



ISTAO
ISTITUTO
ADRIANO
OLIVETTI

*Business School
since 1967*

2014 • 2015

EXECUTIVE EDUCATION



**TECNOLOGIE E
MANAGEMENT
DELL'INNOVAZIONE**
5^A EDIZIONE



**LA NUOVA
LEADERSHIP**
1^A EDIZIONE



**BUSINESS
IN ACTION**
2^A EDIZIONE



**FINANCE
4 BUSINESS**
2^A EDIZIONE



**MARKETING
& COMMERCIAL
MANAGEMENT**
1^A EDIZIONE



**LIVING
OPERATIONS**
2^A EDIZIONE



PERCHÉ ISTAO

STORIA E FUTURO

Fondata nel 1967 dall'economista Giorgio Fuà e fortemente ispirata alle figure imprenditoriali di uomini come Adriano Olivetti ed Enrico Mattei, la scuola nasce con l'obiettivo di formare e sviluppare imprenditori e manager con una forte motivazione all'azione, professionalmente preparati e aperti all'innovazione.

ORIGINALITÀ

All'ISTAO si impara ad essere "Imprenditivi". Si apprende attraverso dinamiche di "community knowledge sharing" cioè condividendo conoscenze e metodi con docenti e professionisti del management aziendale italiano ed estero direttamente sul campo.

UNICITÀ

Unica in Italia, nasce come scuola di imprenditorialità ancor prima che di management e si caratterizza fin dalle origini per una filosofia fondata sull'istruzione quale mezzo di elevazione culturale e sociale dell'individuo, sulla responsabilità sociale dell'economista, dell'imprenditore e del manager.

SEMPRE SULLA FRONTIERA

L'ISTAO è un modello di scuola che, con grande adattabilità alle esigenze delle imprese, ha costantemente rivisitato e aggiornato i propri modelli formativi. Sviluppa da sempre le competenze manageriali utili alla comunità di riferimento, anche attraverso l'elaborazione diretta di conoscenza e di cultura imprenditoriale.

NETWORK e INTERNAZIONALIZZAZIONE

La capacità di mantenere la dimensione "locale" della scuola attraverso il collegamento con le realtà produttive, le Università e le istituzioni della regione si associa alle attività di networking con Università, centri di ricerca, incubatori e aziende nazionali ed internazionali.

IL METODO ISTAO

LA NOSTRA FILOSOFIA

Meritocratica e interdisciplinare, si riflette non solo sulla selezione in entrata dei corsisti, ma anche sui meccanismi e sui criteri di scelta del corpo docente, composto prevalentemente da professional e proveniente dal mondo operativo aziendale.

IL LABORATORIO

La dimensione laboratoriale dell'approccio didattico permette di sperimentare sul campo le pratiche manageriali, secondo un modello fondato sull'etica e sullo sviluppo di skill multidisciplinari che valorizza la diversità e favorisce la creatività e la capacità di innovazione.

ISTAO E IMPRESA

La metodologia di ISTAO ha sempre mirato a coniugare il metodo e il rigore scientifico con la pragmaticità e la vicinanza al mondo operativo aziendale. In particolare, i corsi dell'area Executive Education rispondono al bisogno delle imprese di formare i loro collaboratori, manager e responsabili di area su tematiche manageriali applicate.





ISTAO EXECUTIVE EDUCATION

Nei corsi dell'area Executive Education le più moderne evoluzioni del management d'impresa vengono trasferite e sperimentate in una serie di **percorsi a catalogo e on demand** che coprono tutte le principali funzioni aziendali: dalle operations alla finanza, dal marketing agli acquisti, dalle vendite al people management. ISTAO offre inoltre la possibilità di ricorrere alla **Formazione finanziata**: grazie alla consulenza dei formatori ISTAO, le aziende che intendono partecipare ai corsi Executive, possono avere accesso ai fondi interprofessionali, avvalendosi dunque di finanziamenti esterni per la formazione del loro personale.

I CORSI A CATALOGO

Il catalogo della Executive Education comprende annualmente un numero limitato (da 4 a 6) di corsi di alta formazione manageriale, già sperimentati o di nuova sperimentazione, che affrontano le tematiche di management inerenti diverse funzioni aziendali. I corsi a catalogo sono proposti in formula *multi company*: i partecipanti provengono da imprese differenti per settore e per dimensione, e la loro eterogeneità contribuisce ad alimentare un continuo scambio all'interno dell'aula e con i professionisti che si occupano della docenza.

Si svolgono in **formula weekend**: le lezioni, i workshop e i laboratori si tengono il venerdì (intera giornata) ed il sabato (mattina) generalmente a settimane alterne, per una durata complessiva di 4-6 mesi (**vedere il catalogo corsi da pag. 6**).

I CORSI ON DEMAND

Su richiesta di imprese, associazioni di categoria ed enti, ISTAO organizza corsi specifici su tematiche manageriali e tecnico-manageriali costruiti

ad hoc per le specifiche esigenze di un'azienda. Tali corsi hanno una durata variabile, a seconda dei bisogni formativi della società che li richiede, e possono essere rivolti a specifici target all'interno delle organizzazioni: dai manager agli apprendisti, dai responsabili di area ai tecnici. La disponibilità di una vasta rete di docenti professionali sul territorio nazionale rende ISTAO in grado di rispondere alle richieste di ogni tipo di società e su ogni tipo di tema (**a pag. 26 ci sono alcuni esempi di corsi on demand organizzati da ISTAO**).

