

Il progetto è realizzato grazie ai Fondi europei della Regione Emilia-Romagna

COLTIVARE L'AUTONOMIA:

PERCORSI DI CRESCITA PROFESSIONALE ED IMPRENDITORIALITÀ



FORMA•FUTURO
SPECIALISTI NELLA VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO

INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

FORMA FUTURO
Via La Spezia 110 PARMA
Via Gobetti 2 FIDENZA
Via Nazionale 8 FORNOVO

Tel. 0521 985866
Mail info@formafuturo.it
www.formafuturo.it



QR code

CORSI GRATUITI

per avviare e gestire
un'impresa o ricoprire il
proprio ruolo organizzativo

- ✓ **REQUISITI DI PARTECIPAZIONE**
Residenza o domicilio in Regione Emilia-Romagna. Nel caso di cittadini stranieri: possesso del regolare permesso di soggiorno e una buona padronanza della lingua italiana. A seconda dei diversi progetti potranno essere previsti ulteriori requisiti.
- ✓ **ATTESTAZIONE IN ESITO**
Al termine dei corsi verrà rilasciato un Attestato di frequenza
- ✓ **MODALITA' DI ACCESSO**
L'accesso al corso avviene in base all'ordine di arrivo delle iscrizioni. I corsi si attiveranno al raggiungimento di un numero minimo di partecipanti. A fronte di un numero di partecipanti superiore al numero di posti disponibili saranno prioritariamente ammesse le persone che non ricoprono già ruoli di imprenditore o lavoratore autonomo.
- ✓ **PRESENZA / ONLINE**
A seconda dei corsi le lezioni potranno tenersi in presenza oppure in videoconferenza sincrona

1. IL METODO S.C.A.M.P.E.R. PER GENERARE IDEE E SOLUZIONI INNOVATIVE

20 ore

Obiettivi

Servirsi del metodo S.C.A.M.P.E.R., per generare, valutare e affinare idee innovative, allo scopo di sviluppare prodotti/servizi e/o ottimizzare processi aziendali.

Contenuti

Introduzione al Metodo S.C.A.M.P.E.R. Esercizi e tecniche per stimolare il pensiero e adottare approcci utili a migliorare o creare nuovi prodotti o servizi, generare soluzioni innovative, migliorare prodotti o processi. Sessioni pratiche dove i partecipanti applicano il metodo S.C.A.M.P.E.R. a casi studio o progetti reali.

Obiettivi Raccogliere e analizzare dati sul contesto nel quale si opera/si intende operare e valutare il posizionamento sul mercato dell'impresa. Analizzare le caratteristiche del mercato di riferimento.

Contenuti

Metodologie di analisi territoriale: strumenti e tecniche per la raccolta e l'analisi dei dati territoriali. Identificazione del mercato di riferimento: tecniche per segmentare il mercato e identificare i target di riferimento, analisi delle esigenze e delle preferenze dei consumatori in relazione al contesto territoriale. Impatto territoriale sulle strategie di business: come l'ecosistema territoriale influisce sulle decisioni imprenditoriali, strategie per sfruttare le peculiarità territoriali a vantaggio dell'impresa. Valutazione dei concorrenti e del posizionamento strategico in un determinato ecosistema.

2. ANALISI DELL'ECOSISTEMA TERRITORIALE E INDIVIDUAZIONE DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

40 ore

Obiettivi

Utilizzare tecniche di Design Thinking per potenziare la capacità di innovare, risolvere problemi e creare soluzioni orientate all'utente/cliente.

Contenuti Introduzione al Design Thinking. Tecniche per comprendere il pubblico di riferimento, inclusa la ricerca sul campo e l'osservazione. Metodi per sintetizzare le informazioni raccolte e definire chiaramente i problemi da risolvere. Esercizi di brainstorming e altre tecniche creative per generare una vasta gamma di idee. Approcci per sviluppare prototipi rapidi e a basso costo, consentendo una sperimentazione pratica delle idee. Strategie per testare i prototipi con gli utenti, raccogliere feedback e integrare il design di prodotto/servizio.

3. DESIGN THINKING

20 ore

Obiettivi

Conoscere come la tecnologia può contribuire alla sostenibilità ecologica e sociale e promuovere un approccio etico all'innovazione.

