

Catalogo Corsi

Febbraio - Maggio

2012



Fondimpresa Avviso 3/2010
IN - PROGRESS

CORSI INTERAZIENDALI

Sommario

COMUNICAZIONE	3
1. Comunicare nell'organizzazione e rendere efficaci gli scambi informativi	3
2. Public speaking	4
3. Project Management dei team virtuali	5
GENERAL MANAGEMENT	6
4. Gestire l'innovazione di prodotto e di servizio	6
5. Il processo di marketing	7
6. La stesura di un business plan	8
7. Project Management Fundamentals	9
8. Six Sigma: la nuova frontiera del process management (White Belt)	10
9. Supply Chain Management	11
COMPORAMENTO ORGANIZZATIVO	12
10. Gestione dei collaboratori	12
11. Negoziazione e gestione dei conflitti	13
12. Goal Setting tra sviluppo personale ed organizzativo	14
13. Il manager e la gestione dello stress	15
14. Risolvere i problemi in modo creativo	16
15. Sviluppare Team High Performance	17
16. Team working e team building	18
17. Time Management	19
RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	20
18. HR Business Partnership: Facilitations and Consultancy skills for HR	20
19. Flessibilità e Sostenibilità	21
Come raggiungere la sede MIP - Politecnico di Milano	22

1. Comunicare nell'organizzazione e rendere efficaci gli scambi informativi

Obiettivi

Il governo della comunicazione interna ed esterna rappresenta ormai per tutte le imprese un fattore indispensabile per raggiungere risultati di efficacia ed efficienza. Formalizzare le procedure e gli strumenti di comunicazione consente all'organizzazione di regolamentare, e non disperdere, le informazioni che si producono all'interno della rete di relazioni operative. Per rendere efficace questa comunicazione occorre però "tenere insieme" e far dialogare le prassi formali, predisposte dall'azienda, con tutto ciò che si genera nei contesti informali e attraverso le relazioni interpersonali.

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti elementi per individuare, nei processi operativi, le sinergie tra i flussi di comunicazione formali e informali e l'efficacia della comunicazione scritta e verbale, in una prospettiva tesa a identificare i fattori critici per il raggiungimento collettivo dei risultati.

Contenuti

- livelli e obiettivi della comunicazione organizzativa
- canali e strumenti della comunicazione formale e informale
- punti di forza e di debolezza della comunicazione scritta e della comunicazione verbale per ottimizzare gli scambi informativi
- l'ascolto come comportamento chiave di una comunicazione efficace

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che desiderano sviluppare una maggiore capacità di lettura dei flussi di comunicazione aziendale in cui sono inseriti e di mettere a fuoco criteri per gestire con più efficacia la sinergia tra gli scambi formali e informali di informazioni.

Docente: Nadia Mettica

Durata: 16 ore

Date: 21-22 marzo

2. Public speaking

Obiettivi

L'obiettivo del corso è la trasmissione di tecniche pragmatiche ed efficaci per affrontare con successo presentazioni pubbliche, per gestire una riunione, per comunicare con efficacia informazioni ed idee.

Contenuti

- L'uso delle strutture della comunicazione: verbale, paraverbale e non verbale
- Il discorso efficace
- Le risorse interne per trasmettere disinvoltura, confidenza ed incisività
- L'utilizzo del tempo disponibile massimizzando l'efficacia dell'intervento
- L'uso dei supporti visivi (slides, lavagne, oggetti)

Destinatari

Manager, quadri, formatori, e in generale tutti coloro che affrontano presentazioni nei diversi ambiti e contesti (riunioni ristrette o allargate, convegni, meetings...) e che desiderano migliorare le proprie performance di comunicazione in pubblico.

Docente: Luca Baiguini

Durata: 16 ore

Date: 28-29 febbraio

3. Project Management dei team virtuali

Obiettivi

L'avvio di reti d'impresa, il decentramento territoriale delle unità produttive, l'internazionalizzazione, l'utilizzo di professionisti esterni introducono elementi di complessità relazionale nella gestione dei progetti aziendali, una complessità legata sia alla molteplicità dei soggetti da cui dipende il successo del progetto sia alle caratteristiche di distanza fisica e organizzativa degli attori che connotano il contesto di attuazione del progetto stesso.

