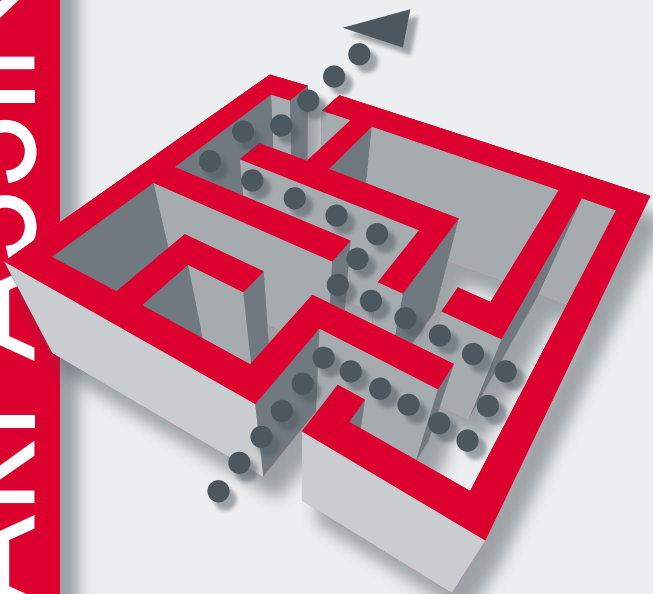




Associazione Nazionale delle Imprese ICT

SEMINARI 2007

*Quattro percorsi
per orientarsi nel labirinto
della formazione per l'azienda.*



- ● ● **Normativa & diritto ICT**
- ● ● **ICT management**
- ● ● **Risorse umane per l'ICT**
- ● ● **Strumenti di business
per l'impresa**

Quattro percorsi per orientarsi nel labirinto della formazione per l'azienda.

Quattro modalità per leggere in modo utile ed efficace i diversi aspetti - trasversali e verticali - con cui il fare impresa oggi deve fare i conti, per essere modernamente presenti nel mercato sempre più competitivo della Società dell'Informazione.



Questa è la proposta che Assintel, l'associazione nazionale delle imprese ICT, presenta nel 2007 sia alle aziende dell'Information & Communication Technology, sia a tutte le aziende che con la tecnologia lavorano quotidianamente.

Quattordici seminari calibrati per fornire parallelamente inquadramenti teorici di alto livello e applicazioni operative di immediata e concreta utilità, studiati in modo da potersi rivolgere sia ai titolari delle piccole imprese, sia ai profili interni ad aziende di più ampie dimensioni.

PERCORSO 1: NORMATIVA & DIRITTO ICT

L'attività di ogni azienda moderna si scontra con una serie di normative che, se non considerate adeguatamente e in modo sistemico, rischiano di costituire un freno al proprio sviluppo. Privacy, internet, contratti IT, governance, PA digitale sono le tematiche che si affronteranno con taglio multidisciplinare, per fornirne una visione puntuale e critica della teoria e una serie di strumenti operativi di immediata utilità.

PERCORSO 2: ICT MANAGEMENT

Rendere accessibili alle Imprese e agli Operatori gli strumenti metodologici più aggiornati ed efficienti per la valutazione degli investimenti ICT e per la misurazione delle performance aziendali: tre seminari di alto valore aggiunto, con taglio finanziario e tecnologico, utili sia al management delle aziende dell'Offerta, sia come criterio di valutazione per le aziende della Domanda.

PERCORSO 3: RISORSE UMANE PER L'ICT

Progettare il cambiamento organizzativo aziendale attraverso lo sviluppo e la valorizzazione delle soft skills, intese come asset strategico e intangibile, nell'ottica di recepire gli item oggi più innovativi e misurarne concretamente i risultati: tre seminari, per installare e valutare una cultura di processo in azienda, per formare efficacemente le proprie strutture di vendita e di relazione con il cliente.

PERCORSO 4: STRUMENTI DI BUSINESS PER L'IMPRESA

Internazionalizzazione attraverso l'e-business, sviluppo della propria identità aziendale, tecniche e strumenti per una gestione ottimale della fiscalità in azienda: questi gli argomenti dei tre seminari, studiati soprattutto per le PMI e accomunati dal proposito di fornire, in chiave applicativa, strumenti per migliorare le proprie performance sia a livello interno che verso l'esterno.