LA FORMAZIONE FINANZIATA

ISTAO facilita l'accesso delle imprese ai numerosi Fondi Interprofessionali (tra i quali, ad esempio, Fondimpresa, Fondir e Fondirigenti) rendendosi disponibile all'espletamento delle pratiche che le aziende devono seguire per richiedere i finanziamenti e per rendicontare i corsi frequentati. In tal modo ISTAO permette alle imprese di avvalersi appieno del contributo proveniente da tali fondi, consentendo loro una formazione del personale completamente o parzialmente finanziata.

I Fondi Interprofessionali possono essere utilizzati dalle imprese sia per la richiesta di percorsi on demand, sia per la partecipazione di collaboratori ai corsi a catalogo dell'Area Executive.





TECNOLOGIE E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE

2014

5^A EDIZIONE | NOVEMBRE 2014 | Durata 6 mesi

DESTINATARI

Il Corso è rivolto a **manager, collaboratori d'impresa e giovani imprenditori** con profilo tecnico, economico e manageriale appartenenti a qualsiasi area aziendale.

OBIETTIVI

- Apprendere i metodi di gestione e le best practices più avanzate nel campo dell'innovazione
- Sviluppare nuove conoscenze tecniche e manageriali
- Acquisire strumenti di analisi evoluti
- Interloquire efficacemente con soggetti finanziari

STRUTTURA

- Durata 6 mesi - 8 moduli - 96 ore
- Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne

- Workshop in azienda e study trip presso centri nazionali di ricerca e innovazione

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3500 euro intero corso,
500 euro singolo modulo.

La Camera di Commercio di Ancona offrirà **12 voucher** del valore di **1750 euro** l'uno, pari al 50% del costo del corso,
AI PRIMI 12 ISCRITTI
TRA I COLLABORATORI DI AZIENDE
CON SEDE NELLA PROVINCIA DI ANCONA

Sono previste riduzioni per:

- AZIENDE SOCIE ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

7-8 NOVEMBRE 2014

MODULO 1

**INNOVAZIONE, IDENTITÀ
E COMUNICAZIONE: TALK
DESIGN, PARLARE AL FUTURO,
ARTS, TOOLS AND PHILOSOPHY**

Il modulo di apertura apre una panoramica sui concetti di innovazione, identità e forme di comunicazione nel contesto attuale.

Il processo innovativo viene analizzato secondo i seguenti step:

- Dall'epoca della comunicazione a quella della testimonianza: i sistemi multimediali, la memetica e la visione del futuro
- Come creare l'innovazione? Come gestire l'innovazione? Come ridefinire l'idea stessa di prodotto, di offerta, di mercati, di consumatori?
- La rete (il web): come cambia lo spazio delle comunicazioni e come fonde il tempo delle conversazioni diffuse e ridondanti (gli strumenti Facebook, LinkedIn, Twitter, ecc)

28-29 NOVEMBRE 2014

MODULO 2

**INNOVARE E TRASFERIRE LE
TECNOLOGIE: STUDY TOUR IN
AREA SCIENCE PARK (TS)**

Il trasferimento tecnologico è fase strategica del processo implementativo dell'innovazione. Cosa esso significa e con quali modalità viene realizzato, è spiegato attraverso uno study-tour esperienziale, dove i partecipanti hanno l'occasione di conoscere struttura, attività e protagonisti di uno dei Parchi Scientifici di eccellenza in Italia.

Imprenditori e manager raccontano le dinamiche creative ed evolutive delle proprie iniziative (start-up, centri ricerca) "incubate" nel Parco.

12-13 DICEMBRE 2014

MODULO 3

**INNOVARE
L'ORGANIZZAZIONE:
OPEN INNOVATION MODELS**

Il processo innovativo attuale necessita di strutture organizzative "aperte" che favoriscano lo sviluppo di creatività e invenzioni.

Il modulo esplora i modelli di aziende "open". In particolare, il modulo analizza alcuni punti focali dei modelli open:

- Elementi organizzativi della struttura, della cultura e dei ruoli
- Procedure e comportamenti
- Ambienti multiprogetto
- Business canvas
- Reti di impresa

16-17 GENNAIO 2015

MODULO 4

**INNOVARE CON LE PERSONE:
PEOPLE MANAGEMENT IN
MODELLI OPEN.
OPEN LEADERSHIP**

Un approfondimento organizzativo è dedicato ai più innovativi modelli di leadership, con particolare riguardo alle organizzazioni "open":

- Potere, autorità e ruoli di potere nelle organizzazioni
- Potere e leadership
- Modelli e stili di leadership (valori, comportamenti)
- La scuola italiana: good to great; servant leadership; go-giver leadership
- Leadership etica e leadership olivettiana

**WORKSHOP
AZIENDALE**

6-7 FEBBRAIO 2015

MODULO 5**INNOVARE NEI MERCATI:
IL PROCESSO DI SVILUPPO DI
NUOVI PRODOTTI IN MERCATI
TRADIZIONALI**

Attraverso un workshop in impresa si analizzano con i responsabili manageriali idee, processi e prodotti di una azienda che lancia nel mondo un modello di successo in un settore produttivo "tradizionale". Particolare attenzione è riservata al ruolo centrale dell'innovazione sui mercati internazionali ed al fenomeno dell'heritage marketing: come innovare e valorizzare le tradizioni e le tipicità al servizio dell'export.

**WORKSHOP
AZIENDALE**

27-28 FEBBRAIO 2015

MODULO 6**INNOVARE, TUTELARE E
COMUNICARE L'IDENTITA'
DEL NUOVO PRODOTTO**

La brand identity come valore distintivo per riuscire a trasferire la filosofia aziendale nel prodotto.

La tutela legale dei marchi e brevetti per difendere il nuovo prodotto dalla concorrenza. L'identificazione degli standard qualitativi del nuovo prodotto come garanzia per il consumatore e per i buyer. Teoria e laboratorio "learning by doing".

