

## PROPOSTE CORSI DI FORMAZIONE - FONDIMPRESA - AVVISO 2/2008

N. Corso	Titolo Corso	Contenuti Riferimenti normativi	N. ore
1	<b>Formazione dei Lavoratori - art. 37 D.lgs 81/2008</b>	D. Lgs 81/2008 - Concetti di rischio, danno, prevenzione e protezione - Rischi riferiti alla propria mansione; conseguenti misure di prevenzione e protezione	8
2	<b>Formazione per Carrellisti - art. 37 D.lgs 81/2008</b>	D. Lgs 81/2008 - Formazione teorica sull'uso in sicurezza dei carrelli - Parte pratica	8
3	<b>Formazione per Gruisti - art. 37 D.lgs 81/2008</b>	D. Lgs 81/2008 - Formazione teorica sull'uso in sicurezza delle gru - Parte pratica	8
4	<b>Formazione dei Preposti - art. 37 D.lgs 81/2008</b>	D.Lgs 81/2008 - Principali soggetti coinvolti e relativi obblighi; definizione e individuazione dei fattori di rischio; la valutazione dei rischi; individuazione delle misure tecniche organizzative e procedurali di prevenzione e protezione	16
5	<b>Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) - art. 37 D.lgs 81/2008</b>	D.Lgs 81/2008 - principi giuridici comunitari e nazionali; legislazione generale e specifica in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro; valutazione dei rischi; nozioni di tecnica comunitaria	32
6	<b>Gestione delle emergenze: Addetto Primo Soccorso e Antincendio - art. 37 D.Lgs 81/2008 - D.M 388/03 - D.M del 10/03/1998</b>	D.Lgs. 81/2008; Manovre di 1° soccorso; Patologie; sistema 118; Micro e macro emergenze; Incendio e prevenzione; Prove di intervento e spegnimento; Esercitazione	40
7	<b>RSPP/ASPP - art. 32 D.Lgs 81/2008 - Modulo A formazione di base per qualunque macrosettore comune per RSPP e ASPP</b>	D.Lgs. 81/2008; La legislazione di riferimento; I soggetti del Sistema di Prevenzione aziendale: i compiti, gli obblighi, le responsabilità civili e penali; Il Sistema Pubblico della prevenzione; Criteri e strumenti per la individuazione dei rischi; Documento di valutazione dei rischi; La classificazione dei rischi in relazione alla normativa; Le ricadute applicative e organizzative della valutazione del rischio	32

8	<b>RSPP/ASPP - art. 32 D.Lgs 81/2008 - Modulo B3 macrosettore di riferimento: Estrazione minerali, Altre industrie estrattive, Costruzioni</b>	D.Lgs. 81/2008; Fattori di rischio e natura dei rischi presenti sul luogo di lavoro in relazione al macrosettore di appartenenza	60
9	<b>RSPP/ASPP - art. 32 D.Lgs 81/2008 - Modulo B4 macrosettore di riferimento: Industrie Alimentari ecc. Produzione e Lavorazione metalli Fabbricazione macchine, apparecchi meccanici, Fabbricazione macchine apparati elettrici, Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas, acqua, Smaltimento rifiuti</b>	D.Lgs. 81/2008; Fattori di rischio e natura dei rischi presenti sul luogo di lavoro in relazione al macrosettore di appartenenza	48
10	<b>RSPP - art. 32 D.Lgs 81/2008 - Modulo C</b>	D.Lgs. 81/2008; Organizzazione e sistemi di gestione; Sistema delle relazioni e della comunicazione; rischi psicosociali ed ergonomici; ruolo dell'informazione e della formazione	30
11	<b>Montaggio dei Ponteggi - Lavori in quota - art. 37 - Allegato XXI D,Lgs 81/2008</b>	D.Lgs. N. 81/2008, UNI EN 795, UNI EN 362 - PSC - POS; Obblighi normativi; Redazione del PIMUS; Rischi e misure di sicurezza; Dispositivi anticaduta; Corretta procedura di montaggio in sicurezza; ESERCITAZIONE pratica in cantiere	40
12	<b>Responsabile Tecnico Gestione Rifiuti (40 ore di base + 40 ore specializzazione Cat. 10 Albo gestione rifiuti)</b>	Compiti ed adempimenti dell'Albo nazionale – Adempimenti amministrativi; Tecniche di intervento di bonifica; Tecniche di stoccaggio dei rifiuti; Igiene e sicurezza del lavoro (con specifico riferimento alle operazioni di bonifica); Sicurezza ambientale e analisi del rischio; Tecniche di prevenzione e sicurezza; Tecniche di monitoraggio e controlli ambientali; Tecniche analitiche (finalizzate alla ricerca di sostanze pericolose).	80