Contenuti Introduzione alla transizione digitale e green economy: definizione dei concetti chiave. Come le nuove tecnologie possono contribuire agli obiettivi di sostenibilità. Come le imprese possono adottare tecnologie sostenibili. Casi di studio. Metodi per misurare l'efficacia delle tecnologie nell'ambito della sostenibilità. Ideare e pianificare soluzioni tecnologiche sostenibili. Etica e responsabilità

4. TRA SFIDE E OPPORTUNITÀ: GREEN ECONOMY, TRANSIZIONE DIGITALE E SOSTENIBILITÀ SOCIALE

40 ore

5. LEAN STRATEGY: DAL PROTOTIPO ALLA SPERIMENTAZIONE DEL PRODOTTO

20 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Usare strategie Lean nel processo di sviluppo del prodotto, dalla prototipazione alla sperimentazione. Utilizzare feedback per migliorare i prodotti/servizi in modo efficace, per collaborare all'interno dei team. Ridurre sprechi e concentrarsi sulla creazione di valore percepito dagli utenti/clienti.

Contenuti

Principi della Lean strategy e applicazione nel contesto dello sviluppo di prodotti. Tecniche di prototipazione rapida e a basso costo. Metodi per testare e validare ipotesi di prodotto con utenti reali. Raccolta e integrazione del feedback degli utenti nel processo di sviluppo. Cicli iterativi di miglioramento del prodotto basati su dati concreti. Identificazione ed eliminazione degli sprechi nel processo di sviluppo. Ottimizzazione delle risorse e focalizzazione sul valore per il cliente. Promuovere la collaborazione cross-funzionale per l'innovazione del prodotto. Gestione del team comunicazione efficace durante i cicli di sviluppo

6. AFFRONTARE LO SCENARIO INTERNAZIONALE

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi Riconoscere le logiche operative per agire in un contesto internazionale/globale dal punto di vista logistico, fiscale, normativo. Identificare opportunità di espansione nei mercati internazionali

Contenuti

Panoramica delle reti logistiche globali. Strategie per l'ottimizzazione della catena di approvvigionamento e la gestione delle spedizioni internazionali. Sviluppo di strategie di e-commerce per diversi mercati. Analisi delle preferenze dei consumatori e adattamento delle offerte in contesti internazionali. Comprensione delle implicazioni fiscali del commercio internazionale. Navigazione delle leggi e regolamentazioni che influenzano l'import/export e l'e-commerce. Identificazione e valutazione di nuovi mercati internazionali.

Obiettivi Elaborare piani finanziari, previsioni di entrate e spese, sistemi di controllo dei costi per massimizzare l'efficienza e la redditività. Effettuare analisi di fattibilità e rischio.

Contenuti

Principi di pianificazione finanziaria e budgeting. Tecniche per la previsione finanziaria e l'allocazione delle risorse. Strategie per l'analisi e la riduzione dei costi. Metodi per monitorare e valutare l'efficacia delle iniziative di controllo dei costi. Utilizzo di indicatori per valutare la performance dell'azienda. Interpretazione dei report finanziari per supportare la presa di decisioni. Fattibilità finanziaria e del rischio degli investimenti. Pianificazione del flusso di cassa e gestione del capitale di lavoro

7. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA E CONTROLLO DEI COSTI

20 ore

8. MARKETING E DIGITAL MARKETING

40 ore

Obiettivi

Individuare strategie di marketing integrate. Conoscere quali strumenti digitali permettono di analizzare il comportamento dei consumatori e misurare l'efficacia delle campagne. Utilizzare il marketing per guidare la crescita aziendale.

Contenuti

Concetti base e evoluzione del marketing. Il marketing mix: prodotto, prezzo, posto e promozione. Panoramica del digital marketing, inclusi SEO, SEM, content marketing e marketing sui social media. Utilizzo di piattaforme e strumenti digitali per il marketing. Sviluppo di strategie online per il coinvolgimento e la conversione. Tecniche di targeting e personalizzazione. Metodi per tracciare e analizzare i risultati delle campagne. Utilizzo dei dati per migliorare le decisioni di marketing

Obiettivi Adottare strumenti di comunicazione per coinvolgere il pubblico di riferimento, indirizzare la percezione del brand e rafforzarne la reputazione.

Contenuti Fondamenti di Brand Strategy e Identity. Storytelling e tecniche di narrazione efficaci. Strategie per costruire e mantenere una reputazione positiva. Gestione della percezione del brand e della reputazione online. Creazione di messaggi visivi e verbali coerenti con l'identità del brand. Utilizzo di diversi canali e media per comunicare il marchio.

9. COMUNICARE L'IMPRESA: BRAND STRATEGY E BRAND IDENTITY

20 ore

10. INTELLIGENZA ARTIFICIALE: TOOLS DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA

40 ore

Obiettivi Riconoscere gli strumenti di IA per innovare e risolvere problemi aziendali, valutare l'impatto dell'IA sulle strategie di business.