**WORKSHOP
AZIENDALE**

20-21 MARZO 2015

MODULO 7**INNOVAZIONE
E SOSTENIBILITÀ:
GLI STRUMENTI DELLA
GREEN ECONOMY COME
ASSET STRATEGICI
DELL'INNOVAZIONE**

Come sviluppare una innovazione efficiente nello sfruttamento delle risorse, con particolare attenzione alle tematiche ambientali ed energetiche della green economy. I modelli di misurazione e riduzione di carbonio come strumenti per creare valore e vantaggio competitivo, generando beneficio per la società e ambiente. Come gestire ed eliminare i rischi di green washing.

LABORATORIO

10-11 APRILE 2015

MODULO 8**FINANZIARE L'INNOVAZIONE:
STRUMENTI DI SUPPORTO
ALLE NUOVE IDEE E ALLE
NUOVE IMPRESE**

Come finanziare e farsi finanziare le innovazioni: quali i canali, quali gli strumenti, a chi rivolgersi? Nel modulo vengono esaminati il ruolo di business angels, i canali di finanziamento nuovi (crowdfunding) e tradizionali e quelli istituzionali a livello nazionale e regionale (POR 2014-2020). Particolare attenzione è dedicata ai nuovi strumenti di finanziamento tramite fondi europei: Horizon2020, SME Instruments, PPP (partenariati pubblici e privati), LIVE +.

Corso di Alta Formazione Manageriale

**LA NUOVA
LEADERSHIP**

2014

1^A EDIZIONE | NOVEMBRE 2014 | Durata 6 mesi**DESTINATARI**

Il corso è rivolto a **professionisti che operano all'interno della funzione risorse umane d'impresa** ma si rivolge anche a tutti i soggetti (imprenditori, manager) attivi in posizioni di responsabilità e che intendano approfondire le modalità di gestione di un team di lavoro.

OBIETTIVI

Il corso trasferisce le tecniche più innovative utilizzate all'interno di una moderna funzione HR: gestione, sviluppo, valorizzazione, retention ed attraction delle risorse umane e dei talenti in impresa.

Il corso prevede inoltre un focus particolare sulle soft skills per la gestione delle risorse umane e sui modelli di leadership di matrice olivettiana già affrontati in precedenti percorsi all'ISTAO. Il trasferimento delle conoscenze prevede anche l'utilizzo, in uno dei moduli, di metodi esperienziali in modalità outdoor.

STRUTTURA

- Durata 6 mesi
- 8 moduli - 96 ore
- Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3500 euro intero corso,
500 euro singolo modulo.

Sono previste riduzioni per:

- SOCI ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)
- PRIMI 12 ISCRITTI

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

SEMINARIO INTRODUTTIVO IL CAMBIO DI PARADIGMA NEI MODELLI ORGANIZZATIVI

Il seminario descrive lo scenario sulle nuove sfide che deve affrontare chi si trova a gestire persone nei nuovi contesti organizzativi ed economici ad alta complessità e competitività. Cosa chiedono oggi le organizzazioni alle persone? E cosa chiedono le persone alle organizzazioni? Dalle tante possibili risposte a queste domande emergono le sfide per chi si occupa di People Management: il passaggio dai modelli organizzativi gerarchico-verticali a quelli orizzontali e collaborativi, l'evoluzione delle organizzazioni verso strutture open a relazioni complesse e basate su sistemi di conoscenze condivise, nuove forme di recruitment, valutazione, rewarding.

14-15 NOVEMBRE 2014

MODULO 1

LA PERSONA AL CENTRO: IL CAMBIO DI PARADIGMA NEI MODELLI ORGANIZZATIVI

Il modulo, partendo dalla descrizione dell'evoluzione del ruolo e delle tecniche di People Management, arriva ad analizzare come i nuovi assetti organizzativi, tecnologici e produttivi richiedano la capacità di creare contesti che mettano le persone nelle condizioni migliori per esprimersi e dare il proprio contributo ai processi di innovazione e di immaginazione di scenari futuri.

12-13 DICEMBRE 2014

MODULO 2

NEW PEOPLE MANAGEMENT: OPEN LEADERSHIP, SERVANT LEADERSHIP, LEADERSHIP ORIZZONTALE

Attraverso l'analisi di diversi modelli di Leadership, il modulo avvia nei partecipanti una riflessione critica sulle caratteristiche che il

leader deve avere per guidare le organizzazioni verso i nuovi modelli di sviluppo e di business. Tramite esercitazioni e role play, ciascun partecipante potrà individuare il proprio modello di leadership e, attraverso il confronto con i modelli presentati, potrà mettere a fuoco punti di forza ed aree di miglioramento per sviluppare le proprie capacità di People Management in un'ottica che favorisca la generazione di valore attraverso dinamiche basate sull'apertura, l'integrazione e la valorizzazione delle relazioni.

23-24 GENNAIO 2015

MODULO 3

LEADERSHIP E LEADERSHIP OLIVETTIANA

I paradigmi ed i valori che caratterizzano il modello imprenditoriale olivettiano: l'impresa come comunità sociale di persone che creano ricchezza e come network di relazioni e di competenze, l'approccio partecipato alla gestione aziendale e l'importanza della partecipazione operosa e consapevole di tutti alle sfide aziendali, il rispetto per le persone, l'importanza della libertà di pensiero e della crescita culturale dei lavoratori, la ricerca e la libertà creativa, l'intelligenza che innova, la visione del futuro e la bellezza della forma e della tecnologia, la cultura del cambiamento, la coscienza etica e sociale.

Il modulo, inoltre, mette in luce i contributi che il modello Olivetti può offrire al contesto contemporaneo. Attraverso lo study tour ad Ivrea e i case history ricavati dall'esperienza olivettiana, verranno trasferiti ai partecipanti strumenti e competenze per uno stile di leadership basato sulla centralità e sulla valorizzazione della persona.