Al project management, a cui è affidata la responsabilità di gestire l'integrazione degli aspetti operativi e decisionali necessari per raggiungere i risultati del progetto, è richiesto quindi di garantire l'efficace funzionamento di gruppi di lavoro spesso virtuali, composti da risorse delocalizzate geograficamente e/o appartenenti ad organizzazioni diverse, attraverso contatti e relazioni mediati dalle tecnologie per la comunicazione.

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti criteri e metodi per identificare e gestire i fattori organizzativi e relazionali che concorrono al successo di progetti caratterizzati da attività che si sviluppano attraverso il lavoro di team virtuali.

Contenuti

- overview sui processi di project management e sui metodi per analizzare gli aspetti di complessità relazionale dei progetti
- elementi di criticità nello sviluppo dei team virtuali e impatto sui processi di project management
- criteri per la scelta e l'uso delle tecnologie collaborative a supporto della gestione dei team virtuali
- linee guida per impostare regole di comportamento e norme condivise per la conduzione dei progetti nei team virtuali

Destinatari

Il corso si rivolge a figure aziendali impegnate nella gestione di progetti connotati da relazioni virtuali tra una pluralità di attori appartenenti a diversi ambiti organizzativi.

Docente: Nadia Mettica

Durata: 16 ore

Date: 16-17 maggio

4. Gestire l'innovazione di prodotto e di servizio

Obiettivi

Obiettivo del corso è comprendere differenti approcci all'innovazione di prodotto e di servizio.

Contenuti

Giornata	ora	Argomento
Giornata 1	09.00 – 13.00	Introduzione al concetto di innovazione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovazione e vantaggio competitivo ▪ Le sfide e le inerzie all'innovazione
	14.00 – 18.00	Le sorgenti dell'innovazione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestire l'innovazione attraverso la collaborazione con risorse interne ed esterne
Giornata 2	09.00 – 13.00	Gli approcci strategici all'innovazione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Technology Push: la tecnologie come stimolo all'innovazione ▪ Market Pull: il cliente al centro dell'innovazione ▪ Design Push: le innovazioni guidate dalla visione
	14.00 – 18.00	Il processo di innovazione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le fasi ed i ruoli ▪ Le prestazioni del processo di innovazione ▪ Gli strumenti a supporto della generazione del concept
Giornata 3	09.00 – 13.00	Il processo di innovazione <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ottenere il consenso nelle diverse fasi del processo di sviluppo ▪ Le strategie di gestione dei diversi stakeholder del processo di sviluppo
	14.00 – 18.00	Le specificità dell'innovazione di servizio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di sviluppo nuovo servizio ▪ Sfruttare le sinergie tra prodotti e servizi

Destinatari

Il programma si rivolge principalmente a imprenditori, manager, creativi, analisti e tecnici che hanno o che desiderino acquisire responsabilità nell'ambito del processo di sviluppo nuovo prodotto e servizio, consulenti di management e professionisti, interessati ad un corretto approccio verso il processo di sviluppo, alle teorie organizzative ed agli strumenti pratici per metterle in pratica.

Docente: Tommaso Buganza - Claudio Dell'Era – Emilio Bellini

Durata: 24 ore

Date: 7-8-9 maggio

5. Il processo di marketing

Obiettivi

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti metodologie, strumenti e tecniche di gestione strategica del processo di marketing nella sua totalità, focalizzandosi sul ruolo e l'importanza del marketing sia come processo metodologico sia come cultura pervasiva e condivisa a livello aziendale.

Contenuti

In particolare verranno affrontati i principali elementi di marketing strategico (analisi del mercato, analisi del sistema competitivo, segmentazione e scelta dei mercati obiettivo) e di marketing operativo (leve del marketing mix: prodotto-servizio, prezzo, comunicazione integrata, canali di distribuzione, personale di front end di vendita):

- il processo di marketing
- il modelli di business e l'analisi strategica
- il marketing strategico: segmentazione, targeting e posizionamento
- il processo decisionale del cliente e le opzioni strategiche
- le leve di Marketing: Prodotto, Prezzo, Promozione, Distribuzione
- la comunicazione
- il brand
- la gestione delle relazioni con i clienti (CRM)
- paradigmi innovativi di marketing: internet marketing, social networks, open marketing
- uno sguardo al futuro

Destinatari

Il programma si rivolge a soggetti che non possedendo competenze di base in ambito marketing, vogliono acquisire competenze di base circa la definizione di piani di marketing sia strategici sia operativi.

