

40°

anniversario
1970-2010

Programmi di Formazione 2010

**SCOPRI IL TUO VALORE.
GUARDA AL FUTURO.
INVESTI NELLA TUA
FORMAZIONE.**

interpreta

la realtà a mente aperta

Il 2010 è per ISTUD un anno di grande significato e importanza che vede la ricorrenza del 40° anniversario di nascita della nostra scuola di business, fondata nel 1970 per iniziativa di Assolombarda e di un gruppo di grandi aziende italiane e multinazionali. E proprio in questo anno denso di valore, all'interno delle difficoltà di una congiuntura economica non ancora conclusa, che vede però registrare i primi segnali di ripresa, ISTUD intende proporsi con ancora maggiore impegno e responsabilità nel panorama della formazione e della ricerca sul management in Italia, per contribuire al meglio ad accompagnare l'evoluzione e la crescita della classe dirigente del nostro Paese.

La nostra visione pone l'impresa al centro di un insieme costruttivo e proficuo di relazioni con la società, e dà attenzione non esclusivamente al conseguimento di risultati di breve periodo, ma alla valorizzazione di una crescita sostenibile e duratura nel tempo.

In questo quadro le persone, e le decisioni che le persone prendono ogni giorno all'interno delle aziende, assumono un ruolo fondamentale nello sviluppo complessivo del sistema, per influire con senso critico e maturo sulla realtà, migliorandola.

La formazione è una delle leve fondamentali per la crescita delle persone nelle organizzazioni, affinché esse sappiano incidere nel proprio ambito di lavoro, uscendo da vecchi schemi consolidati e creandone di nuovi, applicabili a contesti sempre più competitivi e sfidanti.

È con questi ambiziosi obiettivi che ISTUD propone anche per il 2010 la propria offerta di Programmi di Formazione interaziendale, per aiutare gli individui a liberare al meglio il proprio potenziale e crescere insieme alla propria organizzazione.

Marella Caramazza | Direttore Generale Fondazione ISTUD

Fondazione ISTUD

XL ANNIVERSARIO DELLA FONDAZIONE
1970 - 2010

introduzione

chi siamo

4

Sostenere la crescita delle imprese e dei manager che vogliono competere attraverso la realizzazione di un nuovo modello economico sostenibile, incentrato sulla creazione di valore per tutti gli attori del processo. Questa è la missione di ISTUD, scuola di business indipendente che opera nel campo della formazione professionale superiore e della ricerca sul management, offrendo un portafoglio integrato di programmi di ricerca e formazione manageriale, direttamente applicati alle realtà e alle sfide che le organizzazioni stanno affrontando.

Fondato nel 1970 per iniziativa di Assolombarda e di un gruppo di grandi aziende italiane e multinazionali, ISTUD ha da sempre accompagnato l'evoluzione del management italiano, contribuendo in modo significativo alla diffusione di una moderna "cultura gestionale". Oltre 50.000 dirigenti e quadri hanno frequentato i suoi programmi e si sono formati all'ISTUD dagli anni settanta ad oggi. Più di 100 professionisti – tra formatori, ricercatori e manager d'azienda, italiani e stranieri –

costituiscono la sua Faculty: una squadra che lavora sempre con passione, entusiasmo e costanza.

Percorsi e Programmi

I Percorsi e Programmi proposti dall'ISTUD nascono dal dialogo ed ascolto con il mondo delle imprese e dall'apertura e collaborazione con Centri di Ricerca, Business School ed Istituzioni di punta, italiane e straniere. Le quattro practice attorno alle quali è organizzata la proposta formativa e di ricerca di ISTUD, sono delle vere e proprie aree di contenuto e approfondimento che progettano e propongono al mercato percorsi/programmi/proposte, con una costante tensione all'innovazione, così suddivise:

- Practice "Leadership e Management"
- Practice "Business Innovation"
- Practice "Persone e Processi Organizzativi"
- Practice "Sanità e Salute"

Alla base del nostro approccio vi è la condivisione dell'insieme unico e distintivo di esperienze e competenze che ogni individuo ed azienda può apportare all'interno di momenti di formazione dedicati. Il tutto, mediato dal bagaglio di

know-how maturato dalla Fondazione ISTUD in quaranta anni di presenza come soggetto leader, della formazione manageriale italiana.

La Fondazione ISTUD intende essere una voce diversa nel campo della formazione e dello sviluppo del management, ponendo al centro di tutte le sue attività l'unicità e il potenziale dei manager e del contesto organizzativo in cui questi operano, nel duplice intento di essere in grado di generare profitti e capaci di contribuire alla realizzazione di obiettivi sociali e di cura degli interessi collettivi del sistema.

Le aziende che hanno aderito alla Fondazione in qualità di Soci sono: Altea, AMIAT – Azienda Multiservizi Igiene Ambientale Torino, Angelini, Assolombarda, Barilla G. e R. Fratelli, Chiesi Farmaceutici, CO-VER Industrial Holding, Elea, Experientia, Ferrero, Fondazione Adriano Olivetti, FontanaArte, Gruppo Generali, Gruppo Zucchi, Intesa Sanpaolo, LU-VE Group, Rino Snaidero Scientific Foundation, S.E.A. – Società Esercizi Aeroportuali, Supsi Scuola Universitaria Professionale Svizzera Italiana, Telecom Italia, Terna.

40

Gli anni di attività ed esperienza di ISTUD nel campo della formazione e della ricerca sul management

2.300

I neolaureati che si sono formati negli anni con i Master ISTUD

n.1

La posizione occupata da ISTUD tra le business school indipendenti italiane (ranking Espansione 2009)

ISTUD

51.000

Il numero di manager che hanno frequentato le attività di formazione di ISTUD dal 1970

21

I soci attuali della Fondazione ISTUD

4

Le practice che sviluppano l'offerta formativa e di ricerca di ISTUD

99

I seminari di formazione interaziendale erogati nell'anno 2009

i nostri valori

6



7

Perché ISTUD

Alcuni dei punti di forza che caratterizzano la nostra attività:

- La vicinanza al cliente attraverso la capacità di ascolto e comprensione di ogni singola realtà in cui si va ad operare;
- L'esperienza di 40 anni nel settore della formazione manageriale e della ricerca sulle organizzazioni;
- L'indipendenza e l'apertura verso contributi, ambiti e saperi diversificati;
- La capacità di contribuire in maniera innovativa all'evoluzione del pensiero manageriale;
- La capacità di personalizzazione e l'efficacia nella gestione delle offerte ai clienti;
- Le forti competenze nella gestione dei progetti finanziati;
- Il network internazionale.

TIPOLOGIA DI IMPRESE

Realtà lavorative dalle quali provengono i nostri iscritti:

76%

GRANDI IMPRESE

12%

MEDIE IMPRESE

12%

PICCOLE IMPRESE

quaranta anni

di esperienza



8 gennaio 1970 //

Nasce l'ISTUD - Istituto Studi Direzionali con sede al Sacro Monte di Varese. Direttore della Scuola è Giovan Battista Massa, Presidente dell'ISTUD è il Cavaliere del Lavoro Romano Romano. La Faculty è composta da docenti della Harvard Business School e docenti italiani.

1971 Lancio 1° edizione PSAD, Programma di Sviluppo delle Abilità Direttive - primo corso di General Management.
1972 Diventa Presidente l'Ing. Luigi Rossari (Vice Presidente Pirelli).
1977 Diventa Direttore della Scuola Pasquale Gagliardi.
1978 L'ISTUD si trasferisce a Stresa e viene inaugurata la nuova sede alla presenza di Guido Carli, allora Governatore della Banca d'Italia.
1979 Presidente dell'ISTUD è Ottorino Beltrami.
1981 Viene lanciato il primo Master per i Giovani, il PFI Programma di Formazione all'Imprenditorialità.
1982 L'ISTUD si trasferisce a Belgirate.

1983 Nasce l'Associazione ISTUD per la diffusione della cultura di gestione. Presidente dell'Associazione è Ottorino Beltrami.
1986 Viene lanciato il programma per dirigenti, FGA Fondamenti di Gestione Aziendale.
1987 Vengono istituite 4 Cattedre: Confindustria "Franco Mattei" di Economia e Scenari Industriali, Assolombarda "Furio Cicogna" di Strategia d'Impresa, Olivetti di Gestione della Tecnologia, Pirelli di Marketing. L'ISTUD organizza la 3a Conferenza Internazionale sul simbolismo organizzativo e le culture aziendali.
1990 Viene assegnata la cattedra del "Banco Ambrosiano Veneto" di Finanza e Controllo Direzionale.
1992 L'ISTUD si trasferisce definitivamente a Stresa.

1994 Amministratore Delegato è Pasquale Gagliardi.
1995 L'Assemblea dell'ISTUD ratifica il 51% delle azioni da parte dall'Istituto Toniolo, organismo proprietario dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Il Presidente dell'ISTUD diventa Giovanni Bazoli.
1996 Partono i progetti sul Diversity Management.
2000 Viene lanciato il programma per alti potenziali: Master in Business Management ILA.
2001 Parte il primo progetto internazionale sulla Sostenibilità. Diventa Direttore della Scuola Marella Caramazza.
2002 Viene lanciata l'Area Sanità. Il programma FGA cambia nome e diventa l'Executive Development Programme. Progetto di Capacity Building nei Balcani con la World

Bank. Presidente dell'Associazione ISTUD diventa Luigi Ronchetti.
2004 L'Associazione ISTUD acquista il 51% delle quote dall'Istituto Toniolo. Progetto di Capacity Building in Salvador con IFC.
2005 L'Associazione ISTUD viene liquidata e diventa Fondazione ISTUD. Presidente della Fondazione diventa l'economista Marco Vitale.
2006 La Fondazione ISTUD si fonde con l'ISTUD.
2008 La Fondazione ISTUD aderisce ai Principles for Responsible Management Education (PRME) dell'Onu. Presidente della Fondazione diventa l'imprenditrice Barbara Zucchi Frua.
2010 Vengono lanciate le 4 nuove practice.

Viene fondato l'ISTUD - Istituto Studi Direzionali.

Direttore della Scuola Pasquale Gagliardi.

L'ISTUD si trasferisce a Stresa e viene inaugurata la nuova sede alla presenza di Guido Carli, Governatore della Banca d'Italia.

Diventa Direttore Marella Caramazza.

Presidente Barbara Zucchi Frua.

1970

1971

1977

1978

1995

2000

2001

2005

2008

2010

Lancio 1° edizione PSAD, Programma di Sviluppo delle Abilità Direttive.

51% delle azioni dell'ISTUD all'Istituto Toniolo, organismo proprietario dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Giovanni Bazoli Presidente.

Lancio del Master in Business Management ILA.

L'Associazione ISTUD diventa Fondazione ISTUD. Presidente della Fondazione diventa Marco Vitale.

Vengono lanciate le 4 nuove practice.

dicono di noi

10

“Le opportunità di scambio con i partecipanti di altre aziende, la possibilità di "isolarsi" in quel di Stresa e di creare gruppo anche fuori dall'aula, il percorso studiato per persone che lavorano e quindi la frequenza concentrata in un periodo definito, la varietà del programma proposto e la qualità degli insegnanti, sono alcuni dei tratti distintivi del Master in Business Management ILA, che hanno reso particolarmente proficua la mia partecipazione al Programma.”

