

FORMAZIONE 4.0

CATALOGO CORSI 2022

CONTATTI:



f @ in t v

✉ consulenza@timevision.it

🌐 www.timevision.it



Time Vision



Agenzia per il Lavoro e la Formazione

Accreditata in Regione **Campania**, Regione **Puglia** e Regione **Lombardia**. Autorizzata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.



Formazione



Consulenza



Lavoro





1. Big data e analisi dei dati per marketing e vendite

- Big data in azienda
- CRM 4.0 Marketing Automation e Gestione Clienti
- Ecosistema marketplace
- Business intelligence e analisi predittiva dei dati
- Le nuove frontiere del marketing: viral marketing & marketing automation

2. Cybersecurity

- Cybersecurity, monitoraggio e analisi
- Network Security
- Tecniche pratiche di hacking per dipendenti

3. Tecnologie cloud

- Principi di base e contesti d'uso delle tecnologie cloud
- Cloud e Fog computing

4. Integrazione digitale dei processi aziendali

- Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: Web marketing e social media marketing (base)
- Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: Web marketing e social media marketing (avanzato)
- Gestire l'innovazione nell'era di industry 4.0



- Lean & smart organization
- Lean & smart production
- Logistica 4.0
- Funzioni avanzate di excel per progettazione e gestione di report dinamici
- Benessere organizzativo nella smart factory
- Il cantiere digitale: dal BIM all'IoT
- Servizi e funzionalità SPID
- Perizia giurata per credito d'imposta per l'Industria 4.0
- Digital export manager
- La gestione del magazzino automatizzato
- Lead generation
- Integrazione digitale dei processi aziendali
- Social media strategy & SEO
- Prototipazione rapida

- Progettazione di sistemi informatici
- Ecosistemi industriali

5. Interfaccia uomo-macchina

- Il futuro dell'interazione uomo-macchina
- Robotica avanzata e collaborativa

6. Internet delle cose e delle macchine

- Introduzione all'internet of things, AI e Blockchain
- Industria 4.0 e manutenzione predittiva
- Nuove tecnologie e procedure per la tracciabilità del prodotto nella distribuzione Agroalimentare

Formazione 4.0



La **Formazione 4.0**, agevolata attraverso il Credito d'imposta, rappresenta un'**opportunità di crescita** per dipendenti e imprese. Con questa misura è possibile dotarsi di **strumenti efficaci**, ma soprattutto delle **competenze adeguate** per migliorare la performance aziendale.

I corsi possono essere seguiti anche online, in modalità **FAD – Formazione A Distanza**. Time Vision offre un'esperienza approfondita nell'erogazione di contenuti formativi online e anche nello sviluppo di piattaforme dedicate.

Clicca qui e scopri come attivare il credito d'imposta Formazione 4.0



I vantaggi di Formazione 4.0 nel Decreto Aiuti



70%

di spese ammissibili per le piccole imprese
(nel limite di 300.000 €)

50%

di spese ammissibili per le medie imprese
(entro il limite di 250.000 €)

30%

di spese ammissibili per le grandi imprese
(con un limite di 250.000 €)



Big data e analisi dei dati per marketing e vendite

I **big data** sono una risorsa strategica di informazioni per ogni azienda, perché consentono di implementare **decisioni data driven** (guidate dai dati) e ottimizzare le performance aziendali.

La **lettura analitica dei dati** rappresenta, infatti, uno strumento fondamentale per la definizione di nuove strategie di vendita.

Estrarre, analizzare e utilizzare i big data è sempre più un vantaggio competitivo: per questo occorre apprendere competenze specifiche.

I corsi

- **Big data in azienda**
- **CRM 4.0 Marketing Automation e Gestione Clienti**
- **Ecosistema marketplace**
- **Business intelligence e analisi predittiva dei dati**
- **Le nuove frontiere del marketing: viral marketing & marketing automation**



Big data in azienda



Descrizione del percorso ed obiettivi

Analizzare e comprendere la centralità della corretta gestione dei big data in azienda. Questo l'obiettivo del corso che illustra, attraverso procedure comparative e specifiche applicazioni aziendali, gli esempi concreti di **big data** interessanti per le imprese e, soprattutto, il **loro giusto utilizzo**, in un'ottica di innovazione e trasformazione digitale. I dati del futuro – e in alcuni casi già di oggi – diventeranno il principale elemento abilitante di una enorme rivoluzione tecnologica se ben applicata.

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze acquisite riguarderanno:

- Analisi e definizione del concetto di big data e della loro importanza in azienda
- Conoscenza dei criteri di base di raccolta dei dati
- Corretta gestione del flusso dei dati
- Metodologie di analisi
- Comprensione e capacità di governare i cambiamenti tecnologici interni che derivano dalla gestione dei dati



Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 5 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- I Big Data dalla teoria alla pratica: esempi concreti del loro utilizzo in diversi contesti operativi
- Analisi comparativa delle fonti di big data: dai dispositivi connessi ai social network, ai satelliti e al web
- Metodologie di raccolta, gestione e analisi dei big data
- Come creare un processo efficace di gestione dei big data

CRM 4.0 Marketing automation e gestione clienti



Descrizione del percorso ed obiettivi

L'obiettivo del corso è **trasferire competenze tecnico-operative** per l'utilizzo del software gestionale CRM, per costruire un dialogo con il reparto IT, soprattutto in merito ai requisiti di un sistema informatico di relazione con il cliente, che sia conforme alla struttura aziendale e integrabile con gli altri sistemi già utilizzati.

Programma didattico

- Visione e strategia per un piano d'azione per essere e diventare un'azienda orientata al cliente
- I pilastri del CRM: dati e informazioni, tecnologie, processi e persone
- Dati e il customer database
- Sistemi IT

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze acquisite riguarderanno:

- Massimizzare la fedeltà del Cliente (Customer Loyalty);
- Progettare una Customer Experience di eccellenza per ottenere un vantaggio competitivo nuovo e duraturo;
- Definire un modello di Customer Relationship unico e segmentato;
- Differenziare gli approcci di relazione commerciale per ogni tipo di cliente (Buyer Persona); definire le specifiche del customer database per scegliere il CRM migliore; organizzare il dato e la comunicazione interna stabilendo il flusso e terminologie omogenee;

- Stabilire utenti con diritti e doveri, identificare la responsabilità del dato per evitare duplicazione, dimenticanze e confusione nella gestione del Cliente/Prospect.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 40 ore

Modalità: Formazione a distanza

Ecosistema marketplace



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso ha lo scopo di fornire informazioni sul funzionamento dei processi alla base dell'**ecosistema Marketplace**, partendo dall'esempio dei due colossi internazionali e generalisti come Amazon ed Ebay.

Con l'obiettivo di trarre importanti spunti sui motivi e le metodologie per la loro applicazione, ma anche sui benefici e vantaggi dovuti al loro utilizzo. È un percorso di crescita pratico basato sui solidi anni di esperienza dei docenti del corso stesso.

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze in uscita riguarderanno:

- Piena operatività nell'ecosistema Marketplace
- Capacità di impostare gli elementi primari per costruire le strategie di vendita
- Gestione delle vendite internazionali e dei relativi canali di comunicazione e promozione

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 14 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Elementi di base per la piena operatività dell'ecosistema Marketplace
- Strategie generali di vendita
- Pianificazione e gestione delle vendite internazionali
- Analisi specifiche dei singoli mercati esteri e delle loro peculiarità
- Focus su fatturazione e spedizioni
- Tecniche e strumenti per la massimizzazione delle vendite

Business intelligence e analisi predittiva dei dati



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso ha lo scopo di fornire informazioni sul funzionamento dei **processi alla base della cosiddetta intelligenza operativa** legata alla gestione e analisi dei dati, che, spesso si trovano in vari database e fogli di calcolo e sono solo in attesa di essere richiamati, ordinati e analizzati per informare i decisori all'interno dell'organizzazione.

L'obiettivo è trarre importanti spunti sul perché e dove applicare questi processi, sui benefici e vantaggi dovuti al loro utilizzo, sia in termini di gestione delle risorse coinvolte che di competitività aziendale.