13	<b>Responsabile Tecnico Gestione Rifiuti (Modulo Base obbligatorio per poi svolgere i moduli di specializzazione)</b>	Elementi di ecologia e di sicurezza ambientale; La produzione dei rifiuti: aspetti qualitativi e quantitativi; Prevenzione, riduzione e riciclaggio; Pianificazione e gestione dei rifiuti; Tecniche di smaltimento; Quadro generale della normativa nazionale sull'ambiente; Certificazioni ambientali (EMAS, Ecolabel, ...); Legislazione dei rifiuti - Quadro delle responsabilità e delle competenze; Compiti ed adempimenti dell'Albo nazionale – Adempimenti amministrativi	40

14	<b>Addetto rimozione, bonifica e smaltimento amianto (dirigente)</b>	Aspetti sanitari rischio amianto; individuazione, controllo e bonifica materiali contenenti amianto; quadro normativo e giuridico; campionamento e misura fibre di amianto; elementi di sicurezza	60
15	<b>Addetto rimozione, bonifica e smaltimento amianto (operatore)</b>	Aspetti sanitari rischio amianto; tecniche di individuazione; controllo e bonifica materiali contenenti amianto; DPI e le misure di protezione	40
16	<b>Ambiente e sicurezza</b>	I sistemi di gestione ambientale; politica ambientale e di sicurezza; pianificazione, attuazione e funzionamento; la normativa sulla sicurezza; la normativa sull'ambiente; DPI; le figure professionali addetti alla sicurezza; sistemi antincendio; sistemi integrati di ambiente e sicurezza	40
17	<b>Sistema di gestione integrata Qualità/Ambiente/Sicurezza</b>	Norme UNI 9001 e 14000; norma OHSAS 18001; D.Lgs. 626/94; sviluppo integrato specifiche di sistema; procedure e manuale della qualità	40
18	<b>Project Management</b>	Sistema aziendale; organizzazione aziendale; sicurezza sul lavoro; ICT management; la gestione della commessa; certificazione di qualità; normativa in materia ambientale; gli appalti pubblici; la gestione dei progetti; contabilità dei centri di costo e commesse; scelta ed impostazione del progetto; la strutturazione delle attività (WBS); Il supporto informatico al progetto; la gestione economica del progetto	60
19	<b>Sviluppo risorse umane e organizzazione</b>	I processi di cambiamento culturale e/o strategico e gli interventi sulla struttura organizzativa; Il clima, la motivazione e la soddisfazione del personale; I processi di acquisizione, fusione, crescita, turnover e la gestione della criticità.	60
20	<b>Il sistema azienda: l'organizzazione e le funzioni</b>	L'organizzazione e i modelli di riferimento delle imprese; le Strategie di impresa; le struttura organizzativa; dalla strategia alle azioni: vision, mission, valori e comportamenti; l'analisi delle funzioni organizzative; il Knowledge Management; la funzione del marketing nell'impresa: le basi; la funzione di logistica nell'impresa: le basi; il linguaggio economico finanziario in azienda; Il business plan: finalità e struttura.	80
21	<b>Sviluppo del comportamento organizzativo</b>	La gestione dei conflitti; caratteristiche di funzionamento del gruppo; negoziazione e leadership; team building e team working; public speaking; Problem solving e pensiero laterale.	50

22	<b>Le competenze, ricerca e selezione del personale</b>	Il modello delle competenze: storia ed evoluzioni; Le applicazioni del modello nelle funzioni di gestione delle R.U.; mappatura, monitoraggio e sviluppo delle competenze; bilancio delle competenze, orientamento e career counselling e self-assessment; il processo di selezione: metodologie, tecniche e strumenti di selezione del personale; l'analisi del fabbisogno e il reclutamento; l'accoglienza e l'inserimento dei nuovi assunti; l'outplacement.	50
23	<b>Le ricerche di mercato qualitative e quantitative</b>	Le analisi di mercato (o studi di settore); realizzazione di una ricerca quantitativa, piano di campionamento, elaborazione del questionario, interviste, elaborazione dei dati; Le fonti informative; le ricerche qualitative.	50
24	<b>Aspetti giuridico-amministrativi del personale</b>	Il contratto di lavoro; le tipologie di contratto e lo svolgimento del contratto; rapporti con gli enti previdenziali e il fisco; diritto sindacale e relazioni industriali; la busta paga: gli elementi che la compongono.	50