Laura Fulgosi
Financial analyst
Medtronic Italia

“La possibilità di confrontarsi con altri partecipanti che lavorano in ambiti diversi e fare tesoro delle loro esperienze, insieme alla metodologia di studio, così concreta ed esigente, hanno rappresentato un sicuro valore aggiunto della mia esperienza formativa in ISTUD.”

Stefania Ferrantelli
Direttore di Produzione
In.Co. - Gruppo Zegna

“I contenuti, le competenze, la forma mentis acquisiti durante il Master mi hanno permesso di procedere nel migliore dei modi nel lavoro di tutti i giorni e di affrontare con il giusto approccio anche le situazioni complesse. Il continuo confronto con docenti e colleghi è stato per me una delle maggiori fonti di arricchimento e questo network è attivo ancora oggi.”

Cinzia Biocco
Human Resources Bayer

“La mia esperienza in ISTUD è stata formativa da un punto di vista sia professionale che umano: mi ha permesso di ampliare le mie competenze funzionali, di sviluppare capacità manageriali, ma anche e soprattutto di acquisire e condividere esperienze e conoscenze.”

Alessandra Marsano
Area Manager Endoscopy
Boston Scientific SpA

“La mia partecipazione ai seminari della Fondazione ISTUD ha rappresentato un passo molto importante nel mio sviluppo professionale. Una esperienza che ha allargato la visione sui miei interessi e ha rafforzato la mia leadership e la mia continua tensione al confronto e a nuove esperienze.”

Laura Bruno
HR Director South Region MEA
Latin America AMGEN Intl.

“La partecipazione attiva all'Associazione Alumni Istud fornisce la possibilità di essere protagonisti della propria vita professionale e personale, allargare il proprio network attraverso incontri di vario genere e condividere interessi comuni; il mio contributo e il mio impegno in Alumni Istud sono frutto della convinzione nella necessità di ingrandire la rete e quindi confrontare le proprie conoscenze ed esperienze.”

Dario Prati
Tema Informatica e Presidente
Alumni ISTUD

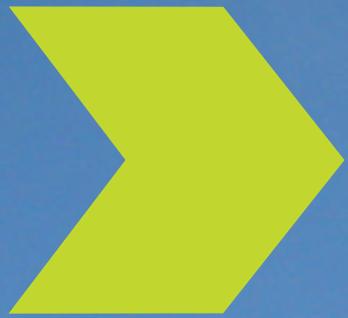
“La grande professionalità e la capacità di raccogliere intorno alle esigenze dei committenti, idee interessanti e originali, fanno di ISTUD il partner ideale quando si punta a raggiungere risultati a grande valore aggiunto.”

Luca Magni
Responsabile Sviluppo e
Formazione Johnson & Johnson
Medical

“La partecipazione alle attività di Formazione di ISTUD ha rappresentato un passo molto importante nello sviluppo professionale mio e della Federazione che rappresento. Una esperienza che ha allargato la nostra visione e contribuito al rafforzamento della leadership mia e del gruppo dirigente tutto.”

Prof. Franco Mandelli
Presidente AIL – Associazione
Italiana contro le Leucemie-linfomi
e mieloma

11



investi

nelle tue potenzialità

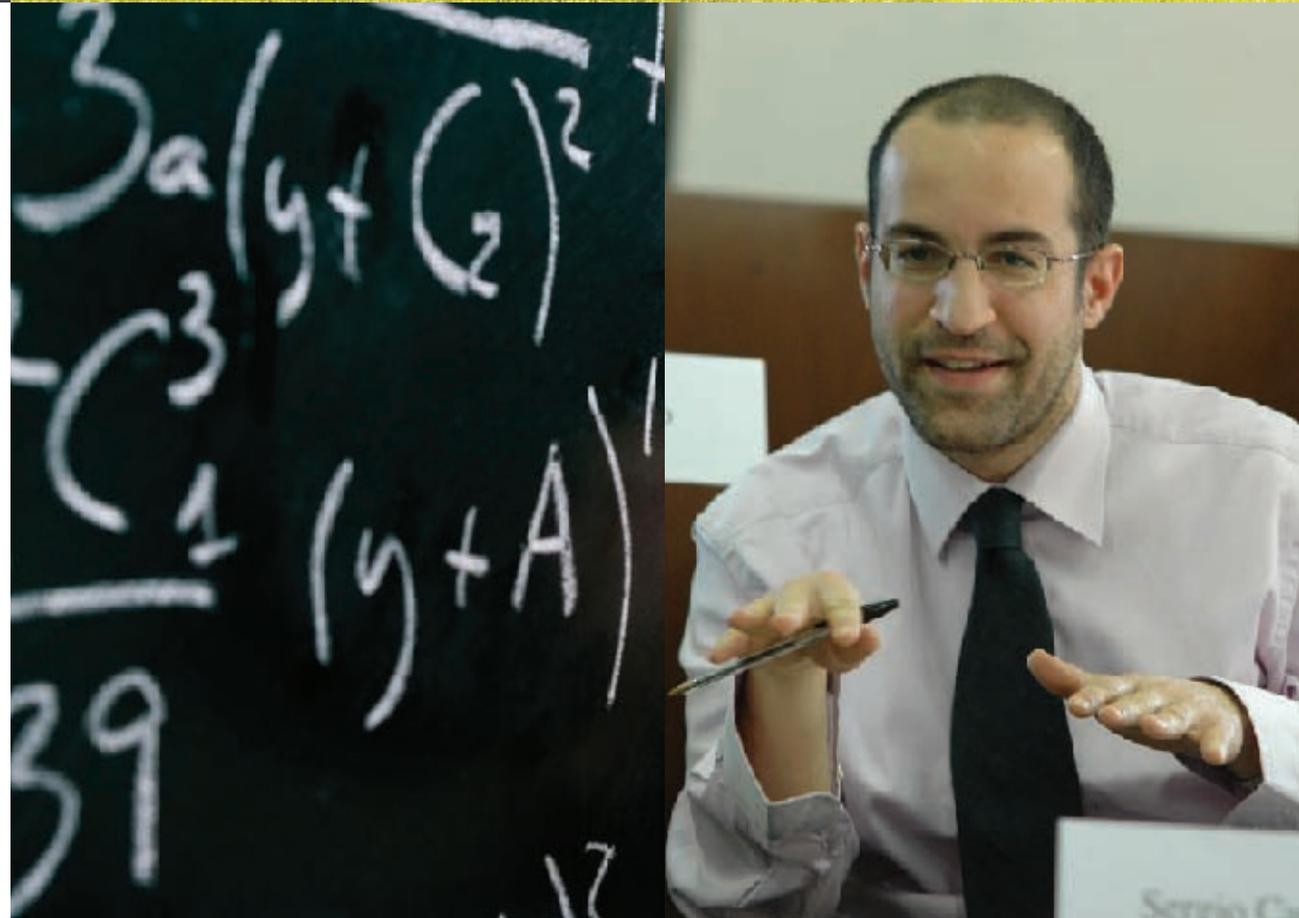


alumni

network

Alumni ISTUD è un'associazione aperta a tutti coloro che hanno frequentato un Master o un'attività di formazione ISTUD. La mission del network Alumni è quella di creare situazioni di incontro e condivisione per accrescere le proprie competenze, valorizzare esperienze individuali e soddisfare il desiderio di aggiornamento che accomuna tutti i soci. Questo grazie a una serie di attività di varia natura, come reunion annuali aperte a tutti gli Alumni, attività formative e di networking, occasioni di svago, un magazine in formato elettronico e, ovviamente, un sito web che vuol essere il brulicante punto di incontro virtuale per tutti i soci.

www.alumnistud.org





informazioni

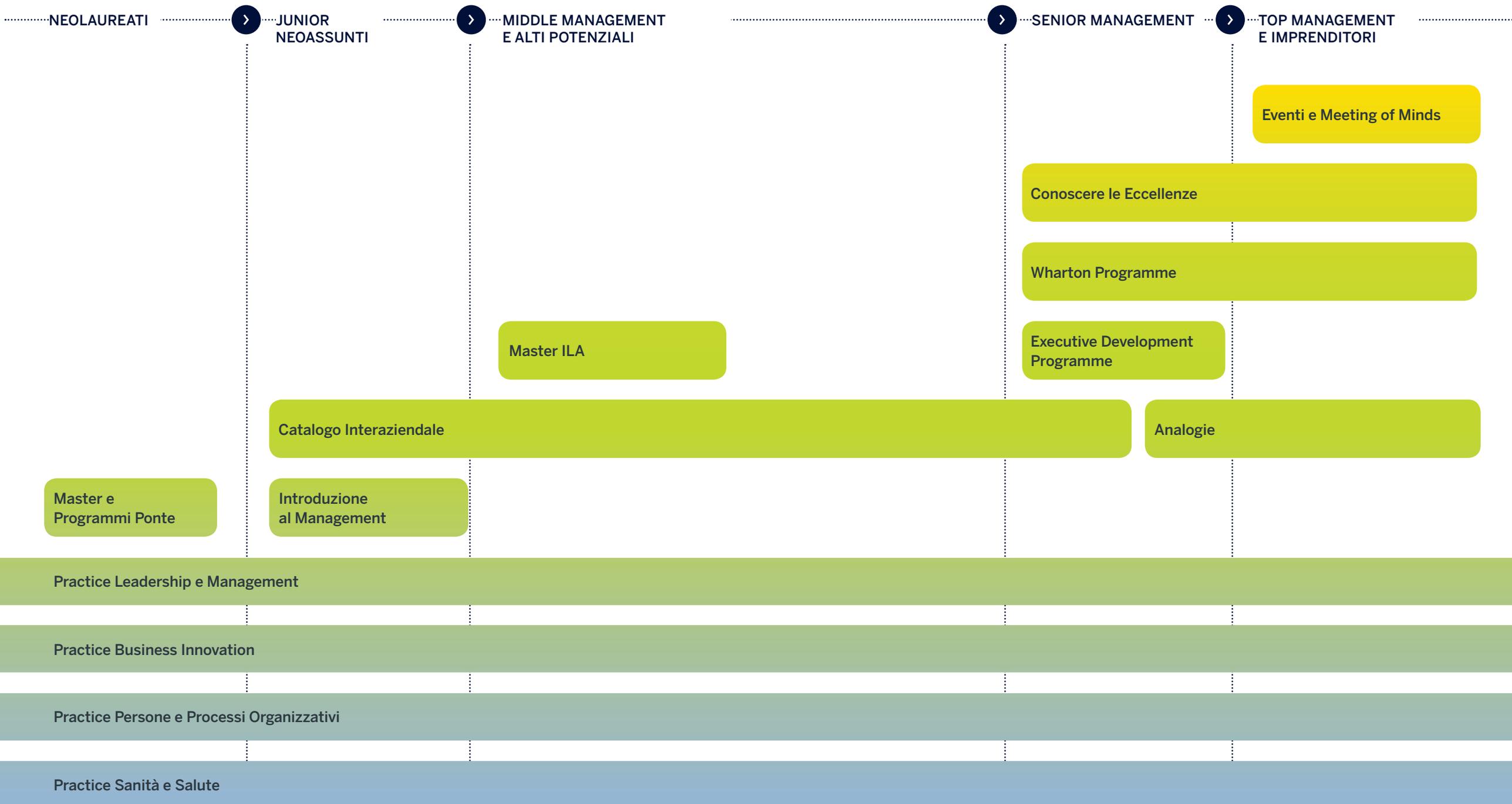
e directions

Dove siamo Il centro di formazione della Fondazione ISTUD è situato a Stresa, in un ambiente di insolita bellezza e particolare comfort, adatto a favorire lo studio e la concentrazione, a poca distanza da Milano e dall'Aeroporto di Malpensa. Comprende 5 aule ad anfiteatro (con capienza complessiva di circa 200 persone) e dieci aule per i lavori di gruppo, ognuna dotata di collegamento wireless, più una biblioteca con oltre 7.000 volumi italiani e stranieri e 200 riviste di management costantemente aggiornate.