Competenze in uscita

Le competenze che il corso svilupperà riguardano:

- L'analisi e la gestione dei dati in ingresso
- La conseguente attivazione della business intelligence o intelligenza operativa
- Comprensione dei processi virtuosi di costruzione dell'intelligenza operativa

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 5 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Strumenti di aggregazione, analisi e utilizzo dei dati
- Analisi predittiva dei dati
- Big data
- Scienza dei dati

Le nuove frontiere del marketing: viral marketing & marketing automation



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso complessivo di 15 ore è la **somma di due percorsi connessi tra loro**: una prima parte di analisi delle tecniche recenti di branding aziendale, come ad esempio il cosiddetto **Viral Marketing**, e una seconda parte più tecnica sui **sistemi CRM** per la gestione omnicanale delle aziende.

Questo corso è rivolto a tutte le aziende che operano su più canali, marketing e customer care, e che desiderano capire quali siano le basi pratiche per innovare i propri processi nella direzione del marketing basato sui dati. L'obiettivo del corso è aiutare le aziende nel

capire quali siano i migliori processi di utilizzo delle automazioni.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 17 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze sviluppate saranno le seguenti:

- Comprensione e analisi delle strategie di branding
- Studio del viral marketing
- Gestione del CRM e delle linee guida del marketing automation

Programma didattico

Viral marketing (5 ore)

- Nozioni base di Product Placement
- Analisi del linguaggio video per le politiche di branding aziendali
- Tecniche di realizzazione di “Fashion Films”

- Principi base per la creazione di campagne pubblicitarie d'impatto

Marketing automation (12 ore)

- Basi pratiche per l'innovazione dei propri processi nella direzione del marketing basato sui dati
- Strumenti professionali innovativi con sbocchi verso IA e data science
- Analisi delle automazioni: dal Marketing Omnicanale ai CRM di Mailing
- Le Chatbot per la gestione delle attività di cura del cliente

Cybersecurity

Dall'ultimo Rapporto Clusit emerge che **più del 50%** delle organizzazioni nel mondo ha subito un **cyber attacco** che ha generato: perdite economiche, sottrazione di informazioni sensibili, estorsioni di denaro, fino ad arrivare anche ai “**multiple targets**”, ovvero gli attacchi ad opera di uno stesso hacker verso numerosi obiettivi di natura diversa.

La sicurezza informatica rappresenta, quindi, una necessità primaria per l'azienda. Ma cosa significa **investire in cybersecurity**? Scegliere le tecnologie più avanzate non è sufficiente se non si possiedono le competenze adeguate per gestirle.

I corsi

- **Cybersecurity, monitoraggio e analisi**
- **Network Security**
- **Tecniche pratiche di hacking per dipendenti**



Cybersecurity monitoraggio ed analisi



Descrizione del percorso ed obiettivi

La capacità di presidiare i processi di rilevazione, analisi e monitoraggio delle **potenziali minacce alla sicurezza dei dati** e delle informazioni aziendali risulta fondamentale, in mondo sempre più interconnesso con strategie di hacking sempre più elaborate.

Il corso, di livello intermedio, illustrerà le principali tecnologie e procedure per la tutela della sicurezza dei dati sensibili.

Livello INTERMEDIO

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 40 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso formativo i corsisti saranno in grado di:

- Illustrare le disposizioni in merito alla tutela della privacy
- Definire i limiti e le modalità di pubblicazione dei dati personali e dei dati sensibili e il divieto di pubblicazione dei dati
- Descrivere i principi e le regole di tutela della privacy in relazione ai dati dell'azienda, dei clienti e dei fornitori
- Illustrare le modalità di conservazione e cancellazione sicura dei dati personali
- Definire le condizioni di sicurezza dei

dati e cyber security - standard, protocolli, certificazioni, sistemi di protezione per l'internet based-manufacturing

- Illustrare le tecnologie di difesa adoperabili per i dati aziendali
- Descrivere le procedure di tutela dell'azienda, nello specifico i principi applicativi

Programma didattico

- La tutela della privacy
- I limiti e le modalità di pubblicazione di dati personali e dati sensibili e il divieto di pubblicazione
- La tutela della privacy (i dati dell'azienda, dei clienti e dei fornitori)
- Le modalità di conservazione e cancellazione sicura dei dati personali;
- La sicurezza dei dati e cyber security (standard, protocolli, certificazioni, sistemi di protezione per l'internet based manufacturing)
- Le tecnologie di difesa
- La tutela dell'azienda, i principi applicativi



Descrizione del percorso ed obiettivi

Uno dei temi scottanti da quando esistono le reti per le telecomunicazioni è la **messa in sicurezza della trasmissione** delle informazioni.

I **breakthroughs** nel settore hanno permesso di abbattere le distanze che intercorrono fisicamente tra gli individui sparsi sul globo e di realizzare processi ed eventi che mai si sarebbero ritenuti possibili in epoche nemmeno troppo remote (es. videoconferenze tra utenti in continenti diversi).

Il presente corso mira a mettere in luce quelli che sono i **meccanismi alla base del funzionamento degli apparati tecnologici** che trasmettono informazioni, per poi indagare le dinamiche degli attacchi che minano il loro funzionamento e/o mettono a rischio i fruitori dei servizi.

Competenze in uscita

Il corso consentirà agli studenti di sviluppare competenze su:

- Meccanismi alla base del funzionamento degli strumenti di telecomunicazione
- Individuazione e analisi delle dinamiche degli attacchi
- Pianificazione di una strategia di messa in sicurezza della trasmissione dei dati.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 25 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Evoluzione e centralità delle telecomunicazioni
- Attuali applicazioni tecnologiche e digitali delle telecomunicazioni
- Elementi di base della strategia di messa in sicurezza della trasmissione delle informazioni
- Analisi degli strumenti di telecomunicazione e dei loro meccanismi
- Studio delle dinamiche di attacco

Tecniche pratiche di hacking per dipendenti



Descrizione del percorso ed obiettivi

Un'azienda può dotarsi di tutti i firewall più moderni e sicuri del mondo, ma se non istruisce i propri dipendenti sulle regole basilari di un qualsiasi **attacco di hacking** o di ingegneria sociale, non potrà mai definirsi sicura.

Le aziende possono difendersi dagli attacchi attraverso la **formazione del proprio personale** per riconoscere tali tipologie di attacchi e segnalare prontamente a per rimediare alle azioni lesive.

Attraverso questo corso, i discenti riconosceranno le diverse minacce alla sicurezza del computer e della rete, come: il **furto di identità**, le **frodi con carta di credito**, il **phishing** sui sistemi di home banking, i **virus e le backdoor**, le **truffe via email**, la perdita di informazioni confidenziali.

Il corso di formazione è rivolto a tutti i dipendenti di un'organizzazione che tratta dati sensibili e riservati.

Competenze in uscita

Al termine del percorso formativo, i discenti avranno acquisito le seguenti competenze:

- Approntare sistemi di difesa idonei a bloccare gli attacchi hacker;
- Imparare le procedure idonee ad identificare le minacce, risolvere le vulnerabilità dei sistemi informativi;
- Essere in grado di rispondere a qualsiasi incidente informatico;
- Raggiungere una conoscenza professionale delle tecniche e procedure legate alla sicurezza informatica.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 30 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Introduzione alla sicurezza informatica
- Securing operating systems
- Malwares e antivirus
- Malwares e antivirus
- Introduzione alla sicurezza informatica
- Securing operating systems
- Malwares e antivirus
- Sicurezza in internet
- Sicurezza e social network
- Sicurezza nelle comunicazioni a mezzo email
- Strumenti per la sicurezza su dispositivi mobile
- Sicurezza e cloud computing
- Sicurezza nelle connessioni di rete
- Data backup e disaster recovery

Tecnologie cloud

Per poter far fronte ai costanti cambiamenti del mercato, le aziende necessitano sempre più di un'**architettura IT flessibile**, in grado di mettere a disposizione risorse illimitate, ottimizzare i processi aziendali e favorire la condivisione e la disponibilità dei dati.

Per rispondere a queste necessità, il **cloud risulta essere la soluzione maggiormente adottata** con diverse finalità: utilizzato come semplice spazio di archiviazione, per sostituire la propria infrastruttura tecnologica, oppure per poter avere gli applicativi sempre a disposizione.