25	<b>Sales Management</b>	Il ruolo del sales manager; le decisioni sulla struttura e sull'organizzazione della rete vendita; i rapporti con gli agenti; la selezione del personale commerciale; la pianificazione delle vendite; il budget e le valutazioni economico - finanziarie d'interesse per il sales manager; i sistemi di motivazione, valutazione e incentivazione della forza di vendita	40
26	<b>Customer relationship management: la gestione orientata al cliente</b>	Il post vendita; la customer satisfaction; il CRM.	40
27	<b>La valutazione del personale e politiche retributive</b>	La valutazione della posizione; la valutazione delle competenze; il sistema di gestione della performance basato sulla competenza; la valutazione delle prestazioni; la valutazione del potenziale; i processi motivazionali; il sistema delle ricompense; la retribuzione: le variabili e le tipologie; retribuzione, reward strategy e politica aziendale; il gain sharing e il profit sharing; l'MbO.	50
28	<b>Produzione: Pianificazione e Lavorazioni interne, Distinta Base e Costi - Lavorazioni c/o Terzi</b>	Obiettivo commerciale dell'azienda; l'ordine del cliente; cenni sulla codifica dei materiali, sulla distinta base e sui cicli di lavorazione; gestione del flusso dei materiali componenti del prodotto finito attraverso la struttura produttiva; lo schema organizzativo per l'impostazione di una gestione del flusso dei materiali; concetti base per la gestione della disponibilità; caratterizzazione dei materiali secondo parametri di gestione; approvvigionamento per lotti - lotto economico; diagramma di disponibilità nel tempo; quando ordinare - quanto ordinare; sviluppo del piano di produzione - diagramma dei fabbisogni; rilievo e determinazione della capacità produttiva; carico a capacità illimitata; bilanciamento del carico (posticipo e anticipo); lancio e rilievo della produzione	60

29	<b>Plan Design Systems</b>	I materiali da disegno; la visione della realtà e le componenti del disegno: imparare a vedere, forme, contorni, volumi, luci-ombre, effetti particolari; la rappresentazione tecnica e le convenzioni grafiche: norme, unificazione, segni, simboli grafici, simbologie dei materiali; la rappresentazione di piante, prospetti, sezioni e dettagli; le scale di rappresentazione: rapporti normalizzati, impiego, variazione di scala e livello di dettaglio; la rappresentazione tridimensionale; i sistemi di quotatura; i complementi del disegno: scritte, formati, composizione dell'immagine.	60
30	<b>La firma digitale</b>	che cos'è la firma digitale, caratteristiche e vantaggi, la cifratura, la chiave privata e la chiave pubblica, uso della chiave privata, uso della chiave pubblica, il ruolo del certificatore, altri tipi di firma elettronica	
31	<b>La sicurezza dati nelle PMI</b>	La difesa e la protezione dei dati, gestione della sicurezza efficiente ed efficace, la definizione di una procedura di sicurezza, l'implementazione di una procedura di sicurezza, il backup	
32	<b>La posta elettronica certificata</b>	Il funzionamento della PEC, i punti di forza e i risparmi della PEC, gli ambiti di applicazione della PEC, il regolamento d'uso e le regole della PEC	
33	<b>Il Web 2.0: il web sociale tra user-generated content, conversazioni, mondi virtuali e marketing</b>	Il Marketing e la Comunicazione nei mercati contemporanei sono sempre più basati su Internet. In questi ultimi anni il web ha iniziato una rapida trasformazione che lo sta portando a modificare radicalmente il rapporto che le aziende possono intrattenere con i clienti attuali e potenziali. È il Web 2.0, che sta aprendo delle opportunità straordinarie alle aziende che imparano a comprenderne e a sfruttarne i meccanismi e le prospettive di relazione, creando un nuovo modo di proiettare l'impresa sul mercato. I blog e le comunità virtuali in generale stanno cambiando il volto della comunicazione esterna ed interna. Sono il nuovo terreno d'incontro, di confronto, d'informazione, di relazione. E, pertanto, sono sempre più destinati a rivestire un ruolo determinante nelle strategie di comunicazione delle aziende. Il corso descrive in dettaglio le caratteristiche del Web 2.0 e dell'Internet attuale, spiegando tutte le nuove opportunità di business, di marketing e di comunicazione che oggi sono a disposizione dell'azienda.	40