STUDY TOUR
A IVREA

13-14 FEBBRAIO 2015

MODULO 4

DA CENTRO DI COSTO A CENTRO DI VALORE: LE TECNICHE DI GESTIONE DEL PERSONALE

Lo sviluppo del personale come leva per il miglioramento delle organizzazioni:

- La valutazione del potenziale
- La valutazione delle performance
- Il Management by Objectives
- La valutazione dei ruoli e il job leveling
- Le politiche retributive
- La Valutazione del potenziale

27-28 FEBBRAIO 2015

MODULO 5

TALENT MANAGEMENT: ATTRACTION, ATTRITION, RETENTION, PEOPLE EVALUATION

Le tecniche di gestione e di sviluppo dei talenti consentono alle organizzazioni di incrementare e mantenere alto, al loro interno, il livello delle competenze strategiche e distintive necessarie a garantire un vantaggio competitivo. Obiettivo del modulo è fornire gli strumenti necessari alla progettazione e all'implementazione di politiche e sistemi di people value mapping e di talent management per identificare, gestire e sviluppare i talenti già presenti all'interno dell'organizzazione e attrarre nuovi dall'esterno.

13-14 MARZO 2015

MODULO 6

LE NUOVE RELAZIONI INDUSTRIALI

Nel difficile contesto contemporaneo la gestione delle relazioni industriali gioca un ruolo strategico a livello economico, organizzativo e culturale. Un buon funzionamento delle relazioni

WORKSHOP
AZIENDALE
insieme a BIA

industriali è necessario per intervenire nelle varie situazioni di crisi o addirittura per prevenirle. Lo scopo del modulo è fornire prospettive e strumenti utili a sviluppare sistemi di relazioni industriali attraverso dinamiche cooperative, grazie alle quali il confronto tra le parti sociali possa diventare occasione di sviluppo organizzativo, economico e sociale, rilanciando la competitività dell'impresa e valorizzando i lavoratori.

27-28 MARZO 2015

MODULO 7

COMUNICAZIONE INTERNA, NEGOZIAZIONE, GESTIONE DEI GRUPPI

Una comunicazione interna efficace accelera i processi interni, permette di gestire percorsi legati ai cambiamenti organizzativi e promuove lo sviluppo di una cultura e di un clima aziendale a supporto del raggiungimento degli obiettivi di business. Attraverso la definizione di principi, mission e obiettivi della comunicazione interna, case study e momenti laboratoriali, il modulo intende fornire strumenti utili per la definizione di strategie e piani di comunicazione, l'individuazione degli attori da coinvolgere, i mezzi e i canali da utilizzare e le modalità per verificare gli effetti ottenuti e il raggiungimento degli obiettivi.

27-28 MARZO 2015

MODULO 8

NUOVI STRUMENTI DI TEAM BUILDING E TEAM WORKING

Vengono illustrate e sperimentate sul campo innovative tecniche di costruzione del team e di lavoro di gruppo. La sessione sarà preceduta dalla condivisione degli obiettivi da raggiungere e sarà seguita da un follow-up riassuntivo, utile a trasferire l'esperienza a chi voglia riproporla nei propri contesti organizzativi.

SPERIMENTAZIONE
SUL CAMPO



ISTAO
ISTITUTO
ADRIANO
OLIVETTI

BUSINESS IN ACTION

2014

2^A EDIZIONE | FEBBRAIO 2015 | Durata 5 mesi

DESTINATARI

Il Corso è rivolto a **figure manageriali in crescita** con profilo tecnico o economico, appartenenti a qualsiasi area aziendale.

OBIETTIVI

- Apprendere i metodi di gestione e le best practices più avanzate
- Sviluppare competenze trasversali alla gestione d'impresa
- Acquisire strumenti di analisi evoluti
- Acquisire informazioni utili per lo sviluppo dell'impresa

STRUTTURA

- Durata 5 mesi - 7 moduli - 84 ore
- Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne
- Workshop aziendale

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3.500 Euro intero corso,
500 Euro singolo modulo.

Sono previste riduzioni per:

- SOCI ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)
- PRIMI 12 ISCRITTI

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

20-21 FEBBRAIO 2015

MODULO 1 OPEN INNOVATION MODELS

“Non tutte le persone più intelligenti del mondo stanno oggi lavorando per la vostra azienda” (Chesbrough).

L'organizzazione aziendale letta in chiave innovativa:

- Origine ed evoluzione dei modelli di Open Innovation
- Lo scenario di riferimento attuale internazionale sui modelli di Impresa e Business “Open”
- Le caratteristiche e le finalità della Open Innovation in impresa
- Sviluppi e prospettive per l'organizzazione aziendale

13-14 MARZO 2015

MODULO 2 PEOPLE MANAGEMENT

La gestione delle persone in modelli open e nelle man centred organizations, con particolare focus sulla leadership nelle organizzazioni innovative, sulla motivazione e la valorizzazione:

- Le politiche del personale e i Sistemi Operativi di Gestione come leva strategica di gestione delle persone
- La gestione delle persone come elemento dell'identità aziendale
- People Management e cambiamento organizzativo
- Dal gruppo al team: la costruzione di uno spirito di squadra

- Il “Buon Gruppo di lavoro” (esercitazione) e le dinamiche di Leadership
- La cultura organizzativa come Identità
- Nuovi skills per un People Management innovativo

27-28 MARZO 2015

MODULO 3 FINANCE FOR NON FINANCIALS: DAL BILANCIO AL FINANCIAL PLAN

A partire da una panoramica sui principi del bilancio, il modulo approfondisce le attività di programmazione e controllo nella gestione aziendale.