I corsi

- **Principi di base e contesti d'uso delle tecnologie cloud**
- **Cloud e Fog computing**



Principi di base e contesti d'uso delle tecnologie cloud



Descrizione del percorso ed obiettivi

In questo percorso sono illustrati i concetti di base del **cloud computing** e i possibili utilizzi per l'azienda.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 40 ore

Competenze in uscita

Al termine del percorso formativo i partecipanti avranno acquisito le seguenti competenze:

- Esplorare servizi di cloud computing comuni;
- Esplorare i vantaggi del cloud computing;
- Decidere il modello di distribuzione cloud migliore per le proprie esigenze.

Programma didattico

- Introduzione
- Che cos'è il cloud computing?
- Vantaggi del cloud computing
- Termini e requisiti di conformità
- Economie di scala
- Spese in conto capitale (capex) e spese operative (opex)
- Modelli di distribuzione cloud
- Tipi di servizi cloud

Cloud e Fog Computing



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di illustrare nel dettaglio la differenza e l'integrazione tra il **Cloud e il Fog Computing**. Lo sviluppo dei sistemi informativi basati sul paradigma di calcolo elettronico che va col nome di Cloud Computing ha, infatti, portato ad una rivoluzione che interessa tutti gli **ambiti ICT**.

Il **Fog Computing** è correlato al mondo Cloud in quanto è **un'architettura orizzontale**, a livello di sistema, utile a distribuire senza soluzione di continuità risorse e servizi di calcolo, oltre che immagazzinamento di dati.

Competenze in uscita

Le competenze in uscita sono le seguenti:

- Comprensione e gestione del Cloud computing
- Comprensione e gestione del Fog computing
- Gestione dei percorsi di comunicazione di dati e gestione del flusso di dati attraverso reti esterne ed interne all'azienda

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 21 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Analisi degli strumenti e dei servizi Cloud Computing
- Differenze e integrazioni tra Cloud e Fog Computing
- Analisi dei servizi Fog Computing: immagazzinamento di dati, controllo e funzionalità di rete
- Modalità di gestione dei dati nel Cloud Computing e Fog Computing
- Selezione e analisi dei dati in ingresso nel Fog Computing

Integrazione digitale dei processi aziendali

Come affrontare la Digital Transformation?

Digitalizzazione dei processi, modalità innovative di analisi dei dati, nuovi modelli di business e strumenti in grado di rendere più competitiva la tua impresa: per fare tutto questo, è necessario possedere le competenze giuste.

L'integrazione dei processi digitali all'interno di ogni business ha bisogno di un nuovo approccio culturale orientato al cambiamento e alla costante innovazione.

I corsi

- **Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: Web marketing e social media marketing (base)**
- **Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: Web marketing e social media marketing (avanzato)**
- **Gestire l'innovazione nell'era di industry 4.0**
- **Lean & smart organization**
- **Lean & smart production**
- **Logistica 4.0**

Integrazione digitale dei processi aziendali

Come affrontare la Digital Transformation?

Digitalizzazione dei processi, modalità innovative di analisi dei dati, nuovi modelli di business e strumenti in grado di rendere più competitiva la tua impresa: per fare tutto questo, è necessario possedere le competenze giuste.

L'integrazione dei processi digitali all'interno di ogni business ha bisogno di un nuovo approccio culturale orientato al cambiamento e alla costante innovazione.

I corsi

- **Funzioni avanzate di excel per progettazione e gestione di report dinamici**
- **Benessere organizzativo nella smart factory**
- **Il cantiere digitale: dal BIM all'IoT**
- **Servizi e funzionalità SPID**
- **Perizia giurata per credito d'imposta per l'industria 4.0**
- **Digital export manager**
- **La gestione del magazzino automatizzato**

Integrazione digitale dei processi aziendali

Come affrontare la Digital Transformation?

Digitalizzazione dei processi, modalità innovative di analisi dei dati, nuovi modelli di business e strumenti in grado di rendere più competitiva la tua impresa: per fare tutto questo, è necessario possedere le competenze giuste.

L'integrazione dei processi digitali all'interno di ogni business ha bisogno di un nuovo approccio culturale orientato al cambiamento e alla costante innovazione.

I corsi

- Lead generation
- Integrazione digitale dei processi aziendali
- Social media strategy & SEO
- Prototipazione rapida
- Progettazione di sistemi informatici
- Ecosistemi industriali

Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: web marketing e social media marketing (BASE)



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso è rivolto al personale delle aziende con l'obiettivo di **digitalizzare i propri processi di comunicazione**, indagando i principi e le caratteristiche salienti del web marketing e del social media marketing.

Attraverso questo corso, infatti, è possibile definire vantaggi e strategie, delineare i **principali strumenti di web marketing** e social media marketing da introdurre o potenziare in azienda, grazie all'utilizzo di strumenti SEO, feed RSS, Google Ads e social media.

Competenze in uscita

Al termine del percorso, i discenti saranno in possesso delle competenze necessarie per la gestione delle attività di marketing, attraverso la padronanza di strumenti web e piattaforme social.

Caratteristiche

Destinatari:

personale aziendale

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Introduzione al web marketing e al social media marketing
- Vantaggi e risultati dell'introduzione del web marketing e del social media marketing in azienda
- Principali strumenti di web marketing e social media marketing
- SEO, feed RSS e Google Ads
- Potenzialità dei social network e i vantaggi aziendali del loro uso
- Tools e principi di funzionamento di Facebook, Twitter, LinkedIn

Strumenti di digitalizzazione della comunicazione: web marketing e social media marketing (AVANZATO)

Descrizione del percorso ed obiettivi

Il **corso di formazione avanzato**, dedicato al web marketing e al social media marketing, si rivolge al personale delle aziende che vuole potenziare i processi di comunicazione e digitalizzazione.

Obiettivo del corso è **l'acquisizione e il consolidamento di competenze** avanzate nella definizione e nell'applicazione di strategie di web marketing e social media marketing.

Il percorso formativo consentirà di indagare a fondo tutti i principali strumenti utili all'ottimizzazione del sito web per i motori di ricerca ricorrendo a tecniche di **Search Engine Optimization, tag Open Graph e microformati, link building** e molte altri tool utili per le strategie dedicate alla brand reputation e alla competitività dell'azienda.

Livello AVANZATO

Destinatari:

personale aziendale

Durata del percorso: 30 ore

Modalità:

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso, gli allievi saranno in possesso di competenze avanzate per poter:

- Utilizzare gli strumenti e le potenzialità di Facebook in base a tab personalizzate, strategie di visibilità e advertising
- Utilizzare gli strumenti e le potenzialità di Twitter in qualità di piattaforma di microblogging, attraverso #hashtag e liste, timeline personalizzate e caratteristiche principali
- Mettere in atto le modalità e le procedure di gestione dei file multimediali per la visibilità online in base al digital asset optimization

Programma didattico

- Web marketing e social media marketing, principi e vantaggi aziendali
- Principali strumenti di web marketing e social media marketing
- Search engine optimization e inbound marketing
- Ottimizzazione del sito web per i motori di ricerca (SEO)
- Feed RSS - come aggiornarsi, ottenere click e controllare la propria reputazione on line
- Georeferenziazione dei risultati, come guadagnare visibilità nelle mappe di Google
- Introduzione a Google Ads
- Web 2.0, i social network più importanti per la visibilità aziendale
- Introduzione a Google Ads
- Facebook: tab personalizzate, strategie di visibilità e advertising, i tool indispensabili
- Twitter: il microblogging, #hashtag e liste, timeline personalizzate, i tool principali
- LinkedIn: business profiling, pagine aziendali e vetrine, linkedIn ads
- Gestione dei file multimediali per la visibilità online (digital asset optimization)
- Web analytics e misurazione del ritorno degli investimenti on line (ROI)

Gestire l'innovazione nell'era della Industry 4.0



Descrizione del percorso ed obiettivi

Obiettivo del corso è illustrare le caratteristiche salienti, le novità, i vantaggi e i risvolti pratici dell'**applicazione concreta dell'Industry 4.0**.

Con un approccio teorico-operativo sui nove pilastri dell'industry 4.0, il corso parte dalla descrizione di **nuovi modelli di business** che usufruiscono dei vantaggi dell'Industry 4.0, per poi indagare l'impatto nel contesto aziendale, attraverso casi di studio esemplificativi.

