

# iCORSI 2025

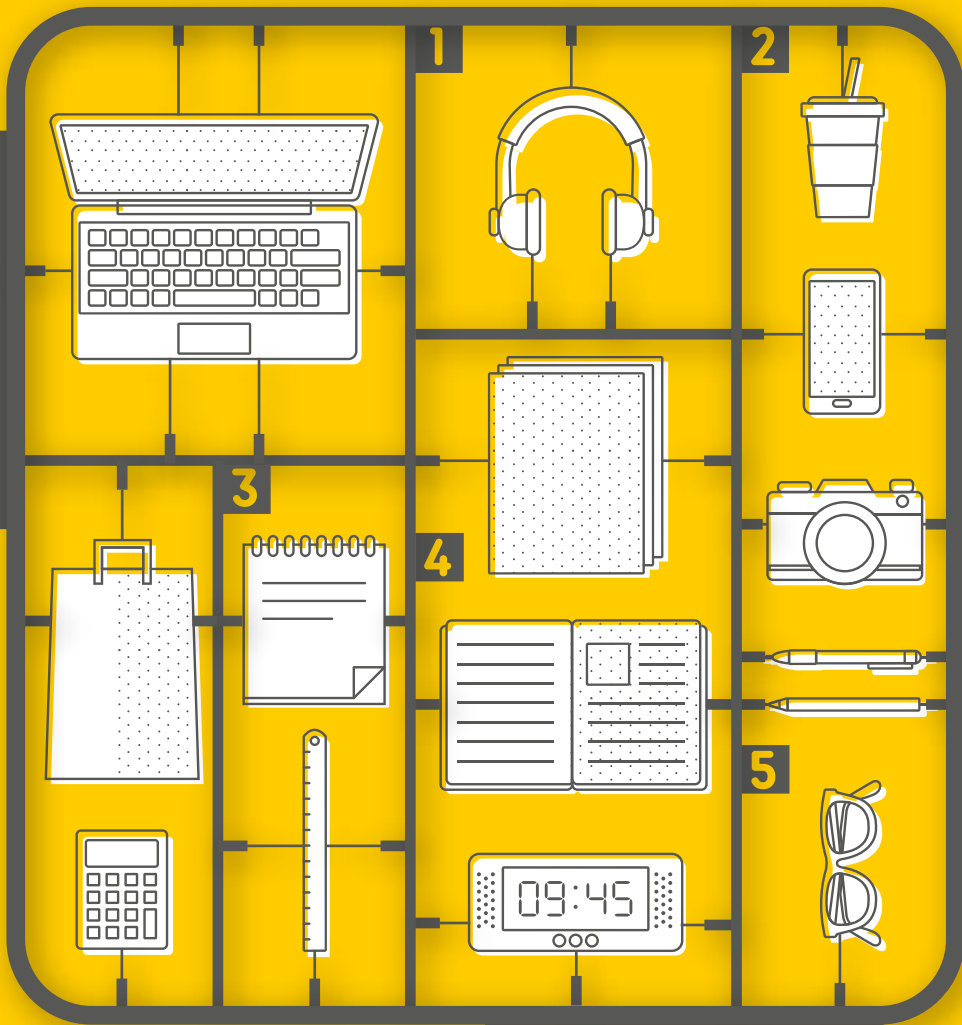
CORSI DI FORMAZIONE  
ED AGGIORNAMENTO



ENTE BILATERALE TERZIARIO  
COMMERCIO E SERVIZI  
PROVINCIA DI VENEZIA

PER AZIENDE  
E LAVORATORI  
DEL COMMERCIO  
E DEI SERVIZI.

