

LINGUE STRANIERE

SALES E MARKETING

RELAZIONALE E  
GESTIONE RISORSE UMANE



## Chi siamo

**Bigallo Formazione** è un centro di formazione professionale situato presso la struttura del “Bigallino” – Antico Spedale del Bigallo.

**Bigallo Formazione** è gestito da **Qualitas forum srl**, agenzia formativa, che opera dal 1998 nell'ambito della formazione.

Qualitas forum srl è accreditata presso la Regione Toscana per tutte le aree della formazione e dell'orientamento ed è certificata ISO 9001.

Qualitas propone una serie di percorsi di formazione pensati e progettati per le pmi. Si tratta di corsi che cercano di rispondere alle nuove e sempre più complesse esigenze di un mercato, sempre più competitivo attraverso la Formazione continua e l'aggiornamento delle risorse umane.

I percorsi formativi che proponiamo hanno l'obiettivo di valorizzarne ruoli e competenze.

I nostri corsi sono brevi moduli rivolti a personale addetto alle vendite, direttori, imprenditori, responsabili risorse umane che possono integrarsi in funzione degli obiettivi e bisogni aziendali. La flessibilità della proposta consente alle aziende di costruire, insieme all'agenzia, percorsi personalizzati.

Qualitas disegna e progetta i suoi programmi formativi in collaborazione con il committente per realizzare soluzioni mirate e mettere a punto strumenti operativi concreti ed immediatamente fruibili.

## Cosa offriamo

### La qualità dei docenti

Qualitas si avvale per tutte le sue attività della collaborazione di esperti provenienti da diversi settori del mondo professionale e imprenditoriale, della Pubblica Amministrazione e del mondo accademico selezionati in funzione dell'esperienza che sono in grado di apportare e del taglio più o meno pratico dei singoli corsi.

Il loro apporto determinante, unito all'utilizzo di metodologie centrate sulla valorizzazione delle attitudini, dei contesti e delle specificità territoriali e personali, costituisce un **importante valore aggiunto** alle attività progettate e messe in atto da Qualitas.

#### **Le metodologie didattiche**

Le lezioni sono strutturate in modo da avere un elevato grado di interattività e si utilizzano costantemente metodologie attive (esercitazioni, project work, case studies, ecc). Si lavora in gruppi di massimo 20 corsisti.

#### **Biblionline**

I materiali didattici e gli approfondimenti bibliografici sono disponibili on-line sul sito [www.qualitas.org](http://www.qualitas.org) nell'area riservata.

## **Cosa rilasciano i corsi**

Al termine di ciascun corso sarà rilasciato un attestato di frequenza.

## Le nostre proposte:

### LINGUE STRANIERE

Lingua inglese – livello base / intermedio  
Business english

- L'inglese per addetti alle vendite
- L'inglese per gli operatori turistici

Lingua russa – principianti

### AREA SALES E MARKETING

Tecniche di intervista  
Tecnica delle differenze di base e tecnica di risposta alle obiezioni  
L'utilizzo dell'intelligenza emotiva nelle transazioni negoziali  
La gestione delle richieste  
Condurre trattative vincenti  
La gestione del reclamo  
Fidelizzazione del cliente  
Il budget di vendita  
La gestione dei clienti strategici  
Comunicare la tua azienda e generare business attraverso il web e i social  
Principi di marketing  
Il marketing telefonico

### AREA RELAZIONE E GESTIONE RISORSE UMANE

La capacità di gestione nella cultura delle organizzazioni  
La comunicazione corretta ed efficace  
Formazione di un gruppo e gestione dei conflitti  
Gestione per obiettivi  
Strumenti di sviluppo organizzativo: il sistema premiante  
Comunicazione interna  
La leadership e delega  
Tecniche di selezione e valutazione del personale  
Problem solving & decision making

# LINGUE STRANIERE

## Con docenti madrelingua

## Lingua inglese – livello base

Obiettivo del corso è l'acquisizione degli elementi di base della lingua inglese, al fine di comprendere ed esprimersi in situazioni familiari quotidiane.