Contenuti

Introduzione all'IA, storia e principali concetti. Panoramica delle applicazioni attuali e future dell'IA. Presentazione dei principali strumenti e software di IA. Workshop pratici sull'utilizzo di questi strumenti in contesti aziendali. Integrazione dell'IA nelle strategie di business

11. FINANZIAMENTI PER L'IMPRESA

20 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Riconoscere e valutare le diverse opzioni di finanziamento. Negoziare i termini.

Contenuti Descrizione delle diverse fonti di finanziamento. Vantaggi e svantaggi di ciascuna opzione. Elementi chiave di una proposta efficace. Comunicazione del valore e del potenziale di ritorno per gli investitori. Criteri per valutare le opzioni di finanziamento. Strategie per negoziare termini favorevoli. Gestione dei Rapporti con Investitori e Istituzioni Finanziarie: rapporti e compliance post-finanziamento

12. DIGITAL SERVICE DESIGN

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi Organizzare e gestire la scelta di servizi digitali innovativi. **Contenuti** Identificazione degli obiettivi aziendali e potenzialità dei supporti gestionali digitali. Panoramica delle tecnologie attuali e emergenti nel settore degli applicativi aziendali. Comprendere i sistemi cloud, on-premise e ibridi. Criteri per valutare le soluzioni software e i fornitori. Principi e strategie di gestione del cambiamento. Pianificazione e esecuzione di progetti di implementazione software. Monitoraggio del progresso e gestione dei rischi.

13. NETWORKING PER L'IMPRESA

20 ore

Obiettivi Costruire e mantenere reti professionali che supportino gli obiettivi aziendali. **Contenuti** Strategie per costruire e sfruttare reti professionali. Networking online e offline e l'utilizzo dei social media professionali. Principi base di compliance e rilevanza networking, Tecniche per la promozione della collaborazione e dell'innovazione

Obiettivi

Conoscere le caratteristiche di una comunicazione efficace e le strategie di gestione del tempo per incrementare la produttività e l'efficienza. Sfruttare il pensiero critico e creativo per affrontare sfide e identificare nuove opportunità. Adottare tecniche per esercitare una leadership emotivamente intelligente, favorire il lavoro in gruppo, gestire il cambiamento

Contenuti

Tecniche di comunicazione verbale e non verbale; ascolto attivo e comunicazione assertiva. Strategie per una gestione efficace del tempo e tecniche per stimolare il pensiero critico e creativo. Applicazione nella risoluzione di problemi e nell'innovazione e sviluppo dell'empatia e dell'autoregolazione. Fondamenti di Team Working e dinamiche di gruppo e ruoli all'interno dei team. Comunicazione efficace e gestione dei conflitti. Leadership motivazionale e gestione dei team. Strategie per la gestione efficace del cambiamento. Resilienza e flessibilità in contesti aziendali dinamici.

14. SOFT SKILLS PER IMPRENDITORI

40 ore

Obiettivi Riconoscere i modelli di business, le forme giuridiche e le collegate implicazioni per la gestione aziendale e la responsabilità legale. Integrare elementi inerenti conoscenze strategiche, legali e fiscali nella pianificazione e nella gestione dell'impresa.

Contenuti

Panoramica dei modelli di business comuni e dei principi per la loro progettazione e implementazione. Descrizione delle diverse forme giuridiche (società di persone, società di capitali, ecc.) e delle loro caratteristiche. Esame delle implicazioni fiscali e di governance associate a ciascuna forma giuridica. Strategie per la selezione e l'implementazione di un modello di business efficace. Criteri per la scelta della forma giuridica più adatta all'attività imprenditoriale

15. BUSINESS MODEL E FORME GIURIDICHE PER L'IMPRESA

20 ore

16. STRUMENTI DI PROJECT MANAGEMENT

40 ore

Obiettivi Conoscere gli strumenti di project management per migliorare la pianificazione, il monitoraggio e la comunicazione interna ed esterna al team di lavoro. Adottare criteri per usare le risorse, il tempo e individuare i rischi, collaborare all'interno di team di progetto e sapere come comunicare risultati e progressi agli stakeholder.