EBTERZIARIOVE.IT



EDIZIONE '25

# iCORSI

CORSI DI FORMAZIONE  
ED AGGIORNAMENTO  
2025



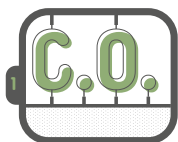
ENTE BILATERALE TERZIARIO  
COMMERCIO E SERVIZI  
PROVINCIA DI VENEZIA

I nostri corsi non sono situazioni d'aula preconfezionate alle quali le persone s'iscrivono, ma devono rispondere a specifiche esigenze e vanno quindi costruiti e strutturati assieme al cliente. Noi pensiamo che la formazione sia un percorso dove gli allievi sono parte integrante e attori protagonisti assieme al docente che ha il compito di stimolare il confronto e aiutare il gruppo a raggiungere gli obiettivi che si è posto.

Di seguito troverete i contenuti di alcune aree tematiche attorno ai quali costruire i percorsi formativi da realizzare, convinti che, per persone e per aziende diverse, la proposta formativa non possa che essere differenziata.

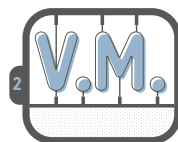
[ebterziariove.it](http://ebterziariove.it)





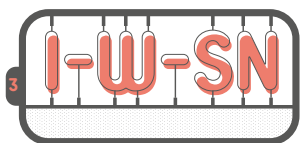
## COMPORAMENTO ORGANIZZATIVO

1	DIVERSITY MANAGEMENT E INCLUSIONE IN AZIENDA	PAG. 12
2	ETICA E RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLE ORGANIZZAZIONI	PAG. 12
3	APPROCCIO ALLA COMUNICAZIONE EFFICACE	PAG. 13
4	COMUNICAZIONE E SODDISFAZIONE CLIENTE	PAG. 13
5	AL TELEFONO SI CAPISCE TUTTO!	PAG. 14
6	LA GESTIONE PRODUTTIVA DELLO STRESS	PAG. 14
7	LA GESTIONE DEL TEMPO	PAG. 15
8	LE COMPETENZE PER IL CAMBIAMENTO	PAG. 15
9	CREATIVITÀ IN AZIONE: IL PENSIERO CREATIVO	PAG. 16
10	ACCENDETE LA VOSTRA CREATIVITÀ QUOTIDIANA	PAG. 16
11	COSTRUIRE LA PROPRIA LEADERSHIP	PAG. 17
12	ORGANIZZARE E CONDURRE RIUNIONI EFFICACI	PAG. 17
13	STORYTELLING: PROMUOVERE AZIENDA/PRODOTTO	PAG. 18
14	SCRIVERE PER COMUNICARE NELL'ERA DIGITALE	PAG. 18



## VENDITA E MARKETING

15	NEUROESTETICA E DESIGN EMOTIVO	PAG. 22
16	ARMOCROMIA: L'ARMONIA DEI COLORI	PAG. 22
17	STORE MANAGER: GESTIRE UN PUNTO VENDITA	PAG. 23
18	VENDITA PERSONALIZZATA E CREATIVA	PAG. 23
19	TECNICHE AVANZATE DI VENDITA DEI SERVIZI	PAG. 24
20	VENDERE? E' FACILE... SE SAI COME FARE	PAG. 24
21	MARKETING OPERATIVO PER LE PMI	PAG. 25
22	MARKETING LOW COST	PAG. 25
23	POST VENDITA PER FIDELIZZARE I CLIENTI	PAG. 26
24	IL CONTROLLO DELL'AZIONE DI MARKETING	PAG. 26
25	IL RETAIL MARKETING NEL PUNTO VENDITA	PAG. 27
26	IL PUNTO VENDITA 3.0	PAG. 27
27	FASHION VISUAL MERCHANDISING	PAG. 28
28	LA GESTIONE DEL MAGAZZINO	PAG. 28