➤ **Fondazione ISTUD**
Corso Umberto I, 71
28838 Stresa (VB)
Tel. 0323 933 801
Fax 0323 933 805

➤ **Uffici di Milano**
Via Venezia, 23
c/o LIB Laboratorio
Innovazione Breda
Sesto San Giovanni
20099 Milano
Tel. 02 241 268 15
Fax 02 241 268 16

➤ **Informazioni**
Fondazione ISTUD
Corso Umberto I, 71
28838 Stresa (VB)
Tel. 0323 933 801
Fax 0323 933 805
info@istud.it
www.istud.it



**ISTUD
PRACTICE
E AREE DI
ATTIVITÀ**

1

LEADERSHIP E MANAGEMENT

Il ruolo del manager nella società e nell'organizzazione è un ruolo denso di valore, senso, dignità. In seguito alle recenti evoluzioni in campo economico e sociale, e con l'emergere di una crisi ampia e diffusa, la figura del manager è stata da più parti messa in discussione. Spesso ci si è concentrati solo sull'operato di pochi top manager dal comportamento discutibile da un punto di vista etico, quando non addirittura punibile e al di fuori dei confini della legalità; trascurando l'importanza e l'impatto delle decisioni che ogni giorno molti manager prendono, ai più diversi livelli in Italia e nel mondo, lontano dai riflettori, permettendo alle proprie organizzazioni di crescere, affermarsi, prosperare.

Partendo da queste premesse e credendo profondamente nella centralità che la figura del manager ha per il sano sviluppo di una economia, uno degli obiettivi prioritari della Practice e di tutto l'ISTUD è quello di contribuire al consolidamento e rafforzamento della classe dirigente e del profilo manageriale del Paese. Massimo è il nostro impegno, la nostra ricerca, la tensione all'elaborazione di un modello

nuovo, verso l'affermazione di un paradigma manageriale che sappia anticipare e affrontare l'incertezza e la complessità dei nostri tempi.

I principali contenuti della practice "Leadership e Management" si indirizzano lungo tre direttrici:

Il ruolo sociale del manager

- Chi è oggi il manager
- Quali sono le aspettative verso il ruolo manageriale da parte delle aziende, della società, dei manager stessi
- Quale funzione possono e devono giocare i manager per accelerare l'affermazione di nuovi modelli di sviluppo dell'economia.

Le premesse decisionali

Valori, etica, cultura, regole. Approfondire, comprendere e sviluppare ciò che fa della decisione e azione manageriale una nobile arte dell'uomo, lontana da una visione legata al semplice trasferimento di tecniche e strumenti.

Le competenze

Una buona decisione e azione manageriale richiede tre livelli di competenze:

- **Competenze analitiche:** sapere acquisire le informazioni, analizzare il contesto competitivo, le risorse disponibili, i processi organizzativi, le culture di riferimento, i sistemi di interesse
- **Competenze valutative:** sapere valutare gli scenari, le informazioni a disposizione, le persone, le prestazioni, i rischi, gli investimenti, le tecnologie disponibili
- **Competenze realizzative:** saper "fare accadere le cose", creare, negoziare, motivare, controllare, influenzare, comunicare.

È sulla base di questo schema concettuale che siamo guidati nel progettare la proposta formativa 2010 di Leadership E Management, avendo chiaro l'obiettivo di contribuire a restituire dignità e vigore alla classe manageriale del nostro Paese.

2

BUSINESS INNOVATION

Marketing e Innovazione sono le funzioni vitali di un'impresa. Il loro scopo è di creare valore in maniera sostenibile nel tempo per tutti gli attori coinvolti nel processo economico e di instaurare una relazione tra chi vende e chi compra fatta di emozioni positive, di trasparenza e di fiducia. Nella Practice Business Innovation siamo impegnati a sviluppare nuove idee e strumenti per il marketing, l'innovazione del contenuto e del modo di condurre il business, il design di marca e di prodotto. Lo facciamo attraverso lo studio e l'applicazione costante, attraverso ricerche e progetti, insieme alle imprese clienti. Abbiamo inoltre creato un osservatorio sulla green economy, che si propone come un luogo di confronto per produrre idee attorno al tema dell' "Innovations for a Sustainable Economy", e condotto ricerche nell'area dell'integrazione sociale dell'impresa. Non ci fermiamo alla formazione in aula, ma offriamo anche affiancamento e collaborazione valorizzando le competenze esistenti presso i nostri clienti su progetti specifici.

I principali argomenti che trattiamo all'interno della Practice Business Innovation sono:

- **Marketing:** il marketing che trasmette valore e significati, sostenendo un rapporto emozionale, di fiducia e di trasparenza tra la marca e chi acquista; la marca come fulcro della riconoscibilità, della coerenza e della continuità dell'impresa
- **Innovazione:** l'innovazione come creazione di valore e processo integrato nella gestione delle imprese, impegno collettivo non confinato a marketing e R&D, e non solo collegato al prodotto
- **Design:** creare coerenza nell'offerta dell'impresa è essenziale per essere compresi e scelti. Il design armonizza la relazione tra persona e prodotto e crea nuovi significati
- **Business Model:** modelli di business che creano valore per tutti gli attori del processo economico; creazione di una relazione

sostenibile tra offerta, prezzo, gestione dei costi e scelte operative; due diligence commerciale

- **Sostenibilità:** l'integrazione dell'impresa nella società e nell'ambiente come vantaggio competitivo vissuto e comunicato.

3

PERSONE E PROCESSI ORGANIZZATIVI

Il tema della gestione delle Risorse Umane e del ruolo che ne consegue risulta oggi essere di importanza fondamentale, da accreditare e da affrontare sempre più in chiave multidisciplinare.

Il passaggio dall'era industriale a una non meglio definita "era post industriale" ha attribuito una particolare enfasi sui diversi asset intangibili e sul riconoscimento e la valorizzazione del contributo che può dare il "capitale" umano alla costruzione di un vantaggio competitivo sostenibile nel tempo. Questo tema è fortemente collegato al declino del modello di impresa integrata e verticalizzata e all'emergere di nuove configurazioni "a rete" che delineano nuove forme organizzative dai confini meno netti e una relazione fra individuo e organizzazione basata sulle logiche di mercato in continua evoluzione, piuttosto che su quelle della gerarchia. Tale trasformazione, che ha reso le forme, i rapporti e le relazioni fra individuo e organizzazione molto più flessibili, impone la necessità di ripensare in maniera sostanziale le logiche di azione e

le prassi operative che regolano i fondamenti di funzionamento nel mercato del lavoro.

La chiave di lettura che fa da sostrato a queste tematiche è la flessibilità, in relazione alle forme organizzative delle grandi e medie imprese, al sistema di relazioni (network e strategie cooperative) e – in ultima istanza – del lavoro letto in ottica di comprensione e valorizzazione del generation mix. L'obiettivo fondamentale è quindi aiutare le imprese a comprendere e gestire questo alto grado di flessibilità. Tutto ciò rappresenta il dominio ed il campo d'azione della Practice Persone e Processi Organizzativi.

Le principali questioni, analizzate attraverso attività di ricerca, azione e formazione sono le evoluzioni:

- Delle forme organizzative
- Del rapporto fra individuo e organizzazione
- Delle pratiche di gestione delle risorse umane
- Dei sistemi formativi.

Le principali attività sviluppate all'interno della practice

Process Management: l'obiettivo è di rispondere all'esigenza delle organizzazioni di attivare

al proprio interno un percorso di individuazione, progettazione e implementazione di soluzioni volte a migliorare i risultati, in termini di efficacia ed efficienza, dei propri processi.

Ricerca sui Giovani: ISTUD ha sviluppato una specifica offerta composta da tre differenti, ma complementari aree di intervento, al fine di supportare la capacità delle imprese di individuare e implementare specifiche politiche di gestione e sviluppo del generation mix (in particolare rivolte alla gestione della Generazione Y) per valorizzare pienamente la presenza dei giovani all'interno delle organizzazioni. Le tre aree sono in particolare: l'analisi della "prossimità valoriale" delle diverse generazioni presenti in azienda; la diagnosi della composizione del Generation mix aziendale; il supporto alla riprogettazione delle politiche HR.

Professional Faculty: la finalità è di valorizzare ed allargare le competenze dei dirigenti industriali in contesti e luoghi diversi da quelli abituali; accrescere le competenze professionali dei manager al fine della loro occupabilità (in termini di valorizzazione); fornire

alle imprese i modelli culturali per rispondere alle sfide attuali; sviluppare capacità, competenze, abilità e metodologie per svolgere attività di formazione e mentoring (in ottica di orientamento e assessment di competenze). Il tutto attivando una riflessione permanente e una sensibilizzazione istituzionale sul ruolo del manager e sulla sua funzione, attuale e prospettica, nei processi di crescita e di consolidamento del sistema industriale e professionale italiano.

Human Resource Management: per comprendere le logiche d'azione e le principali evoluzioni della funzione Risorse Umane; acquisire i linguaggi di base e gli strumenti operativi relativi alle diverse attività di gestione e sviluppo delle risorse umane; conoscere le principali tendenze attualmente in atto nell'ambito della gestione HR; rielaborare la propria esperienza gestionale attraverso il confronto con colleghi provenienti da altre realtà organizzative.

Gestione dei Processi Formativi: per analizzare la rilevanza e gli elementi costitutivi della formazione quale processo per lo sviluppo degli individui e per l'apprendimento organizzativo;

approfondire l'esame della fase di analisi dei bisogni come punto di partenza cruciale di interventi formativi progettati in modo coerente ed efficace rispetto agli obiettivi strategici e organizzativi e alle esigenze degli individui. Il tutto sviluppando la capacità di utilizzare in modo funzionale logiche e metodi diversi per la progettazione e la valutazione della formazione e accrescendo la consapevolezza delle dimensioni e competenza insite nel ruolo di responsabile/coordinatore dei processi formativi.

SANITÀ E SALUTE

Attraverso la conoscenza delle specificità del settore, la Practice Sanità e Salute crea, progetta e realizza attività di ricerca organizzativa e formazione per lo sviluppo del singolo professionista, dell'equipe e dell'organizzazione di appartenenza. Tutto ciò in funzione di un servizio sanitario in grado di rispondere alle reali necessità dei pazienti e del loro mondo di riferimento, con l'obiettivo di perseguire l'equilibrio tra efficacia delle cure ed efficienza delle organizzazioni sanitarie.

La practice propone le proprie competenze multidisciplinari di formazione, ricerca organizzativa e consulenza nel settore della Salute, tenendo in considerazione alcuni tratti specifici:

- La necessità di far convivere culture specialistiche con la cultura gestionale
- Il bisogno dell'umanizzazione delle cure

- La regionalizzazione del Sistema Sanitario e il decentramento delle politiche decisionali
- Le aspettative del paziente e delle associazioni di riferimento
- La convivenza tra società di servizio private e strutture pubbliche
- La salute come espressione di buona qualità di vita dei pazienti, dei loro cari e degli operatori del servizio sanitario.

