e consulenza per le aziende applicando il Business Design, un metodo efficace e utile per introdurre progressivamente elementi di innovazione strategica: l'innovazione è per il 90% questione di metodo. "È come giocare con i LEGO... Dopo che si è costruito un castello e lo si guarda nel suo insieme, nascono domande sul perché si sono utilizzati certi pezzi e non altri.

DOCENTI

	Giulia Pordd	Laureata con lode in Architettura con specializzazione in museografia e arte contemporanea, da sempre unisce il design alla comunicazione strategica, implementando tematiche di posizionamento culturale, strategie di sostenibilità e partnership innovative tra mondo imprenditoriale e circuiti artistici e culturali. E' Architetto, Brand designer e Impact Manager nel settore dell'Arts&Design. I suoi temi di ricerca sono l'arte contemporanea, il digital marketing e la cultura d'impresa con una forte attenzione ai temi della Responsabilità Sociale (e culturale) d'Impresa e delle Partnership strategiche nel contesto della Sostenibilità integrata delle Organizzazioni (Bcorp, Società Benefit, Valutazioni di Impatto e Green Marketing).
	Laura Quaranta	Si è laureata e specializzata in Progettazione delle Risorse Umane all'Università Cattolica di Brescia e successivamente ha ottenuto la laurea in Scienze e tecniche psicologiche. Collabora con società di consulenza direzionale supportando le imprese su tutto il territorio nazionale per sviluppare progetti strutturati in HR e selezioni manageriali.
	Cristina Recenti	E' Senior Consultant, Formatrice & Blogger. E' docente di corsi di formazione focalizzati su materie quali la comunicazione, il public speaking e l'acquisizione di "soft skills". In aggiunta alle attività di formazione affianca le aziende in attività di marketing strategico e operativo con attenzione particolare all'ambito commerciale.
	Tobia Repossi	E' designer con esperienza ventennale nella progettazione di elettrodomestici e accessori. Ha lavorato per marchi europei, americani e cinesi. I suoi prodotti sono stati venduti negli Apple Store, su Amazon e Kickstarter e sono stati selezionati per premi internazionali tra cui Red Dot, A'Design Award e Compasso d'Oro. Speaker a TEDx, ha insegnato al Politecnico di Milano, IED, Marangoni.
	Francesco Rivadossi	E' un libero professionista che da anni opera all'interno di numerose aziende del territorio lombardo, il suo ambito spazia dalla progettazione meccanica alla consulenza per la creazione di applicativi che favoriscono ed automatizzano le fasi di lavoro. Oltre all'attività consulenza si dedica con entusiasmo alla formazione professionalizzante.
	Daniele Rizzi	E' consulente marketing, da 10 anni lavora con PMI, imprenditori e freelance con l'obiettivo di costruire una strategia efficace per rilanciare le loro attività. È formatore marketing per aziende e si occupa di comunicazione e personal branding per sviluppare figure professionali credibili per intercettare clientela in mercati altamente competitivi. Tiene numerosi speech ad eventi formativi nel settore marketing.
	Lucilla Rizzini	Ha maturato un'esperienza pluriennale in settori diversificati nel campo del business internazionale come Export Manager, Key Account Manager, Marketing Manager & Global Sales Director Business and Team Coach AICP e ICF. E' esperta di comunicazione interculturale per il business internazionale, Export Coach & Consultant.

