

Piani Territoriali



*La sperimentazione del
Progetto PMI nelle
Marche con i piani
territoriali di SCENA*

Obiettivi

Fondirigenti, fondo interprofessionale per la formazione continua dei dirigenti, ha lanciato per il 2012 la sperimentazione del Progetto PMI, nato per impulso della Piccola Industria di Confindustria e di Federmanager, che ha come obiettivo la crescita delle piccole e medie imprese, attraverso la presenza di maggiore managerialità, in termini di cultura e capacità organizzative e gestionali, diffuse ai diversi livelli.

Nelle Marche le Parti Sociali, Confindustria Marche e Federmanager Marche, propongono ai manager occupati un ricco programma formativo che abbraccia diversi ambiti:

- ✓ **Credito e Finanza strategica**
- ✓ **Organizzazione e Lean Production**
- ✓ **Alleanze strategiche**
- ✓ **Internazionalizzazione.**

Per ogni ambito è stato messo a punto un piano formativo specialistico, comprendente un percorso di approfondimento, articolato in 4 giornate formative: 3 moduli di 8 ore ognuno (dalle ore 9:00 alle 18:00) e un workshop finale di 5 ore (dalle ore 14:00 alle 19:00). Per massimizzare l'efficacia del processo di apprendimento in aula ogni modulo sarà riproposto in una seconda data.

Possono iscriversi le aziende aderenti a Fondirigenti, che abbiano sedi nelle Marche e operino nell'ambito della **Filiera allargata della Domotica Integrata** (dove rientrano anche le Grandi Imprese), comprendente settori come Meccanica, Elettronica, Legno-Arredamento, Building Automation, Wellness, Cantieristica navale, Intrattenimento & Servizi.

Modalità di partecipazione

La partecipazione è gratuita e finanziata con risorse messe a disposizione da Fondirigenti. L'iniziativa è riservata ai dipendenti di tutte le PMI e le GI della filiera sopra descritta, che sono inquadrati come dirigenti, quadri e giovani ad alto potenziale occupanti posizioni di rilievo manageriale. Si precisa che le trasferte e il costo del lavoro sono a carico delle aziende di appartenenza.

Ogni azienda interessata ad iscriversi è chiamata a compilare:

- la scheda di adesione con i dati anagrafici dell'azienda, con allegata la dichiarazione del rappresentante legale;
- la scheda con i dati dei dipendenti in formazione e le date prescelte per le iniziative di proprio interesse (una scheda per ogni dipendente);
- il questionario di analisi del fabbisogno distinto per ogni piano sulla base dell'ambito tematico di riferimento.

Per ogni altra informazione contattare via email la segreteria organizzativa all'indirizzo: fondirigenti@confindustria.marche.it



SCENA Atti VIII e XIII PEOPLE MANAGEMENT

Lo sviluppo del personale è un fattore chiave per le aziende che fondano il proprio valore sul capitale intellettuale o che vogliono stare al passo con l'innovazione tecnologica e i cambiamenti nell'organizzazione del lavoro. In questa ottica il piano si propone di investire sulle competenze dei manager per aiutarli a interpretare i comportamenti propri e altrui; progettare e implementare strumenti concreti di gestione e indirizzo della prestazione lavorativa dei propri collaboratori; individuare azioni e soluzioni gestionali concrete per il raggiungimento degli obiettivi aziendali; motivare concretamente i propri collaboratori, delegare, gestire il cambiamento, sostenere, incentivare e ricompensare le prestazioni lavorative. Oggi i leader efficaci denotano sempre più la capacità di saper esprimere le loro valutazioni ogni volta che è richiesto: valutazioni ad ampio spettro su strategia e persone e valutazioni da effettuare con tempestività e determinazione in momenti di crisi. Contestualmente manifestano il coraggio di farsi carico anche delle conseguenze di una situazione non perfetta e il desiderio di incoraggiare la leadership ad ogni livello dell'organizzazione.