Docente: Giacomo Melani

Durata: 16 ore

Date: 21-22 febbraio

6. La stesura di un business plan

Obiettivi

Il corso si pone il triplice obiettivo di: i) definire quando risulti necessario realizzare un business plan e quali possano essere gli obiettivi da perseguire nella stesura di un business plan; ii) descrivere i contenuti di un business plan indicando le principali tecniche e metodologie che ne rendono possibile la realizzazione (mettendo in luce in particolare aspetti strategici, di marketing, operativi, organizzativi, di gestione delle risorse umane e finanziari); iii) identificare e descrivere le principali fonti di finanziamento delle start-up.

Contenuti

- Cos'è un business plan
- Quando si utilizza
- Obiettivi di un business plan
- Fonti di finanziamento di uno start-up
- Contenuti di un business plan

Destinatari

Il corso si rivolge specificamente a professionisti impegnati nel lancio di iniziative strategiche interne all'impresa (ad es. entrata in un mercato completamente nuovo) che intendono approfondire le tematiche inerenti la stesura di un business plan.

Docente: Antonio Menegatti

Durata: 16 ore

Date: 6-7 marzo

7. Project Management Fundamentals

Obiettivi

Il successo di un'impresa, in qualsiasi settore essa operi, dipende sempre più dalla capacità di fare innovazione e svolgere attività uniche, cioè di saper portare a termine con successo i propri progetti. Essa studia il prodotto e i processi al fine di comprendere come sia possibile fornire soluzioni su misura per i clienti. Si pone il problema di individuare pochi, ma cruciali, interventi di innovazione attorno a cui concentrare le energie e l'attenzione dell'impresa. Obiettivo del corso è comprendere come lavorare per progetti, integrando gli attori interni ed esterni all'impresa, orientandoli al risultato, e fronteggiando i rischi che inevitabilmente ogni attività di cambiamento e innovazione porta con sé.

Contenuti

- Introduzione alla gestione dei progetti
 - ✓ Le caratteristiche distintive di un progetto
 - ✓ Il progetto ed il processo
- Organizzazione di progetto
 - ✓ Il ruolo della committenza
 - ✓ Le forme organizzative
- I principi della gestione dei progetti
 - ✓ Il principio dell'anticipazione
 - ✓ Il principio della flessibilità
- Le fasi di un progetto
 - ✓ Initiation: obiettivi di progetto
 - ✓ Planning: i principi della pianificazione
 - ✓ Planning: scope management
 - ✓ Planning: identificazione delle attività
 - ✓ Planning: identificazione della struttura organizzativa e delle responsabilità
 - ✓ Planning: definizione ed ottimizzazione dello scheduling di progetto
 - ✓ Planning: cost estimating e cost budgeting
 - ✓ Execution and Control: controllo dello stato avanzamento
 - ✓ Closing
- Strumenti software a supporto del Project Management

Destinatari

Il programma si rivolge principalmente a manager che hanno o che desiderino acquisire responsabilità nell'ambito del project management e della gestione dell'innovazione, consulenti di management e professionisti interessati ad un corretto approccio verso il progetto, alle teorie organizzative ed agli strumenti pratici per metterle in pratica.

Docente: Olimpio Brivio – Ruggero Golini

Durata: 24 ore

Date: 19-20-21 marzo

8. Six Sigma: la nuova frontiera del process management (White Belt)

Obiettivi

“Six Sigma” è diventato sinonimo di eccellenza dei processi chiave dell’azienda. La concretezza ed il rigore dell’impianto metodologico ne hanno fatto l’approccio più avanzato per il miglioramento e la ricerca dell’eccellenza dei processi aziendali. Il corso fornisce una visione completa dell’approccio “Six Sigma”. In particolare focalizza i principi fondamentali, l’impianto metodologico e gli strumenti operativi che lo caratterizzano, le opportunità offerte dalla sua applicazione, i passi per la sua introduzione in azienda.