Le attività della practice si rivolgono a tutti gli attori della catena del valore in termini di "offerta di salute": dall'organizzazione sanitaria al paziente e al suo mondo di riferimento. Tra i destinatari della nostra proposta ci sono istituzioni pubbliche regionali, nazionali ed europee; aziende sanitarie locali e ospedaliere, istituti di ricerca e cura a carattere scientifico e policlinici universitari; imprese di prodotto nel settore della salute, oltre ad aziende farmaceutiche, biomedicali e biotecnologiche;

società scientifiche e professionali accademiche; associazioni dei pazienti e delle persone disabili e di volontariato; associazioni dei produttori.

A livello individuale destinatari delle azioni di ricerca e formazione della practice sono: professionisti delle aziende sanitarie pubbliche e private – direzione, dirigenza, ruoli di coordinamento e risorse ad alto potenziale; professionisti delle politiche sociali correlate alle tematiche della salute; professionisti amministrativi; manager e alti potenziali di aziende farmaceutiche, biomedicali e società di servizi.

Le aree di intervento della practice si declinano lungo due filoni: area clinico-gestionale e area economico-sociale. La prima si occupa di formazione, ricerca e individuazione di soluzioni proprie della cultura d'impresa per l'organizzazione sanitaria; la seconda di affrontare questioni tipiche del processo clinico-assistenziale, "unico" per la complessità e per le competenze richieste.





ricerca

e osservatori

Ricerca

Alla base di tutte le attività svolte dalla Fondazione ISTUD vi è una costante attività di ricerca e di innovazione sui temi del cambiamento organizzativo, dello sviluppo socio-economico e della professionalizzazione della classe dirigente. La ricerca è resa possibile anche dalla partnership con istituzioni pubbliche e private interessate ai risultati che vengono diffusi nella comunità professionale e scientifica attraverso convegni e workshop, e pubblicati nell'ambito di una collana realizzata in collaborazione con Il Sole 24 Ore e nella collana dei Quaderni ISTUD.

Le attività, svolte attraverso il diretto contributo delle aziende stesse nei vari progetti, consentono lo sviluppo di un know-how aggiornato e orientato alle problematiche e alle questioni che effettivamente si pongono all'attenzione delle imprese oggi. La presenza consolidata nei principali network, accademici e professionali, sia in Italia che all'estero, consente di impostare una attività di ricerca svolta secondo livelli qualitativi internazionali, al passo con i grandi cambiamenti che si stanno imponendo nell'attuale sistema economico e nell'arena competitiva globale.

Osservatorio ISTUD

L'Osservatorio ISTUD sulle principali questioni socio-economiche del paese è strutturato su di un panel di oltre 2000 manager di aziende italiane e multinazionali, che hanno frequentato in passato dei corsi di formazione al suo interno, provenienti dalle diverse funzioni aziendali. L'idea che sta alla base dell'Osservatorio è di inserirsi, come agente attivo e propositivo, all'interno del dibattito socio-economico e lo scambio di idee del paese, diventando interprete delle opinioni di una parte autorevole della classe dirigente attuale e futura, quella stessa parte che si è formata nelle aule ISTUD.

L'Osservatorio lancia con cadenza regolare delle indagini su tematiche di particolare rilievo, raccogliendo le opinioni di un campione altamente qualificato, segmentato su diverse classi d'età, funzioni e settori. Il campione fornisce così dei pareri e delle chiavi di interpretazione rispetto ai grandi cambiamenti che si stanno imponendo sulla scena economica italiana e globale ed ai più rilevanti temi di attualità.

Osservatorio Green Economy e Med-Golfo

Gli Osservatori ISTUD sulla Green Economy e sul Med-Golfo si propongono come luoghi di confronto ed approfondimento per produrre idee attorno a temi di grande attualità ed interesse come quello delle "Innovations for a Sustainable Economy"; e dell'economia e della società dell'area del Med-Golfo, che si estende dal Marocco all'Arabia Saudita, passando per Tunisia, Egitto, Emirati Arabi, con grandi impatti sul nostro Paese. Gli osservatori producono dibattito attraverso ricerche, workshop, eventi, incontri dedicati e indirizzati a imprese e istituzioni.

La Ricerca Permanente sul Rapporto Giovani-Mondo del Lavoro

Nel corso degli anni, ISTUD ha sviluppato un know-how specifico sul rapporto tra giovani ad alta qualificazione e mondo del lavoro, affinando la propria comprensione delle problematiche di reclutamento, selezione, gestione, sviluppo e valorizzazione dei giovani talenti in azienda. Da anni la Fondazione ISTUD è un punto di incontro, grazie ai suoi Master, tra giovani e mondo delle Imprese. A questi programmi formativi si aggiunge la pubblicazione di rapporti di ricerca. Nell'anno 2009 ISTUD ha sviluppato il tema della Generazione Y e del suo impatto nel mondo del lavoro, mentre per l'anno 2010 il focus d'approfondimento riguarderà: "I giovani e le nuove tecnologie, quali impatti sul luogo di lavoro".





istud e le istituzioni

Lo sviluppo dei sistemi formativi nazionali e internazionali

La Fondazione ISTUD è partner di istituzioni nazionali e internazionali nella valutazione e ridefinizione dei sistemi formativi e collabora stabilmente con istituzioni italiane private e pubbliche con l'obiettivo di:

- contribuire alla modernizzazione dei sistemi formativi
- sperimentare iniziative formative "innovative" per il sistema della formazione continua e delle imprese
- supportare la definizione di sistemi e politiche di formazione continua attraverso attività di monitoraggio e valutazione.

La modernizzazione dei paesi emergenti

La Fondazione ISTUD realizza progetti di modernizzazione e capacity building in vari contesti internazionali (America Latina, Federazione Russa, El Salvador, Albania, Croazia, Bosnia, Serbia, Montenegro, Bulgaria) attraverso partnership con soggetti istituzionali quali World Bank, European Training Foundation e Unione Europea.

Le attività riguardano in particolare:

- il supporto allo sviluppo dei sistemi formativi locali
- lo sviluppo delle PMI e della formazione all'imprenditorialità
- la valutazione dei sistemi formativi.

Lo sviluppo del tessuto manageriale nazionale

La Fondazione ISTUD collabora da molti anni con le associazioni industriali del sistema Confindustriale e con le scuole di formazione ad esso collegate nella progettazione e realizzazione di progetti di sistema e progetti quadro finanziati nell'ambito di iniziative a valere sul FSE e nella realizzazione di azioni sperimentali e a regime nell'ambito di alcuni fondi interprofessionali (Fondimpresa e Fondirigenti).

I progetti si focalizzano sul ruolo dell'impresa nel proprio contesto: la relazione con la società, col territorio, con le istituzioni.

Tra i principali temi di interesse: la responsabilità sociale e la sostenibilità, le nuove tecnologie e l'innovazione, la società dell'informazione e della conoscenza, le differenze di genere e il diversity management.

master orientamento e sviluppo professionale

Istud e i giovani

I Master sono per la Fondazione ISTUD il modo per offrire alle imprese e alle istituzioni un bacino di reclutamento di personale giovanile ad alta qualificazione e motivazione, capace di entrare rapidamente nei processi aziendali. I programmi sono gestiti attraverso un continuo coinvolgimento delle imprese sia nella progettazione sia nel placement dei partecipanti, che supera l'80% a sei mesi dalla conclusione del Master. Internazionalità, attenzione costante all'orientamento e allo sviluppo professionale di ogni studente, utilizzo di metodologie didattiche attive, coinvolgimento di un ampio network di aziende partner che contribuisce attivamente alla progettazione ed erogazione dei programmi: questi alcuni dei tratti distintivi dei Master, che posizionano i percorsi per neolaureati della Fondazione ISTUD al top della Formazione post laurea in Italia.

I Master della Fondazione ISTUD: Risorse Umane e Organizzazione, Ma.Ma.In.D. Marketing Management Innovazione e Design, Programma Scienziati in Azienda.

Oltre 2000 i neolaureati che hanno frequentato i Master ISTUD negli anni, la maggior parte dei quali ricopre oggi posizioni di ampia responsabilità nelle più importanti aziende italiane ed europee.

Attività di Orientamento

Per individuare all'interno dell'offerta dell'ISTUD il percorso formativo più adatto alle esigenze di ogni manager e partecipante, la scuola mette a disposizione dei propri clienti un servizio di orientamento formativo: attraverso colloqui individuali svolti con un professionista esperto di orientamento e sviluppo professionale, i clienti sono assistiti nell'individuazione dell'offerta seminariale più adeguata e nella costruzione di percorsi che combinino differenti momenti e metodologie di formazione e sviluppo.

Il servizio è gratuito e non comporta alcun obbligo d'acquisto. Prevede un colloquio individuale della durata di circa un'ora con un professionista dell'ISTUD ed è rivolto all'individuo interessato a definire un proprio percorso di sviluppo professionale.

A black and white photograph of a classroom scene. In the foreground, a young woman with blonde hair is looking down at a book or paper on a desk. Next to her, a young man with dark, curly hair is looking towards the right, resting his chin on his hand. The background is slightly blurred, showing other students and a window. The overall mood is focused and studious.

scegli

di entrare a far parte di una grande scuola

ISTUD PROGRAMMI FORMAZIONE 2010

Area General Management

Area Comportamento Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

ISTUD & LINKS@WHARTON

A chi si rivolge?

Top management.

Il Programma

Iniziativa in collaborazione con la Wharton School di Philadelphia e LinKS. La struttura del programma prevede:

- Kick off meeting: Maggio 2010, Milano;
 - Executive Programme alla Wharton School, Philadelphia;
 - Company visits: New York City.
- ISTUD & Links@Wharton offre la possibilità di immergersi nelle dinamiche del mercato globale attraverso la conoscenza e il confronto diretto con una delle più antiche e autorevoli business school internazionali. L'Executive Programme offre un mezzo rapido per entrare in contatto con top executive e manager globali e discutere con loro esperienze di business recenti e tendenze in atto. Il programma ISTUD & Links@Wharton, che si svolgerà tra Milano, Philadelphia e New York, intende affrontare le questioni strategiche più rilevanti per il business odierno. L'Executive Programme è un'iniziativa di spicco creata con il preciso obiettivo di risolvere con successo la sfida legata alla leadership necessaria per sviluppare il business in maniera innovativa e raggiungere allo stesso tempo con efficienza i risultati operativi fissati.

Quanto costa?

Euro 9.000 + IVA 20%

EXECUTIVE DEVELOPMENT PROGRAMME

Executive Development Programme è il percorso di formazione al General Management dedicato ai dirigenti e ai manager destinati ad assumere ruoli di responsabilità ai vertici delle aziende. Executive Development Programme si propone come percorso in cui le persone sviluppano la capacità di analizzare problemi complessi e di prendere decisioni, sperimentano modelli di intervento possibili, imparano a conoscere e a interagire con tutte le funzioni aziendali, si confrontano con altre realtà, allenandosi a leggere il cambiamento, a valutarne gli impatti e a condividerne le logiche con gli altri attori dell'organizzazione, a comprendere le logiche ed affrontare i problemi che richiedono risorse e competenze di differenti funzioni aziendali ed acquisire metodi e strumenti per elaborare soluzioni innovative di business.

Struttura del corso

Quattro moduli di 4 giorni ciascuno

Quanto costa?