Programma

La gestione dei conflitti e delle relazioni nel team di lavoro, la comunicazione interpersonale, l'equilibrio tra vita lavorativa ed emotiva per sé e i propri collaboratori sono solo alcuni aspetti del People Management. Gli obiettivi formativi degli interventi sono:

- rafforzare e sviluppare la leadership personale e le abilità di comunicazione;
- comprendere l'importanza di una vision personale motivante e sfidante;
- valorizzare il proprio potenziale per sviluppare atteggiamenti mentali positivi e vincenti;
- sviluppare la motivazione e un forte spirito di squadra per raggiungere obiettivi non comuni;
- definire i valori, le aspettative e le regole di base di una squadra vincente.

*Come far leva sulla
motivazione per
raggiungere
l'eccellenza della
performance*

Workshop 12/09/2012

SPORT & COACHING

Lo sport e la formazione, la squadra e l'azienda, due mondi apparentemente distanti ma uniti da obiettivi sempre impegnativi e sfidanti. Battere l'avversario o la concorrenza, motivare una squadra o il proprio team, creare unione e collaborazione, ottenere la vittoria o raggiungere gli obiettivi organizzativi sono solo alcuni dei parallelismi che accomunano sport e formazione con un unico risultato da perseguire: il successo. L'intervento formativo sarà ospitato dalla Rotonda a Mare di Senigallia.

Relatori: Beatrice Bauer (SDA Bocconi) e Arrigo Sacchi (ex allenatore di calcio)

Workshop 28/11/2012

IL VALORE DELLE RISORSE UMANE QUALE VOLANO PER LA CRESCITA DELL'IMPRESA

L'incontro vuole essere approfondire il tema dell'Intelligenza Emotiva quale motore per l'attivazione del modello di "Leadership risonante" e il conseguente miglioramento delle performance manageriali. È noto come la risonanza sia l'abilità di orientare le emozioni del gruppo in senso positivo, facendo emergere il meglio da parte di ciascun membro. Sappiamo anche che, quando il gruppo si muove all'unisono con l'entusiasmo e l'energia del capo, migliorano i risultati sul lavoro. Quanto maggiore è la risonanza tra le persone, tanto meno statiche saranno le loro interazioni. Questa abilità del leader nel gestire ed orientare tali emozioni in modo da guidare il gruppo verso il raggiungimento dei suoi obiettivi dipende dal livello di Intelligenza Emotiva, che il capo mette nella gestione dei suoi collaboratori. Sarà questo l'oggetto di discussione che porterà i partecipanti a capire da dove partire per implementare un qualsiasi cambiamento organizzativo. L'intervento formativo sarà ospitato dalla Rotonda a Mare di Senigallia.

Relatori: Richard Boyatzis (USA) e Franco Ratti

SCENA Atto IX

CREDITO E FINANZA STRATEGICA

È un percorso che va dall'ottimizzazione del controllo di gestione alle strategie per ottenere credito dalle banche. L'obiettivo è quello di supportare la crescita dimensionale dell'impresa, sia in termini di processi di ampliamento delle proprie aree di azione che in termini di sviluppo di nuove competenze, organizzative ed individuali. Ciò al fine di gestire ed operare su una scala di maggiori dimensioni, mediante l'acquisizione di strumenti tecnico-gestionali utili all'organizzazione per affrontare le problematiche emergenti nel momento in cui il vertice strategico si pone obiettivi di ampliamento delle dimensioni aziendali, sia in termini di mercati di riferimento che di strutture organizzative.

Programma

Ottimizzare la gestione economico-finanziaria e strategica dell'impresa è la principale finalità del piano che comprende 4 interventi formativi, di cui 3 seminari di una giornata (duplice edizione) e un workshop finale, che si terranno presso istituti bancari marchigiani, in partnership con la SDA Bocconi.

Modulo 1 FINANCE FOR NON-FINANCIAL MANAGER

17/09/2012 (1°ediz.)

Macerata (MC) presso Banca Marche

18/09/2012 (2° ediz.)

Fano (PU) presso BCC

Obiettivo del seminario è trasferire e sviluppare le abilità economiche e finanziarie che sono oggi una componente indispensabile della strumentazione di coloro che sono chiamati a decidere in azienda. I contenuti dell'intervento sono studiati in particolare per i manager che, per il ruolo e per la posizione ricoperta, sono direttamente coinvolti nei processi decisionali chiave all'interno dell'azienda e ne condizionano i risultati.

Relatore: Federico Pippo, SDA Bocconi (Milano)

Modulo 2 RISK MANAGEMENT

1/10/2012 (1°ediz.)