Vengono quindi introdotti e analizzati alcuni degli strumenti di contabilità direzionale, tra cui il budgeting, utilizzati da chi opera nel controllo di gestione.

17-18 APRILE 2015

MODULO 4 STRATEGIC COST MANAGEMENT

I principi dello Strategic Management Accounting e l'uso delle informazioni economico-finanziarie per la gestione del valore:

- Strategic Management accounting: concetti, ruoli e finalità
- La rilevanza del management accounting
- Strategic Financial Analysis
- Strategic Cost Management

8-9 MAGGIO 2014

**MODULO 5
NEGOZIAZIONE**In questo
modulo**LABORATORIO**

la negoziazione segue il percorso che compie l'attore per abbandonare temporaneamente i suoi schemi e riuscire ad interagire con la realtà da nuove e molteplici prospettive, tenendo sempre presenti i tre fattori di successo del suo lavoro: la presenza, la sintonia con "l'altro" e la credibilità. La negoziazione trova poi applicazione nel "business" tramite esercitazioni, role-play e trasferimento di tecniche negoziali:

- Noi stessi. Presenza e "seduzione"
- Gli altri. Ascolto ed empatia
- Noi stessi, gli altri e ...
l'azione: la credibilità
- Business Negotiation Techniques

22-23 MAGGIO 2014

**MODULO 6
MARKETING
FUNDAMENTALS FOR
BUSINESS**Il Marketing
nelle**WORKSHOP
AZIENDALE**

sue principali declinazioni di business, viene illustrato e comunicato tramite un workshop aziendale con successivo debriefing in aula. Si tratta in particolare di analizzare:

- Domanda, consumo e bisogno
- Settori e gruppi

- Portfolio e categorie
- Scelte strategiche e operative
- Marketing traffic jam
- AtI e Btl
- Preference e relevance
- Relationship marketing

12-13 GIUGNO 2015

**MODULO 7
INTERNATIONAL
MARKETING PLANNING**

I mercati internazionali sono centrali per ogni tipo di business ed i principali ostacoli all'internazionalizzazione dipendono spesso dalla poca conoscenza dei mercati. Il modulo si propone di fornire una panoramica su alcuni Paesi esteri. Trasmette una chiave di lettura per comprendere i bisogni (finanziari e non) dell'impresa in via d'internazionalizzazione ed individuare i partner adeguati per la crescita estera. Il modulo risponde in particolare ad alcuni quesiti:

- Dove esportano le imprese italiane?
- Chi sono i principali concorrenti sui mercati esteri?
- Quali sono i mercati rilevanti, quali le prospettive e quali i modelli di business da adottare?
- Dove si sta spostando la produzione mondiale?
- Quali sono le fasi, le modalità, le attività chiave e gli aspetti operativi del processo di internazionalizzazione?

**FINANCE
4 BUSINESS**

2015

2^A EDIZIONE | MARZO 2015 | Durata 5 mesi**DESTINATARI**

Il corso è rivolto a **professional e manager che operano nell'area finanziaria delle imprese**: controllo di gestione, e bilancio, internal audit, pianificazione finanziaria e rapporti con le banche, risk management. Il corso si rivolge inoltre a **imprenditori e a professionisti del settore bancario che si occupano dei rapporti con il territorio e con le imprese**, interessati a comprendere le logiche di funzionamento della finanza aziendale.

OBIETTIVI

Il corso approfondisce gli aspetti principali della gestione finanziaria d'impresa. Attraverso gli interventi di professionisti, consulenti e manager e grazie alla collaborazione con importanti società specializzate del settore, i partecipanti acquisiranno nuovi strumenti di gestione, valutazione dei rischi

e comprensione dei rapporti tra l'impresa e il mercato.

STRUTTURA

- Durata 5 mesi - 6 moduli - 72 ore
- Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3500 euro intero corso,
500 euro singolo modulo.

Sono previste riduzioni per:

- SOCI ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)
- PRIMI 12 ISCRITTI

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

6-7 MARZO 2015**MODULO 1
INTRODUZIONE ALLA
FINANZA D'IMPRESA:
DAL BILANCIO AL
FINANCIAL PLAN**

A partire dai principi del bilancio, il modulo servirà da introduzione alle attività di programmazione e controllo nella gestione aziendale verranno quindi introdotti e analizzati alcuni degli strumenti di contabilità direzionale, tra cui il budgeting, che saranno poi approfonditi nei successivi moduli del corso.

20-21 MARZO 2015**MODULO 2
STRATEGIC COST
MANAGEMENT
E STRUMENTI AVANZATI
DI CONTROLLO
DI GESTIONE**

L'obiettivo del modulo è analizzare le logiche e gli strumenti necessari per valutare, a preventivo e a consuntivo, le performance aziendali.

In particolare ci si focalizzerà su:

- Principali strumenti di controllo direzionale
- Strumenti di programmazione e controllo della gestione aziendale, con particolare enfasi sull'interpretazione e sull'analisi degli schemi economici, patrimoniali e finanziari di natura contabile

10-11 APRILE 2015**MODULO 3
ANALISI DEGLI
INVESTIMENTI FINANZIARI
E FINANCIAL RISK
MANAGEMENT**

Il modulo consente di apprendere strumenti e nozioni analitiche per le decisioni di finanza aziendale, l'analisi del costo del capitale e dei rischi, ed in particolare:

- L'evoluzione nella gestione degli asset finanziari
- Le più recenti teorie di gestione del capitale finalizzate a massimizzare il rischio/rendimento
- I principali strumenti di finanziamento/investimento

8-9 MAGGIO 2015**MODULO 4
PROSPETTIVE E RISCHI DI
SETTORE: COME INTEGRARLI
NELLE
STRATEGIE
AZIENDALI**

Il modulo permette di interpretare gli indicatori di bilancio in relazione a quanto accade nel settore e di valutare l'importanza di filiera, settore e territorio per singola impresa. Verranno affrontati alcuni quesiti tipici, come ad esempio:

- Quali sono gli elementi caratterizzanti dei singoli settori (e delle filiere) in

LABORATORIO

termini di struttura dell'offerta, scambi con l'estero e domanda interna?