Contenuti

1. Il six sigma
2. Il process management system
3. L’approccio six sigma al process management
4. Le figure professionali six sigma
5. Il Six Sigma per il miglioramento dei processi
6. Il Design for six sigma (DFSS)
7. La gestione dei progetti six sigma
8. Le modalità di introduzione del six sigma in azienda
9. Esempi di applicazioni six sigma

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti quegli attori (Quality Assurance Manager, Responsabili Quality Control, Responsabili Operations, Project leader, Responsabili Organizzazione etc.) che rivestono un ruolo chiave nella progettazione, gestione, miglioramento, reengineering dei processi aziendali (produttivi, gestionali, di erogazione servizi). Allo stesso modo, il corso può essere di supporto a quanti vogliono conoscere in modo più strutturato l’approccio sei sigma.

Docente: Alessandro Brun

Durata: 24 ore

Date: 21-22-23 maggio

9. Supply Chain Management

Obiettivi

La competizione oggi avviene sempre di più a livello non di singole aziende, ma di filiere o reti di imprese (supply chain). La gestione dei processi operativi (ciclo dell'ordine, produzione e logistica) lungo la supply chain diventa un fattore chiave per il successo e la competitività.

L'obiettivo didattico perseguito dal corso è di creare una specifica base formativa relativamente alla gestione dei processi lungo la supply chain, con particolare riferimento agli strumenti informativi a supporto.

Contenuti

- Introduzione al SCM:
 - ✓ SCM e gestione della domanda

- Il processo di Gestione della domanda:
 - ✓ Il processo di previsione della domanda
 - ✓ Le prestazioni del processo previsionale

- Tecniche e strumenti per la previsione della domanda:
 - ✓ metodi quantitativi e qualitativi

- Il valore dell'informazione nella Supply Chain:
 - ✓ Il caso Mozzini e il Gear Box Game
 - ✓ I risultati del Gear Box Game: il Bullwhip Effect
 - ✓ Il caso Sainsbury's

Destinatari

Il corso si rivolge a professionisti e quadri funzionali di aziende di vari settori e dimensioni, ed ai consulenti attivi internamente o all'interfaccia del processo logistico.

Docente: Ruggero Golini – Antonella Moretto

Durata: 16 ore

Date: 10-11 maggio

10. Gestione dei collaboratori

Obiettivi

Obiettivo del corso è rafforzare le capacità relazionali e di gestione dei collaboratori dei responsabili in modo tale che possano affrontare eventuali conflitti con i diversi attori del loro sistema in modo più efficace e consapevole. È volto inoltre ad aumentare il senso di “Potere” dei responsabili per consentire loro di attivare processi di decisione autonomi e assunzione di responsabilità.

Contenuti

- Analisi del ruolo di “Capo” nel contesto aziendale di riferimento
- Gestione dei collaboratori
 - ✓ Leadership
 - ✓ Motivazione
 - ✓ Valutazione e feedback
 - ✓ La gestione dei gruppi di lavoro
- Capacità relazionali e “competenza sociale”
 - ✓ Conflitti interpersonali
 - ✓ Conflitti tra gruppi
- I conflitti organizzativi

Destinatari

Il Corso è rivolto a Quadri e Responsabili di Divisione, manager, project manager, capi area, responsabili di unità organizzative che assumono la responsabilità di gestione di collaboratori e le risorse direttive che vedono nel proprio team un'importante leva del successo dell'impresa e sentono la necessità di acquisire nuovi strumenti di gestione delle persone e una più spiccata sensibilità per la loro valorizzazione.

Docente: Susanna Lenardon

Durata: 16 ore

Date: 23-24 febbraio

11. Negoziazione e gestione dei conflitti

Obiettivi

Il corso si propone di rafforzare le capacità di gestione delle relazioni per prevenire e/o gestire le diverse tipologie di conflitto e approfondire ed allenare competenze operative in ambito negoziale.