## INFORMATICA, WEB E SOCIAL NETWORK

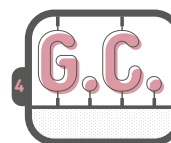
- 29 INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) PER IL COMMERCIO:  
INNOVAZIONE E STRATEGIE DIGITALI
- 30 IL COMPUTER E LA CULTURA DIGITALE
- 31 PACCHETTO MS OFFICE
- 32 EXCEL AVANZATO
- 33 GESTIONE DI BANCHE DATI: MS ACCESS
- 34 DIRECT MARKETING PER VENDERE E FIDELIZZARE
- 35 ACQUISIRE E FIDELIZZARE I CLIENTI SUL WEB
- 36 VENDERE ON LINE CON AMAZON E EBAY
- 37 E-COMMERCE: COME APRIRE UN NEGOZIO ONLINE
- 38 SOCIAL MEDIA MARKETING
- 39 SOCIAL REPUTATION E TUTELA DELL'IMMAGINE
- 40 DIGITAL STORYTELLING
- 41 SEARCH ENGINE OPTIMISATION (SEO)
- 42 OTTIMIZZARE LA RICERCA DI VIDEO ED IMMAGINI
- 43 WORDPRESS: AGGIORNARE E MODIFICARE IL SITO
- 44 IMMAGINE DIGITALE
- 45 LA FOTOGRAFIA COME NUOVO STRUMENTO DI MARKETING

## PAG. 30

- PAG. 32
- PAG. 32
- PAG. 33
- PAG. 33
- PAG. 34
- PAG. 34
- PAG. 35
- PAG. 35
- PAG. 36
- PAG. 36
- PAG. 37
- PAG. 37
- PAG. 38
- PAG. 38
- PAG. 39
- PAG. 39
- PAG. 40

- 46 CORSO BASE DI PHOTOSHOP
- 47 MONTAGGIO VIDEO

- PAG. 40
- PAG. 41



## GESTIONE DEI PROPRI COLLABORATORI

## PAG. 42

- 48 GESTIONE PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI
- 49 COSTRUIRE INSIEME LA SQUADRA
- 50 TROVARE PERSONALE ATTRAVERSO LINKEDIN
- 51 RICERCARE PERSONALE DI VENDITA

- PAG. 44
- PAG. 44
- PAG. 45
- PAG. 45



## CONTABILITÀ E PAGHE

## PAG. 46

- 52 CORSO BASE DI CONTABILITÀ
- 53 GESTIONE PAGHE E CONTRIBUTI
- 54 IL BILANCIO PER CHI NON LO SA LEGGERE
- 55 CONTROLLO DI GESTIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

- PAG. 48
- PAG. 48
- PAG. 49
- PAG. 49



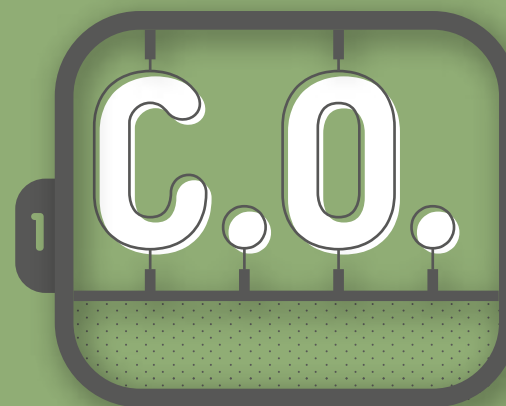
## LINGUE STRANIERE ED ITALIANO PER STRANIERI

<b>56</b>	INGLESE/TEDESCO/SPAGNOLO/FRANCESE BASE	PAG. 52
<b>57</b>	INGLESE/TEDESCO/SPAGNOLO/FRANCESE INTERMEDIO	PAG. 52
<b>58</b>	INGLESE/TEDESCO/SPAGNOLO/FRANCESE AVANZATO	PAG. 53
<b>59</b>	ITALIANO PER STRANIERI DI LINGUA INGLESE, FRANCESE E CINESE	PAG. 53