In collaborazione con:


assintel
iniziative

PRIVACY E COMUNICAZIONE

Come impostare una strategia di marketing
nel rispetto della normativa

Introduzione:

L'adeguamento al Codice Privacy per aziende ed Enti è ancora un fattore problematico, se non una spada di Damocle: la normativa è complessa, pervade tutti i processi aziendali e in caso di verifica le sanzioni, amministrative e penali, possono essere significative.

Questo è di massima evidenza nei processi di marketing e comunicazione legati al web e all'ICT: occorre avere una visione strategica d'insieme per impostare operativamente una politica di e-business "a prova di Codice".

Il programma di lavoro prevede un'analisi di carattere giuridico, quindi il punto di vista strategico aziendale, corretto e "ritarato" sulla base delle interpretazioni della normativa, per consentire concretamente

di impostare azioni di comunicazione efficaci e privacy-compliant.

Programma dei lavori:

- Significato del concetto di Privacy
- L'informativa, il consenso, le modalità e finalità del trattamento dei dati personali, dei dati sensibili, dei dati giudiziari e dei dati sanitari dell'azienda
- B2B: tecniche e strumenti di marketing
- B2C: tecniche di marketing non invasive e in linea con la normativa
- Invio di sms e mms commerciali
- Profilazione degli utenti: come è possibile procedere e quali comunicazioni effettuare
- Privacy e marketing: conciliare la normativa con la strategia aziendale
- Il web marketing e sue caratteristiche alla luce delle norme in materia di privacy
- Le strategie di marketing tramite Internet: e-commerce, database marketing e customer relationship management

TARGET:

Professionisti della comunicazione, Responsabili marketing, Imprenditori, Amministratori e Titolari d'azienda, Responsabili ICT.

DOCENTI:

Davide Diurisi, Andrea Lisi
Studio Associato D&L

CALENDARIO

ROMA - 21 Marzo 2007
Orario: 9.30 - 17.30

SITO WEB AZIENDALE

Progettazione di un sito efficace di e-commerce nel rispetto della normativa

Introduzione:

Il sito web aziendale non è solo un modo per essere visibili nel web o uno strumento utile per gestire in modo snello ed efficace molti processi: è anche uno degli elementi costitutivi dell'identità di un'azienda, di qualunque dimensione, e del suo brand. Ecco perchè assume particolare importanza la cura della progettazione della struttura del proprio sito, sia nel rispetto delle normative (privacy, e-commerce, ecc.), sia nell'aspetto di marketing. Il programma del seminario prevede un approccio interdisciplinare con taglio sia teorico che pratico, coinvolgendo i partecipanti nella lettura critica del sito web attraverso alcuni esempi, per poi inquadrare una strategia commerciale alla luce delle osservazioni effettuate.

Programma dei lavori:

- Gli adempimenti amministrativi e giuridici necessari per l'utilizzo di un sito Internet a fini commerciali
- La registrazione di un dominio aziendale
- La tutela giuridica dei nomi a dominio
- Informazioni obbligatorie, privacy e legal disclaimer
- E-business ed e-commerce: definizioni giuridiche e adempimenti
- La protezione del consumatore nel B2C
- La strategia commerciale passa sul web: elementi chiave per una corretta gestione del sito
- Web marketing
- Il sito come strumento di comunicazione/gestione contatti
- Internet e l'e-business: comunicare, tutelare l'impresa e il consumatore

TARGET:

Area marketing & comunicazione, commerciale, Content management, Responsabili legali, Imprenditori e Capi d'azienda.

DOCENTI:

Davide Diurisi, Andrea Lisi
Studio Associato D&L

CALENDARIO

ROMA - 9 Maggio 2007
Orario: 9.30 - 17.30

GOVERNANCE

L'approccio integrato per la gestione efficace dei rischi d'impresa

Introduzione:

Sistemi IT, Organizzazione, Strategia, Leggi, HR, Finance, Rischi: questa è la "governance" dell'azienda che dipende da norme nazionali e internazionali che ne regolano l'attività a 360°. Un modello di business che non prenda in considerazione a monte la "compliance" espone l'azienda a difficoltà di gestione dei diversi sistemi e a forti inefficienze di costo. Al contrario, un approccio integrato garantisce l'ottimizzazione della gestione dei processi e dei rischi operativi, e di riflesso un notevole vantaggio competitivo nei confronti dei competitor. Il seminario darà un quadro teorico e pratico per progettare una corretta gestione integrata della governance aziendale, con focus sul D.lgs. 231/2001 e sul risk management.