Contenuti

- Comunicazione efficace
- Ascolto attivo
- I conflitti interpersonali
- I conflitti tra gruppi
- I conflitti all'interno delle organizzazioni
- Principi di negoziazione
- Tecniche di negoziazione

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro i quali si trovino ad operare a diverso titolo e a diverso livello nell'ambito delle "trattative" variamente intese (escluse trattative commerciali). Personale che desideri sviluppare e migliorare la capacità di svolgere trattative e di negoziare efficacemente.

Docente: Susanna Lenardon

Durata: 16 ore

Date: 26-27 marzo

12. Goal Setting tra sviluppo personale ed organizzativo

Obiettivi

Il corso si propone di aumentare la consapevolezza sulle condizioni di efficacia interne ed esterne alla persona, migliorare la capacità di definire obiettivi sfidanti e l'uso degli obiettivi intermedi, implementare un processo di goal setting personale e per i propri collaboratori e iniziare a dare e chiedere feedback.

Contenuti

- Determinanti dello sviluppo personale e organizzativo: aspettative, valori e scopi
- Creazione e uso degli obiettivi
- Raggiungimento dei risultati
- Il goal setting personale e dei propri collaboratori
- Il feedback esterno

Destinatari

Capi di linea, Manager, Project Leader che definiscono per sé e per altri obiettivi individuali di crescita professionale.

Docente: Francesca Romana Vender

Durata: 16 ore

Date: 27-28 marzo

13. Il manager e la gestione dello stress

Obiettivi

- Creare consapevolezza sui meccanismi neurofisiologici, sulle dinamiche e conseguenze dello stress.
- Trasmettere conoscenza sui meccanismi fisio-psicologici dello stress.
- Proporre modalità di gestione dello stress sia “durante” i momenti stressogeni, sia in “preparazione” agli stessi.

Contenuti

Stress e cambiamento del contesto

- Il cambiamento del contesto lavorativo e lavorativo-familiare
- L'economia della prevenzione
- Autovalutazione del livello di stress

Stress e sue conseguenze fisio-psicologiche

- Stress e neuroscienze
- Esercitazione: Influenza della respirazione e tono vagale

Stress e personalità

- Temperamento e carattere
- Gli apprendimenti
- Esercitazione: La consapevolezza delle proprie emozioni

Modalità di gestione dello stress “durante” i momenti stressogeni: l'auto-osservazione

- Consapevolezza del vissuto emotivo attraverso l'osservazione di sé nel contesto relazionale
- Strumenti di intervento sul sé
- Esercitazione sulla consapevolezza corpo-emozioni (respiro, calma vigile e processi decisionali)

Altre strategie preparatorie ad affrontare lo stress

- Stress management e capacità decisionale in azienda
- Sonno, alimentazione e tecniche di meditazione
- Contrastare e prevenire la trasmissione di ansia e stress nei team di lavoro: strategie cognitive e tecniche
- Esercitazione: come recuperare le energie – rilassamento cosciente e tecniche di respirazione nei vari ambienti disponibili durante la giornata

Destinatari

Il programma si rivolge a manager e responsabili che desiderino migliorare la propria capacità di “muoversi nel cambiamento” fornendo una risposta ai molteplici fattori stressogeni che si presentano finalizzata al benessere della persona nell'organizzazione.

Docente: Davide Lotti e Roberto Sanlorenzo

Durata: 16 ore

Date: 27-28 febbraio

14. Risolvere i problemi in modo creativo

Obiettivi

Di fronte ad un problema, l'atteggiamento psicologico più comune è quello di cercare di "sbarazzarsene" al più presto, saltando direttamente alla soluzione. Questo però non garantisce di arrivare ad un risultato veramente efficace. E' necessario prima di tutto definire chiaramente i confini del problema, analizzarne le cause, identificare quella più importante e risolubile e, solo a questo punto, pensare alle possibili soluzioni con l'aiuto di tecniche creative. Infine si sceglierà quella da attuare attraverso un sistema di criteri di valutazione.

Il corso fornisce un metodo e delle tecniche per ciascuna delle fasi del processo di problem solving, consentendo ai partecipanti di sperimentarli direttamente, prima con un "allenamento" su temi extraprofessionali e poi con l'applicazione a problemi aziendali. In questo modo, saranno in grado, rientrati in azienda, di utilizzare il metodo nelle proprie situazioni specifiche.