### Contenuti

- Fondamenti di lingua e grammatica: frase affermativa, negativa e interrogativa,
- WH-Questions,
- aggettivi possessivi e genitivo sassone,
- modi e tempi verbali,
- la forma in -ing,
- countable e uncountable names;
- there is, there are, some, any, much, many, a lot of, a few;
- avverbi di frequenza; avverbi di modo.
- Esercizi di conversazione e scrittura:
  - Descrivere le persone e le cose,
  - Dare e chiedere informazioni,
  - Parlare di istruzione e lavoro,
- Sostenere brevi conversazioni e motivare le proprie scelte,
- Raccontare avvenimenti ed esperienze,
- Descrivere paesaggi e città,
- Scrivere brevi testi

### Destinatari

E' rivolto a tutto il personale.

### Durata

La durata del corso è di 40 ore.

## Lingua inglese – livello intermedio

Obiettivo del corso è migliorare l'inglese parlato, arricchire il vocabolario e consolidare ed estendere la conoscenza delle regole grammaticali.

### Contenuti

- Present Perfect
- Comparativi e Superlativi
- Past Perfect
- Past Continuous
- Pronomi Riflessivi
- Pronomi Relativi
- It e There Impersonali
- Question Tags
- Verbi Modali
- Don't Have to e Mustn't
- Condizionale
- Gerundio
- Gerundio e Infinito
- Passivo

### Destinatari

E' rivolto a tutto il personale.

### Durata

La durata del corso è di 40 ore.

## Business english

Corso ideato per chi utilizza l'inglese nella professione, copre tutti gli aspetti della comunicazione nell'ambiente di lavoro: come descrivere la propria posizione o società, tenere riunioni, presentazioni, condurre trattative, scrivere e-mail o un CV.

All'inizio del corso viene fatta un'analisi dei bisogni in modo che il programma del corso rifletta le necessità particolari del gruppo.

### Contenuti

- Grammatica avanzata
- inglese commerciale
- inglese istituzionale
- sviluppo delle capacità verbali e di ascolto
- parlare al telefono
- stesura di lettere
- redazione di rapporti
- descrizione delle responsabilità del lavoro e organizzazione dell'azienda, socializzazione, viaggi e congressi
- presentazioni aziendali dei prodotti e dei servizi
- partecipazione a riunioni di lavoro
- descrizione degli andamenti, del rendimento aziendale
- negoziazione
- vendita, marketing e pubblicità
- tematiche di business e management.

### Destinatari

E' rivolto a tutto il personale.

### Durata

La durata del corso è di 40 ore.

**Questo corso può essere personalizzato per gli addetti alle vendite e per gli operatori turistici**



## RUSSO BASE

Obiettivo del corso è l'acquisizione degli elementi di base della lingua russa, al fine di comprendere ed esprimersi in situazioni familiari quotidiane.

### Contenuti

- Le abitudini del turista russo
- Grammatica, forme verbali
- Forme verbali usate per l'accoglienza e il saluto
- Conoscenza ed uso delle principali strutture di morfologia e sintassi della lingua russa
- Acquisizione del vocabolario di base per esprimersi nelle situazioni della vita quotidiana

### Destinatari

E' rivolto a tutto il personale.

### Durata

La durata del corso è di 40 ore.

# AREA SALES E MARKETING

## Tecniche di intervista

Sviluppare tecniche e strumenti innovativi per la gestione efficace delle interviste di vendita e per creare/migliorare il team di vendita.

### Contenuti

- Caratteristiche - Vantaggi e Benefici di un prodotto, bene o servizio
- Dal desiderio al beneficio
- Scoprire il Problema che ostacola la vendita
- Dal problema alla soluzione
- Esercitazioni di gruppo e in gruppi
- Role-Playing con riprese televisive e commento

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 12 ore.