Caratteristiche

Destinatari:

personale aziendale

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Basi e principi di industria 4.0
- Industry 4.0: definizione e contesto tecnologico
- Le tecnologie abilitanti
- I nove pilastri dell'industry 4.0
- Nuovi modelli di business: come prepararsi
- Approccio operativo all'industria 4.0 in rapporto al settore economico
- Focus sulle aziende avanzate in ambito industriale

Competenze in uscita

I corsisti, al termine degli studi, saranno in possesso di competenze di base relative ai principi dell'industria 4.0 e le smart technologies, migliorando il livello di automazione delle attività in azienda.

Lean & Smart organization



Descrizione del percorso ed obiettivi

L'aggettivo “**lean**” identifica un **modello organizzativo e produttivo** che mira a sviluppare processi agili.

Il lean è innanzitutto un modo di pensare - lean thinking - applicabile a qualsiasi processo operativo, ambito o settore.

Obiettivo del corso è **trasferire metodi e tecniche di lavoro lean applicabili anche in un contesto di smart organization**, attraverso l'applicazione di metodologie innovative di razionalizzazione delle risorse e dei costi, per il perseguimento degli obiettivi aziendali.

metodologie innovative di razionalizzazione delle risorse e dei costi, per il perseguimento degli obiettivi aziendali.

Caratteristiche

Destinatari: personale aziendale

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- La lean nei processi organizzativi e gestionali
- L'analisi dei processi volta all'individuazione degli sprechi
- La semplificazione delle procedure
- Il time management e la riduzione degli sprechi di tempo
- Lo sviluppo delle risorse umane
- Lean e supply chain management
- Il miglioramento continuo (kaizen)
- Strumenti e tecniche di lean management
- Value stream mapping
- Push vs pull
- Il sistema kanban
- Il cellular manufacturing
- Takt analysis
- Total productive maintenance (tpm)
- Basi e principi di industria 4.0
- Industry 4.0: definizione e contesto tecnologico
- Le tecnologie abilitanti
- I nove pilastri dell'Industry 4.0
- Nuovi modelli di business: come prepararsi
- Approccio operativo all'Industry 4.0 in rapporto al settore economico

Competenze in uscita

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di utilizzare i principali strumenti di lean management e organization per:

- Ripensare al valore dal punto di vista del cliente
- Mappare il flusso di valore e individuare gli sprechi
- Ridurre lead time e attese
- Sincronizzare l'erogazione dei servizi con le richieste dei clienti
- Stimolare il miglioramento continuo
- Individuare le tecnologie abilitanti a supporto del miglioramento ed ottimizzazione dei processi organizzativi

Lean & Smart production



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il percorso formativo ha lo scopo di introdurre i partecipanti ai due paradigmi di produzione industriale che si stanno facendo strada nel mondo industriale:

- La **lean production**, un insieme di principi e di metodi che, applicati in modo organico, consentono di portare all'eccellenza i processi operativi dell'azienda, riducendo gli sprechi ed incrementando l'attenzione sul valore

- L'**industria 4.0**, e cioè la rivoluzione tecnologica che rende la produzione industriale del tutto automatizzata e interconnessa.

Il corso offre, dunque, una panoramica esaustiva e approfondita delle soluzioni tecnologiche e organizzative da poter adottare per affrontare le sfide del cambiamento.



Caratteristiche

Destinatari:

personale aziendale

Durata del percorso: 50 ore

Modalità:

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere ed intraprendere specifiche tecnico-progettuali e di gestione delle attività lavorative in merito a tempi, metodi e vincoli economico-produttivi
- Valutare coerenza delle attività programmate e quelle effettivamente svolte rispetto agli obiettivi strategici aziendali in termini di costi, qualità e tempi
- Riconoscere le tecnologie abilitanti in relazione alle peculiarità tecniche ed ai vantaggi operativi
- Individuare un possibile approccio operativo all'Industry 4.0 in rapporto al settore economico aziendale di pertinenza

Programma didattico

- Il lean thinking: principi, caratteristiche, vantaggi, prospettive
- L'implementazione del modello nelle aziende attraverso i cinque principi "lean": lean startup
- Mapping e flusso di valore: l'identificazione del flusso di lavoro in azienda
- Modelli di identificazione della value proposition e della value stream mapping
- Eliminare inefficienze e sprechi nel ciclo produttivo (flow)
- Tecniche e procedure per inseguire la perfezione tramite il miglioramento continuo nelle aziende (perfection)
- Tecniche e procedure per l'analisi di tempi, metodi e vincoli economico-produttivi
- Tecniche e procedure per la valutazione della coerenza dei programmi di produzione
- Erogazione dei servizi con obiettivi strategici aziendali
- Basi e principi di industria 4.0
- Industry 4.0: definizione e contesto tecnologico
- Le tecnologie abilitanti
- I nove pilastri dell'industry 4.0
- Nuovi modelli di business: come prepararsi
- Approccio operativo all'Industry 4.0 in rapporto al settore economico
- Focus sulle aziende avanzate in ambito industry 4.0



Descrizione del percorso ed obiettivi

La logistica 4.0, cioè l'**applicazione al mondo della supply chain** dei paradigmi dell'industry 4.0, si traduce in nuovi sistemi di stoccaggio, movimentazione e trasporto che si sviluppano lungo tre assi: **automazione fisica, connessione, processo decisionale**. Il percorso formativo è rivolto al personale delle aziende che intendono introdurre soluzioni di smart manufacturing al processo logistico, alla gestione del magazzino e dei trasporti.

Caratteristiche

Destinatari:

personale aziendale

Durata del percorso: 40 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Introduzione all'industria 4.0 in ambito logistico
- L'innovazione nella logistica
- I fabbisogni in ambito logistico
- Vantaggi, benefici, sfide e criticità della logistica 4.0
- Le nove tecnologie abilitanti che hanno cambiato lo scenario logistico e della supply chain:
 - Additive manufacturing / 3d printing
 - Big data and analytics
 - Cloud and computing
 - Cybersecurity
 - Internet of things
 - Realtà aumentata
 - Robot autonomi
 - Simulazione
 - Sistemi di integrazione
- Identificazione del prodotto
- Localizzazione del prodotto
- Controllo del sistema cyber-fisico
- Data collection and analysis
- Business service
- Automazione dei magazzini e loro interconnessione
- L'evoluzione dell'interazione uomo-macchina
- Fasi di avvio di un progetto di logistica 4.0

Competenze in uscita

Al termine del percorso formativo i partecipanti saranno in grado di:

- Ottimizzare i tempi di movimento delle merci, l'evasione degli ordini e la razionalizzazione dei processi e degli spazi nell'ottica di una industria 4.0
- Applicare metodi di gestione di scorte e magazzino, riduzione dei costi, monitoraggio e miglioramento delle prestazioni in ambito logistico grazie all'utilizzo di soluzioni cloud
- Implementare un progetto integrato di automatizzazione e digitalizzazione dei flussi logistici

Funzioni avanzate di Excel per progettazione e gestione di report dinamici



Descrizione del percorso ed obiettivi

La capacità di utilizzare le **funzionalità avanzate di Excel** consente di creare strumenti di supporto alle attività lavorative.

L'obiettivo del corso è quello di trasferire ai partecipanti, già in possesso di competenze base nell'utilizzo degli strumenti Excel, ulteriori competenze tecnico operative con particolare riferimento alle funzionalità per **progettare e gestire dei report dinamici** sui dati esportati dal gestionale.