Contenuti:

Il processo di soluzione dei problemi: fasi, obiettivi, tecniche

- Area del problema
 - Fase 1 - Percezione del problema
 - Fase 2 - Problem setting
 - Fase 3 - Analisi del problema
- Area della soluzione: la soluzione creativa dei problemi
 - Fase 4 - Ricerca delle soluzioni (fase divergente)
 - La creatività e le sue tecniche
 - Fase 5 - Scelta della soluzione (fase convergente)
 - Fase 6 - Attuazione della soluzione

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che sono chiamati nell'attività lavorativa a risolvere piccoli e grandi problemi fornendo soluzioni efficaci e non preconfezionate, e a coloro che vogliono sviluppare la capacità di pensare "fuori dagli schemi" per favorire l'innovazione.

Docente: Michela Gazzano

Durata: 16 ore

Date: 2-3 aprile

15. Sviluppare Team High Performance

Obiettivi

Questo corso è focalizzato sugli elementi che influenzano i risultati di clima e di risultato del team. La comunicazione e la fiducia, la gestione del conflitto e la presa di decisione, l'apprendimento e la gestione del cambiamento sono tutte espressioni di comportamenti organizzativi dove il team si confronta con obiettivi, performance e risultati di business, in modo particolare nei momenti di crisi. Esso si propone di sviluppare un buon potenziale per orientare azioni ed atteggiamenti verso la difficile arte del lavorare insieme nel raggiungere obiettivi.

Contenuti

Il corso offre una metodologia conosciuta con il nome M.B.T.I., efficace per leggere il proprio stile di partecipazione al team oltre che i processi nei team interdisciplinari, virtual team, gruppi di lavoro autodiretto, *brain storming* di innovazione valorizzando le reciproche differenze. Si sottolinea poi che i costi di una mancata integrazione nel gruppo e tra gruppi sono molto elevati. In aula si utilizzerà un *mix* bilanciato di metodologie, fra le quali: *lezione frontale, metodo del caso, spezzoni di film, role play, self-assessment*.

Destinatari

Capi di linea, Manager, Project Leader che fanno del team una risorsa cruciale per fare innovazione in tempi di crisi valorizzando differenze attraverso una metodologia che sviluppa l'organizzazione e le persone.

Docente: Francesca Romana Vender

Durata: 16 ore

Date: 14-15 maggio

16. Team working e team building

Obiettivi

Obiettivo del corso è di introdurre concetti relativi al lavoro in Team e alla comunicazione interpersonale e di sperimentare, potenziare, consolidare, le abilità relazionali collegate (gestione del conflitto, integrazione, condivisione). Si propone quindi di focalizzarsi sul team e sulla persona.

Contenuti

- Cos'è un gruppo di lavoro (Team)
Tipologie di gruppo
Definizione
Le dimensioni in gioco
Le persone e i fattori di presidio
I fattori di successo
Le dimensioni di processo
- Esercitazione
Regole del gioco
La classifica degli esperti
Griglia di osservazione
La performance complessiva del team
- Cicli di vita
- Stili di interazione
Assertività
Questionario di auto-osservazione
- Gestione del conflitto
- Il feedback efficace

Destinatari

Il corso si rivolge a tutti coloro che gestiscono direttamente un gruppo di lavoro, che vogliono costruire e rafforzare il loro team o ne fanno parte e desiderano sviluppare la propria efficacia nel lavoro in team.

Docente: Stefano Cirella

Durata: 16 ore

Date: 8-9 marzo

17. Time Management

Obiettivi

L'obiettivo dell'intervento formativo è la trasmissione di tecniche e strategie pragmatiche ed efficaci per affrontare le questioni chiave relative alla percezione, all'uso ed alla gestione del tempo.

Il focus è sui concetti di priorità e di programmazione, con una particolare attenzione agli elementi, sia interni che esterni, che sono di ostacolo ad un rapporto funzionale con il tempo.