Euro 6.500 + IVA 20%

Edizioni disponibili

Stresa 67a edizione
1° modulo: 26-29 aprile 2010
2° modulo: 24 - 27 Maggio 2010
3° modulo: 5 - 8 Luglio 2010
4° modulo: 13-16 settembre 2010

Responsabile del Percorso

Marella Caramazza

MASTER IN BUSINESS MANAGEMENT ILA Intercompany Learning Alliance



Nato da un'idea dell'ISTUD e di Medtronic, il Master in Business Management ILA è un programma di formazione per manager in crescita che fornisce una solida competenza nelle diverse aree del management. Avvalendosi di un mix di metodologie formative, il Master offre alle aziende una opportunità di sviluppo, gratificazione e fidelizzazione delle proprie risorse manageriali e consente la personalizzazione dei percorsi formativi sulla base delle esigenze delle aziende e dei manager coinvolti. Il Master in Business Management è un "open" Master al quale si può accedere in ogni momento dell'anno che associa i benefici e i vantaggi della classica formazione interaziendale, della formazione individuale, dei business game e degli study tour.

Struttura del corso

Open Master che prevede l'articolazione su un arco temporale di 2 anni, per un totale di 30 giornate d'aula.

Quanto costa?

Euro 6.000+IVA e partecipazione scontata del 25% sul prezzo di listino dei singoli seminari.

CONOSCERE LE ECCELLENZE

A chi si rivolge?

Senior e top management.

Perché partecipare?

L'obiettivo degli incontri è quello di valorizzare il potenziale delle imprese e dei loro vertici, di incrementarne la capacità di crescita sui mercati, la visibilità e la rete di contatti imprenditoriali di alto livello, attraverso momenti dedicati ad un numero ristretto e selezionato di partecipanti e in location di prestigio.

"Conoscere le eccellenze" è un ciclo di attività ed incontri che valorizza al massimo il bacino di esperienze, competenze e best practice, italiane e internazionali. Attraverso questi incontri la Fondazione ISTUD vuole infatti costruire e consolidare nel tempo un vero e proprio network dell'eccellenza, in cui gli imprenditori e i manager si possano confrontare a partire da testimonianze e storie di successo, supportati nella fase di contestualizzazione e generalizzazione dei "break-through" da Docenti ISTUD e Studiosi di riconosciuta fama internazionale, italiani e stranieri, esperti delle tematiche trattate. Attorno a queste esperienze è importante generare un dibattito e una elaborazione strutturata che possa "fotografare" al meglio quelle decisioni e pratiche che hanno generato valore, innovazione e vantaggio competitivo, riconducendole entro una griglia

concettuale utile per la gestione del business, anche in contesti aziendali diversi.

La Fondazione ISTUD ha avviato un processo di aggregazione di queste esperienze imprenditoriali, chiedendo agli imprenditori medesimi di raccontare le proprie strategie, le criticità affrontate e le sfide vinte, i vincoli e le opportunità legate al territorio di appartenenza, valorizzando anche e ponendo al centro del dibattito, il ruolo sociale e culturale che l'Impresa ha avuto sul contesto.

Struttura del corso
Un modulo di 1 giorno

Quanto costa?
Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario
Antonio Roversi

M&A – MERGER E ACQUISITION

A chi si rivolge?
Manager di azienda di ogni settore (produzione, servizi, terziario). Responsabili di funzioni aziendali. Imprenditori di PMI. Professional e consulenti di impresa.

Perché partecipare?
Per comprendere l'importanza del tema strategico e le sue numerose implicazioni. Per essere pronti ad affrontare tutti gli stadi di decisione e implementazione con adeguata preparazione.

Struttura del corso
Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?
Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario
Filippo Marelli

Edizioni disponibili
Milano, 23-25 giugno 2010

LEADERSHIP E SOSTENIBILITÀ

A chi si rivolge?
Responsabili d'impresa, responsabili comunicazione, responsabili business development, e tutti coloro che in azienda sono interessati alla creazione di rapporti qualificati e a valore aggiunto con gli stakeholder e il contesto sociale di riferimento.

Perché partecipare?
Per comprendere attraverso il confronto con casi concreti, le logiche sottostanti e le modalità operative per il coinvolgimento di istituzioni, movimenti di opinioni e altri attori rilevanti nei processi di innovazione, al fine di creare un valore economico e sociale pieno e durevole nel tempo.

Struttura del corso
Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?
Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario
Marella Caramazza

Edizioni disponibili
Stresa, 8-9 aprile 2010
Milano, 8-9 novembre 2010

CRISIS & CHANGE MANAGEMENT

A chi si rivolge?
A tutti coloro che si trovano a dover gestire processi di cambiamento organizzativo, sia operativo sia strategico, qualunque livello aziendale coinvolga.

Perché partecipare?
Per riconoscere i diversi tipi di cambiamento con i quali ci si sta oggi confrontando nella propria attività manageriale e definire diverse strategie di change management coerenti con gli obiettivi e, al contempo, con le condizioni culturali e politiche in cui il cambiamento si realizza.

Struttura del corso
Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?
Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario
Marella Caramazza

Edizioni disponibili
Milano, 7-9 giugno 2010

Area General Management

Area Comportamento Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

SVILUPPARE LA PROPRIA LEADERSHIP

A chi si rivolge?

Manager di linea e professional le cui responsabilità comprendano la motivazione, il coordinamento e lo sviluppo di persone direttamente o funzionalmente gestite; responsabili del personale nella veste di capi e di gestori del proprio gruppo di lavoro; imprenditori, direttori di piccole/medie aziende.

Perché partecipare?

Per progettare il proprio modo di essere manager e leader, per gestire in maniera più efficace le relazioni interpersonali, per essere più "coach e maestri", per aumentare la conoscenza di sé e utilizzare strumenti e metodologie per l'autosviluppo.

Struttura del corso

Un modulo della durata di 3 giorni. Un modulo di follow-up (opzionale) di approfondimento su un tema della leadership. Un incontro di consulenza al ruolo (opzionale).

Quanto costa?

Euro 2.100 + IVA 20%
Euro 3.500 + IVA 20% (comprende anche i moduli opzionali)

Responsabile del seminario
Giorgio Gorli

Edizioni disponibili

Stresa, 21-23 giugno 2010
Milano, 24-26 novembre 2010

* MASTER ILA



MINDFULNESS PROGRAMME



A chi si rivolge?

Il Mindfulness Programme si rivolge a tutti coloro che desiderano sviluppare maggiore equilibrio interiore e capacità relazionale a favore delle loro responsabilità aziendali.

Perché partecipare?

Coltivare la Mindfulness significa allenarsi a dirigere la propria attenzione e a restare in una condizione di presenza non reattiva. Un tale training agisce a più livelli (fisico, emotivo e mentale) permettendo benefici come: un migliore equilibrio fisiologico; una maggiore capacità di autoregolazione degli stati emotivi (soprattutto quelli legati all'ansia e allo stress); maggiore lucidità, concentrazione, memoria, capacità di sostenere prospettive multiple. La Mindfulness - consentendo di riconoscere e disinnescare le proprie forme abituali di reattività a favore di scelte più consapevoli - si riflette positivamente anche sul piano comportamentale, migliorando le capacità di percezione (di sé, degli altri, del contesto), di ascolto, di relazione, di decisione e di guida. Si impara a stare nel momento presente, con maggiore autenticità e pieno

accesso alla gamma delle proprie potenzialità.

Struttura del corso

ISTUD, in collaborazione con il Centro Italiano Studi Mindfulness, offre un corso introduttivo alla Mindfulness strutturato in due giornate. Il corso fornisce una base sia teorica ("cos'è la mindfulness?", "qual è l'apporto delle neuroscienze?") sia esperienziale ("come posso coltivarla nel mio quotidiano?").

Per chi vuole approfondire, questo primo corso introduttivo sarà integrato con tre moduli nei quali si esplorerà la possibilità di approfondire la mindfulness in relazione a tematiche quali: la padronanza di sé e la gestione dello stress; la gestione delle relazioni; la leadership.

Tra un modulo e l'altro sarà fornito materiale di follow-up insieme ad esercizi guidati a sostegno di una progressiva pratica sul campo.

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Morag McGill

Edizioni disponibili

Corso introduttivo
Stresa, 8-9 aprile 2010

* MASTER ILA



GESTIONE DELLE PERSONE: METODI E STRUMENTI

A chi si rivolge?

Manager, quadri e professional che assumono la responsabilità di gestione di collaboratori o che affrontano particolari sfide in quest'ambito.

Perché partecipare?

Consolidare e sviluppare la propria leadership nella gestione delle persone e dei rapporti interpersonali. Fornire metodi e strumenti collegati al processo di gestione delle persone. Acquisire maggiore consapevolezza circa il proprio stile di gestione delle persone, in termini di azioni e risultati prodotti. Individuare le azioni a supporto del miglioramento della prestazione dei collaboratori.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Valentino Fenaroli

Edizioni disponibili

Stresa, 24-26 maggio 2010
Milano, 10-12 novembre 2010

* MASTER ILA



IL MANAGER COME COACH

A chi si rivolge?

Manager, di linea o di staff, interessati a sviluppare la propria efficacia professionale investendo sulla capacità di ottenere il massimo dai collaboratori, dirigenti e quadri per cui siano critici il miglioramento della performance, l'attuazione di cambiamenti organizzativi o nei processi, lo sviluppo delle persone, l'inserimento di nuove risorse o la tutorship, la guida di gruppi.

Perché partecipare?

Per costruire con i collaboratori relazioni positive e finalizzate allo sviluppo delle competenze e delle performance, per costruire piani personalizzati di coaching e gestirne l'evoluzione.

Struttura del corso

Due moduli di 2 giorni ciascuno

Quanto costa?

Euro 2.100 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Marco Tiburzio

Edizioni disponibili

Milano, 14-15 ottobre 2010 e 18-19 novembre 2010

SVILUPPARE LE CAPACITÀ DI INCIDERE E INFLUENZARE

A chi si rivolge?

Dirigenti e quadri consapevoli che "dirigere", "incidere" su una realtà

che si vuole governare, richiede competenze comportamentali ben precise e anche una certa "presenza". Per persone che vogliono acquisire strategie e modalità di influenzamento che possano potenziare le proprie capacità gestionali e di leadership che sono consapevoli che, per essere dirigenti efficaci, devono essere capaci di influenzare pensieri e posizioni altrui.

Perché partecipare?

Per diventare più consapevoli delle proprie strategie istintive di influenzamento e della loro efficacia in contesti e con persone diverse. Per acquisire strategie e modalità di influenzamento che possano potenziare le proprie capacità di "incidere" sulla realtà nella quale si opera e costituire una marcia "relazionale" in più a favore della propria efficacia.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Morag McGill

Edizioni disponibili

Stresa, 14-15 aprile 2010
Milano, 21-22 ottobre 2010

* MASTER ILA



SVILUPPARE LE ABILITÀ DI COMUNICAZIONE

A chi si rivolge?

Tutti i ruoli organizzativi e le figure che abbiano nella comunicazione interpersonale un fattore critico di successo.

Perché partecipare?

Per comprendere la complessità della comunicazione interpersonale, per analizzare le variabili del processo comunicativo, per imparare a gestire l'ascolto attivo, per riconoscere e utilizzare i diversi canali della comunicazione verbale, non verbale e simbolica. La metodologia di lavoro utilizza diverse modalità di apprendimento. Si alternano infatti momenti di sperimentazione anche attraverso l'utilizzo di giochi outdoor e di tecniche teatrali a momenti di riflessione, individuale e di gruppo. A tale scopo è prevista la docenza di un regista esperto e la prima giornata verrà effettuata presso il Teatro Officina di Milano (<http://www.teatroofficina.it>)

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Roberta Musso

Edizioni disponibili

Stresa, 26-28 maggio 2010
Milano, 4-6 ottobre 2010

* MASTER ILA



LA GESTIONE DEI CONFLITTI

A chi si rivolge?