Programma dei lavori:

- Governance e compliance: quadro d'insieme
- Focus: D. Lgs. 231/01
 - Modello Organizzativo e Codice Etico
 - Organo di Vigilanza
 - Sistema Disciplinare e Formazione
- I rischi operativi aziendali
 - Come calcolarli e gestirli
- Approccio Integrato: dalla governance ai controlli
 - Gestione del Business Management System
 - Definizione degli obiettivi di Business
 - Integrazione: D.Lgs. n.231/01, gestione rischi, privacy e certificazione di qualità
 - Rilevazione/integrazione attività comuni
 - Risoluzione delle inefficienze e rilevazione dei benefici
 - Reingegnerizzazione di attività e processi
 - Benefici ed opportunità

TARGET:

IT Manager, Business Developer, Direttori/Responsabili Finanziari, Amministratori Delegati, Titolari di aziende, Internal Audit, Responsabili Business Unit, Security Manager, Quality Manager.

DOCENTE:

Paola Generali
GetSolution srl

CALENDARIO

MILANO - 12 Giugno 2007
Orario: 9.30 - 17.30

I CONTRATTI NELL'IT

Guida per l'imprenditore
alla corretta definizione di rapporti
di business

Introduzione:

Il contratto IT costituisce una nuova tipologia legata all'utilizzo ormai pervasivo delle tecnologie informatiche e del web, da cui ogni azienda non può prescindere. Se redatto e utilizzato in modo appropriato, esso è lo strumento fondamentale che permette alle imprese, sia fornitrici di tecnologia sia utenti, di regolare efficacemente le loro relazioni commerciali, prevenendo la nascita di quei problemi che spesso caratterizzano la fase esecutiva di molti rapporti contrattuali. Il seminario fornisce una guida strategica e operativa alla corretta definizione dei rapporti contrattuali tipici della Società dell'Informazione, dalla fornitura di software, servizi e manutenzione IT, all'outsourcing informatico, dal contratto on-line ai rapporti B2B con l'estero.

Programma dei lavori:

- L'importanza della negoziazione nella strategia digitale
- Come cambia il contratto ai tempi della Società dell'Informazione.
Contratti di:
 - Licenza e distribuzione software
 - Realizzazione di servizi IT
 - Manutenzione e sicurezza IT
- L'outsourcing informatico: responsabilità dell'outsourcer e clausole principali
- Il contratto on line: cenni al documento informatico, firma elettronica e digitale, e-mail - la certificazione dello strumento di comunicazione
- Clausole indispensabili da inserire nei contratti on line
- La contrattualistica internazionale nell'e-business e nei rapporti B2B

TARGET:

Imprenditori, Capi d'azienda,
Professionisti, Area Legale, Responsabili IT,
Funzioni commerciali.

DOCENTI:

Davide Diurisi, Andrea Lisi
Studio Associato D&L

CALENDARIO

ROMA - 5 Luglio 2007
Orario: 9.30 - 17.30

L'INNOVAZIONE DIGITALE NELLA PA

Riflessi e prospettive per le imprese e
il territorio

Introduzione:

Il Codice della Pubblica Amministrazione Digitale introduce una rivoluzione nell'operatività della PA e nel rapporto con gli stakeholder, imprese e cittadini: dematerializzazione, archiviazione ottica, azzeramento dei certificati, registrazione digitale di atti e documenti, servizi online, riuso delle tecnologie, sportelli unici informatici, sono alcune fra le novità che il processo di innovazione introdurrà a breve nell'agire amministrativo. In questo contesto risulta fondamentale tracciare una linea di riferimento complessiva dell'intera tematica, per mettere le PA nelle condizioni ottimali di comprendere e pianificare un'efficace strategia di innovazione, e nel contempo per offrire alle aziende orientate al mercato della PA un quadro delle prospettive di evoluzione del mercato stesso.

Programma dei lavori:

- Il processo di aziendalizzazione della PA ai tempi della Società dell'Informazione
- Sviluppo territoriale e servizi on line
- Il sito web della PA: informazione, servizi, links e riferimenti
- Il CRM nella strategia dell'ente pubblico
- Il Codice dell'Amministrazione Digitale e i nuovi diritti del cittadino e dell'impresa
- I nuovi strumenti della digitalizzazione amministrativa: Firma Digitale, Carta Nazionale dei Servizi e Carta d'Identità Elettronica, Posta Elettronica Certificata
- La gestione informatica dei documenti amministrativi: protocollo informatico, fascicolo informatico e conservazione digitale
- L'accessibilità amministrativa on line.