34	<b>La fatturazione elettronica</b>	che cos'è la fatturazione elettronica, la normativa in materia di fatturazione elettronica, requisiti per l'utilizzazione della fatturazione elettronica, l'emissione e la conservazione della fatturazione elettronica	40
35	<b>Sistemi informativi e nuove tecnologie</b>	L'IT e la società della conoscenza: opportunità ed ostacoli; il digital divide e le competenze delle risorse umane; gli elementi di base dell'ITC; i principali strumenti di gestione delle informazioni; le nuove opportunità di business fornite dalla rete.	50

36	<b>Muratura e carpenteria</b>	Esecuzione opere provvisoriale; Montaggio e smontaggio elementi di ponteggio - schemi tipo; Montaggio e smontaggio elementi di ponteggio - schemi atipici; Elementi di carpenteria e conoscenza dei materiali; Carpenteria strutturale, Realizzazione e montaggio di armatura in ferro; Montaggio solaio in laterocemento; Realizzazione di centinature ed elementi complessi; Elementi di muratura e conoscenza dei materiali; Esecuzione muratura; Confezionamento e getto per massetti in cls; Posa manto di copertura; Assistenza muraria agli impianti; Realizzazione muratura faccia vista, Realizzazione solaio legno/laterizio; Realizzazione strutture voltate, ecc.	60
37	<b>Lettura del Disegno Edile</b>	Elementi generali del disegno tecnico; Conoscenza degli strumenti di rilievo; Interpretazione di elaborati architettonici; Interpretazione disegno di carpenteria in ferro; Interpretazione del disegno di restauro e recupero; Elementi di tracciamento interno - manufatti e articolazioni murarie; Tracciamento di elementi semplici su piano di campagna; Rilievo metrico di ambienti architettonici; Rilievo strumentale; ecc.	60
38	<b>Posa in opera di pavimenti e rivestimenti</b>	Pavimentazioni interne; rivestimenti interni; pavimentazioni esterne; rivestimenti esterni; posa gres; posa pavimentazioni in lastricati in pietra e in massetti in porfido; posa pavimentazioni autobloccanti; posa legno, cotto e marmo	40
39	<b>Impianti elettrici: dimensionamento e corretta posa</b>	Ampliamento delle competenze nelle tecniche di esecuzione	48
40	<b>Operatore gru</b>	Tecnologia gru, carrucole, funi; impiego ed esercizio della gru	60
41	<b>Disegno Architettonico con ArchiCAD</b>	Concetti base; gestione progetto; strumenti 2D; modello 3D; viste tridimensionali; rendering; animazioni; gestione libreria; computo metrico e preventivazione costi; formati di registrazione; interscambio software; output; Project Publisher, Rewiewer, Mark - Up	40
42	<b>Operatori macchine movimento terra</b>	Legislazione sociale e del lavoro; sicurezza nei cantieri edili; tecnologia dei materiali e delle costruzioni; lettura del disegno edile impiantistico, topografico e stradale; nozioni di meccanica, fisica, idraulica; funzionamento degli organi delle M.M.T.; tecniche per la manutenzione delle macchine operatrici; caratteristiche e tipologie	60
43	<b>Computi metrici e contabilità di cantiere</b>	Fasi di lavoro e loro scansione temporale; il computo metrico; prezziari; analisi prezzi; quadro economico di spesa; appalto pubblico; legge Merloni e regolamento di attuazione; SW di contabilità; libretto delle misure - registro di contabilità e sommario- stato avanzamento lavori e stato finale lavori - certificato di pagamento con il SW	40

44	<b>Stress Analysis</b>	Metodi di previsione ed analisi dei guasti; albero dei guasti; meccanismi di guasto (elettromigrazione, rottura degli ossidi, ecc.); latch-up dei circuiti CMOS; fattori di stress ambientali, elettrici, meccanici; screening e burn-in	60