## Tecniche delle differenze di base e tecnica di risposta alle obiezioni

Il corso intende fornire strumenti per una gestione efficace delle interviste di vendita.

### Contenuti

- Tecnica delle Differenze di base
- Tecnica che serve a differenziare un prodotto da un altro in base alle caratteristiche, vantaggi e benefici rispetto ad un prodotto concorrente
- Tecnica di risposta alle obiezioni
- Le obiezioni pretestuose
- Le obiezioni sincere
- Come rispondere e comportarsi di fronte alle possibili due obiezioni

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 4 ore.

## L'utilizzo dell'intelligenza emotiva nelle transazioni negoziali

Obiettivo del corso è saper utilizzare l'intelligenza emotiva in maniera da instaurare un rapporto più reale e razionale attraverso l'utilizzo dell'empatia.

### Contenuti

- L'intelligenza ed il pensiero laterale
- Dall'emotività alla razionalità
- La consapevolezza
  - Conoscenza, capacità, motivazione intrinseca
- Le emozioni
- Le reazioni emotive
- L'empatia
- Come si sviluppa l'empatia
- Saper utilizzare l'empatia
- Il controllo delle emozioni e l'assertività
- I momenti motivazionali nei rapporti negoziali
- La fiducia e la motivazione
- La stima ed il rispetto
- La gestione dei disturbi emozionali
- La capacità di riconoscere le proprie emozioni

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## La gestione delle richieste

Obiettivo del corso è fare acquisire consapevolezza delle situazioni e tecniche di corretta gestione delle richieste del cliente.

### Contenuti

- La generalizzazione: la corretta interpretazione
- La cancellazione: la metabolizzazione solo di alcuni aspetti
- La deformazione e la distorsione: quello che ci aspettiamo di sentire
  - Analisi dei problemi: confronto / dibattito
- Le convinzioni radicate
- Le “certezze”
- Le percezioni
  - Analisi dei problemi: confronto / dibattito
- L'efficienza e l'efficacia nelle risposte: necessità e possibilità
- La capacità di influenza
- L'ottimizzazione nella gestione
  - Lavori a piccoli gruppi
  - Role-playing

### Destinatari

E' rivolto al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 8 ore.

## Condurre trattative vincenti

Obiettivo del corso è quello di fornire strumenti per gestire efficacemente la fase negoziale della vendita ed acquisire strumenti per pianificare una trattativa vantaggiosa.

### Contenuti

- Aspetti relazionali della trattativa: come affrontare il rapporto compratore/venditore
- Strumenti per pianificare una trattativa vantaggiosa
- Tecniche di presentazione e salvaguardia del prezzo:
  - La gestione della richiesta di sconto
  - Le alternative allo sconto
- Come concludere accordi vantaggiosi
- Strategie per il superamento del blocco psicologico del prezzo
- Tecnica di risposta alle obiezioni
- Fondamenti della negoziazione

### Destinatari

E' rivolto al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 12 ore.

## La gestione del reclamo

Obiettivo del corso è fornire metodi e strumenti per gestire efficacemente reclami e richieste per rafforzare e migliorare la relazione con i clienti e fidelizzare il cliente.

Comprendere atteggiamenti ed esigenze nascoste del cliente mantenendo un atteggiamento positivo al fine di soddisfare il cliente con le soluzioni più idonee.

### Contenuti

- Comprendere le cause del reclamo:
  - L'ascolto attivo
- Le fasi di gestione del reclamo
- Il colloquio con il cliente:
  - Comprendere aspetti oggettivi ed emotivi del reclamo
- La comunicazione corretta ed efficace con il cliente
- Problem solving e pensiero creativo:
  - Identificare la soluzione ottimale per cliente ed azienda
- Gestire efficacemente le obiezioni per raggiungere un accordo soddisfacente

### Destinatari

E' rivolto al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 12/16 ore.



## La fidelizzazione del cliente

Obiettivo del corso è rafforzare la relazione con il cliente in modo da fidelizzarlo trasmettendo sicurezza, fiducia, credibilità e competenza al fine di soddisfare le esigenze e richieste del cliente.