A tutte le persone che nell'esercizio del proprio ruolo devono gestire situazioni di possibile conflittualità e di mediazione, dovendo integrare prospettive differenti per il raggiungimento dei propri obiettivi professionali.

Perché partecipare?

Per comprendere quali sono le aree critiche all'interno del processo di pianificazione e aiutare i partecipanti nell'applicazione delle tecniche e dei metodi più adatti alle realtà in cui si trovano ad operare.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Giorgio Andreoli

Edizioni disponibili

Milano, 14-15 settembre 2010

MIGLIORARE LE CAPACITÀ DI NEGOZIAZIONE

A chi si rivolge?

Manager che, indipendentemente dal livello gerarchico, dalla funzione e dal tipo di azienda, utilizzano la negoziazione come strumento di lavoro.

Perché partecipare?

Per imparare a riconoscere le

situazioni negoziali, per valutare con attenzione le controparti, per comprendere comportamenti, dinamiche cognitive ed emotive del negoziato, per imparare a gestire i conflitti in modo creativo.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 2.100 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Marco Mariani

Edizioni disponibili

Stresa, 9-11 marzo 2010
Milano, 20-22 settembre 2010

* MASTER ILA



LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE

A chi si rivolge?

Buyer e seller operanti in differenti contesti che necessitano di consolidare le proprie tattiche negoziali e tecniche di vendita.

Perché partecipare?

Per riconoscere le principali tattiche negoziali e tecniche di vendita, per riconoscere i meccanismi psicologici tipici della relazione commerciale, per riconoscere e sviluppare il proprio stile di negoziazione commerciale.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Marco Mariani

Edizioni disponibili

Milano, 10-11 giugno 2010

CROSS-CULTURAL NEGOTIATION

A chi si rivolge?

Quadri e dirigenti che negoziano abitualmente o occasionalmente con interlocutori appartenenti a culture diverse, sia all'interno della propria organizzazione sia nelle relazioni commerciali.

Perché partecipare?

Per conoscere le specificità della negoziazione inter-culturale, per apprendere un modello di riferimento per la comprensione delle diversità culturali, per conoscere gli stili negoziali tipici delle diverse culture e confrontarsi sulle proprie esperienze.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Marco Mariani

Edizioni disponibili

Milano, 2-3 dicembre 2010

GESTIRE LA MULTICULTURALITÀ

A chi si rivolge?

Manager e responsabili di funzione che si trovano a dover adattare i propri stili di leadership e di guida o i propri strumenti di lavoro ad un pubblico "interculturale": che sia a livello funzionale, aziendale o nazionale. Manager che gestiscono o prevedono di gestire gruppi o progetti internazionali o interculturali. Persone in procinto di trasferirsi in un'altra azienda/ Paese. Persone interessate a capire le differenze culturali "che fanno la differenza".

Perché partecipare?

Per acquisire una sensibilità interculturale che si può applicare a livello inter-funzionale, inter-aziendale ed inter-nazionale. Per comprendere meglio i condizionamenti culturali che incidono sull'efficacia della comunicazione, della gestione, della leadership. Per acquisire nuove leve relazionali a vantaggio della propria professionalità.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Morag McGill

Edizioni disponibili

Milano, 4-5 novembre 2010



Area General Management

Area Comportamento
Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia
Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

Pacchetto di

4 seminari

4 moduli di

2 giornate l'uno

acquistabili anche
separatamente.

Il costo della partecipazione
ai quattro seminari è di
€ 3.000 + IVA 20%

Il costo di ogni singolo seminario
è di € 1.000 + IVA 20%

PARLARE IN PUBBLICO

A chi si rivolge?

Tutti i manager che usano le
presentazioni come strumento
di comunicazione in ambito
professionale.

Perché partecipare?

Per accrescere nei partecipanti
la consapevolezza delle
dimensioni principali coinvolte
nelle attività di presentazione in
ambito professionale e allenare
le competenze collegate e per
utilizzare al meglio le regole di una
efficace comunicazione.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Luana Congedo

Edizioni disponibili

Milano, 6-7 maggio 2010

GESTIRE IL TEMPO

A chi si rivolge?

Manager che si sentono oberati
dalla quantità di lavoro, che hanno
la sensazione di essere sempre in
emergenza.

Perché partecipare?

Per riflettere sugli automatismi
che ci frenano nella gestione
efficace dei propri tempi e
allenarsi in relazione ad obiettivi
di miglioramento, per controllare
l'uso del tempo giornaliero, creare
un planning personale, stabilire le
priorità e le attività da delegare.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Guido Mariani

Edizioni disponibili

Milano, 1-2 luglio 2010

SELF MANAGEMENT

A chi si rivolge?

A tutti coloro che, esposti ad una
elevata complessità di compiti e
obiettivi, sperimentano il bisogno
di migliorare le proprie capacità
di organizzazione delle priorità, di
gestione del tempo e di governo dei
propri livelli di stress.

Perché partecipare?

Per acquisire le "abitudini"
necessarie per l'utilizzo equilibrato
delle proprie risorse; migliorare
le strategie personali di difesa
del proprio "spazio personale";
sviluppare una progettualità futura.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Simonetta Carpo

Edizioni disponibili

Milano, 7-8 ottobre 2010

SVILUPPARE LA PROPRIA PROATTIVITÀ

A chi si rivolge?

Manager e professionisti che
vogliono andare nella direzione
di un allargamento della visione
rispetto agli obiettivi del
proprio lavoro, passando da un
atteggiamento reattivo rispetto
ai problemi che sorgono, a un

atteggiamento anticipatorio
rispetto ai problemi e propositivo
rispetto alle altre funzioni
aziendali, volto al più efficace
raggiungimento degli obiettivi
qualificanti della propria funzione
e ad un miglior servizio ai clienti
interni/esterni.

Perché partecipare?

Per contribuire a modificare in
primo luogo l'atteggiamento
dei partecipanti nei confronti
del proprio lavoro e di sé
stessi. La modifica desiderata
coinvolge anche un mutamento
della percezione di sé da parte
dei partecipanti attraverso
un'aumentata autostima e
la percezione di sé come più
"importanti" e "potenzialmente
più influenti" nella gestione
dei fatti aziendali e nel
raggiungimento degli obiettivi
della propria funzione e collettivi.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Giorgio Andreoli

Edizioni disponibili

Milano, 9-10 novembre 2010



Kallarga

gli orizzonti del tuo pensiero

Area General Management

Area Comportamento Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

CAPIRE E GESTIRE GLI ECONOMICS

A chi si rivolge?

Non Finance Manager chiamati ad effettuare analisi di redditività e di costo, o a prendere decisioni in base ad esse, che desiderano migliorare la propria capacità di analisi e intervento.

Perché partecipare?

Il corso ha come obiettivo principale l'apprendimento delle logiche aziendali mirate alla costruzione del bilancio, al fine di comprenderne le possibili riclassificazioni aventi per obiettivo l'analisi. Si evidenzieranno anche i vari collegamenti tra budget e analisi a consuntivo. Lo scenario finanziario attuale richiede l'importanza di entrare nel merito delle logiche finanziarie attraverso lo studio del cash flow, strumento che verrà pienamente analizzato durante lo svolgimento del seminario.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Gianfranco Mele

Edizioni disponibili

Stresa, 26-28 aprile 2010
Milano, 7-9 luglio 2010

* MASTER ILA



IL BILANCIO E I FLUSSI FINANZIARI

A chi si rivolge?

Quadri e dirigenti di tutte le funzioni aziendali che desiderano acquisire conoscenze nell'area economico-finanziaria.

Perché partecipare?

Per comprendere come collegare le decisioni prese con i risultati economico-finanziari ottenuti, per acquisire una chiave di lettura efficace per valutare l'andamento economico, finanziario e patrimoniale dell'azienda.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Umberto Rubello

Edizioni disponibili

Stresa, 17-19 marzo 2010
Milano, 15-17 settembre 2010

* MASTER ILA



BUDGETING: ASPETTI TECNICI ED ORGANIZZATIVI

A chi si rivolge?

Imprenditori e dirigenti di tutte le funzioni aziendali che desiderino acquisire conoscenze tali da consentir loro un uso efficace di

questo importante strumento di direzione, sia per pilotare la loro area di responsabilità sia per dialogare in modo costruttivo e collaborativo con i responsabili di altre aree, compresa quella amministrativa-finanziaria.

Perché partecipare?

Per cercare di comprendere le logiche e le tecniche di funzionamento di uno dei più diffusi e utili strumenti di direzione aziendale. La partecipazione al corso è anche suggeribile poiché questo strumento spesso non capita viene utilizzato in modo inefficace e può portare a degli effetti negativi indesiderati sia sul piano della programmazione finanziaria che sul piano motivazionale.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Umberto Rubello

Edizioni disponibili

Stresa, 12-13 aprile 2010
Milano, 7-8 ottobre 2010

* MASTER ILA



LINKING PLANNING WITH BUDGETING

A chi si rivolge?

Imprenditori e dirigenti, anche di PMI, interessati alla complessità sia del management strategico che di quello operativo, Chief Financial Officer (C.F.O.) e i loro più stretti collaboratori.

Perché partecipare?

Per comprendere le soluzioni che sembrano preservare l'efficacia dei processi di planning e budgeting, anche attraverso un loro collegamento. Nella prassi aziendale infatti si vanno delineando soluzioni sia di processo che strutturali tali da consentire un efficace legame tra la fase di pianificazione e quella di budgeting.

Struttura del corso

Un modulo di 1 giorno

Quanto costa?

Euro 1.000 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Sergio Signorelli

Edizioni disponibili

Stresa, 28 maggio 2010

STRUMENTI PER LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

A chi si rivolge?

Chief Financial Officer (C.F.O.) e i loro più stretti collaboratori, imprenditori e dirigenti, anche di

PMI, interessati alla complessità sia del management strategico che di quello operativo.

Perché partecipare?

La diffusione di prassi di cost accounting ancora centrate sul prodotto/centro di responsabilità e sull'impiego di metodi di calcolo tradizionali, impongono un momento di riflessione. Essere "fuori dal mondo" può risultare pericoloso, anzi esiziale. Ne sono un esempio nel mondo del tessile e del fashion la non rilevazione dei costi del campionario o della collezione. Oggi è necessario predisporre sistemi di cost accounting customer focused. In questo seminario si presentano e si discutono le soluzioni a tal fine disponibili, anche attraverso la testimonianza delle imprese che le hanno adottate con successo. La stessa contabilità per attività (Activity Based Costing) dal 1987 ad oggi ha avuto un'evoluzione al fine di superare i limiti di applicazione pratica manifestati negli anni: oggi si parla di Time driven Activity Based Costing. Ma la contabilità deve prendere in considerazione anche quei progetti che, con la produzione personalizzata, sono diventati progetti commerciali tagliati su misura (tailor made) per il cliente. Insomma se non è una rivoluzione è sicuramente una profonda evoluzione quella che si sta vivendo. Cavalcarla può probabilmente significare conseguire un vantaggio competitivo.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Alberto Bubbio

Edizioni disponibili

Milano, 29-30 novembre 2010

LA MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE AZIENDALI: CORPORATE PERFORMANCE MEASUREMENT

A chi si rivolge?