# COMPORAMENTO ORGANIZZATIVO

iCORSI  
2025

COMPORAMENTO  
ORGANIZZATIVO



1  
DIVERSITY MANAGEMENT  
E INCLUSIONE IN AZIENDA

2  
ETICA E RESPONSABILITÀ  
SOCIALE NELLE  
ORGANIZZAZIONI

3  
APPROCCIO ALLA  
COMUNICAZIONE EFFICACE

4  
COMUNICAZIONE E  
SODDISFAZIONE CLIENTE

5  
AL TELEFONO  
SI CAPISCE TUTTO!

6  
LA GESTIONE PRODUTTIVA  
DELLO STRESS

7  
LA GESTIONE DEL TEMPO

8  
LE COMPETENZE PER IL  
CAMBIAMENTO

9  
CREATIVITÀ IN AZIONE:  
IL PENSIERO CREATIVO

10  
ACCENDETE LA VOSTRA  
CREATIVITÀ QUOTIDIANA

11  
COSTRUIRE LA PROPRIA  
LEADERSHIP

12  
ORGANIZZARE E CONDURRE  
RIUNIONI EFFICACI

13  
STORYTELLING:  
PROMUOVERE AZIENDA/  
PRODOTTO

14  
SCRIVERE PER COMUNICARE  
NELL'ERA DIGITALE

# 1

## DIVERSITY MANAGEMENT E INCLUSIONE IN AZIENDA

### OBIETTIVI

- Comprendere il concetto di diversità, le sue diverse dimensioni e il loro impatto nelle organizzazioni
- Promuovere un ambiente inclusivo
- Sviluppare strategie di diversity management
- Migliorare il benessere organizzativo e favorire una cultura aziendale inclusiva
- Favorire una leadership inclusiva

### CONTENUTI

- Diversità ed inclusione: definizioni e concetti chiave, differenze tra inclusione e integrazione.
- Dimensioni della diversità: diversità etnica, di genere, età, abilità fisiche e cognitive, orientamento sessuale.
- Normative e regolamentazioni
- Pregiudizi consci e inconsci: come riconoscerli e gestirli.
- Strategie di Diversity Management: sviluppo di politiche aziendali per la gestione della diversità, formazione continua per sensibilizzare i dipendenti su inclusione e diversità.
- Come costruire una cultura inclusiva.
- Leadership inclusiva: caratteristiche e competenze del leader inclusivo, come gestire team diversificati e trarre vantaggio dalle loro competenze.

**DURATA 16 ORE**

# 2

## ETICA E RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLE ORGANIZZAZIONI

### OBIETTIVI

- Comprendere l'importanza dell'etica aziendale
- Promuovere la responsabilità sociale
- Integrare etica e strategia aziendale
- Riconoscere dilemmi etici
- Valutare l'impatto sociale e ambientale
- Promuovere una cultura etica.

### CONTENUTI

- Introduzione all'etica aziendale
- Teorie etiche applicate al contesto aziendale
- Responsabilità sociale d'impresa (CSR): definizione e concetti chiave, modelli e approcci di CSR, benefici della CSR per le imprese, la società e l'ambiente.
- Governance etica e codici di condotta
- Dilemmi etici e processo decisionale
- Responsabilità sociale e ambiente:
- Corporate social responsibility e rapporti con gli stakeholder
- Etica nella gestione delle risorse umane
- Leadership etica e cultura organizzativa
- Strumenti per monitorare l'etica e la CSR

**DURATA 16 ORE**

# 3

## APPROCCIO ALLA COMUNICAZIONE EFFICACE

### OBIETTIVI

- Apprendere i concetti essenziali della relazione tra soggetti: l'accento è posto sul tema della comunicazione e su alcuni principi generali della stessa per verificare il proprio "stile comunicativo"
- Acquisire "strumenti" che permettano di valorizzare il proprio "stile"
- Sviluppare la capacità di costruire relazioni positive con interlocutori di diversa estrazione
- Acquisire la capacità di comprendere e riformulare richieste, fornire suggerimenti per ottimizzare il proprio stile comunicativo

### CONTENUTI

- La comunicazione verbale, non verbale, paraverbale, univoca e biunivoca
- Individuare i punti di forza e di debolezza del proprio stile comunicativo
- Saper utilizzare le tecniche di mediazione e gestione delle obiezioni dei clienti
- Lavorare con creatività: i principi del pensiero laterale