45	<b>Contabilità generale informatizzata, avanzata, paghe</b>	Concetto di anagrafica aziendale; piano dei conti; gruppi e mastri; conti patrimoniali ed economici; clienti e fornitori; banche e cassa; registrazioni contabili e fiscali; software di gestione contabile. Creazione archivi; gestione automatica dei ratei e risconti; gestione automatica degli ammortamenti; collegamento piano dei conti con le voci di bilancio; operazioni di chiusura e riapertura esercizio; modelli IVA e 770; centro di costo e commessa; costo/ricavo diretto e indiretto; registrazioni contabili ed extracontabili; software gestionali. Installazione del collogamento e creazione data base; gestione anagrafiche comuni; agganciamento e sganciamento di due aziende paghe/contabilità; esportazione del piano di conti; concetto di filiale; cenni generali sulle diverse modalità di registrazione contabile degli stipendi; concetti di quadratura contabile; centri di costo paghe e loro utilizzo nella procedura integrata; esportazione dell'F24	80
46	<b>Logistica</b>	Introduzione alla supply chain; gli acquisti; la logistica; classificazione delle scorte; funzioni e gestione delle scorte; magazzino; movimentazione; inventari; la produzione; la distribuzione; l'information technology.	50
47	<b>Finanza</b>	L'evoluzione del mercato dei capitali; le modalità di finanziamento dell'impresa; l'uso delle tecniche di Discounted Cash Flows; le principali misure di rischio e rendimento; il Capital Asset Pricing Model; tecniche di Capital Budgeting; Financial Risk Management; struttura finanziaria e decisioni di finanziamento; corporate valuation; la gestione finanziaria dopo Basilea II e IAS.	60
48	<b>Tecniche di vendita e sviluppo commerciale</b>	La comunicazione efficace nella vendita; principi base di P.N.L.; la nuova psicologia della vendita; l'ascolto: forme errate, filtri e ascolto empatico; efficacia delle domande; i bisogni dei clienti e le motivazioni d'acquisto; principi della vendita e organizzazione del lavoro; le fasi della vendita; l'incontro con il cliente; la negoziazione di vendita; come gestire e superare le obiezioni dei clienti; la conclusione professionale della vendita	60
49	<b>Trasporti e dogane</b>	I trasporti mercantili. Gli adempimenti doganali. Istituti doganali e sanzioni. Mercato unico e controlli intracomunitari. Controlli sulla qualità dei prodotti. I divieti e le formalità di sorveglianza e controllo. Le clausole di resa merce. I documenti mercantili rappresentativi e dimostrativi. Il Trattamento fiscale dell'export: imposta sul valore aggiunto, operazioni intracomunitarie e imposte sui redditi.	30
50	<b>Privacy e Sicurezza informatica</b>	D.Lgs. 196/03; il titolare del trattamento; luoghi di trattamento dei dati; software e strumenti per il trattamento dei dati; i Responsabili dei trattamenti; gli incaricati; struttura organizzazione aziendale; pianificazione dei Corsi di formazione/aggiornamento; le stampe; stampe per la verifica del DPSS; archiviazione ottica e sicurezza informatica	40

51	<b>Progettazione di un Sistema di gestione per la qualità (Uni Iso 9001)</b>	Norme della serie 9000; requisiti SGQ; quadro normativo e sistema di qualificazione imprese edili; fasi del progetto di implementazione del Sistema Qualità	32
52	<b>Qualità nell'organizzazione</b>	Indicatori di impatto, di out-put, di processo; il fattore critico; indicatori di posizione; indicatori di prestazione; il controlling quale sistema di gestione; fattori chiave del successo	40
53	<b>Controllo Aziendale: Contabilità Analitica - Indici Aziendali - Business Intelligence</b>	General management; conoscenze di base di economia aziendale; amministrazione, bilancio e analisi economico-finanziaria; gestione funzionale ed integrata; approfondimenti specifici inerenti alle aree finanza, controllo di gestione, controllo interno (internal audit), risorse umane, marketing e strategia; diritto d'impresa, economia politica; statistica per le decisioni aziendali	60