Chief Financial Officer (C.F.O.) e i loro più stretti collaboratori, imprenditori e dirigenti, anche di PMI, interessati alla complessità sia del management strategico che di quello operativo.

Perché partecipare?

I soli risultati economico-finanziari ormai dicono poco o nulla sulla reale performance di un'impresa. Questo è particolarmente vero nelle imprese che investono nelle persone e in altri Asset intangibili. Per simili investimenti bisogna cambiare i criteri di valutazione e le logiche di controllo. Ma non basta: in queste imprese è opportuno adottare una serie di strumenti per la diffusione della cultura del project management e delle logiche di cost management (non solo l'Activity Based Costing); è altresì opportuno considerare l'adozione

di una Balanced Scorecard e di uno degli strumenti messi a punto per misurare l'Intellectual Capital; infine non si può dimenticare la strumentazione, fra l'altro già predisposta da alcune imprese, per dare evidenza alle strategie di Corporate Social Responsibility. Tutto ciò nella convinzione che la creazione di valore sia un fine che è necessario cercare di monitorare.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.750 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Alberto Bubbio

Edizioni disponibili

Stresa, 15-16 giugno 2010

CONTROLLO STRATEGICO: L'AFFERMARSI DI UN'IDEA

A chi si rivolge?

Chief Financial Officer (C.F.O.) e i loro più stretti collaboratori, imprenditori e dirigenti, anche di PMI, interessati alla complessità sia del management strategico che di quello operativo.

Perché partecipare?

Per comprendere l'importanza degli strumenti e delle soluzioni che consentono un'efficace realizzazione del controllo di

gestione in un'ottica strategica. L'obiettivo del seminario è quello di presentare quelle che ad oggi si sono rivelate le proposte più utili, sfociate in risultati tangibili in tale ambito. Si tratta di tutti quegli strumenti e quelle soluzioni che consentono un posizionamento dell'impresa nel tempo e nel suo spazio competitivo. Sono un esempio tangibile di queste soluzioni lo scenario planning, gli strumenti che consentono un allineamento della gestione operativa con la strategia, primo fra tutti la Balanced Scorecard e le soluzioni che costringono a mettere al centro anche del sistema amministrativo il cliente anziché il prodotto e il centro di responsabilità.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.750 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Alberto Bubbio

Edizioni disponibili

Milano, 11-12 ottobre 2010



Area General Management

Area Comportamento
Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia
Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

PROJECT MANAGEMENT PER RESPONSABILI DI FUNZIONE

A chi si rivolge?

General manager, direttori di funzione, responsabili di organizzazione e risorse umane.

Perché partecipare?

Per affrontare e discutere i fattori abilitanti che permettono al project management di contribuire attivamente allo sviluppo della strategia e del business aziendale.

Struttura del corso

Un modulo di 1 giorno

Quanto costa?

Euro 800 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Mario Damiani

Edizioni disponibili

Milano, 15 ottobre 2010

PROJECT MANAGEMENT PER TEAM MEMBER

A chi si rivolge?

Specialisti tecnici e professionisti chiamati ad operare nei team di progetto, occasionalmente anche con la responsabilità di gestione del progetto stesso, se di breve durata e relativo all'ambito tecnico della propria esperienza.

Perché partecipare?

Per potersi inserire efficacemente nel contesto progettuale, passando dalla funzione di partecipanti, al ruolo di attori primari, pienamente consapevoli dell'importanza dell'operare in collaborazione con il team e con tutti gli attori sociali del progetto per il raggiungimento di risultati di successo.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Vincenzo Memoli

Edizioni disponibili

Milano, 28-29 giugno 2010

PROJECT MANAGEMENT

A chi si rivolge?

Project e program manager, project leader, manager e professionisti aventi l'obiettivo di definire o consolidare l'esperienza di conduzione dei progetti.

Perché partecipare?

Per approfondire le dinamiche organizzative e gestionali e le logiche tipiche del contesto di progetto, per acquisire i principali criteri di pianificazione e controllo dei progetti, per rendere efficace la gestione degli stakeholder attraverso una riflessione sulle abilità relazionali.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Mario Damiani

Edizioni disponibili

Stresa, 16-18 giugno 2010
Milano, 24-26 novembre 2010

* MASTER ILA



Area General Management

Area Comportamento
Organizzativo

Area Sviluppo Efficacia
Personale

Area Finanza e Controllo

Area Project Management

Area Operations

FONDAMENTI DI LOGISTICA E PROCESSI OPERATIVI

A chi si rivolge?

Junior manager della funzione e di altre direzioni che desiderano acquisire un'organica comprensione del linguaggio e dei processi logistici.

Perché partecipare?

Per consolidare i concetti fondamentali della logistica, per comprendere i ruoli manageriali coinvolti, gli strumenti e le tecniche di gestione, i sistemi di controllo delle prestazioni e le attenzioni organizzative necessarie per creare un sistema logistico efficiente ed efficace.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Flavio Franciosi

Edizioni disponibili

Stresa, 7-9 luglio 2010



cresci

con i tuoi talenti

Area Marketing

Area Sostenibilità e Innovazione

Area Sales e Retail

IL MARKETING EFFICACE: SFIDE, CONCETTI E APPLICAZIONI

A chi si rivolge?

Manager e executive che si occupano di marketing e innovazione, ma anche manager di altre funzioni che vogliono capire il ruolo centrale del marketing e parlarne il linguaggio.

Perché partecipare?

Cosa vuol dire fare marketing nella società di oggi fatta di clienti sempre più esigenti e di concorrenza onnipotente e aggressiva. Il corso ripercorre in maniera sfidante i temi chiave del marketing. Propone un modo nuovo di vedere il mercato fornendo gli strumenti per sviluppare un'interpretazione personale, definire il posizionamento della marca e creare una customer value proposition distinta e rilevante per i potenziali clienti. Offre una visione originale sul come definire i prezzi in maniera strategica e su come pensare e realizzare i momenti di contatto tra il cliente e la marca.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 3-5 marzo 2010
Milano, 14-16 luglio 2010

* MASTER ILA



LO SVILUPPO DEL BUSINESS E DEL MODO IN CUI CREA VALORE

A chi si rivolge?

Executive marketing, finanza e innovazione, e imprenditori, soprattutto nelle fasi di decisione strategica.

Perché partecipare?

Come fa un'impresa a produrre valore in maniera sostenuta nel tempo? In mercati sempre più veloci, con concorrenza agguerrita e consumatori esigenti è essenziale che tutte le persone chiave in azienda capiscano i fondamenti del modo di funzionare dell'impresa: cosa vendiamo di originale e rilevante, perché dovremmo essere preferiti alla concorrenza, come facciamo a produrre profitti vendendo quello che vendiamo, e infine come ci dobbiamo organizzare per farlo? Il corso aiuta i partecipanti ad affinare il loro senso del business e a riportare le loro azioni di ogni giorno alla creazione costante di valore.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 23-25 marzo 2010
Milano, 7-9 settembre 2010

* MASTER ILA



GESTIRE IL BRAND: POSIZIONAMENTO E VALORI PER CREARE L'ENGAGEMENT

A chi si rivolge?

Operatori di marketing e imprenditori che vogliono riflettere sulle proprie strategie di Brand e sugli impatti operativi di prodotto, comunicazione e promozione.

Perché partecipare?

I brand sono una grandissima fonte di valore per l'impresa, spesso una parte preponderante degli "intangibile assets" messi a bilancio. Ma come si fa a creare, rinnovare e gestire un brand? Per essere vicina alle persone la marca deve essere sempre di più un'esperienza che attiri e che emozioni i clienti. Ma mentre è già difficile avere una storia originale ed emozionante da raccontare, questa deve anche esprimersi coerentemente attraverso i prodotti e diventare tangibile in tutti i momenti in cui i clienti interagiscono con il brand.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 19-21 maggio 2010
Milano, 27-29 ottobre 2010

* MASTER ILA



DALL'OSSERVAZIONE DEL CLIENTE ALLO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI E SERVIZI

A chi si rivolge?

Responsabili di marketing e di prodotto che devono intensificare i lanci di prodotto, ma soprattutto migliorarne il successo commerciale.

Perché partecipare?

Come sviluppare prodotti per consumatori che hanno già tutto? Il corso parte dai metodi di osservazione e interpretazione delle esigenze e dei desideri dei consumatori per poi coprire con esempi e strumenti applicativi le seguenti aree: ideazione del prodotto/servizio, creazione di prototipi e valutazione delle idee, progettazione degli aspetti funzionali e dei contenuti emotivi e sensoriali, comprendere e usare al meglio la tecnologia, capire e gestire l'innovazione aperta. Il corso è sviluppato insieme alla PDMA (Product Development Management Association).

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 7-9 giugno 2010
Milano, 3-5 novembre 2010

* MASTER ILA



REINVENTARE IL MARKETING, NUOVI PENSIERI E NUOVI STRUMENTI PER NUOVI CONSUMATORI

A chi si rivolge?

Operatori di marketing senior in tutti i settori che devono affrontare sfide di cambiamento organizzativo o che devono ripensare i propri piani in ottica di efficienza ed efficacia.

Perché partecipare?

Come possiamo passare da un marketing invadente, che interrompe i consumatori ad un marketing coinvolgente, che crei e comunichi valore e che instauri un rapporto trasparente e di fiducia con le persone? Il corso fornisce stimoli ed esperienze su come molte aziende di successo siano riuscite a passare dal monologo (per quanto affascinante e attraente) al dialogo, e come sono riuscite a coinvolgere i clienti e a trasformarli in promotori della marca, dei suoi valori e dei suoi prodotti.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 22-24 giugno 2010
Milano, 16-18 novembre 2010

* MASTER ILA



Area Marketing

Area Sostenibilità e Innovazione

Area Sales e Retail

GESTIRE L'INNOVAZIONE: STRUMENTI E METODI OPERATIVI

A chi si rivolge?

Marketing, R&D, General manager e imprenditori che vogliono accelerare l'innovazione nella loro impresa, e creare un linguaggio e strumenti comuni sull'innovazione.

Perché partecipare?

L'innovazione non è una questione di creatività, ma di capacità di tradurre con successo, intuizione e competenze, in idee di business. L'innovazione si può gestire come gli altri processi di cui l'impresa necessita, se si possiedono gli strumenti opportuni e il linguaggio di base. L'innovazione va oltre il prodotto e include la maniera in cui gestiamo l'impresa e proponiamo i nostri prodotti ai clienti. La prima necessità dell'impresa che vuole innovare è di sviluppare un linguaggio che aiuti a capirne il funzionamento, e di avere strumenti di gestione e avanzamento semplici e condivisi dall'intera organizzazione e non solo dagli specialisti.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 20-22 aprile 2010
Milano, 22-24 settembre 2010

* MASTER ILA



LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA, SOCIALE ED AMBIENTALE COME FATTORE COMPETITIVO

A chi si rivolge?

Imprenditori e dirigenti d'azienda che vogliono uscire dalla crisi lasciando un segno positivo nel mondo e nell'ambiente.

Perché partecipare?

Per molte imprese la responsabilità sociale e la sostenibilità sono ancora uno sforzo per prevenire o evitare dei problemi e costruire un'immagine pubblica positiva. Ma è ormai diffusa tra le aziende e le scuole di pensiero più avanzate il concetto che la sostenibilità economica, sociale e ambientale di un business siano un grande vantaggio competitivo la cui gestione debba essere parte integrante del modo di fare business. Il corso fornisce esempi di successo e strumenti per progettare l'integrazione.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Renzo Rizzo

Edizioni disponibili

Stresa, 4-6 maggio 2010
Milano, 12-14 ottobre 2010

* MASTER ILA



Area Marketing

Area Sostenibilità e Innovazione

Area Sales e Retail

SALES MANAGEMENT E GESTIONE CLIENTE

A chi si rivolge?