Jesi (AN) presso Banca Marche

2/10/2012 (2°ediz.)

Jesi (AN) presso Banca Popolare Ancona

Obiettivo del seminario è discutere le metodologie di Risk Assessment finalizzate alla progettazione dei sistemi di controllo interno. Il risk management ha una natura interdisciplinare e diversi ambiti di applicazione. Partendo da questo presupposto, l'intervento affronta le tematiche del rischio strategico, operativo e legale da un punto di vista manageriale e gestionale e approfondisce i concetti di rischio, analisi quantitativa e finanziaria e governance aziendale.

Relatori: Livatino e Tagliavini, SDA Bocconi (Milano)

Modulo 3 EFFICIENZA E CONTENIMENTO DEI COSTI

17/10/2012 (1°ediz.)

Civitanova Marche (MC) presso BCC

18/10/2012 (2°ediz.)

Jesi (AN) presso Banca Popolare Ancona

Focalizzarsi sull'importanza della componente economica nelle decisioni operative allo scopo di progettare, implementare, utilizzare strumenti di calcolo e analisi dei costi. Saper monitorare i costi aziendali, capirne le determinanti e riuscire a governarle è diventata una delle condizioni di sopravvivenza in molti ambiti settoriali, in cui la relazione prezzo-costi presenta delle difficoltà di comprensione, da un lato, e dei margini di manovra sempre più stretti dall'altro.

Relatore: Marco Morelli, SDA Bocconi (Milano)

Workshop RAPPORTO TRA CREDITO E FINANZA

22/11/2012

Ancona presso Confindustria Ancona

Momento di confronto tra il mondo della corporate finance e quello del credito: viene proposta una riflessione sulle più attuali tecniche di valutazione d'azienda per l'identificazione dei principali errori di stima. La gestione efficace delle risorse finanziarie oggi si riassume in due linee di azione: capacità di prevedere gli scenari futuri e capacità di ridurre il costo del capitale a debito e il rischio ad esso connesso. In un contesto internazionale è fondamentale l'adattabilità: acquisire tutti gli strumenti per essere flessibili a variazioni non solo di tassi e cambi, ma anche delle strategie di mercato e parametri di valutazione del merito creditizio.

Relatore: Marco Bigelli, Università di Bologna

Percorso che va dal controllo di gestione alle strategie per ottenere credito dalle banche

SCENA Atto X

ORGANIZZAZIONE & LEAN PRODUCTION

È un percorso che mira a diffondere la conoscenza su principi e strumenti del Lean Management applicati alle aree aziendali (general management, gestione della produzione e delle operations, gestione dei processi indiretti, organizzazione e gestione risorse umane, pianificazione e coordinamento delle attività) e promuovere l'innovazione attraverso azioni volte all'acquisizione di strumenti funzionali alla gestione consapevole dell'innovazione in tutte le sue dimensioni, al fine di sviluppare comportamenti che consentano di governare efficacemente le relazioni con il mercato e si riflettano anche sui processi innovativi inerenti il prodotto e il sistema organizzativo della Supply Chain.

Programma

Il piano si propone di illustrare un modello logistico/produttivo molto più adeguato alla moderna realtà di un mercato globale, incredibilmente differenziato e volubile, e descrivere il funzionamento operativo di metodi consoni a questa visione, sia nella logistica produttiva e degli approvvigionamenti, sia in quella distributiva. Il piano comprende 4 interventi formativi, di cui 3 seminari di una giornata (duplice edizione) e un workshop finale, che saranno ospitati da aziende del territorio, in partnership con Federmanager Academy.

Percorso che applica la logica Lean al sistema organizzativo della Supply Chain

Modulo 1 VALUTARE LE MIGLIORI STRATEGIE DI ACQUISTO

27/09/2012 (1°ediz.) Civitanova Marche (MC) presso Falc Spa (Fontezoppa)

28/09/2012 (2°ediz.) Urbino (PU) presso Benelli Armi Spa

Obiettivo del seminario è trasferire un'impostazione appropriata delle politiche di acquisto e gestione delle relazioni con la fornitura, che ha impatti sia sull'efficienza di breve termine, sia sulla sostenibilità della strategia di sviluppo e crescita dell'impresa nel medio-lungo periodo.