54	<b>Amministrazione, contabilità generale e controllo</b>	La contabilità generale; il bilancio d'esercizio; l'analisi di bilancio; il nuovo bilancio secondo i Principi Contabili Internazionali (IAS); I sottosistemi contabili amministrativi; il rendiconto finanziario e l'analisi per flussi; fiscalità d'impresa. La contabilità analitica e le informazioni a supporto della gestione azienda; il sistema di programmazione e controllo	80
55	<b>Bilancio, fiscalità d'impresa e bilancio d'esercizio</b>	Il bilancio di esercizio consolidato secondo i principi contabili nazionali e internazionali. La costituzione dell'azienda; la gestione dell'azienda; il reddito; il sistema informativo aziendale; i principi di redazione del bilancio; gli indici di bilancio; gli indici di bilancio; analisi ed elaborazione dei flussi finanziari	80
56	<b>Pianificazione e controllo di gestione</b>	Pianificazione strategica e pianificazione operativa; il sistema di contabilità analitica; introduzione alle tecniche di budgeting; il controllo di gestione: tipologie ed evoluzione; l'analisi delle performance; l'informativa direzionale: introduzione alle tecniche di reporting; gli strumenti innovativi di controllo di gestione; redditività e rischio; La capital allocation	70
57	<b>Fondamenti di marketing</b>	Definizione del core business; vantaggio competitivo; segmentazione, life styles e canali distributivi; ottimizzazione portafoglio prodotti; il marketing internazionale e il marketing globale; analisi e segmentazione della domanda; analisi del comportamento d'acquisto; offerta core, Offerta strategica, offerta di nicchia; politiche del prodotto; determinazione del prezzo e sue strategie; la leva distribuzione; il marketing dei servizi e la customer satisfaction.	40
58	<b>Il piano di marketing</b>	Gli obiettivi previsionali di sviluppo strategico –operativi; relazioni tra aspetti economici e finanziari; il costo del prodotto; full costing e direct costing; break even point per linea di prodotto; la contabilità analitica dei costi commerciali; sviluppo di budget e di sistema di controllo.	40

59	<b>L'evoluzione del marketing sul web</b>	Il commercio elettronico; il ruolo dei servizi nel commercio elettronico; l'analisi della concorrenza su internet; il cliente in internet; la visibilità di un sito web; internet e customer satisfaction; il calcolo degli investimenti; le tecniche del web Marketing; la comunicazione on line; la progettazione degli strumenti di comunicazione; pianificazione on line; l'integrazione con gli strumenti classici di comunicazione; Metodologia di analisi e valutazione dei siti web.	50
60	<b>Strategia e strumenti di comunicazione d'impresa</b>	Comunicazione esterna e comunicazione interna; la comunicazione istituzionale e i suoi strumenti; la comunicazione di marca e di prodotto; l'organizzazione di eventi; la pianificazione: dal marketing alla strategia media. Gli obiettivi e le aree della comunicazione d'impresa; la comunicazione esterna: strumenti e declinazioni; la comunicazione istituzionale; la comunicazione interna; le fasi di elaborazione di un programma di comunicazione; la comunicazione commerciale, la comunicazione gestionale, la comunicazione economico - societaria	60
61	<b>Comunicazione e team building</b>	Comunicazione e relazione interpersonale; gli attori della comunicazione; comunicazione verbale e non verbale; la committenza; il gruppo di lavoro: costruzione; negoziazione; leadership	40
62	<b>Impresa e internazionalizzazione</b>	Gli aspetti macro-economici dell'integrazione dei mercati; l'Unione europea e le politiche economiche di sviluppo comunitarie; le nuove dinamiche e nuove tecniche in un ambiente privo di barriere geografiche; l'internazionalizzazione e la globalizzazione: opportunità e minacce; lo sviluppo dell'impresa e le ragioni dell'internazionalizzazione; l'economia digitale e i suoi strumenti a supporto dell'internazionalizzazione; la conoscenza dei mercati e della concorrenza; le caratteristiche della domanda e dell'offerta; le strategie di marketing internazionale; le politiche commerciali internazionali; il commercio elettronico come fenomeno a vocazione internazionale; Opportunità e limiti dell'e-business; il business plan per l'internazionalizzazione; le partnership e gli accordi per sviluppare il business moderno: joint venture, cooperazione; disciplina antitrust.	60