Contenuti

Introduzione ai principi e alle metodologie di project management (es PMI, Agile, Scrum). Ruoli e responsabilità all'interno di un team di progetto. Tecniche per la definizione di obiettivi, la suddivisione del lavoro, la stima delle risorse e la pianificazione temporale. Utilizzo di software di project management per creare piani di progetto dettagliati. Metodi per il tracking dei progressi, la gestione delle risorse e il controllo della qualità. Tecniche per l'identificazione, l'analisi e la mitigazione dei rischi. Strategie per migliorare la comunicazione interna ed esterna del team di progetto e strumenti collaborativi per facilitare il lavoro di squadra. Procedure per la conclusione formale del progetto, la documentazione e l'analisi post-progetto

Obiettivi

Analizzare situazioni complesse, valutare pro e contro delle diverse opzioni, riconoscere l'influenza dei bias cognitivi nelle proprie decisioni, affrontare decisioni con maggiore sicurezza basandosi su un approccio strutturato e fondato su dati

Contenuti Introduzione ai concetti di base del processo decisionale. Analisi delle fasi del processo di decisione e dei modelli decisionali. Identificazione dei bias cognitivi e delle trappole decisionali. Strategie per aumentare l'oggettività e ridurre gli errori nel processo decisionale. Metodi per valutare rischi e benefici, incluse tecniche di analisi quantitativa e qualitativa. Utilizzo di strumenti come l'analisi decisionale multicriterio e l'analisi costi-benefici. Dinamiche del processo decisionale di gruppo. Tecniche per facilitare la presa di decisione collaborativa e gestire il dissenso.

17. DECISION MAKING

20 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:

essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

18. BUSINESS PLAN: DALLA PROPOSTA DI VALORE AL PIANO ECONOMICO FINANZIARIO

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi Elaborare un business plan dettagliato, comprendente la strategia di mercato, le operazioni e le previsioni finanziarie. Valutare criticamente la fattibilità di un piano aziendale identificando punti di forza e aree di miglioramento.

Contenuti Struttura e scopo di un business plan. Rilevanza del business plan nel contesto imprenditoriale. Definizione e sviluppo della proposta di valore. Analisi di mercato, segmentazione e posizionamento. Definizione degli obiettivi aziendali. Pianificazione delle strategie di marketing, vendita e operazioni. Elementi del piano economico-finanziario: previsioni di vendita, bilanci, conto economico, flusso di cassa. Analisi di fattibilità e valutazione dei rischi finanziari. Tecniche per comunicare il business plan a investitori, banche e altri stakeholder.



FUTURA (titolare)
Via Bologna, 96/e - San Giovanni in Persiceto (BO)
Via Benelli, 9 - San Pietro in Casale (BO)
www.cfp-futura.it - Tel. 051 6811411



FORMA FUTURO
Via La Spezia 110, 43125 Parma (PR)
Via Gobetti 2, 43036 Fidenza (PR)
Via Nazionale 8, 43045 Fornovo di Taro (PR)
www.formafuturo.it - Tel. 0521 985866



INFOMEDIA - Ferrara e Rimini
Via del Lavoro 26/28, 44122 Ferrara (FE)
Via Macanno 38/G, 47923 Rimini (RN)
www.infomediaformazione.it - Tel. 0532 475818 | 0541 1572958



CENTRO DI FORMAZIONE PROFESSIONALE
BASSA REGGIANA
Via S. Allende 2/1, 42016 Guastalla (RE)
www.cfpbr.it - Tel. 0522 835273



FORMODENA
Via Trento Trieste 37, 41124 Modena (MO)
Via C.Marx 131/C, 41012 Carpi (MO)
Via Degli Estensi 2220, 41038 Rivara/ San Felice SP (MO)
www.formodena.it - Tel. 059 316 76 11



TECHNE - Forlì e Cesena
Via M. Buonarroti 1, 47122 Forlì (FC)
Via C. Savolini 9, 47521 Cesena (FC)
www.techne.org - Tel. 0547 637211 | 0543 410711



CENTRO STUDIO E LAVORO "LA CREMERIA"
Via Tornara 2/B 42025, Cavriago (RE)
www.csl-cremeria.it - Tel. 0522 576911



ANGELO PESCARINI SCUOLA ARTI E MESTIERI
Via Manlio Monti 32, 48123 Ravenna (RA)
Via San Giovanni Battista 11, 48018 Faenza (RA)
Corso G. Garibaldi 114, 48022 Lugo (RA)
www.scuolapescarini.it - Tel. 0544 687311



TUTOR - Piacenza e Fiorenzuola d'Arda
Via L. Da Vinci 35, 29122 Piacenza (PC)
Via Boiardi 5, 29017 Fiorenzuola d'Arda (PC)
www.tutorspa.it - Tel. 0523 456603 | 0523 981080