Relatori: Andrea Coccia e Gaetano Ricci, Federmanager Academy (Roma)

Modulo 2 IMPLEMENTARE UN SISTEMA LOGISTICO INTEGRATO

22/10/2012 (1°ediz.) Civitanova Marche (MC) presso ICA Spa

23/10/2012 (2°ediz.) Montemaggiore al Metauro (PU) presso Schnell Spa

Obiettivo del seminario è trasferire la prospettiva sistemica (System Thinking) di integrazione a monte e a valle del flusso dei processi in tutte le fasi che concorrono alla realizzazione del prodotto, condividere conoscenze utili per integrare i processi a livello intra e interaziendale, adottare un'ottica interfunzionale nell'analisi e risoluzione dei problemi e comprendere l'impatto sui risultati economico-finanziari determinato dalle scelte compiute nel programma dell'azione manageriale nella gestione della Supply Chain.

Relatore: Alfredo Angrisani, Federmanager Academy (Roma)

Modulo 3 OTTIMIZZARE LA GESTIONE DELLE SCORTE

12/11/2012 (1°ediz.) Monteprandone (AP) presso MAG Mecaer Aviation Group

13/11/2012 (2°ediz.) Chiaravalle (AN) presso M.I.T. Spa

Obiettivo del seminario è quello di analizzare gli strumenti di gestione d'impresa coerenti con l'approccio snello, introducendo il concetto di azienda che sperimenta e apprende, partendo dalla conoscenza del proprio contesto competitivo e dall'individuazione di un chiaro percorso strategico. Gli elementi di management e controllo di gestione vanno adattati alla visione di un'organizzazione per processi, dove la capacità di gestire il flusso delle attività in modo continuo e con basso impiego di capitale circolante diventa una caratteristica distintiva del modello.

Relatore: Maurizio Bertuzzi, Federmanager Academy (Roma)

Workshop ORGANIZZARE IN UNA LOGICA DI LEAN THINKING

20/11/2012 San Benedetto del Tronto (AP) presso Confindustria Servizi Srl

Momento di confronto che si focalizzerà sugli aspetti strategici dell'assetto produttivo e sulle logiche di gestione e pianificazione della produzione per rispondere al meglio alle esigenze di soddisfazione dei clienti, di flessibilità ed economicità delle Operations.

Relatore: Mario Gibertoni, Federmanager Academy (Roma)

SCENA Atto XI ALLEANZE STRATEGICHE

Nell'attuale scenario competitivo, caratterizzato dal fenomeno sempre più marcato della globalizzazione, le alleanze acquisiscono un valore strategico molto importante. Tuttavia, la maggior parte delle imprese è ancora riluttante verso questo tipo di strategia, dimostrando di non essere in grado di portarla avanti con successo, specie le PMI che, malgrado l'entusiasmo iniziale, si sono perse poi per strada. In presenza di mercati stabili e poco competitivi la perdita di controllo mette in grave difficoltà l'azienda. Al contrario, quando lo scenario è in continua evoluzione, i mezzi tecnologici si diffondono sempre più rapidamente e si verifica per effetto della globalizzazione un'uniformità nei comportamenti e negli stili di vita dei clienti facendo convergere gusti e bisogni relativamente a qualità, prezzo e design dei prodotti: oggi diventa indispensabile considerare l'opportunità di un'alleanza nelle scelte strategiche aziendali.

Programma

Il piano esplora il tema delle alleanze strategiche sotto l'aspetto commerciale di orientamento al business, con particolare focus sulle strategie di marketing in contesti in veloce cambiamento. Vi sono compresi 4 interventi formativi, di cui 3 seminari di una giornata (duplice edizione) e un workshop finale, che saranno ospitati da aziende del territorio, in partnership con la SDA Bocconi.

*Percorso che pone la
strategia dell'alleanza
al centro della
creazione del Valore*

Modulo 1 TECNICHE DI POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

25/09/2012 (1°ediz.) Monte San Vito (AN) presso Tecno Plast Group Srl

26/09/2012 (2°ediz.) Civitanova Marche (MC) presso Eurosuole Spa

Finalità del seminario è trasferire conoscenze sugli approcci e strumenti di marketing necessari per valorizzare le potenzialità delle idee e porsi obiettivi raggiungibili in funzione delle risorse. Rafforzare le conoscenze individuali nella definizione delle strategie di business anche in un contesto economico ipercompetitivo e sviluppare le capacità market driving per sostenere i giochi di posizione, movimento e imitazione sono gli obiettivi formativi.