63	<b>Marketing internazionale</b>	Fasi di sviluppo internazionale. Selezione dei mercati esteri. Strategie di penetrazione sui mercati. Strumenti di analisi e gestione del portafoglio internazionale clienti. Strategie commerciali. La pianificazione delle attività commerciali all'estero. Ricerca di partners commerciali e/o industriali. La scelta dei canali distributivi. Politica internazionale dei prezzi. Politica internazionale della comunicazione. Strategie europee di marketing (multi-domestic) o transnational). Modelli organizzativi di marketing internazionale. La misurazione delle performance nei diversi mercati.	60

64	<b>Contrattualistica internazionale</b>	Il contratto internazionale; le fonti, gli strumenti normativi nazionali, comunitari e internazionali; la negoziazione e le trattative; i contenuti e clausole tipiche del contratto; i principali modelli contrattuali; la gestione delle controversie nella stesura e gestione del contratto; il contratto on line; le fonti, la formazione e perfezionamento del contratto; la firma digitale; i principali modelli contrattuali on line; realizzazione di un e-marketplace; realizzazione di una banca dati; i contratti di outsourcing.	40
65	<b>Finanza e pagamenti internazionali</b>	I regolamenti valutari. La rimessa diretta: bonifico bancario e assegno. Crediti documentari. Le garanzie bancarie internazionali ed i nuovi sistemi di pagamento. Strumenti e organismi di sostegno alla internazionalizzazione delle imprese. Anticipi e finanziamenti in valuta: import, export, senza vincolo di destinazione. Le principali fasi dell'export. Il contratto di fornitura. Il supporto finanziario dell'export in Italia. Il trasporto e la spedizione delle merci. Le esazioni automatizzate: LCR, Mass Payment, Banklastschrift. Leasing e factoring internazionale. I conti in divisa estera per la gestione dei flussi valutari.	50
66	<b>Finanziamenti per l'internazionalizzazione delle imprese</b>	La razionalizzazione degli strumenti di sostegno all'espansione internazionale. Le attività oggetto di finanziamento. I consorzi all'esportazione. La partecipazione a fiere e gare internazionali. L'intervento della Simest. Programmi per la ricerca, lo sviluppo ed innovazione tecnologica.	30
67	<b>Nuovi mezzi di pagamento e organizzazioni preposte</b>	I nuovi sistemi di pagamento. La dematerializzazione; i mezzi di pagamento elettronico; i mezzi di pagamento internazionale; incoterms della Camera di commercio internazionale; cenni di finanza internazionale; garanzie; istituti Bancari e Banche Internazionali; operatività di Sace e Simest	30
68	<b>Fiscalità e sicurezza nel mercato internazionale</b>	Dogane e trasporti; intrastat: le cessioni intracomunitarie e acquisti intracomunitari; transazioni e problematiche fiscali on line; transazione e problematiche fiscali off line sui mercati internazionali; la fatturazione on-line; l'IVA negli scambi con l'estero	30
69	<b>Marketing turistico</b>	Le aziende turistiche marketing oriented; il comportamento d'acquisto e di consumo del turista; la segmentazione della domanda turistica; le ricerche di mercato qualitative e quantitative; la gestione e lo sviluppo del prodotto turistico; il posizionamento del prodotto turistico; il marketing di una destinazione; la qualità nei servizi turistici; la comunicazione turistica; il modello della customer satisfaction come guida per il marketing management; il marketing attraverso gli strumenti informatici e Internet; il marketing dei beni culturali e ambientali.	50