	Alessia Sarain	Laureata in Interior Design presso l'Accademia di Belle Arti SantaGiulia di Brescia, ha trasformato la sua passione per l'estetica e la progettazione integrata in una carriera dinamica e multidisciplinare con più di dieci anni di esperienza professionale nel mondo dell'architettura e dell'interior design. Dal 2017 è co-founder di uno studio, dove lavora attivamente come interior designer e visual specialist, unendo la progettazione di spazi esclusivi, personali e funzionali alla creazione di visioni digitali immersive. La sua ricerca si concentra sulla fusione tra arte, spazio da abitare e innovazione tecnologica.
	Milo Soardi	Ha acquisito una rilevante esperienza in marketing digitale e project management collaborando per 17 anni all'interno di aziende, agenzie web e startup. Oggi è consulente di marketing strategico e formatore. Supporta le aziende a conoscere il proprio mercato (clienti attuali e potenziali), a scegliere gli strumenti giusti e a creare i contenuti più adatti per instaurare con loro un rapporto di valore.
	Serena Tamburini	È una psicologa/psicoterapeuta ad indirizzo cognitivo comportamentale con tecnica EMDR II livello. E' docente e formatore sulle competenze trasversali in numerosi corsi dove mette in pratica una significativa esperienza sulle dinamiche individuali e di gruppo acquisite all'interno di contesti scolastici. Lavora con empatia e disponibilità all'ascolto.
	Massimo Tantardini	Per anni editore e direttore di una rivista di cultura contemporanea da lui fondata, ha scritto, editato e pubblicato nell'ambito delle arti visive decine di libri e cataloghi, collaborando con numerosi intellettuali e artisti. È Coordinatore del Dipartimento di Arti Visive dell'Accademia di Belle Arti SantaGiulia e direttore della rivista io01 Umanesimo Tecnologico.
	Rosario Tassoni	E' laureato in Filosofia e possiede un diploma di recitazione di primo livello (S.D'Amico -Roma). Ha frequentato un Master practitioner in PNL conseguito presso la scuola di Tony Robbins (CA). Oggi è trainer e coach per numerosi istituti ed aziende, pubbliche e private, nei settori del lusso e della sanità e svolge anche attività di consulente di alta direzione nel lusso sui mercati esteri.
	Francesco Ugolini	Lavora come libero professionista per la produzione di animazioni 3D in diversi ambiti: ricostruzione di siti archeologici, animazioni di satelliti, rappresentazione di progetti ingegneristici, documentari, spot pubblicitari, prototipi di Games. Insegna con entusiasmo Tecniche di animazione digitale nel corso di Nuove tecnologie presso l'Accademia Di Belle Arti SantaGiulia di Brescia.
	Damiano Viscardi	E' consulente libero professionista e docente di tecnologie e software applicati alla grafica e alla pre stampa. Insegna grafica, editoria digitale e accessibilità del PDF/UA in corsi appositamente dedicati a professionisti e università. E' esperto di documenti digitali accessibili, pubblicabili sui siti on line, secondo le prescrizioni della normativa vigente.
	Marcello Zane	E' giornalista tesserato ed è ricercatore presso la Fundação Blumenau in Brasile. Ha ottenuto un collocamento presso l'Universidad Autonoma De Madrid. Ha insegnato Comunicazione coi media presso l'Università Cattolica di Brescia ed è autore di numerosi volumi.

DOCENTI

	Emanuela Zanoni	Laureata in materie umanistiche, opera come libera professionista nella Formazione. E' formatrice aziendale nell'ambito delle Soft Skills con focus sulla psicologia comportamentale, sulla gestione delle dinamiche del team, sulla organizzazione del lavoro di Front Office, sulla comunicazione e sulle relazioni di lavoro con tecniche di PNL e Analisi Transazionale
	Chiara Zanetti	Frequenta lo IED di Milano e poi il Centro Veneto Calzaturiero, dove impara a progettare e creare scarpe. Dopo diversi incarichi come dipendente di aziende o di studi stilistici, diventa imprenditrice ed apre il proprio studio stilistico. E' docente e formatrice in comunicazione e soft skills portando come valore aggiunto a queste materie la sua creatività.
	Fabio Zanoncelli	E' formatore e consulente aziendale in ambito Lean and Project Management. Collabora con le imprese per migliorare i processi di efficientamento delle risorse. Ha sviluppato competenze nel Project Management, Manufacturing Engineering lavorando come formatore e consulente in numerose aziende e istituti di formazione del territorio.
	Giacomo Zeni	Amministratore Delegato di una importante realtà bresciana, operante nel ramo dei metalli, in precedenza, importante Manager d'azienda e Responsabile per l'internazionalizzazione ricoprendo importanti cariche anche in società estere (Russia, Turchia, Serbia, Ucraina, Romania).
	Francesca Zucconi	Laureata in materie umanistiche, opera come libera professionista nella Formazione. E' formatrice aziendale nell'ambito delle Soft Skills con focus sulla psicologia comportamentale, sulla gestione delle dinamiche del team, sulla organizzazione del lavoro di Front Office, sulla comunicazione e sulle relazioni di lavoro con tecniche di PNL e Analisi Transazionale.





Info e iscrizioni

Ufficio Servizi al Lavoro e Rapporti con le Aziende

Via Nicolò Tommaseo 49, Brescia

030 383368 - interno 5

formazioneaziende@foppagroup.it