Livello AVANZATO

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 30 ore

Modalità:

Formazione a distanza

Competenze in uscita

- Identificare le diverse funzioni d'uso delle librerie di Excel
- Elaborare dati combinando funzioni e strumenti di calcolo
- Utilizzare le tabelle pivot per creare tabelle riassuntive di analisi e di reporting
- Creare report dinamici sui dati esportati dal gestionale

Programma didattico

- Sintesi delle funzioni excel di base
- I riferimenti relativi, misti e assoluti
- La formattazione condizionale
- Le funzioni logico-matematiche
- Le funzioni condizionali
- Le funzioni annidate
- Tutte le funzioni disponibili: data e ora, testo, ricerca riferimento, etc.
- Eseguire calcoli su dati
- Formattazione delle celle
- La protezione dei fogli e dei dati
- I filtri (visualizzazione, calcoli, definizione di intervalli)
- Combinare dati di origini diverse (operazioni di riepilogo e raggruppamento)
- Ordinamento di dati
- Analizzare gruppi di dati alternativi
- Importare ed esportare dati
- La convalida dati
- Elenchi dinamici e tabelle pivot
- Creazione, gestione e personalizzazione delle tabelle pivot
- I grafici (creare linee di tendenza, grafici dinamici, ...)
- Excel e il web (operatori di pubblicazione cartelle sul web, scaricare dati dal web, ...)
- Personalizzare dell'ambiente di lavoro
- Report dinamici sui dati esportati dal gestionale
- Creazione del report dinamico
- Creazione dell'interrogazioni
- Pubblicazione del report dinamici

Benessere organizzativo nella smart factory



Descrizione del percorso ed obiettivi

La rivoluzione tecnologica in atto evidenzia la necessità per le aziende di **reinventare continuamente le proprie strategie**. Il corso offre una panoramica completa dei cambiamenti e di come questi impattano sull'organizzazione aziendale e sul benessere dell'organizzazione.

Si va verso una revisione radicale del ruolo delle risorse umane, poiché nella **Smart Factory** la componente intellettuale del lavoratore e con essa la sua responsabilità, flessibilità e creatività, diventa centrale.

Competenze in uscita

- Conoscere gli elementi caratterizzanti una smart factory
- Sviluppare capacità di indagine sulle dinamiche organizzative indotte dalla condivisione degli strumenti di lavoro
- Orientare il proprio lavoro verso la mass-customization e l'innovazione di prodotto
- Adottare metodologie innovative di lavoro e condivisione della conoscenza

Caratteristiche

Destinatari:

dirigenti, impiegati, operai

Durata del percorso: 30 ore

Modalità:

Formazione a distanza

Programma didattico

- Introduzione alla Smart Factory
- L'impatto delle tecnologie abilitanti sulle dinamiche organizzative, sul processo produttivo e sul ciclo di vita del prodotto / servizio
- Automazione e creatività nella Smart Factory
- Strumenti e metodi per la condivisione di risorse e co-design del prodotto / servizio
- La mass customization
- Piattaforme di condivisione, smart working, social network aziendale
- L'organizzazione del lavoro nella Smart Factory: co-working, fablab, living lab

Il cantiere digitale: dal BIM all'IoT



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso in questione è la **somma di cinque percorsi formativi** interconnessi tra di loro. E che uniscono i concetti e le applicazioni concrete delle metodologie BIM per l'edilizia all'utilizzazione delle tecnologie legate all'Internet of Things e all'Industria 4.0. Con un focus sulla questione della sicurezza dei dati e della gestione delle informazioni.

L'obiettivo è quello di fornire ai partecipanti le informazioni principali sui **vantaggi delle innovazioni inerente l'industria 4.0**, capire quali sono gli obiettivi per le aziende del futuro e quali sono i processi per acquisire sempre più competitività.



Caratteristiche

Destinatari:

- Imprenditori, manager
- Impiegati, operai
- Ingegneri, architetti, geometri
- Contract Manager

Durata del percorso: 40 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del dettagliato percorso di formazione, le competenze in uscita dei corsisti saranno rivolte a:

- Gestione del cantiere digitale
- Conoscenze del nuovo sistema BIM e della sua evoluzione
- Analisi delle tecnologie abilitanti ed in particolare dell'IoT a servizio di PMI e GA
- Monitoraggio e analisi della sicurezza nell'IoT
- Studio delle tecniche di attacco al sistema di password aziendali e soluzioni di difesa

Programma didattico

- **Il cantiere digitale: dal BIM all'IoT (20 ore)**
- **Metodologie BIM (5 ore)**
 - Cos'è il BIM e in cosa consiste
 - Quali sono i punti di forza
 - Quali sono le normative entrate in vigore
 - Le figure professionali che nascono con il suo utilizzo
- **Tecnologie IoT (5 ore)**
 - Il ruolo dell'Internet of Things per raggiungere la sostenibilità industriale e delle competenze lavorative
 - Le soluzioni innovative che delle aziende per incrementare la competitività
- I vantaggi delle innovazioni inerente l'industria 4.0
- Principi per avviare processi di sostenibilità
- **Sicurezza in IoT (7 ore)**
 - Protezione dispositivi IoT
 - Tecniche di utilizzo di password e firewall e sistemi di tipo UBA (User Behaviour Analytics)
- **Password Management (3 ore)**
 - Studio delle tecniche di attacco finalizzate a violare le password
 - Soluzioni migliori di difesa

Servizi e funzionalità SPID



Descrizione del percorso ed obiettivi

Dal 28 febbraio 2021 tutti i servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione sono migrati online nel rispetto del CAD (Codice dell'amministrazione digitale) e del Piano triennale per l'informatica 2020-2022. Dalla medesima data è stato garantito a tutti i cittadini e alle aziende **l'accesso agli stessi mediante SPID o CIE** (Carta d'identità elettronica).

Il percorso proposto intende dunque istruire il personale amministrativo delle aziende su **modalità e procedure di accesso ai servizi** della Pubblica Amministrazione tramite identità digitale.

Caratteristiche

Destinatari:

impiegati amministrativi

Durata del percorso: 16 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- Attivare un'identità digitale
- Accedere ai servizi online della Pubblica Amministrazione utilizzando tutte le funzionalità messe a disposizione dalle piattaforme online
- Presentare istanze alla Pubblica Amministrazione

Programma didattico

- Il diritto alla cittadinanza digitale e servizi on line
- Il diritto al domicilio e identità digitale
- Il Piano triennale 2020-2022 per l'erogazione dei servizi on line
- Accessibilità e usabilità secondo le linee guida dei developers Italia
- L'identificazione informatica mediante SPID e CIE
- Il sistema pubblico di identità digitale SPID
- Procedure per la presentazione di istanze on line ai sensi dell'art 65 del CAD
- L'implementazione di SPID come sistema di identificazione
- Identità digitale del cittadino
- L'identità della persona giuridica e SPID ad uso professionale
- Servizi on line e l'App IO
- PagoPA
- La procedura di attivazione di un'identità digitale
- Modulistica elettronica
- L'accesso al procedimento e fascicolo elettronico

Perizia giurata per credito d'imposta per l'Industria 4.0



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di sviluppare competenze inerenti le **modalità di redazione corretta di dichiarazioni**, perizie giurate e attestazioni di conformità per gli investimenti in beni materiali e immateriali volte ad usufruire del credito d'imposta.

Caratteristiche

Destinatari:

impiegati tecnici, ingegneri, periti industriali

Durata del percorso: 20 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Programma didattico

- **Industria 4.0: le tecnologie abilitanti**
 - Basi e principi di industria 4.0
 - Industry 4.0: definizione e contesto tecnologico
 - Le tecnologie abilitanti
 - I nove pilastri dell'industry 4.0
- **Perizie tecniche giurate per il credito d'imposta soggetti coinvolti e responsabilità**
- **Perizie tecniche giurate per il credito d'imposta: aspetti normativi ed amministrativi:**
 - La legge di bilancio 2021
 - Il nuovo piano nazionale transizione 4.0 e le principali novità sul credito rispetto agli anni precedenti
 - Credito d'imposta per investimenti in beni strumentali
 - Credito d'imposta ricerca, sviluppo, innovazione e design
 - Credito d'imposta formazione 4.0
 - Caratteristiche degli investimenti agevolabili e modalità di fruizione dei benefici

Programma didattico

- **Analisi tecnica e perizia giurata**
 - Perizia semplice, perizia giurata e contenuti fondamentali
 - Documentazione fondante
- **Descrizione tecnica del bene**
- **La verifica dei requisiti dell'interconnessione: strumenti e procedure**
- **Come dimostrare l'interconnessione del bene al sistema della produzione e/o alla rete di fornitura: criteri e procedure**
- **Come rappresentare il flusso di materiali e materie prime e semilavorati nel contesto del sistema produttivo dell'utilizzatore**
- **Attestato di conformità e modalità di rilascio**
- **Casi esemplificativi: documentazione di perizia giurata ed analisi tecnica**

Digital export manager



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il percorso formativo ha lo scopo di trasferire al personale commerciale delle aziende che hanno già avviato o intendono avviare una strategia di internazionalizzazione, le competenze per sfruttare le **opportunità offerte dalle tecnologie digitali** per approcciare con successo il mercato globale. Il corso affronta le principali questioni legate all'export descrivendo caratteristiche e modalità di utilizzo degli strumenti e delle tecnologie digitali a supporto del commercio con l'estero, quali digital e web marketing, e-commerce e piattaforme integrate per il trade marketing.