- Come incidono le differenze settoriali sui risultati economico-finanziari delle imprese?
- Quali effetti hanno sulla struttura di mercato i cambiamenti che possono coinvolgere segmenti della filiera anche molto lontani tra loro?
- Un'impresa con ROE negativo, ma migliore rispetto alla media settoriale, è un'impresa in buona salute o no?

15-16 MAGGIO 2015**MODULO 5
INTERNATIONAL FINANCE
AND BUSINESS**

Il modulo trasmette le principali e più attuali tematiche di finanza internazionale applicate al business aziendale:

- Sistema monetario internazionale
- Mercato dei cambi
- Bilancia dei pagamenti e debito estero
- Rischio valutario e meccanismi di copertura o immunizzazione
- Rischio contabile
- Rischio economico di un progetto di investimento estero
- Attacchi speculativi
- Debito e crisi finanziarie

12-13 GIUGNO 2015**MODULO 6
IL VALORE DEGLI
INTANGIBLE ASSETS**

Il modulo permette di trasmettere ai partecipanti le competenze professionali utili ad individuare, valutare e rappresentare il valore degli intangible assets presenti all'interno dell'impresa, in modo da comprenderne il loro reale valore di mercato e la loro capacità di produrre reddito.

- Le risorse intangibili e il capitale intellettuale
- Modelli di valutazione delle performance
- I modelli di stima delle risorse intangibili
- La comunicazione degli intangibles
- Gli intangibles e il capital market



ISTAO
ISTITUTO
ADRIANO
OLIVETTI

MARKETING & COMMERCIAL MANAGEMENT

2015

1^A EDIZIONE | MAGGIO 2015 | Durata 6 mesi

DESTINATARI

Il Corso è rivolto a **Manager e Collaboratori d'Impresa** con profilo tecnico, economico e manageriale appartenenti alle aree marketing e commerciale o ad altre aree che con esse si relazionano.

OBIETTIVI

- Apprendere i metodi di gestione e le best practices più avanzate nel campo del marketing e dello sviluppo commerciale del prodotto/brand
- Sviluppare nuove conoscenze tecniche e manageriali
- Acquisire strumenti operativi evoluti
- Affinare le tecniche di negoziazione e vendita

STRUTTURA

- Durata 6 mesi - 7 moduli - 84 ore
- Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3500 euro intero corso,
500 euro singolo modulo.

Sono previste riduzioni per:

- SOCI ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)
- PRIMI 12 ISCRITTI

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

22-23 MAGGIO 2015

MODULO 1

LA NUOVA COMUNICAZIONE: TALK DESIGN, PARLARE AL FUTURO, ARTS, TOOLS, PHILOSOPHY

Il concetto di innovazione, identità e forme di comunicazione nel contesto attuale:

- Dall'epoca della comunicazione a quella della testimonianza: i sistemi multimediali, la memetica e la visione del futuro
- Come creare l'innovazione? Come gestire l'innovazione? Come comunicare e ridefinire l'idea stessa di prodotto, di offerta, di mercati, di consumatori?
- Il web: come cambia lo spazio delle comunicazioni e come fonde il tempo delle conversazioni diffuse e ridondanti

12-13 GIUGNO 2015

MODULO 2

CREATIVITÀ E INNOVAZIONE

Creativi si nasce o si diventa?

Come fertilizzare la creatività? In che modo favorire la creazione di idee? Modulo laboratoriale che "arruola" i partecipanti in team di progetto e di prototipazione veloce in aula in un vero e proprio esperimento di "learning by doing".

LABORATORIO

26-27 GIUGNO 2015

MODULO 3

MARKETING FUNDAMENTALS FOR BUSINESS

Il Marketing nelle sue principali declinazioni business, illustrato e comunicato tramite un workshop aziendale con successivo debriefing in aula. Si tratta in particolare di:

- Domanda, consumo e bisogno
- Settori e gruppi
- Portfolio e categorie
- Scelte strategiche e operative
- Marketing traffic jam
- Atl e Btl
- Preference e relevance
- Relationship marketing

WORKSHOP AZIENDALE

10-11 LUGLIO 2015

MODULO 4

WEB AND SOCIAL MEDIA MARKETING

Il valore dell'immagine: comunicare con il web per trasmettere valori e non solo prezzi e prodotti. Le nuove forme di comunicazione facilitano l'approccio relazionale con il cliente: i partecipanti apprenderanno come sfruttare nuovi strumenti di comunicazione per diffondere al meglio proposte in ambito mobile e web.