Relatore: Andrea Lanza, SDA Bocconi (Milano)

Modulo 2 ALLEANZE STRATEGICHE PER L'IMPRESA GLOBALE

11/10/2012 (1°ediz.) Montelupone (MC) presso Teuco Guzzini Spa

12/10/2012 (2°ediz.) Pesaro presso Baia Flaminia Resort

Obiettivo del seminario è sviluppare la comprensione e l'applicazione di tecniche avanzate di Competitive Intelligence (analisi di reti competitive, competence intelligence, competitive strategic map, networked scorecard, ecc.) e di partner intelligence (analisi dei rischi derivanti da fornitori, partner e canali distributivi, identificazione di potenziali target per operazioni di alleanze strategiche e di mergers & acquisitions).

Relatore: Carlo Alberto Carnevale Maffè, SDA Bocconi (Milano)

Modulo 3 FRONTIERE DEL WEB MARKETING

9/11/2012 (unica edizione) Tolentino (MC) presso Poltrona Frau Spa

Obiettivo del seminario è fornire una visione d'insieme di come cambia il marketing e la comunicazione con i clienti attraverso l'uso dei nuovi media e del web 2.0. In questi nuovi spazi mobili, sociali e aumentati, le relazioni tra imprese e consumatori, e tra i consumatori stessi, non sono inquadrabili semplicemente in una prospettiva di multicanalità o cross-medialità, ma in un "ubiquitous marketing e ubiquitous branding", dove le esperienze di marca sono vissute non in parallelo, ma come brani della stessa storia, raccontati collaborativamente da imprese e consumatori.

Relatore: Andreina Mandelli, SDA Bocconi (Milano)

Workshop SOCIAL MEDIA MARKETING

15/11/2012 Civitanova Marche (MC) presso Hotel Miramare

Momento di confronto in cui si intende fornire una visione di insieme sulle reti digitali (pc-based e mobile) e i social media, che stanno cambiando il marketing e la comunicazione aziendale, e quindi le relazioni di brand e gestione della reputazione aziendale. Il cambiamento verso un modello di Enterprise 2.0 è già in atto: accogliere questa evoluzione o negarla sarà strategico e determinante per manager ed aziende.

Relatore: Guido Di Fraia, Università IULM (Milano)

SCENA Atto XII INTERNAZIONALIZZAZIONE

È un percorso che va ad approfondire le strategie di internazionalizzazione perseguibili, vista la galoppante crescita dei “paesi emergenti” e i veloci cambiamenti in atto nell'economia globale. La crisi dei paesi ricchi coesiste con un fortissimo ritmo di crescita dei nuovi mercati (BRICs e dintorni), ma si tratta di un fenomeno dualistico, di destabilizzazione indotta dagli squilibri tra due motori diversi dello sviluppo. C'è differenza tra crisi e transizione: la prima suggerisce l'idea di ripristinare l'equilibrio pre-crisi come obiettivo da realizzare; la seconda induce ad usare la crisi come transizione verso un nuovo paradigma produttivo, un nuovo modo di generare valore. La crisi è un cantiere in cui si de-costruisce il vecchio edificio e con quei materiali si ricostruisce il nuovo. La crisi non segna solo il crollo del vecchio sistema, ma è anche il percorso attraverso cui si costruisce il nuovo.

Programma

Il piano prevede un percorso tecnico-specialistico che va dall'analisi dei mercati dei Brics quali spazi emergenti per crescere alle strategie di networking da implementare a livello internazionale; comprende 4 interventi formativi, di cui 3 seminari di una giornata (duplice edizione) e un workshop, che saranno ospitati presso aziende del territorio.

Modulo 1 VALUTARE LE STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

20/09/2012 (1° ediz.)

Ancona presso CRN Spa

21/09/2012 (2° ediz.)