Sales manager, key account manager, area manager.

Perché partecipare?

Per sviluppare la capacità di gestire il proprio portafoglio clienti in una logica relazionale, per imparare a costruire strategie di fidelizzazione dei clienti chiave, per gestire le proprie risorse in relazione ai clienti in portafoglio.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Franco Chesi

Edizioni disponibili

Milano, 12-14 maggio 2010

LAVORARE CON IL RETAIL COSTRUIENDO PARTNERSHIP DI SUCCESSO

A chi si rivolge?

Key account manager, trade marketing manager, area manager, category manager e più in generale tutti coloro che sono interessati a comprendere lo stato attuale del marketing del retail.

Perché partecipare?

Il corso mette a fuoco il rapporto

tra impresa industriale e retail che per essere vincenti, devono cooperare per soddisfare le esigenze dei consumatori finali, favorendo lo sviluppo e l'innovazione dell'offerta per aumentare le vendite e la marginalità con creazione di valore reciproca. Si ripercorrono le nuove tecniche di gestione delle marche, dei prodotti e delle gamme all'interno dei canali, gli strumenti a disposizione dei manager per sviluppare l'offerta nel punto vendita, la gestione degli spazi e il rapporto tra il consumatore finale, le marche e il punto vendita. Si discutono le leve che influiscono nel processo di decisione dei consumatori e il ruolo del personale di vendita nel rapporto tra la marca, il cliente e il consumatore finale.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Paolo Pettenello

Edizioni disponibili

Milano, 14-16 giugno 2010

LA COMPETITIVITÀ AZIENDALE E LO SVILUPPO DELLE PERSONE

A chi si rivolge?

Professional della funzione personale e organizzazione che vogliono acquisire (o consolidare) una visione a 360° delle conoscenze, dei modelli, dei metodi, delle responsabilità della funzione. Manager di linea interessati a comprendere le logiche organizzative e di gestione delle risorse umane.

Perché partecipare?

Per acquisire nuove chiavi di lettura delle organizzazioni, e delle coerenti leve, tecniche e strumenti per la gestione strategica delle risorse umane; per comprendere ed essere in grado di affrontare le logiche e le implicazioni dei processi di sviluppo organizzativo.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 1.700 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Franca Pelucchi

Edizioni disponibili

Stresa, 12-14 maggio 2010
Milano, 18-20 ottobre 2010

* MASTER ILA



SCEGLIERE LE PERSONE GIUSTE PER IL SUCCESSO DELL'AZIENDA

A chi si rivolge?

I partecipanti possono essere sia appartenenti alla funzione H.R. sia manager di linea interessati a sviluppare conoscenze e capacità nella gestione del processo di selezione e dei suoi strumenti, con un focus sul colloquio di selezione.

Perché partecipare?

Per sviluppare la capacità di impostare e gestire gli strumenti di selezione e per acquisire consapevolezza della complessità del colloquio di selezione. Per comprendere le connessioni tra mercato del lavoro, reclutamento, selezione e inserimento e gestire la mappa degli attori.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Franca Pelucchi

Edizioni disponibili

Stresa, 17-18 maggio 2010
Milano, 22-23 novembre 2010

* MASTER ILA



I FONDAMENTI DELLA FORMAZIONE

A chi si rivolge?

Professional della funzione personale, manager le cui responsabilità includano la formazione, giovani formatori e consulenti che vogliono consolidare il proprio bagaglio di competenze.

Perché partecipare?

Per comprendere la complessità e la rilevanza del processo formativo, per utilizzare in modo funzionale i diversi modelli e strumenti di analisi, progettazione, gestione e valutazione della formazione.

Struttura del corso

Un modulo di 3 giorni

Quanto costa?

Euro 2.100 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Marco Leonzio

Edizioni disponibili

Stresa, 28-30 giugno 2010
Milano, 27-29 ottobre 2010

* MASTER ILA



VALORIZZARE, SVILUPPARE E COINVOLGERE LE PERSONE

A chi si rivolge?

Professional della funzione risorse umane e manager di linea interessati ad approfondire, sistematizzare e

arricchire le proprie competenze e a raccogliere spunti e suggerimenti per modalità efficaci di valutazione e sviluppo delle persone.

Perché partecipare?

Per comprendere gli aspetti metodologici e operativi dei sistemi di valutazione e sviluppo; per sceglierne e gestire gli strumenti in un'ottica di valorizzazione e coinvolgimento delle persone, con un focus sulle risorse chiave o di potenziale.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del Seminario

Sonia Lepore

Edizioni disponibili

Stresa, 29-30 aprile 2010
Milano, 27-28 settembre 2010

* MASTER ILA



LA GESTIONE DEL "GENERATION MIX" IN AZIENDA

A chi si rivolge?

Professionisti della funzione personale e organizzazione che vogliono acquisire strumenti specifici di gestione delle risorse umane, finalizzati alla gestione efficace del "generation mix".
Manager di linea che si confrontano

quotidianamente con la necessità di guidare gruppi di collaboratori con una composizione generazionale altamente differenziata.

Perché partecipare?

Uno dei problemi con cui le aziende oggi si confrontano con crescente frequenza è quello di gestire collaboratori appartenenti a generazioni differenti. Il fenomeno, accelerato ultimamente da dinamiche normative e socio-demografiche, determina la necessità di soddisfare le aspettative, spesso contrastanti, di gruppi generazionali ugualmente importanti per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Per le aziende diventa oggi cruciale capire come attrarre, trattenere e far crescere gli appartenenti alle diverse generazioni rispondendo alle loro specifiche aspettative e integrandoli efficacemente nell'organizzazione. Uno dei casi più evidenti è quello legato all'ingresso nelle organizzazioni di giovani appartenenti alla Generazione Y: giovani technology native e di grandi potenzialità che però soffrono una "crisi di motivazione" in un mercato del lavoro caratterizzato da lavori flessibili e precari.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.500 + IVA 20%

Responsabile del Seminario

Luca Quaratino

Edizioni disponibili

Stresa, 3-4 maggio 2010
Milano, 29-30 novembre 2010

GESTIRE LE RELAZIONI INDUSTRIALI

A chi si rivolge?

Principalmente a giovani quadri della Direzione RU destinati ad assumere posizioni di responsabilità nelle Relazioni Industriali, nella Gestione o nelle funzioni di Sviluppo; ma anche a giovani quadri di produzione o di funzioni di staff tecnica, di qualità, programmazione e organizzazione della produzione.

Perché partecipare?

Per comprendere come cambia il mondo del lavoro: i mercati esterni e interni, le regole, gli attori e i ruoli e in modo particolare attori e ruoli che interagiscono nel sistema delle Relazioni Industriali.

Struttura del corso

Un modulo di 2 giorni

Quanto costa?

Euro 1.200 + IVA 20%

Responsabile del seminario

Maurizio Cappellari

Edizioni disponibili

Stresa, 10-11 giugno 2010
Milano, 2-3 dicembre 2010

* MASTER ILA



guida
il cambiamento



Comportamento Organizzativo

Giorgio Andreoli
 Francesco Aprile
 Nathaniel Clegg
 Luana Congedo
 Maria Costa Joao
 Anna De Marziani
 Gianfranco Domizi
 Delia Duccoli
 Olga Epitropaki
 Maria Rita Fiasco
 Cristiana Gatto
 Lenni Maria George
 Giorgio Gorli
 Marco Leonzio
 Guglielmina Marcucci
 Guido Mariani
 Morag McGill
 Roberta Musso
 Maria Naciti
 Marco Tiburzio

Risorse Umane e Organizzazione

Simonetta Baraldi
 Giulietta Rosanna Bergamaschi
 Daniele Boldizzoni
 Maurizio Cappellari
 Ulderico Capucci
 Marella Caramazza
 Simonetta Carpo
 Caterina Carroli

Anne De Neck
 Valentino Fenaroli
 Giorgio Ferri
 Pasquale Gagliardi
 Emma Garavaglia
 Salvatore Garbellano
 Roberta Geusa
 Cristina Godio
 Sonia Claudia Lepore
 Tommaso Limonta
 Didier Lozet
 Simonetta Manzini
 Norbert Monfort Villaroya
 Antonio Nastri
 Bruna Nava
 Helena Navarro
 Franca Pelucchi
 Anna Lisa Porrini
 Luca Quaratino
 Sebastiano Renna
 Elena Sala
 Mattia Sciutti
 Luigi Serio
 Francesco Varanini
 Federica Viganò

Marketing

Simone Anselmi
 Elena Cavagnaro
 Franco Chesi
 Françoise Croze-Scardulla
 Daniela D'Amato
 Jlenia Ermacora
 Ernesto Ghigna

David Kilburn
 Emanuela Marconi
 Paola Miglio
 Enrico Morandi
 Alexander Nicholas
 Paolo Pettenello
 Ivo Pezzuto
 Marco Puchetti
 Salvatore Pugliese
 Renzo Rizzo
 Luca Roselli
 Fiorenza Sarotto
 Alessandro Siviero
 Andrea Tosi
 Paolo Zanenga

Strategia

Maurizio Guandalini
 Enrico Guzzetti
 Filippo Marelli
 Marco Mariani
 Fulvio Ulessi
 Mario Unnia

Finanza e Controllo

Marcello Bianchi
 Massimiliano Bonacchi
 Sergio Bruno
 Alberto Bubbio
 Stefano Cacciamani
 Susanna Colombo
 Giorgio Donna
 Luigi Ferrara
 Luca Ianni

Gabriele Impemba
 Gianfranco Mele
 Umberto Rubello
 Giuseppe Scifo
 Sergio Signorelli
 Massimo Solbiati
 Cristina Soppelsa

Project Management

Pier Clemente Battaglia
 Mario Damiani
 Alberto Melgrati
 Vincenzo Memoli
 Orlando Radicati

Logistica e Processi Operativi

Stefano Avanzi
 Paride Corbellini
 Flavio Franciosi
 Stephan Wendel Paccagnella
 Massimo Redolfi
 Antonio Roversi
 Riccardo Stella

Sanità

Giuseppe Abate
 Giorgia Andreoli
 Pierre Anhoury
 Simone Anselmi
 Matteo Basile
 Filippo Bolla
 Chiara Bongiovanni
 Trevor Boutall

Simonetta Carpo
 Nicola Castelli
 Alessandra Cosso
 Delia Duccoli
 Maurizio Fea
 Alicia Gonzalez Facchinello
 Sergio Fucci
 Guido Mariani
 Maria Giulia Marini
 Franco Marozzi
 Enrica Matta
 Alberto Melgrati
 Verdiana Morando
 Antonio Nastri
 Ivo Pezzuto
 Chiara Poggio
 Luca Quaratino
 Luigi Reale
 Francesca Rubboli
 Michela Salvi
 Marco Segala
 Mary Wells

Fondazione ISTUD

Corso Umberto I, 71
28838 Stresa (VB)
Tel. 0323 933 801
Fax 0323 933 805
info@istud.it
www.istud.it

Progetto Grafico di

Experientia

Francesca Labrini, Michele Giannasi, Jan-Christoph Zoels
www.experientia.com
info@experientia.com

Fotografie

Ivan Gasparini, Michael Sutton-Long, Enrico Tedesco e archivio fotografico ISTUD