70	<b>Crisi Economica e Sicurezza Nazionale: l'impatto della crisi economica mondiale sulla sicurezza nazionale italiana</b>	L'obiettivo del corso è analizzare le possibili ripercussioni sulla sicurezza interna ed esterna dell'Italia (a breve, medio e lungo termine) dell'attuale crisi economico-finanziaria globale. La discussione prenderà spunto dall'esame di diversi scenari evolutivi della crisi stessa. In particolare, verranno esaminati i possibili riflessi della crisi in diversi settori: rischi per la sicurezza economica nazionale; eversione e terrorismo; criminalità organizzata; rischi per la stabilità politico-sociale e per la coesione sociale; immigrazione clandestina; fenomeni di destabilizzazione in determinati Paesi di particolare importanza per l'interesse nazionale.	20
71	<b>La comunicazione pubblicitaria</b>	Gli obiettivi di comunicazione: target group; il ruolo dell'agenzia di pubblicità nella comunicazione pubblicitaria: dal brief dell'azienda al piano di comunicazione; la pubblicità radiofonica e televisiva.	40
72	<b>Ufficio stampa e relazioni pubbliche</b>	Il ruolo strategico delle relazioni pubbliche; le azioni istituzionali, le realizzazioni editoriali, l'organizzazione degli eventi, le sponsorizzazioni; la comunicazione scritta; le funzioni e la gestione dell'ufficio stampa; comunicato stampa e conferenza stampa.	40
73	<b>Dal Marketing al Societing: il marketing nella società post-moderna</b>	Obiettivo del corso è quello di analizzare il contesto in cui il marketing si trova a operare, un contesto profondamente diverso dall'epoca che lo ha visto nascere e affermarsi: dei grandi mercati di massa, della produzione seriale, dell'uniformità dei comportamenti, della subalternità del consumatore. L'avvento della società postmoderna - la forma speciale e culturale dell'economia postindustriale - impone una profonda rivisitazione della sua filosofia e dei suoi metodi. Il marketing deve adesso applicarsi a una società dove i paradigmi e i meccanismi competitivi sono incisivamente mutati. Dove i driver all'acquisto non sono più riconducibili all'equivoca categoria del bisogno. Dove il consumo - prima e oltre che comportamento economico - è anche agire umano, sociale. Una società plasmata dalle nuove tecnologie in cui il consumatore ha dispiegato un potere e una discrezionalità sconosciuti in passato. Un marketing che si trasforma in societing perchè i prodotti, le marche si dematerializzano e divengano segni e simboli, i mercati luoghi di conversazione e le responsabilità sociali di chi produce, anche nei confronti di sempre nuovi stakeholder, ormai indifferibili. Spostare l'enfasi dal mercato alla società - societing appunto - significa non solo una legittimazione sociale del marketing ma anche riattribuirgli una centralità e un'efficacia, nell'agire d'impresa, che andava smarrendo.	40
74	<b>Management delle imprese turistiche</b>	Analisi dei vari settori del turismo (e testimonianze aziendali): Il settore alberghiero; Il settore crocieristico; La gestione del turismo nelle aree naturali protette; Organizzazione e attività delle agenzie di viaggio; La gestione dei musei; L'intermediazione nel turismo; I tour operators; L'organizzazione e gestione di congressi; Il settore del B&B; Organizzazione business travel; Le agenzie incoming.	40
75	<b>ECDL 1 - 2 - 3 - 7</b>	Attività fondamentali del PC; principali funzioni dell'ambiente windows; elaborazione testi; reti informatiche: connessione e ricerca	40

76	<b>ECDL 4 - 5 - 6</b>	Foglio elettronico; gestione di un foglio elettronico; data base; creazione di banche dati; power point; realizzazione presentazioni elettroniche	40
77	<b>Italiano di base e tecnico per immigrati</b>	Alfabetizzazione; comunicazione; organizzazione; lessico specialistico; materiali ed attrezzi dei cantieri edili; sicurezza sul lavoro	60
78	<b>Inglese di base</b>	Strutture grammaticali; la grammatica nella conversazione; la conversazione di lavoro; linguaggio tecnico e commerciale; la pronuncia; i verbi.	60
79	<b>Business English</b>	Terminologia tecnica alle transazioni economiche e commerciali; conversazione face to face; conversazioni via telefono; conversazioni in contesti di teamwork; comprensione dell'ascolto; fornire e richiedere informazioni	40