Ascoli Piceno presso Elantas Italia Srl

Obiettivo del seminario è discutere le principali strategie di internazionalizzazione, fornire le coordinate principali e le chiavi di lettura per pensare al proprio percorso allo scopo di valutare i pro e contro delle prassi oggi più diffuse (realizzare più ampie economie di scala vendendo a più clienti in altri paesi; ridurre il rischio di eccessiva dipendenza da un paese distribuendo le vendite su più paesi; replicare il successo in nuovi contesti).

Relatore: Alessandro Baroncelli, Università Cattolica (Milano)

Modulo 2 INNOVAZIONE PER LO SVILUPPO INTERNAZIONALE

14/11/2012 (unica edizione)

Angeli di Rosora (AN) presso Loccioni Group

Obiettivo del seminario è fornire una lente di ingrandimento nuova per riflettere sul concetto di innovazione e legarlo a quello di internazionalizzazione, per aprire così nuove prospettive di business. L'allargamento dello spazio competitivo impone la capacità di leggere il mercato più profondamente, assumendo un atteggiamento più aperto e ricettivo, in termini soft di comprensione di cultura, valori, comportamenti delle altre popolazioni e in termini hard di tecnicità: ricerche di mercato, segmentazione, targeting, posizionamento ed analisi competitiva.

Relatore: Eleonora Cattaneo, SDA Bocconi (Milano)

Modulo 3 VALORIZZARE LE RELAZIONI NELLA SUPPORT ECONOMY

19/10/2012 (1° ediz.)

Montelupone (MC) presso Eko Music Group Spa

16/11/2012 (2° ediz.)

Senigallia (AN) presso Fiorini Industrial Packaging Spa

Obiettivo del seminario è trasferire strumenti per mettere in luce i risultati di carattere reddituale, competitivo e sociale derivanti dall'adozione di un modello di business improntato alle relazioni. Alle aziende è richiesto di agire con attenzione e responsabilità, qualità e rispetto. Agire “sostenibile” non è solo uno slogan, ma un modo di ripensare il business in un'ottica di differenziazione, innovazione, crescita. Il nuovo approccio non si traduce solo in azioni di Corporate Social Responsibility, ma in sforzi e investimenti che producano risultati misurabili nel medio-lungo periodo e di valore per l'azienda e il suo ecosistema.

Relatore: Renato Fiocca, Università Cattolica (Milano)

Workshop

LE SFIDE DEI NUOVI PAESI EMERGENTI

26/11/2012

Pesaro presso Confindustria Pesaro Urbino

Le imprese, le persone e i territori hanno bisogno di un sostegno immediato nel “gioco del cerino” che la crisi ha innescato nel rapporto con le banche, la Pubblica Amministrazione, il fisco, i grandi fornitori e clienti, la forza lavoro, ecc. Per uscire dalla logica di pura sopravvivenza, bisogna avere chiara anche la prospettiva strategica: le imprese possono avvantaggiarsi se capiscono meglio e il senso del cambiamento in corso, traducendolo in innovazioni nei modelli di business: il nuovo paradigma competitivo è il capitalismo globale della conoscenza.

Relatore: Enzo Rullani, Venice International University (Venezia)

*Percorso che pone
la Conoscenza
come driver per
uscire dalla crisi*

Piano Solidale SCENARI PER LE MARCHE

Finanziato dalle risorse "dormienti" del conto formazione di Fondirigenti, accumulate fino all'anno 2007 e non utilizzate dalle rispettive aziende entro il periodo previsto, il Piano Solidale del 2012 dal titolo "SCENARI PER LE MARCHE" ha come tema di sviluppo il futuro, costruito sulla base del presente e visto con gli occhi di domani. Mese dopo mese, la discutibile gestione della crisi da parte dei vertici dell'Eurozona accresce i rischi recessivi per il continente europeo, offuscando indirettamente le prospettive macroeconomiche globali. Le prospettive del ciclo economico nell'area euro sembrano ormai legate a doppio filo all'evoluzione della crisi del debito. Le misure di stabilizzazione sono lente, poco credibili e talora perfino controproducenti. Obiettivo formativo è dunque quello di approfondire la conoscenza delle caratteristiche degli scenari che potrebbero delinearsi nel prossimo futuro per capire il "villaggio globale" in cui oggi si muovono individui ed organizzazioni, ripensando a come "ristrutturare" le relazioni.