Caratteristiche

Destinatari

personale commerciale

Durata del percorso: 40 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso i partecipanti saranno in grado di:

- Pianificare strategie di export anche attraverso l'uso di strumenti digitali
- Incrementare la presenza online dell'azienda
- Analizzare i mercati internazionali
- Identificare e generare lead qualificati e in target
- Impostare campagna di comunicazione online anche attraverso l'utilizzo di piattaforme di e-commerce e per il trade marketing
- Provvedere agli adempimenti amministrativi legati all'export

Programma didattico

- Nozioni preliminari (esportazioni, importazioni, scambi intra ue, accordi commerciali extra ue, disciplina nazionale e comunitaria di riferimento)
- Le strategie di internazionalizzazione, vendita, comunicazione d'impresa, esportazioni ed acquisizioni di azienda
- Marketing internazionale
- Export sales management
- E-commerce, digital export e piattaforme di trade marketing
- Lead generation
- Entry mode e tecniche commerciali estere
- Incoterms
- Logistica e documentazione a supporto dell'esportazione / importazione

La gestione del magazzino automatizzato



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso intende trasferire conoscenze e competenze pratiche sulle **modalità di funzionamento del magazzino automatizzato**, ottenuto grazie all'integrazione di diversi sistemi (tradizionali, automatici e digitali).

Nel corso delle lezioni saranno analizzati i sistemi di movimentazione automatizzati, le apparecchiature tecnologiche essenziali per automatizzare i flussi e i processi di magazzino ed i principali software di magazzino SGM (o WMS).

Caratteristiche

Destinatari:

responsabili di magazzino, addetti alla logistica, magazzinieri

Durata del percorso: 30 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso l'allievo sarà in grado di:

- Gestire spazi e modalità operative all'interno di un magazzino
- Riconoscere documenti di accompagnamento merci e relative specifiche operando anche attraverso l'applicazione di procedure informatiche specifiche
- Distinguere grandezze fisiche e tipologie di merci per il loro corretto stoccaggio
- Utilizzare le attrezzature, software e tecnologie per lo stoccaggio e la movimentazione delle merci e dei prodotti

Programma didattico

- I vantaggi del magazzino 4.0
- Movimentazione e stoccaggio merci nel magazzino lean: lean warehousing, applicazione dell'approccio lean al magazzino e soluzioni lean applicabili alla logistica di magazzino
- Le Key Performance Indicator (KPI) di magazzino (indicatori di efficienza, indicatori di qualità, indicatori di servizio)
- Progettazione ed organizzazione del ciclo di magazzino
- Documentazione per l'area logistica e Procedure contabili e amministrative connesse al ciclo logistico (codifica dei materiali, distinta base, movimentazione, inventario di magazzino, analisi dei costi e dei ricavi, rilevazione e movimentazione delle scorte, regole di compilazione dei documenti contabili.)
- Sistemi informativi del magazzino 4.0: Software di controllo e gestione ERP, SGM e WMS
- Sistemi di identificazione automatica (Bar Code, RFID)
- Le tecnologie abilitanti dell'Industria 4.0 al servizio del magazzino

Lead generation



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso intende introdurre gli allievi all'**adozione di modelli customer-centrici** in cui ogni parte dell'organizzazione è focalizzata sulla gestione, acquisizione e comprensione degli input provenienti dal cliente.

Gli obiettivi che si intendono perseguire attraverso il percorso formativo, sono i seguenti:

- Migliorare le capacità del personale commerciale di individuare potenziali clienti
- Trasferire competenze informatiche per l'uso di software per la lead generation e lead management
- Acquisire competenze tecniche ed informatiche per profilare e qualificare i contatti per offerte ad hoc
- Trasferire la capacità e le conoscenze normative per la corretta gestione e trattamento dei dati personali e sensibili

Competenze in uscita

Al termine del corso gli allievi avranno acquisito le seguenti competenze:

- Applicazione pratica e popolamento di sistemi di CRM
- Utilizzo di strumenti di scouting per i nominativi e per l'estrazione di indirizzi e-mail direttamente dal Web
- Redazione delle comunicazioni necessarie al rispetto della normativa privacy
- Corretto utilizzo di strumenti di invio massivo
- Gestione della reportistica fornita dagli strumenti di invio
- Capacità di legare le informazioni tra strumenti di invio e social

Caratteristiche

Destinatari:

- Account, sales manager, key account, addetto area vendita e commercializzazione
- Agenti di commercio, responsabili commerciali, capi-rete, dirigenti e responsabili delle aree vendite e commercializzazione, specialisti della pubblicità e del marketing, tecnici del marketing
- Social media manager, specialisti nei rapporti con il mercato

Durata del percorso: 30 ore

Modalità di erogazione:

Formazione a distanza

Programma didattico

- Elementi di Customer Relationship Management
- Principali software di scouting
- Programmi utilizzati per l'estrazione di indirizzi e-mail direttamente dal Web
- Strumenti di raccolta e organizzazione dati
- Normativa sulla privacy e tutela dei dati personali (GDPR 5/2018)
- Differenza sulla privacy tra persona fisica e persona giuridica
- Strumenti di contatto e mailing massiva
- Principali social e del collegamento tra social e strumento di invio comunicazioni
- Pianificazione editoriale per le comunicazioni

Integrazione digitale dei processi aziendali



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso complessivo di 23 ore è la **somma di due percorsi connessi tra loro**: non solo tutti i processi di integrazione in chiave digitale dei processi aziendali, ma anche il corretto utilizzo del **Marketing Meet Automation**, che focalizza la sua attenzione sui webinar come strumento di marketing digitale.

Gli obiettivi sono, quindi, duplici: da un lato lo **studio del Knowledge Management** per l'analisi dei metodi e degli strumenti software che permettono di identificare e capitalizzare le conoscenze aziendali che

devono successivamente essere organizzate e diffuse.

Dall'altro lato, il corso consentirà di capire **quali siano i processi utili a gestire al meglio un webinar** o i format di contenuti per attivare nei confronti del pubblico un percorso utile a portarli da semplici spettatori a consumatori fiduciosi.



Programma didattico

- **Integrazione digitale dei processi aziendali (20 ore)**

- Introduzione e analisi del Business Process Management
- Metodologie del Business Process Modelling
- Analisi dei linguaggi più importanti, cioè UML e BPMN
- Studio approfondito su cos'è un dato e un'informazione.
- Gestione del sistema informativo aziendale: dai documenti aziendali, agli aspetti legali
- Industria 4.0: concetti base ed evoluzione
- Studio dei software relativi alla

gestione aziendale: CRM e ERP

- ICT e Knowledge Management

- **Meet Automation (3 ore)**

- Struttura, promozione e gestione di un Webinar tematico
- Processi di engagement e customer experience
- Scelta e analisi dei differenti format comunicativi marketing oriented

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 23 ore

Modalità di erogazione:

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Il corso consente di sviluppare competenze su:

- Capacità di analizzare le differenti metodologie di rappresentazione dei processi aziendali in un'ottica di trasformazione digitale
- Gestione delle differenze tra dati e informazioni
- Processi di digitalizzazione aziendale
- Metodi di identificazione e capitalizzazione delle conoscenze aziendali
- Processi di scelta della corretta gestione dei format di contenuto in un'ottica marketing oriented

Social media strategy & SEO



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso complessivo di 15 ore è la **somma di due percorsi connessi** tra loro: partendo dalla **gestione di un brand** e di **un piano di marketing e comunicazione digitale**, fino ad arrivare alle tecniche e ai processi di riqualificazione dei contenuti in un'ottica SEO oriented.