18-19 SETTEMBRE 2015**MODULO 5****CRM: CUSTOMER RELATION
MANAGEMENT**

La visione e gli strumenti del CRM, sia nella sua funzione analitica (raccolta ed analisi dati per le decisioni del management) che nella sua funzione collaborativa (rapporti personalizzati e strumenti innovativi di relazione col cliente, qualità del servizio):

- CRM e fedeltà
- Database di marketing e segmentazione dei clienti
- Raccolta e analisi dei dati
- I diversi modi di segmentare la base clienti
- Implementare programmi di CRM e campagne di marketing
- Come cambiano i consumatori (Nielsen/MIP)
- La comunicazione dei grandi brand e delle PMI
- Media tradizionali e nuovi media digitali per il dettaglio
- Focus su Email Marketing
- Un esempio di comunicazione localizzata

2-3 OTTOBRE 2015**MODULO 6****SALES TECHNIQUES AND
NEGOTIATION**

Il modulo ha

LABORATORIO

l'obiettivo di approfondire, attraverso simulazioni di casi aziendali e tecniche come il debriefing e la discussione

in plenaria, le strategie e le tattiche negoziali. In particolare si analizzano le seguenti fasi:

- Prepararsi a negoziare: molti negoziatori esperti mancano di un metodo strutturato di preparazione alla negoziazione
- La gestione delle emozioni in una trattativa: i negoziatori sono prima di tutto persone
- Fare concessioni alla controparte: saper fare concessioni è, forse, la più importante abilità negoziale

16-17 OTTOBRE 2015**MODULO 7****SALES COSTS**

Come valutare l'impatto in chiave economica e finanziaria delle azioni di vendita:

- Le leve della redditività delle vendite: quanto rende un euro di fatturato (ROS)?
- Decidere con i margini di contribuzione: le promozioni, cross ed up selling, l'efficacia delle azioni di marketing legate ai costi della struttura.
- Dal margine all'Ebit: la scelta dei costi di struttura per la massimizzazione della redditività del fatturato.
- Le leve della rotazione di un punto vendita o di una unità di vendita: quanto fatturato viene generato con un Euro di capitale investito (ROTA)?

**LIVING
OPERATIONS****2015**2^A EDIZIONE | MAGGIO 2015 | Durata 6 mesi**DESTINATARI**

Il Corso è rivolto sia a **manager e professional dell'area Operations**, cioè a tutte le figure professionali coinvolte nella messa a disposizione di un prodotto-servizio al mercato (pianificazione, produzione, ricerca & sviluppo, logistica, approvvigionamenti, controllo qualità), sia a **manager e professional che si relazionano periodicamente con le Operations**, attivi dunque nelle funzioni commerciali, di marketing, di sistemi informativi e amministrazione.

OBIETTIVI

Il corso fornisce ai partecipanti metodi di gestione, strumenti e tecniche avanzate per il miglioramento dell'efficienza e della qualità dei processi chiave relativi al ciclo delle Operations, sia nella loro componente tangibile sia in quella intangibile.

Il tutto avverrà attraverso:

- Una metodologia formativa fortemente interattiva ed esperienziale
- Study tour in azienda
- Business game e laboratori

STRUTTURA

- Durata 6 mesi - 7 moduli - 84 ore
Formula week-end: lezioni venerdì (intera giornata) e sabato (solo mattino) a settimane alterne
- Workshop esperienziali presso:
 - TMHIT, stabilimento produttivo di Toyota in Italia, a Bologna
 - Cubo Rosso nel laboratorio "La Minifabbrica per imparare", a Padova

DOMANDA DI AMMISSIONE

Per iscriversi o iscrivere collaboratori è sufficiente compilare la scheda di adesione online oppure contattare l'ISTAO.

QUOTA DI ISCRIZIONE

3500 euro intero corso,
500 euro singolo modulo.

Sono previste riduzioni per:

- SOCI ISTAO
- ALUMNI ISTAO (30% su prezzo di iscrizione)
- PRIMI 12 ISCRITTI

REFERENTE ORGANIZZATIVO

Lorenzo Palego, Coordinatore Executive Education, ISTAO

Il corso si avvale della collaborazione di

CONȘIDI

Società di consulenza direzionale specializzata in Operation & Innovation Management

CONȘIDI

22-23 MAGGIO 2015

MODULO 1

LA GESTIONE DI ACQUISTI, APPROVVIGIONAMENTI E LOGISTICA INTERNA

Le principali metodologie per gestire una corretta analisi del valore di beni e servizi acquistati e le best practices per la valutazione e la selezione dei fornitori. Vengono approfondite le metodologie per:

- Analizzare il mercato di fornitura
- Analizzare e capire le principali tecniche/strumenti utilizzati per la gestione e la valorizzazione delle scorte
- Approfondire le politiche di approvvigionamento dei materiali

CONȘIDI

19-20 GIUGNO 2015

MODULO 2

SISTEMI DI PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E SCHEDULAZIONE

I principi base per una corretta gestione delle attività aziendali attraverso l'allineamento delle quantità prodotte alle richieste del mercato.

- Classificazione delle aziende manifatturiere secondo la diversa combinazione di natura del prodotto, volumi di produzione e modalità di risposta alla domanda
- Sistemi di Pianificazione e Controllo della Produzione

- Piano Principale di Produzione a lungo periodo (Production Planning - PP)
- Piano di Produzione a medio periodo (Master Production Schedule - MPS)
- Pianificazione della richiesta di utilizzo dei materiali (Material Requirement Planning - MRP)
- Pianificazione delle capacità degli impianti produttivi (Capacity Requirement Planning - CRP)
- Sistemi di controllo e avanzamento della produzione (Shop Floor Control - SFC)
- Piano di produzione a breve periodo (Final Assembly Schedule - FAS)

CONȘIDI

10-11 LUGLIO 2015

MODULO 3

L'ANALISI DEI PROCESSI PER LA RIDUZIONE DELLE INEFFICIENZE AZIENDALI

Obiettivo del modulo è analizzare il possibile miglioramento delle performance aziendali e il corretto utilizzo delle risorse impiegate. Misurare è la prima attività da svolgere per migliorare le operations aziendali:

- Introduzione ai processi
- Le modalità di mappatura di un processo (definizioni ed esempi aziendali)
- La Value Stream Map
- La gestione delle procedure
- La definizione dei parametri di misura (KPI)

CONȘIDI

25-26 SETTEMBRE 2015

MODULO 4

LA MINIFABBRICA PER IMPARARE ®

"Imparare facendo e riflettendo su ciò che si fa"

I partecipanti sperimentano la trasformazione dell'azienda secondo le logiche Lean, cioè: imparando a gestire i principali processi nel rispetto di tempi, costi e qualità richiesti dal mercato, migliorando i rapporti con clienti e fornitori ed individuando i comportamenti che, all'interno di un gruppo, facilitano il raggiungimento di risultati eccellenti. La formazione esperienziale è data dal collaudato format "La Minifabbrica per Imparare ®", un laboratorio di apprendimento nel quale si riproducono fedelmente le attività che un'azienda manifatturiera svolge nell'arco di 2/3 mesi.