Programma

Il piano solidale comprende due interventi formativi, della durata di mezza giornata ognuno (dalle ore 14:00 alle 19:00), che tratteranno tematiche di grande attualità per le imprese del territorio adottando prospettive di indagine complementari per avere una visione strategica di scenario, quali:

- 1) Sociologica - Cosa succede nelle organizzazioni nelle relazioni interpersonali?
- 2) Macroeconomica - Cosa succede fuori dalle organizzazioni nel quadro geopolitico?

Percorso che pone il tema della Fiducia alla base di ogni relazione, dalle persone ai mercati

Workshop 5/10/2012

L'EVOLUZIONE DELLA CULTURA ORGANIZZATIVA NELLE IMPRESE E L'ECOLOGIA DELLE RELAZIONI

Obiettivo dell'incontro è offrire spunti di riflessione e approfondimento sulla dimensione umana delle relazioni lavorative e sulla necessità di umanizzare la cultura organizzativa diffusa nelle imprese per cogliere la sfida della "umanità" quale chiave di volta per superare la crisi, rivitalizzando l'entusiasmo e la motivazione aziendale, e per guardare con intelligenza emotiva allo sviluppo delle relazioni interpersonali. Se il mondo del business, cadute molte barriere di tempo e spazio, si muove secondo schemi e linguaggi progressivamente più uniformi ed interconnessi, la grande sfida per i manager è oggi rappresentata dalla capacità di convivere - e progredire - con le diversità, non solo linguistiche ma anche, e soprattutto, valoriali e culturali. È indispensabile che i manager ne conoscano le caratteristiche e che sviluppino la capacità di dialogare e interagire con esse.

Relatore: Domenico De Masi, Università La Sapienza (Roma)

Sede: iGuzzini Illuminazione Spa, via Mariano Guzzini n.37, 62019 Recanati (MC)

Workshop 26/10/2012

IL NUOVO SCENARIO COMPETITIVO: OPPORTUNITÀ E MINACCE

Obiettivo dell'incontro è fornire una nuova chiave di lettura per l'interpretazione degli scenari internazionali (nuove tendenze e prospettive future, di carattere congiunturale e strutturale, aree di possibili crisi, ecc.) in relazione agli assetti macroeconomici e finanziari che possono delinearsi nel mondo, in Europa e in Italia.

Oggi le misure adottate dalla BCE sono considerate potenzialmente sufficienti a garantire la stabilità del sistema finanziario nell'Eurozona, ma il clima di incertezza, l'inadeguatezza dei fondi europei e la mancanza di credibilità delle istituzioni non consentono di considerare del tutto eliminati i rischi. Lo scenario macroeconomico sarà soggetto a forti rischi al ribasso, in parte bilanciati dalla possibilità di un veloce miglioramento del clima di fiducia nel caso di rientro delle tensioni finanziarie, in parte accentuati dall'incidenza di altri fattori di rischio (politica fiscale americana, tensioni geopolitiche nell'area mediorientale, andamento insostenibile del debito pubblico in Giappone).

Relatori: Fiorella Kostoris Padoa Schioppa, Università La Sapienza (Roma) e Alberto Zazzaro, Università Politecnica delle Marche (Ancona)

Sede: Rettorato, Università Politecnica delle Marche, Piazza Roma n.22, Ancona



Organizzazione

ASSINDUSTRIA CONSULTING SRL

Via Curiel, 35 – 61121 Pesaro

Tel. 0721-3831

Fax 0721-383266

info@confindustria.pu.it



ASSINDUSTRIA SERVIZI SRL

Via Weiden, 35 – 62100 Macerata

Tel. 0733-27961

Fax 0733-279666

formazione@confindustriamacerata.it



CONFINDUSTRIA SERVIZI SRL

Sede Ascoli Piceno, Corso Mazzini, 151

Tel. 0736-273219 Fax 0736-273260

Sede San Benedetto del Tronto, Contrada San Giovanni snc

Tel. 0735-650814 Fax 0735-751125

vallone@confindustriaservizi.ap.it



SO.GE.S.I. SRL

Via Roberto Bianchi snc – 60131 Ancona

Tel. 071-29048271

Fax 071-2866784

education@confindustria.an.it