Molte aziende – anche di dimensioni rilevanti – fanno difficoltà a fare il “salto di qualità” necessario oggi per poter essere realmente competitive. Spesso le attività di web marketing in grandi aziende sono trascurate, gestite con fai-da-te più o meno articolato .

oppure frammentate tra vari fornitori, senza un reale controllo dell'intero processo.

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 23 ore

Modalità di erogazione:

Formazione a distanza



Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze sviluppate si concentreranno su:

- La capacità di impostare le strategie dal punto di vista sia metodologico che operativo, in modo da aumentare l'efficienza e l'efficacia delle azioni, ottimizzando le risorse e massimizzando i risultati
- La gestione dei contenuti in ottica SEO e posizionamento nei motori di ricerca

Programma didattico

- **Team digitale (4 ore)**

- Tecniche per la gestione del posizionamento digitale d'azienda

- Tecniche per la gestione del posizionamento digitale d'azienda
- Costruzione della brand identity
- Definizione del piano di marketing e comunicazione

- **Metodologie SEO (11 ore)**

- Strumenti per la corretta comunicazione semantica in ottica SEO
- Individuazione degli errori nei settaggi della sitemap
- Tecniche di scrittura on-page in ottica SEO
- Tecniche massive per organizzare il posizionamento dei contenuti in un motore di ricerca

Prototipazione rapida



Descrizione del percorso ed obiettivi

La concorrenza nel mercato mondiale dei prodotti fabbricati si è intensificata enormemente negli ultimi anni. È fondamentale che **i nuovi prodotti raggiungano il mercato il prima possibile**, prima dei concorrenti.

Per portare rapidamente i prodotti sul mercato, molti dei processi coinvolti nella progettazione, test, produzione e commercializzazione dei prodotti sono stati ridotti, sia in termini di tempo che di risorse materiali.

L'uso efficiente di tali risorse preziose richiede nuovi strumenti e approcci per gestirle e molti di questi strumenti e approcci si sono evoluti.

L'obiettivo del corso è di **introdurre e analizzare al meglio la prototipazione rapida**, ovvero tutto ciò che concerne la modellazione 3D e tutte le sue possibili applicazioni.



Programma didattico

- Nuovi strumenti e metodologie per la velocizzazione della fase produttiva
- Definizione e storia della Prototipazione Rapida (Rapid Prototyping - RP)
- Definizione e analisi della modellazione 3D
- Tecniche di prototipazione rapida
- Applicazioni della prototipazione rapida

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 20 ore

Modalità di erogazione:

Formazione a distanza

Competenze in uscita

Le competenze in uscita dal corso riguarderanno:

- Definizione e applicazione del concetto di prototipazione rapida
- Gestione dei tempi relativi alle fasi di progettazione, test, produzione e commercializzazione dei prodotti
- Capacità di analizzare le differenti tecniche di prototipazione rapida e relativo utilizzo

Progettazione di sistemi informatici



Descrizione del percorso ed obiettivi

La nascita dei computer ha posto le basi per un processo tecnologico che ha consentito lo sviluppo dei moderni sistemi informatici.

Il corso ha come obiettivo quello di **fornire le basi teoriche in merito alla codifica dell'informazione digitale** sottolineando l'importanza dei numeri nei sistemi informatici e del sistema di numerazione binario nello specifico.

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze maturate riguarderanno:

- La comprensione della codifica dell'informazione digitale
- La conoscenza dell'architettura del computer e dei sistemi operativi



Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 10 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Teoria sulla codifica dell'informazione digitale
- Analisi dell'importanza dei numeri nei sistemi informatici e del sistema di numerazione binario
- Architettura del computer e dei sistemi operativi
- Cenni sul ciclo di vita del software.

Ecosistemi industriali



Descrizione del percorso ed obiettivi

Gli **Ecosistemi industriali** ovvero l'**utilizzo del green per il marketing** delle aziende tra innovazione ed ecologia rappresentano una delle nuove prospettive del fare economia oggi.

Il corso ha l'obiettivo di Informare sulle **opportunità a sostegno dell'innovazione e dell'ecosostenibilità** perché sostenibilità ambientale e il business delle aziende possono essere ottimi alleati per il futuro delle nuove generazioni.

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze in uscita riguarderanno:

- Comprensione e analisi del concetto di ecosistema industriale
- Studio degli scenari normativi in materia
- Confronto tra le diverse forme di economia sostenibile e relative applicazioni



Caratteristiche

Destinatari:

- Imprenditori
- Manager
- Impiegati
- Operai

Durata del percorso: 7 ore

Modalità di erogazione

Formazione a distanza

Programma didattico

- Ecosistema industriale: cosa è e come si applica all'economia italiana
- Scenari normativi italiani a sostegno dell'ecologia industriale: una panoramica
- Prospettive e scenari dell'ecologia industriale nell'economia italiana: esempi e confronti
- Analisi delle nuove frontiere lavorative ecosostenibili

Interfaccia uomo-macchina

L'interfaccia uomo-macchina (HMI) è uno dei paradigmi più attuali dell'automazione industriale. Già da diversi anni, gli operatori delle linee produttive utilizzano dispositivi o applicazioni software che consentono di operare e interagire con le macchine.

Come cambia l'HMI con l'avvento dell'industria 4.0?
Il livello di interazione diventa ancora più complesso e ricco di potenzialità, rendendo possibili nuovi scenari con l'introduzione e il ricorso a tecnologie come il cloud computing, il cognitive computing e l'Internet of Things (IoT).

L'interazione uomo-macchina diventa sempre più efficiente, grazie all'accessibilità e alla gestione dei dati e agli strumenti necessari per controllare i processi di produzione.

I corsi

- **Il futuro dell'interazione uomo-macchina**
- **Robotica avanzata e collaborativa**



Il futuro dell'interazione uomo-macchina



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il corso di formazione intende introdurre il personale aziendale sulle **nuove frontiere dell'Interfaccia uomo-macchina** a livello industriale.

Contrariamente al livello consumer, dove le interfacce hanno ormai raggiunto livelli di utilizzo e interazione efficiente, in campo industriale si assiste ad un ritardo nell'utilizzo e applicazione delle nuove tecnologie di interazione.

Il corso tratterà di **classificazione delle HMI**, evoluzioni e progressi, **Human Machine Interface nel mondo consumer e nel mondo industriale**, impatto della tecnologia mobile, normativa, requisiti di sicurezza ed ergonomia, ma anche di nuove tecnologie come il touch screen multi-touch capacitivo e i sistemi di visione artificiali.

Competenze in uscita

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di riconoscere i contesti di utilizzo, le funzionalità e i vantaggi delle diverse tecnologie di interazione uomo-macchina.

Livello INTERMEDIO

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Programma didattico

- Cosa vuol dire interfaccia uomo macchina
- Progressi nell'HMI
- Impatto della tecnologia mobile
- Evoluzione dell'interfaccia uomo macchina, dal batch processing al touch screen
- Ruolo delle interfacce uomo-macchina nei sistemi SCADA
- Principali vantaggi di investire in HMI avanzata per una fabbrica
- Futuro dell'interazione uomo-macchina

Robotica avanzata e collaborativa

Descrizione del percorso ed obiettivi

I **sistemi di robotica avanzata** rappresentano una componente chiave delle **fabbriche self - controlled** del futuro, pronti a trasformare le operazioni industriali portando una percezione, integrabilità, adattabilità e mobilità superiore di quella apportata dai robot convenzionali.

La robotica collaborativa studia **l'integrazione fisica tra macchina e uomo** in uno spazio di lavoro: ciò trasmette un contrasto della maggior parte dei robot industriali adottati fino a pochi anni fa, tutti

progettati per operare in maniera autonoma o con una guida limitata e protetti da barriere.

Il corso ha l'obiettivo di **analizzare il passaggio verso la robotica collaborativa** in azienda e i suoi vantaggi per le aziende.



Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, impiegati, operai

Durata del percorso: 18 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del corso, le competenze in uscita riguarderanno:

- Capacità di individuare processi e metodologie di applicazione della robotica collaborativa in azienda
- Analisi delle tecniche di collaborazione uomo-macchina e dei sistemi di robotica avanzata aziendali

Programma didattico

- Concetto e analisi della robotica avanzata e relativa applicazione nei processi industriali
- Differenza tra robotica tradizionale e robotica collaborativa
- Analisi e tecniche di interazione uomo-macchina nella robotica collaborativa

Internet delle cose e delle macchine

Utilizzato per la prima volta dal Massachusetts Institute of Technology, il termine **IoT - Internet of Things** - raggruppa un insieme di oggetti reali e tecnologie potenziate grazie alla connessione ad Internet.