Contenuti

- Prima giornata - la gestione del tempo
 - ✓ Dentro la *scatola nera*: la soggettività nella relazione con il tempo
 - ✓ Orologio alla mano: l'uso del tempo
 - ✓ La gestione del tempo

- Seconda giornata - goal setting
 - ✓ Fenomenologia degli obiettivi
 - ✓ L'impatto degli obiettivi sullo stato attuale e il ruolo delle convinzioni
 - ✓ La costruzione della strategia per il raggiungimento degli obiettivi

Destinatari

Il corso è pensato per tutti coloro che desiderano sviluppare un atteggiamento diretto alla valorizzazione della risorsa tempo e che, al fine di raggiungere i propri obiettivi, hanno la necessità di sviluppare una metodologia di gestione basata su priorità e programmazione.

Docente: Luca Baiguini

Durata: 16 ore

Date: 28-29 maggio

18. HR Business Partnership: Facilitations and Consultancy skills for HR

Obiettivi

Il corso si focalizzerà sulle principali tecniche di gestione delle attività di consulenza interna e di facilitazione. Verrà posto l'accento sulle tematiche relative all'intelligenza emotiva e la gestione dei conflitti e negoziazione interna

Contenuti

- Il ruolo delle Risorse Umane nelle aziende
- Il ruolo del facilitatore aziendale
 - Tecniche
 - Strumenti
 - I sei stili della consulenza
- Intelligenza Emotiva
 - Definizione
 - Applicazione nell'ambito della consulenza interna
- I conflitti organizzativi
 - Definizione
 - Tecniche di gestione
- La negoziazione
 - Definizione
 - Tecniche di negoziazione efficace
- Il coaching
 - Cosa caratterizza e contraddistingue il coaching
 - Le diverse tipologie di coaching:
 - Life coaching,
 - Corporate coaching,
 - Executive coaching,
 - Business coaching
 - Il coaching nel contesto aziendale:
- Vantaggi di un processo di Coaching per l'individuo e l'azienda

Destinatari

- Tutti i professionisti che operano nelle Direzioni Risorse Umane
- Liberi professionisti impegnati nell'ambito delle Risorse Umane

Docente: Massimo Lupi

Durata: 16 ore

Date: 4-5 aprile

19. Flessibilità e Sostenibilità

Obiettivi

Nella fase attuale di forte internazionalizzazione e di ampliamento dei mercati mondiali cresce ancora di più la difficoltà di prevedere i consumi dei diversi mercati e il livello delle vendite e quindi di programmare i flussi produttivi. La flessibilità dei sistemi produttivi, degli orari di lavoro e delle risorse umane e tecniche diventano ancora più essenziali alla competizione. Ma per avere successo nella competizione la flessibilità deve essere anche sostenibile nel tempo.

A partire da queste premesse il corso si propone i seguenti risultati di apprendimento per i partecipanti

- Conoscere i diversi approcci e le diverse leve della flessibilità produttiva, degli orari di lavoro e delle risorse umane.
- Saper individuare i fabbisogni di flessibilità della propria organizzazione e gli appropriati indicatori di performance.
- Saper individuare opzioni alternative di flessibilità e valutarne vantaggi e svantaggi.

Il corso si propone di incrementare le conoscenze e le capacità dei partecipanti attraverso l'analisi di casi nazionali ed europei. Verranno inoltre fornite linee guida per la realizzazione di un Project work sul tema, con possibilità di fornire coaching individuale o di gruppo su richiesta.

Contenuti

- Principali teorie dell'impresa flessibile e diversi modelli di gestione della flessibilità (flessibilità operativa, strategica e strutturale)
- Le leve della flessibilità: la flessibilità "interna" e gli orari di lavoro, la flessibilità "esterna" l' *outsourcing* e l'uso di risorse esterne
- Sostenibilità ed efficacia dei diversi modelli
- Cultura e competenze per la gestione della flessibilità: cambiare le abitudini

Destinatari

Responsabili di Unità di Business, Responsabili di Unità produttive e Responsabili HR.

Docente: Luciano Pero – Luisella Erlicher

Durata: 16 ore

Date: 17-18 aprile

Coordinamento

DANIELA RIZZO
rizzo@mip.polimi.it

02 2399 9193