TARGET:

Funzionari della PA, Assessori
e Amministratori, Imprenditori e
Responsabili di aziende fornitrici di
prodotti e servizi IT orientati alla PA.

DOCENTI:

Davide Diurisi, Andrea Lisi
Studio Associato D&L

CALENDARIO

ROMA - 11 Ottobre 2007
Orario: 9.30 - 17.30

FRAMEWORK DI VALUTAZIONE DEI PROGETTI ICT

Il metodo, il ROI, le best practices e i casi

Introduzione:

L'analisi del ROI si avvia a diventare una procedura standard presso le organizzazioni che vogliono operare scelte razionali nell'impiego di risorse e presso gli Operatori ICT che intendono proporre le loro soluzioni in modo convincente.

Domanda e offerta si incontrano sul terreno del valore, del vantaggio realizzabile.

Per l'acquirente, misurare l'impatto sul business e l'efficacia degli investimenti ICT è indispensabile al fine di conseguire il vantaggio di un'architettura tecnologica coerente con le strategie dell'impresa.

Per chi vende, l'adozione di un modello innovativo, focalizzato sulla creazione di valore, migliora notevolmente il tasso di conversione e abbrevia il ciclo di vendita, estende le opportunità di up-sell e cross-sell e contribuisce a stabilire relazioni migliori con il cliente.

I partecipanti apprendono le tecniche e i principi economico-finanziari di valutazione applicate alla selezione e implementazione delle soluzioni tecnologiche; comprendono la nozione di ICT Governance, il controllo formale dell'asset ICT per garantire l'allineamento alle operazioni di business; acquisiscono le competenze di base per effettuare l'analisi del ROI e realizzare e presentare Business Case efficaci e oggettivi.

Programma dei lavori:

- Perché un Framework di valutazione dei progetti IT?
 - Scenario attuale dell'IT, livello delle spese generali, ruolo degli stakeholder, scala delle esigenze legate all'IT, difficoltà a percepire il reale valore dell'IT, necessità di un Framework di valutazione condiviso.
- Il linguaggio e gli elementi alla base del Framework di valutazione
 - Tecniche di valutazione economico-finanziaria degli investimenti: ROI, Valore Attuale Netto, Tasso Interno di Rendimento, Tempo di recupero.
- Il Framework di valutazione e la sua articolazione in fasi:
 - Il valore generato dagli investimenti IT e loro classificazione
 - Analisi costi/benefici, analisi impatto strategico, Risk assessment
 - Analisi budget/portafoglio IT, analisi a livello corporate, benchmarking
- Utilizzo pratico attraverso best practices e case histories
 - Definizione della tipologia di progetto IT
 - Best practice nella quantificazione dei costi e dei benefici peculiari, dei rischi specifici
 - L'impatto a livello globale e l'utilizzo del benchmarking nelle scelte di investimento.

TARGET:

Imprese (di tutti i settori):
IT Managers e Direttori Finanza e Controllo
Operatori ICT: Responsabili Marketing, Vendite e dei Programmi di Canale, Account Managers, Consulenti Direzione

DOCENTE:

Simone Scagnelli - Nextvalue srl

CALENDARIO

MILANO - 6 Marzo 2007
Orario: 9.30 - 17.30

I DRIVER DI VALORE DELLE SOLUZIONI IT E LA RELATIVA MISURAZIONE

Mappa strategica delle performance e KPI di riferimento

Introduzione:

Uno strumento interpretativo indispensabile per comprendere i vantaggi competitivi derivanti dall'adozione delle tecnologie IT in azienda, finalizzato a valutare l'impatto sul business delle principali soluzioni software in termini di efficacia ed efficienza.

Da questo lavoro analitico procede l'elaborazione di una mappa strategica delle performance e dei KPI (Key Performance Indicators) di riferimento, oggetto di misurazione nell'analisi di valore.

Programma dei lavori:

- L'IT come leva di business per l'azienda
- I miglioramenti generati dall'IT
- I drivers sottostanti e le relative modalità di misurazione
- Principali soluzioni oggetto di analisi: ERP (HR, FI, CO), SCM, CRM, PLM

LA MISURAZIONE E IL MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE PER LE AZIENDE ICT

Introduzione:

Misurare le performance aziendali e confrontarle con il mercato è propedeutico all'avvio di ogni processo per il conseguimento dell'eccellenza interna.

Attraverso un'analisi e riclassificazione del bilancio d'esercizio, anche in relazione ai principi di Basilea 2, si potranno derivare i Key Performance Indicator caratteristici dell'industry ICT.