### Contenuti

- Definizione e concetti relativi alla fidelizzazione
- Elementi di marketing
- La relazione professionista-cliente
- Le capacità relazionali
- Le capacità negoziali
- Le capacità comunicazionali
- L'assertività
- La fiducia: gli elementi che la costituiscono
- La consapevolezza del venditore secondo conoscenza, capacità, motivazione
- La responsabilità e la responsabilizzazione
- L'utilizzo dell'intelligenza emotiva nelle transazioni comunicazionali

### Destinatari

E' rivolto al personale addetto alle vendite.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Il budget di vendita

Il budget delle vendite è di fondamentale importanza per la preparazione del budget annuale per ogni azienda.

Il corso pone l'attenzione sul budget commerciale e sulle metodologie per la sua costruzione a preventivo ed il successivo confronto a consuntivo.

### Contenuti

- L'importanza del budget aziendale
- Il processo di costruzione del budget
- Il budget delle vendite
- Le tecniche da adottare ed i dati necessari per la previsione delle vendite
- Come coinvolgere la rete vendita nella costruzione del budget
- Il budget dei costi variabili commerciali (trasporti, provvigioni)
- Il budget del marketing e delle attività di promozione

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente ai responsabili vendite e/o marketing e responsabili del controllo di gestione.

### Durata

La durata del corso è di 8 ore.

## La gestione dei clienti strategici

La negoziazione strategica consente di pianificare tutti i momenti di preparazione e gestione della trattativa allo scopo di aumentare concretamente le possibilità di chiusura positiva di un accordo.

### Contenuti

- Gestire clienti strategici: dalla professionalità al professionismo nelle vendite
- Fondamenti della negoziazione in trattative complesse
- La strategia preliminare, come pianificare il successo
- La comunicazione efficace per essere convincenti
- Come elaborare offerte e preventivi vincenti
- La trattativa economica

### Destinatari

E' rivolto al personale addetto alle vendite e ai responsabili vendite.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Comunicare l'azienda e generare business attraverso il web e i social

Fornire gli strumenti per impostare un modello di business on line ed individuare i canali corretti per promuovere la propria azienda. Fornire le chiavi per comprendere come utilizzare i principali social media per raggiungere gli obiettivi aziendali.

### Contenuti

- Web marketing: i principi di applicazione all'azienda
- Posizionamento e motori di ricerca
- I social network
- Costruire un business plan per il web marketing: misurazione di costi e ricavi
- Cosa sono i social media e come sta cambiando il mondo della comunicazione
- Utilità dei social media per le imprese
- Strategie per utilizzare i social network in modo efficace
- Come utilizzare i social network per promuoversi a livello nazionale/internazionale
- Strategie per gestire i social network in azienda

### Destinatari

E' rivolto ai responsabili vendite, responsabili marketing, responsabili della comunicazione, ai titolari di piccole imprese.

### Durata

La durata del corso è di 12 ore.

## Principi di marketing

Questo corso fornisce le conoscenze di base del marketing e della comunicazione d'impresa, illustra i processi di marketing e aiuta a comprendere mercati e consumatori, permette di creare strategie di marketing e tattiche orientate al cliente.

Con questo corso si possono adottare i paradigmi del nuovo marketing ed estendere la materia a vari campi di applicazione. Si impara a gestire le vendite e i nuovi scenari digitali.