La metodologia prevede l'utilizzo di mini stazioni di lavoro automatiche.

STUDY TOUR
presso
CUBO ROSSO (PD)

16-17 OTTOBRE 2015

MODULO 5

LA QUALITÀ IN FABBRICA E PER LA FABBRICA

- Il controllo della progettazione e della qualifica dei fornitori
- Il controllo della documentazione di sistema e delle registrazioni
- Il controllo dei prodotti/servizi
- La gestione dei resi
- Le attività di monitoraggio di tutti i processi individuati all'interno dell'azienda

- La valutazione dei processi
- Il sistema di reporting

30-31 OTTOBRE 2015

MODULO 6

PRODUCT AND PROCESS COST CONTROL: IL P&C INDUSTRIAL

Il modulo affronta le tematiche di e Controllo, con particolare focus sull'analisi e la gestione dei costi industriali:

- Costo del prodotto e controllo delle responsabilità
- Classificazione dei costi industriali
- Casi applicativi

CONȘIDI

13-14 NOVEMBRE 2015

MODULO 7

TOYOTA WAY

Il modulo permette di "toccare con mano" l'applicazione più spinta del TPS in Italia perché, a volte, vedere è molto più efficace che ascoltare.

- Plant Tour con spiegazione delle principali modalità operative applicate nello stabilimento
- Toyota Way: la filosofia per rendere le persone attori del cambiamento
- TPS Simulation Game
- Testimonianza aziendale su un caso di trasformazione snella in un contesto di piccole-medie dimensioni

STUDY TOUR
presso
TOYOTA MATERIAL HANDLING (BO)





ISTAO organizza corsi specifici su tematiche manageriali e tecnico-manageriali, su richiesta di imprese, associazioni di categoria ed enti, costruiti ad hoc per specifiche esigenze. Tali corsi si caratterizzano per una elevata specializzazione e per una struttura studiata su misura per la società che li richiede: la loro durata e intensità variano dunque a seconda delle richieste del committente.

Si riportano qui di seguito, solo a titolo di esempio, alcuni dei corsi on demand organizzati da ISTAO negli ultimi 2 anni:

BUSINESS NEGOTIATION FOR BUYER

COMMITTENTE: grande impresa settore Moda

PARTECIPANTI: buyer

OBIETTIVO: migliorare le capacità di negoziazione con i fornitori così come l'analisi preliminare e la scelta dei fornitori stessi.

FINANCE FOR NON FINANCIAL MANAGER

COMMITTENTE: grande impresa settore Moda

PARTECIPANTI: manager di ogni area salvo Finanza e Controllo di Gestione

OBIETTIVO: fornire ai manager la chiara visione delle dinamiche finanziarie dell'impresa, così da potersi relazionare con maggiore consapevolezza sia internamente, con l'area finanziaria, sia esternamente, con clienti e fornitori.

CORSI DI APPRENDISTATO PROFESSIONALIZZANTE

COMMITTENTE: grande impresa settore Metalmeccanico

PARTECIPANTI: apprendisti con laurea

OBIETTIVO: fornire la formazione manageriale di base, richiesta dalla normativa sul lavoro, agli apprendisti con laurea neoassunti in impresa.

LE OPERATIONS IN AZIENDA

COMMITTENTE: PMI manifatturiera

PARTECIPANTI: middle-manager

OBIETTIVO: fornire ad alcuni collaboratori ritenuti "chiave" dell'azienda, attivi principalmente in area commerciale, la necessaria formazione di base sul funzionamento del ciclo delle Operations: dall'approvvigionamento, alla produzione alla logistica in uscita.

NUOVI STRUMENTI DI MANAGEMENT PER LA DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

COMMITTENTE: consorzio di supermercati della Distribuzione Organizzata

PARTECIPANTI: proprietari e loro principali collaboratori

OBIETTIVO: formare i proprietari di supermercati legati al consorzio sulle nuove tematiche di marketing, di vendita, di orientamento al cliente e di gestione oggi ritenute indispensabili nel settore della DO.

INNOVAZIONE E SVILUPPO DEL BUSINESS ENERGETICO

COMMITTENTE: grande impresa del settore Petrochimico

PARTECIPANTI: dirigenti

OBIETTIVO: fornire ai dirigenti di un polo energetico la chiara visione del presente e del futuro delle energie, dalle fossili alle rinnovabili. Una panoramica approfondita sulle possibilità di sviluppo del business energetico per i prossimi anni.

L'attività formativa ISTAO prevede anche i seguenti

MASTER per neolaureati:

STRATEGIA E MANAGEMENT D'IMPRESA

48^a edizione

INTERNATIONAL MANAGEMENT

12^a edizione

SALES & MARKETING

2^a edizione

TOURISM MANAGEMENT

2^a edizione

PEOPLE MANAGEMENT & HR SERVICES

5^a edizione

Il programma completo dei Corsi
è disponibile all'indirizzo:
www.istao.it

Villa Favorita via Zuccarini 15
60131 Ancona
tel. 071 2137011 fax 071 2901017 fax 071 2900953
informa@istao.it