Programma dei lavori:

- La misurazione dell'eccellenza interna e Basilea 2
- I possibili confronti con il mercato
- Il bilancio quale sintesi della performance
- La riclassificazione del bilancio a fini gestionali per le aziende ICT
- Costruzione e analisi dei principali KPI
- La rilevanza degli aspetti finanziari e di tesoreria
- Redazione ed analisi del Cash Flow Statement
- Business case esemplificativi ed esercitazioni

TARGET:

Imprese (di tutti i settori): IT Managers e Direttori Finanza e Controllo
Operatori ICT: Responsabili Marketing, Vendite e dei Programmi di Canale, Account Managers, Consulenti di Direzione.

DOCENTE:

Simone Scagnelli - Nextvalue srl

CALENDARIO

MILANO - 7 Giugno 2007
Orario: 9.30 - 17.30

TARGET:

Imprese (di tutti i settori): IT Managers e Direttori Finanza e Controllo
Operatori ICT: Responsabili Marketing, Vendite e dei Programmi di Canale, Account Managers, Consulenti di Direzione.

DOCENTE:

Simone Scagnelli - Nextvalue srl

CALENDARIO

MILANO - 22 e 29 Novembre 2007
(2 giorni)
Orario: 9.30 - 17.30

IL PROCESSO DI VENDITA NEI SERVIZI ICT

Dall'offerta di prodotto all'offerta di servizio

Introduzione:

Nel mercato dei servizi ICT, dove l'obsolescenza tecnologica è in costante accelerazione e la competitività un must per la sopravvivenza, le strategie di prodotto rischiano di essere solo parzialmente efficaci.

Accanto all'innovazione di contenuto tecnologico, ed alla costruzione di un'offerta orientata ai bisogni del cliente e al servizio "chiavi in mano", diviene fattore strategico la corretta gestione della relazione con il cliente ai fini della sua fidelizzazione, sia nella fase di contatto e vendita, sia nella fase di post-vendita.

Obiettivo del seminario è fornire strumenti particolarmente innovativi della Programmazione Neurolinguistica (PNL) per avviare e mantenere un'efficace relazione con il cliente e per motivare i propri collaboratori rispetto all'utilizzo degli stessi.

Programma dei lavori:

- Scenario sul mercato dei servizi ICT: Trend e aree critiche, obiettivi e tecniche di vendita dei servizi
- Gli approcci SAAS e BAAS: il Lifetime Value
- La formazione dei collaboratori delle reti di vendita: metodologie, obiettivi e soft skills
- La struttura del comportamento e le basi della PNL
- Costruzione, consolidamento e mantenimento della relazione con il cliente attraverso le metodologie di rispecchiamento, ricalco e guida
- Come creare valore nei servizi post-vendita
- Il leveraging sulla Mission/Vision del cliente
- Le fasi strategiche della trattativa negoziale: CVB e BCV
- La cordializzazione: i primi segnali emessi, l'imprinting, uso di tecniche verbali e corporee
- La raccolta d'informazioni e l'uso del Metamodello linguistico
- L'argomentazione del servizio in conformità con i valori del cliente
- La gestione delle situazioni critiche. La PNL nella ristrutturazione delle convinzioni.

TARGET:

Responsabili Vendite e Marketing, Funzionari Commerciali, Responsabili Servizi Assistenza Clienti/Post Vendita, Titolari e capi d'azienda.

DOCENTE:

Camillo Sperzagni
Modelli di Comunicazione srl

CALENDARIO

MILANO - 5 Aprile 2007
Orario: 9.30 - 17.30

REALIZZARE E MISURARE IL CAMBIAMENTO IN AZIENDA

La cultura di processo come elemento chiave per accompagnare il business process re-engineering

Introduzione:

L'innovazione di processo si caratterizza, oggi, come elemento critico di successo per creare efficienza e aumentare la competitività.

Nell'ambito delle risorse umane, installare una cultura di processo attraverso lo sviluppo delle soft skills risulta uno degli asset intangibili fondamentali per accompagnare e rendere efficace il cambiamento nell'hardware organizzativo aziendale.

Il seminario fornisce strumenti innovativi per introdurre in azienda una cultura di processo e poterne misurare gli interventi organizzativi/formativi rivolti allo sviluppo delle competenze trasversali, relazionali e comunicative.