### Contenuti

- Introduzione al marketing
- Cos'è il marketing a cosa serve e come si usa
- Imparare a conoscere i mercati e le persone
- I comportamenti d'acquisto B2C e B2C
- Strategie e tattiche di marketing per le pmi
- La pianificazione strategica del mercato
- Segmentazione, il mercato, obiettivo (target) e il posizionamento
- Le strategie di prodotto, dei servizi, di marca.
- Le strategie di prezzo
- I canali di marketing, la distribuzione, la vendita e la comunicazione
- Il marketing digitale
- Imparare vendere on-line: ecommerce B2B e B2C
- Le basi del Web marketing
- Social media marketing
- Trasformare l'azienda col marketing
- Dalla teoria alla pratica
- Imparare a realizzare un piano marketing
- Imparare a creare un'impresa 3.0 con le matrici del valore
- Imparare a fare business on-line

### Destinatari

E' rivolto ai responsabili dell'area commerciale e marketing.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Il marketing telefonico

Aumentare il livello di competenza dei ruoli commerciali utilizzando metodi per ottimizzare l'approccio telefonico con il cliente e gestire più efficacemente il cliente.

### Contenuti

- Promuovere prodotti e servizi in ottica di soddisfazione del cliente
- Il telefono parte integrante di un processo di vendita articolato
- La comunicazione telefonica, punti forti e punti deboli
- Il processo di comunicazione
- La traccia telefonica
- Mappare e organizzare liste utili all'attività
- Pianificare nuove campagne telefoniche con obiettivi condivisi.

### Destinatari

E' rivolto al personale commerciale interno o esterno all'azienda.

### Durata

La durata del corso è di 8 ore.

# AREA RELAZIONALE E GESTIONE RISORSE UMANE

## La capacità di gestione nella cultura delle organizzazioni

Obiettivo del corso è implementare sempre di più la “cultura organizzativa” attraverso la gestione delle risorse umane ed il sapersi mettere in discussione tramite uno strumento semplice, chiaro ed efficace quale è l’analisi transazionale

### Contenuti

- La leadership nella cultura e nella gestione manageriale
- Definizioni di leadership
- Leadership e management
- Manager e leader
- L’evoluzione degli stili di leadership
- I 12 stili di leadership
  - Autoanalisi dei propri stili di leadership
- Analisi transazionale
- Definizione dell’A.T.
- Scopo e finalità dell’A.T.
- Vantaggi dell’A.T.
- Gli stati dell’Io
- L’egogramma autoperceptivo (autoanalisi)
- Le transazioni
  - L’analisi delle transazioni

### Destinatari

E’ rivolto a chi gestisce risorse umane (imprenditori, managers, responsabili area HR).

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.



## La comunicazione corretta ed efficace

Corso base per acquisire dimestichezza e tecniche comunicative

### Contenuti

- La comunicazione verbale e non verbale
  - La parola
  - Il tono
  - Il linguaggio del corpo
- La comunicazione ad una via
- La comunicazione a due vie
- Elementi per scegliere la comunicazione più idonea
- L'arte del sondaggio
  - La tecnica della domanda
  - Tipologie di domande dirette ed indirette
  - Classificazione delle domande
- L'arte dell'ascolto attivo
  - Abitudini di cattivo ascolto attivo
  - Tecniche di ascolto attivo
  - Metodologia per l'ascolto attivo
- Il linguaggio del corpo
  - Il tono e la voce
  - L'importanza della gestualità
  - La postura e l'ambiente
  - Gli indizi desunti dal linguaggio del corpo
- La comunicazione ad un gruppo di persone
  - Le dinamiche di gruppo
  - I comportamenti in gruppo
  - Analisi dei partecipanti ad una comunicazione di gruppo: le tipologie comportamentali
  - La riunione quale strumento per: dare informazioni, risolvere problemi, rimuovere stati di insoddisfazione

### Destinatari

E' rivolto a tutte le figure all'interno di un'Azienda.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## La formazione di un gruppo efficiente ed efficace e la gestione dei conflitti

E' necessario far crescere il lavoro di gruppo, facilitare il meccanismo di gruppo per la soluzione dei problemi inoltre capire quando nasce il conflitto all'interno di un gruppo e comprendere cosa fare, come farlo e perché farlo è fondamentale al fine di evitare conflitti e rasserenare il clima aziendale.