Grazie all'IoT, processi di digitalizzazione e automazione dei processi, ma **anche il machine learning e l'intelligenza artificiale** aprono nuovi scenari per la creazione di modelli di business innovativi.

Attraverso la raccolta e la gestione di dati e informazioni da diverse sorgenti (prodotti industriali, impianti, veicoli), rese possibili dalle tecnologie IoT, nascono nuove opportunità e servizi smart per clienti e consumatori.

I corsi

- **Introduzione all'Internet of things, AI e Blockchain**
- **Industria 4.0 e manutenzione predittiva**
- **Nuove tecnologie e procedure per la tracciabilità del prodotto nella distribuzione Agroalimentare**



Introduzione all'Internet of things, AI e Blockchain



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il percorso di base offre una panoramica esaustiva delle opportunità di **business dell'Internet delle cose**: dall'intelligenza artificiale alle tecnologie blockchain, fino ad indagare come paradigmi tecnologici siano strettamente collegati alla trasformazione dei mercati verso un modo sempre più digitale di intendere i processi. Il percorso affronta gli ambiti di applicazione delle **tecnologie IoT, AI e Blockchain** nei principali settori produttivi, descrivendo le opportunità di crescita, lavoro e connessione.

Il corso analizza i temi più caldi e attuali della diffusione dell'Internet of Things, dell'Intelligenza Artificiale e della Blockchain, focalizzandosi sulle sfide principali da affrontare per la loro adozione da parte delle imprese operanti nei diversi settori di industria.

Programma didattico

- Cos'è l'Internet delle cose
- Dalla nascita di internet alla rete intelligente
- Contesto socio economico, business e valore dell'IoT
- Analisi del mercato globale, trend tecnologici ed elementi di sviluppo
- La rete, struttura, apparati, tipi di reti, reti convergenti
- I quattro pilastri dell'IoT
- Cose, ati, persone e processi
- Come funziona il traffico dei dati in rete da internet al big data
- Connessione macchina-macchina, macchina-persona, persona-persona
- Esempi IoT e principali applicazioni attuali
- Internet delle cose, esempi nell'industria e nei nuovi modelli di business
- Internet of things, esempi nei trasporti e nell'auto
- Sensori IoT, ecco quali sono i prodotti protagonisti delle reti IoT
- La sicurezza dell'Internet delle cose
- Quanto vale il mercato di sistemi e prodotti IoT
- La transizione all'IoT
- Pianificare e preparare una soluzione IoT, esempi o sfide
- Il ruolo di IoT e AI data analytics per l'intelligent decision making
- Prospettive collegate all'Internet of Things, la “next big thing” per la diffusione della blockchain dopo il settore finanziario
- Integrazione della blockchain in sistemi aziendali pre-esistenti
- Verso Industry 5.0, il ruolo del machine learning nella robotizzazione

Caratteristiche

Destinatari:

imprenditori, manager, operai

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

Al termine del percorso formativo, i partecipanti saranno in grado di individuare tecnologie, contesti applicativi ed opportunità di business offerte dall'IoT, dall'AI e dalla Blockchain.



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il percorso formativo descrive nel dettaglio i **principi di gestione della manutenzione**, con riguardo agli indicatori di manutenzione, tecniche di analisi di guasto, tecniche diagnostiche, termografia, analisi delle vibrazioni e **Metodo Shock**.

Il corso ha l'obiettivo di:

- Illustrare lo sviluppo delle politiche di manutenzione
- Descrivere la manutenzione predittiva in base a principi, vantaggi e tecniche
- Definire le modalità e le procedure di selezione di tecniche e metodi di PHM

- Descrivere le tecniche per l'analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo statistico di processo.

Caratteristiche

Destinatari:

operai, capi cantiere, coordinatori di cantiere, responsabili dei lavori, ingegneri, architetti

Durata del percorso: 30 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

- Conoscere le Politiche di Manutenzione
- Avere consapevolezza della manutenzione predittiva in base a principi, vantaggi e tecniche
- Essere in grado di adoperare le modalità e le procedure di selezione di tecniche e metodi di PHM
- Riuscire ad utilizzare tecniche per l'analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo statistico di processo
- Conoscere i principi di gestione della manutenzione, con particolare riguardo agli indicatori di manutenzione, tecniche di analisi di guasto, tecniche diagnostiche, termografia, analisi delle vibrazioni e Metodo Shock

Programma didattico

Lo Sviluppo delle Politiche di Manutenzione

- Introduzione
- La manutenzione predittiva: principi, vantaggi, tecniche
- Selezione di tecniche e metodi di PHM
- Analisi dei dati con strumenti di intelligenza artificiale e controllo statistico di processo
- Principi di gestione della manutenzione: indicatori di manutenzione, tecniche di analisi di guasto, tecniche diagnostiche, analisi delle vibrazioni e Metodo Shock

Nuove tecnologie e procedure per la tracciabilità del prodotto nella distribuzione agroalimentare



Descrizione del percorso ed obiettivi

Il percorso intende trasmettere ai partecipanti conoscenze e competenze sulla gestione dei **processi di tracciabilità e rintracciabilità del prodotto nelle filiere agroalimentari**, non solo per adempiere agli obblighi legislativi, ma soprattutto per avviare e garantire la razionalizzazione dei sistemi produttivi e logistici.

Dopo l'acquisizione delle conoscenze di base per la gestione dei sistemi di tracciabilità e rintracciabilità delle produzioni agroalimentari, per la riduzione dei rischi di contaminazione degli alimenti, e l'analisi

degli aspetti logistici e di distribuzione, il corso approfondisce il tema delle innovazioni tecnologiche al servizio dell'automazione della filiera agro-alimentare.

Caratteristiche

Destinatari:

operai del settore agroalimentare, addetti alle vendite e alla manipolazione degli alimenti nella GDO, responsabili qualità

Durata del percorso: 50 ore

Modalità: Formazione a distanza

Competenze in uscita

- Supportare gli obiettivi generali di qualità o sicurezza del settore agroalimentare
- Documentare la storia o la provenienza del prodotto
- Facilitare il ritiro/richiamo dei prodotti dal mercato
- Identificare le parti responsabili all'interno della filiera agroalimentare
- Conoscere le tecnologie abilitanti al servizio della filiera agroalimentare.

Programma didattico

- La filiera agroalimentare: fasi, soggetti coinvolti, responsabilità
- La normativa di riferimento obbligatoria e volontaria
- Gli elementi costitutivi dei processi di tracciabilità
- L'identificazione e la comunicazione
- Le caratteristiche dello standard per la tracciabilità e rintracciabilità
- Le metodologie operative
- La progettazione di un sistema di rintracciabilità
- L'approccio collaborativo
- Definizione dell'ambito di applicazione del sistema di tracciabilità
- Logistica e distribuzione dei prodotti agroalimentari
- Industria 4.0 e tecnologie abilitanti al servizio della filiera agroalimentare
- Codice a barre, QR code, RFID
- Tracciabilità delle materie prime, rintracciabilità del prodotto finito
- Sistemi di gestione opachi
- Regolamenti, normative, certificazioni
- Gestione della catena di distribuzione e Blockchain

Le nostre sedi



📍 **Castellammare di Stabia (NA)**

Corso Alcide de Gasperi, 169

📍 **Centro Direzionale di Napoli**

Isola E/5 Scala C, Napoli

📍 **Milano**

Viale Monza, 258

📍 **Roma**

Via Cristoforo Colombo, 436

📍 **Brindisi**

Via Dalmazia, 31C

📍 **Bergamo**

Via Divisione Tridentina, 2D

📍 **Bari**

Via Marco Partipilo, 32



[Torna all'indice](#)

Contatti



 **Sito web**
www.timevision.it

 **E - mail**
info@timevision.it

 **Telefono**
081 394 10 97

 **Social**
f @  in  

 **Whatsapp**
349 67 00 525
351 28 91 074