Programma dei lavori:

- Cultura di processo versus cultura di ruolo, cambiamenti organizzativi, orientamento al cliente vs l'orientamento al prodotto, sistemi di Total Qualità
- Perché il cambiamento, cosa significa "cambiare": esercitazione sul cambiamento personale e all'interno di un gruppo
- Come progettare un BPR tenendo conto del cambiamento culturale: strategie tecniche e di processo e strategie culturali (soft skills)
- Interiorizzazione e accettazione del cambiamento, comunicazione interna, sponsorship del vertice
- Livelli logici e allineamento: illustrazione del modello di Dilts
- Il test DOES®: valutazione delle soft skills
- Come monitorare il cambiamento nel tempo
- La gestione dei feedback

TARGET:

Responsabili Risorse Umane,
Responsabili Organizzazione,
Responsabili Formazione,
Responsabili di Linea,
Imprenditori e capi d'azienda.

DOCENTE:

Ermanno Porro
Modelli di Comunicazione srl

CALENDARIO

MILANO - 23 Maggio 2007
Orario: 9.30 - 17.30

COME SVILUPPARE VALORE AGGIUNTO NELLE RETI DI VENDITA

I dealer nell'ICT

Introduzione:

Le peculiarità del mercato ICT rendono necessario riconoscere i propri traguardi aziendali in funzione dell'implementazione e della gestione di una efficace rete commerciale. In questo contesto, occorre poter pianificare un sistema di interazione con i dealer che permetta di gestirli, supportarli, motivarli e interconnetterli per un presidio territoriale di successo.

Programma dei lavori:

- Sensibilizzazione sulle problematiche nella gestione dei dealer:
 - Fondare una base comune di discussione in riferimento al marketing
 - Formulare proposte concrete e azioni da verificare sul campo per essere innovativi o più proattivi nell'affrontare le continue sfide del mercato
 - Individuare le metodologie più corrette per interagire con i dealer indirizzandoli verso gli obiettivi prefissati dall'azienda
- Miglioramento delle competenze tecniche e gestionali:
 - Lo scenario dell'ICT
 - Competenze tecnologiche: nozioni di reti e soluzioni di collegamento
 - La gestione/supporto del Dealer
 - Come organizzare iniziative commerciali sul territorio per aumentare il numero dei contatti commerciali e per presidiare il mercato con prodotti specialistici.
- Sviluppo professionale degli imprenditori:
 - Cenni sull'imprenditorialità
 - Le leve competitive che favoriscono il successo delle imprese
 - La gestione del personale: come motivare e delegare
 - Come lavorare per obiettivi.

TARGET:

Aziende commerciali operanti in tutti i settori dell'ICT, Responsabili commerciali e personale addetto allo sviluppo o alla gestione dei canali.

DOCENTE:

Giovanni Giacomelli
Gielle sas

CALENDARIO

MILANO - 13 Dicembre 2007
Orario: 9.30 - 17.30

E-INTERNATIONAL BUSINESS

L'ICT per aiutare l'impresa nel processo di internazionalizzazione

Introduzione:

La globalizzazione ha creato forme d'integrazione e modelli di business innovativi che si sviluppano in rete e su scala internazionale, legando la crescita della singola impresa alla presenza sul mercato globale.

Il web e gli strumenti informatici sono quindi un fattore chiave:

E-Business è innanzitutto metodologia di approccio alla nuova frontiera di competitività, intesa come cultura imprenditoriale e di settore, capacità e know-how strategico.

Il programma di lavoro prevede un'analisi interdisciplinare, che consente ai partecipanti di addentrarsi nel contesto dell'E-Business a supporto di un processo di

internazionalizzazione: applicazioni, strumenti e comportamenti da adottare per rapportarsi in forma conveniente, efficace, corretta e sicura a progetti di sviluppo internazionale.

Programma dei lavori:

- Pianificare lo sviluppo internazionale d'impresa: il ruolo dell'ICT
- Il BP per l'internazionalizzazione: ricerca e raccolta delle informazioni on-line
- Sistemi produttivi, consorzi, distretti e piattaforme per l'internazionalizzazione
- La delocalizzazione commerciale/produttiva: costruire rapporti di business all'estero tramite l'ICT
- Le strategie di Marketing tramite Internet: E-commerce / Database marketing / Customer relationship management
- Strutturare il sito internet per l'E-Business internazionale
- Comunicazione: i new-media e la convergenza tecnologica per promuovere il prodotto/servizio all'estero
- Il valore della conoscenza: l'E-Business Intelligence
- L'informazione sulla rete: concorrenza, privacy, tecniche di ricerca, profilazione e catalogazione. Ciò che è lecito fare e ciò che non lo è.
- Transazione commerciale on-line
- Contrattualistica on-line
- Realizzare un sito internet: problematiche giuridiche nella strategia web
- La commercializzazione diretta nel web: l'e-shop
- L'E-marketplace