### Contenuti

- Il gruppo: lavoro di gruppo e gruppo di lavoro
- Caratteristiche dei gruppi efficaci
- Interazione di gruppo
- Efficacia di un gruppo
- Caratteristiche di un gruppo di successo
- Formazione di un gruppo
  - Indipendenza
  - Competizione
  - Cooperazione
  - Impegno
  - Interdipendenza
  - Orientamento
  - Dipendenza
  - Controdipendenza
- I conflitti di gruppo
- La nascita del conflitto
- Le strategie relative al conflitto
- Il perché di un conflitto
- Risoluzione dei conflitti – Tecniche di negoziazione
  - Competitività
  - Collaborazione
  - Fuga
  - Accomodamento
  - Compromesso
- Tecniche di negoziazione: le obiezioni

### Destinatari

E' rivolto a chi gestisce risorse umane (imprenditori, managers, responsabili area HR).

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Gestione per obiettivi

Obiettivo del corso è saper gestire e comprendere l'utilità degli obiettivi intesi come tentativo di risoluzione di un problema o di miglioramento dello stato attuale.

### Contenuti

- La pianificazione per la gestione degli obiettivi
- I principi di management per la gestione per obiettivi
  - Principio della priorità operativa
  - Principio dei risultati
  - Principio dei livelli organizzativi
  - Principio dell'evoluzione di gruppo
  - Principio della stabilità della programmazione
  - Principio di azione positiva
  - Principio di resistenza al cambiamento
  - Principio di ritorno alle opinioni
  - Principio di preferenza
  - Principi di Hallen
- Comportamenti in base agli obiettivi
  - Aspettative gestionali
  - Aspettativa e motivazione
- Come attuare la gestione per obiettivi
  - Collaborazione positiva
  - Principi alla base della gestione per obiettivi
  - I punti salienti per instaurare la gestione per obiettivi
  - I vantaggi della gestione per obiettivi

### Destinatari

E' rivolto a chi gestisce risorse umane (imprenditori, managers, responsabili area HR).

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Strumenti di sviluppo organizzativo: il sistema premiante

Sistema premiante come strumento di miglioramento generale di performance ed efficienza delle risorse umane.

### Contenuti

- La centralità delle persone per la creazione di valore nelle aziende
- La gestione per obiettivi e risultati:
  - Gli indicatori di performance
- Impostazione di un sistema premiante
- Finalità di un sistema premiante e fasi di realizzazione
- Il ruolo della comunicazione interna

### Destinatari

E' rivolto a chi gestisce risorse umane (imprenditori, managers, responsabili area HR).

### Durata

La durata del corso è di 8 ore.

## Comunicazione interna

Una buona comunicazione interna è indispensabile per accelerare lo sviluppo dei processi, permettere di gestire percorsi legati ai cambiamenti organizzativi e sviluppare una cultura aziendale comune. Il corso fornisce le competenze necessarie a favorire la diffusione e la condivisione del sapere aziendale, sostenendo i processi di integrazione e favorendo il senso di appartenenza all'azienda.

### Contenuti

- Principi, mission e obiettivi della comunicazione interna
- Comunicazione interna come leva gestionale
- Strategia di comunicazione interna
- Comunicazione interna e change management: comunicare il cambiamento
- Carta dei valori, progetto d'azienda, mission statement
- Favorire la comunicazione orizzontale
- Aumentare la motivazione e il coinvolgimento del personale
- Il piano di comunicazione interna
- Analisi dello scenario
- Definizione degli obiettivi in riferimento alla mission e alla strategia aziendale
- Definizione dei contenuti
- Scelta dei mezzi e degli strumenti in base a diversi criteri
- Definizione delle attività: azioni, media mix, integrazione con altri sistemi di comunicazione
- Gestione e condivisione del piano di comunicazione interna
- Pianificare azioni e responsabilità
- Definire un planning delle attività
- Verifica degli effetti della comunicazione interna
- Strumenti per la valutazione del feedback
- Controllo finale a breve/lungo termine

### Destinatari

E' rivolto a tutto il personale di una azienda.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Leadership e delega

Due fondamentali competenze / capacità di chi è chiamato responsabilmente a gestire risorse umane risiedono proprio nella capacità di gestione delle stesse che altro non è se non la leadership ed anche nella capacità e volontà di saper delegare efficientemente ed efficacemente.