TARGET:

Imprenditori e Capi d'azienda, Consulenti aziendali e Legali d'impresa, Responsabili marketing ed esperti di ICT

DOCENTI:

Davide Diurisi, Andrea Lisi
Studio Associato D&L

CALENDARIO

MILANO - 1 Marzo 2007

ROMA - 12 Luglio 2007

Orario: 9.30 - 17.30

I SEGRETI DEL RISPARMIO FISCALE NELLA PMI

Opportunità reali e falsi miti

Introduzione:

Il mercato richiede sempre di più all'imprenditore una immediata capacità decisionale anche in materia fiscale, almeno nella coscienza dell'efficacia diretta o riflessa delle proprie azioni gestionali, troppo spesso lasciate in via esclusiva alla professionalità dei propri consulenti.

Anche un semplice acquisto di merce può incidere in maniera diversa e significativa quando eseguito in momenti particolari dell'anno.

Il seminario chiarisce ai partecipanti le interpretazioni fiscali e le aree di intervento per realizzare un effettivo risparmio fiscale nella propria azienda, anche attraverso soluzioni immediate e di veloce applicabilità.

Il programma è completato da strumenti utili per delimitare il rischio delle operazioni legalmente non corrette e valutare il proprio comportamento fiscale durante il normale controllo gestionale dell'impresa.

Programma dei lavori:

- Aree di criticità
- Falsi miti: le spese alternative al pagamento delle imposte
- Esempi di comportamenti dannosi o pericolosi per l'azienda
- Efficacia dei condoni e aree di applicazione
- La trasformazione in costi deducibili delle spese comunque da sostenere
- Emersione di un utile rilevante e tempo in cui va individuata
- Le soluzioni: Immediate e minimali, Soluzioni "regine", Soluzioni "hard dream"
- Esposizione di casi di studio in tema
- Domande & Risposte

PROGETTARE E FAR CRESCERE LA PROPRIA CORPORATE IDENTITY

Introduzione:

In un mercato sempre più interconnesso, un'identità societaria forte e positiva costituisce un fondamentale fattore di facilitazione in diversi ambiti: rapporto con i clienti e con i fornitori, relazione con istituti di credito e organi amministrativi, reclutamento e motivazione dei collaboratori.

Per ogni azienda - anche piccola - che voglia capitalizzare il proprio know-how e la propria posizione di mercato, una forte Corporate identity costituisce al tempo stesso la migliore capitalizzazione del passato e la più salda premessa per il futuro.

Programma dei lavori:

- Gli asset per lo sviluppo della competitività
- Il Brand: sviluppo e posizionamento, mission, vision, valori e Corporate identity
- Definizione identità e mission aziendale, mappa dei valori e allineamento elementi del Brand
- Elementi visibili e invisibili della Corporate identity:
 - positioning, format di comunicazione, congruenza e allineamento
- Il Payoff: analisi e definizione
- Comunicare la Corporate identity agli stakeholder:
 - Lo stile di comunicazione
 - Le fasi di comunicazione
 - Veicoli e mezzi di espressione
 - Esercitazione

TARGET:

Imprenditori e Titolari della micro, piccola e media impresa, Responsabili amministrativi.

DOCENTE:

Francesco Lotti
Gielle sas

CALENDARIO

MILANO - 13 Settembre 2007
Orario: 9.30 - 17.30

TARGET:

Amministratori, Capi d'azienda, Imprenditori, Responsabili Risorse Umane, Responsabili Comunicazione interna.

DOCENTE:

Ermanno Porro
Modelli di Comunicazione srl

CALENDARIO

MILANO - 25 Ottobre 2007
Orario: 9.30 - 17.30

SEDE DEI SEMINARI

Milano

Circolo del Commercio
Corso Venezia, 51

Roma

Sede Confcommercio
Piazza G.G. Belli, 2

INFORMAZIONI

Per i dettagli sul programma dei singoli seminari vai al sito Assintel:

www.assintel.it/eventi/seminari2007.jsp

Per ulteriori informazioni contatta:

Andreas Schwalm

Email: andreas.schwalm@assintel.it

Tel. +39 02 7750.231

Fax +39 02 7750.413

QUOTE DI ISCRIZIONE

- Costo seminario: € 300,00 + IVA
- Associati Assintel: € 200,00 + IVA

Solo per il Percorso 2

(ICT management):

- Costo seminario una giornata:
€ 500,00 + IVA
- Associati Assintel: € 350,00 + IVA
- Costo seminario due giornate:
€ 800,00 + IVA
- Associati Assintel: € 550,00 + IVA

Quota multipla (valida per tutti i percorsi):

sconto del 15% per gli iscritti (successivi al primo) della stessa azienda al medesimo seminario.

La quota di iscrizione include la partecipazione al corso, il materiale didattico, il coffee break e la colazione di lavoro.

CONDIZIONI

L'iscrizione ai seminari, accettata in ordine cronologico, è valida dalla data di ricevimento del pagamento e fino alla copertura del numero massimo di partecipanti.

Il pagamento dovrà essere effettuato entro 5 giorni lavorativi dall'inizio del primo seminario prescelto, pena l'impossibilità di accedere al seminario stesso. Seguirà da parte della Segreteria conferma dell'iscrizione tramite fax o e-mail.

Assintel si riserva il diritto di cancellare o rinviare singoli seminari qualora i partecipanti iscritti non raggiungessero un numero ritenuto sufficiente, o per qualsiasi altro motivo, dandone comunicazione agli iscritti via e-mail all'indirizzo specificato sul modulo di iscrizione. In questo caso Assintel si limiterà alla restituzione dell'importo pagato. In caso di impossibilità di partecipazione sarà possibile accettare un collega in sostituzione dell'iscritto purché il nominativo venga comunicato alla Segreteria Assintel almeno un giorno prima della data del corso.

E' possibile rinunciare all'iscrizione entro e non oltre il 10° giorno lavorativo precedente la data di inizio del seminario, comunicando la decisione alla Segreteria Assintel. In tal caso verrà restituito il 50% della quota di iscrizione versata.

SCHEDA D'ISCRIZIONE

SPAZIO RISERVATO ALLA SEGRETERIA

Protocollo n°..... Ricevuto il.....

IN CASO DI ISCRIZIONI DI PIU' PARTECIPANTI, FOTOCOPIARE LA SCHEDA E COMPILARNE UNA COPIA PER OGNI PERSONA.

DATI AZIENDALI

Azienda

Indirizzo

CAP Città

Tel.

Fax

P.IVA

E-mail aziendale.....

DATI DEL PARTECIPANTE

Nome

Cognome

E-mail personale.....

Funzione aziendale

INDICARE I SEMINARI A CUI SI INTENDE PARTECIPARE BARRANDO LE APPOSITE CASELLE

PERCORSO 1: NORMATIVA E DIRITTO ICT

- 21 Marzo - Roma
- 5 Luglio - Roma
- 9 Maggio - Roma
- 11 Ottobre - Roma
- 12 Giugno - Milano

PERCORSO 2: ICT MANAGEMENT

- 6 Marzo - Milano
- 22 e 29 Novembre - Milano
- 7 Giugno - Milano

PERCORSO 3: RISORSE UMANE PER L'ICT

- 5 Aprile - Milano
- 13 Dicembre - Milano
- 23 Maggio - Milano

PERCORSO 4: STRUMENTI DI BUSINESS PER L'IMPRESA

- 1 Marzo - Milano
- 13 Settembre - Milano
- 12 Luglio - Roma
- 25 Ottobre - Milano

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

Via Fax ad Assintel: 02 7750.413 - 435

Via Web: www.assintel.it/eventi/seminari2007.jsp

MODALITÀ DI PAGAMENTO

- Assegno non trasferibile intestato ad ASSINTEL INIZIATIVE
- Bonifico presso: Intesa Sanpaolo Ag. 52 - Milano
c/c 000005400193 - ABI 03069
CAB 01798 - CIN H
Indicare nella causale: Partecipazione Seminari Assintel 2007 (specificare il titolo)

IL PAGAMENTO PER I SEMINARI SOPRA INDICATI DOVRA' ESSERE EFFETTUATO ENTRO 5 GIORNI LAVORATIVI DALL'INIZIO DEL SEMINARIO PRESCELTO

TUTELA DATI PERSONALI - D.lgs. 196/03

Il sottoscritto, preso atto dell'informativa di cui al sito Assintel www.assintel.it/eventi/seminari2007.jsp acconsente al trattamento dei propri dati per le finalità e con le modalità indicate dall'informativa stessa, incluso l'utilizzo della posta elettronica.

Data

Timbro e Firma