L'esercizio della delega è la sostanza della gestione di una organizzazione aziendale e pertanto saper delegare non è dote naturale ma un qualcosa che si impara abbandonando l'idea del perfezionismo e del potere per il potere.

### Contenuti

- La leadership
- Elementi della leadership
- Comparazione tra i diversi stili di leadership
- Comportamenti e stili di leadership
- Effetti e stili di leadership
- L'ambiente e l'individuo
- Il percorso verso la responsabilizzazione
- Il potere decisionale
- Definizione e processo di delega
- Come avviene la delega
- I fattori della delega
  - Potere
  - Autorità
  - Responsabilità
- Perché delegare
- Perché non si delega
- La delega quale generatore di fiducia
- Come delegare
- I vantaggi della delega

### Destinatari

E' rivolto a chi gestisce risorse umane (imprenditori, managers, responsabili area HR).

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Tecniche di selezione e valutazione del personale

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti gli strumenti per saper gestire il processo di valutazione delle risorse umane attraverso le metodologie più testate per approcciare gruppi da analizzare e valutare, al fine di giungere ad una coerente attribuzione di ruoli e di percorsi di sviluppo.

### Contenuti

- Selezione: aspetti pratici
- Identificazione dei parametri di riferimento della posizione
- Fonti e meccanismi di reclutamento
- Selezione: metodologie e tecniche
- Le prove soggettive e le prove di gruppo
- Dal profilo all'indagine delle skills
- Dal ruolo alla persona
- Il colloquio: fasi, metodologie, uso delle domande, gestione della relazione, aree di indagine
- Il reclutamento; individuazione delle fonti e scelta degli strumenti per il reclutamento
- Il pre-screening e lettura del curriculum vitae
- La valutazione delle risorse umane
- La valutazione come strumento per il miglioramento
  - Oggettività e trasparenza dei criteri della valutazione
  - Partecipazione del valutato
  - Valutazione come espressione essenziale della funzione gestionale
  - L'autovalutazione come presupposto e come obiettivo del sistema valutativo
  - Connessione con il sistema di gestione della qualità
- Strumenti
  - Analisi descrittiva delle attività
  - Il percorso di crescita e sviluppo
  - Il modello auto-valutativo del personale

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente a Responsabili delle Risorse Umane, Responsabili del processo di valutazione del personale, Responsabili di gruppi di progetto.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore.

## Problem solving e decision making

Affrontare un problema attraverso il giusto approccio e la corretta strategia, prendendo la miglior decisione possibile è una capacità indispensabile in ogni organizzazione.

Il corso fornisce gli strumenti per attuare una corretta strategia di problem solving & decision making, che porterà a diversi impatti positivi: il miglioramento della comunicazione interna, la riduzione dei carichi di lavoro, la diminuzione dei costi, una maggiore efficienza organizzativa nel suo complesso

### Contenuti

- Analisi della situazione
  - Analisi delle preoccupazioni
  - Messa in evidenza delle preoccupazioni
  - Separazione delle preoccupazioni in seno a situazioni complesse
  - Come stabilire le priorità
  - Localizzazione delle preoccupazioni
  - Confronto dibattito
- Analisi del problema e dei problemi potenziali
  - come stabilire le cause possibili
  - come verificare le cause più probabili
  - la determinazione dei punti critici
  - Confronto dibattito
- Analisi della decisione
  - come determinare lo scopo della decisione
  - come stabilire gli obiettivi, i risultati e le risorse da utilizzare
  - come effettuare la scelta finale
  - Role playing

### Destinatari

E' rivolto prevalentemente a Responsabili delle varie aree.

### Durata

La durata del corso è di 16 ore