**DURATA 12 ORE**

# 4

## COMUNICAZIONE E SODDISFAZIONE CLIENTE

### OBIETTIVI

- Saper adeguare il proprio atteggiamento e comportamento alle diverse situazioni in relazione ai rapporti gerarchici e cooperativi con soggetti interni ed esterni all'azienda/organizzazione, in particolare nel rapporto con il cliente
- Controllare e modificare i comportamenti al fine di potenziare le proprie capacità relazionali ed organizzative
- Saper scegliere le modalità comunicative più appropriate per gestire sia relazioni "ottimali" che relazioni "conflittuali"

### CONTENUTI

- Come rendere efficace la comunicazione
- La gestione produttiva dello stress: come prepararci a comunicare in modo efficace
- Formulare il messaggio perché si adatti alla mentalità e alla cultura del cliente
- Riuscire a farsi ascoltare
- Come rendere credibile il messaggio
- Creare "sintonia" nelle relazioni
- La "critica costruttiva" come strumento per gestire i conflitti
- La gestione dei reclami

**DURATA 16 ORE**

## 5

### AL TELEFONO SI CAPISCE TUTTO!

#### OBIETTIVI

Il corso si rivolge prevalentemente agli addetti al call center e front office, "la voce delle imprese".

Si propone di trasferire le attenzioni per migliorare lo stile comunicativo interpersonale verso clienti e fornitori, con particolare riguardo ai peculiari aspetti della comunicazione telefonica. Verranno trattate le dinamiche della comunicazione (telefonica e non) per apprendere come essere assertivi e migliorare il "customer service" aziendale a cominciare dalla fase di prima accoglienza dei clienti e delle loro esigenze

#### CONTENUTI

- L'addetto al Call center e Front Office: la voce dell'organizzazione
- Gli skill di comunicazione
- La comunicazione telefonica
- Disposizione positiva: la dote più importante
- Come creare il proprio piano di miglioramento

**DURATA 12 ORE**

## 6

### LA GESTIONE PRODUTTIVA DELLO STRESS

#### OBIETTIVI

Imparare a riconoscere quali sono le reazioni che ciascuno ha di fronte a situazioni ambientali sempre più competitive ed in mutamento, è il punto da cui partire per imparare a gestire in modo proficuo lo stress. Fornire gli strumenti per gestire i diversi ambiti della vita di una persona (professione, famiglia, amicizie...) in modo da mantenere il sistema persona in equilibrio. Integrare quindi professionalità e personalità. Motivazione ed auto-motivazione, come gestire lo stress per favorire il conseguimento degli obiettivi. Quale atteggiamento mentale sviluppare per raggiungere gli obiettivi ed avere prestazioni d'eccellenza in campo professionale e non.

**DURATA 12 ORE**

## 7

### LA GESTIONE DEL TEMPO

#### OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire strumenti per gestire in modo efficace (raggiungere gli obiettivi) ed efficiente (ottimizzare l'utilizzo delle risorse) il proprio tempo; analizzare l'attuale programmazione personale per consentire un salto qualitativo nel raggiungimento dei propri obiettivi; acquisire maggiore consapevolezza nella gestione del tempo per ridurre tensioni e possibili cause di stress negativo.

Ognuno è artefice del proprio destino:

- Eliminare gli alibi
- Lavorare divertendosi: combattere stress ed ansia
- Pianificare e non solo sognare
- Tenere sotto controllo il tempo
- Decidere cosa non fare: dire di sì vuol dire di no (silenzioso)
- I risultati di un anno sono la somma dei risultati di ogni giorno
- Ottimizzare il tempo relazionale
- Delegare
- Far dimagrire i "mangiatori di tempo"

**DURATA 8 ORE**

## 8

### LE COMPETENZE PER IL CAMBIAMENTO

#### OBIETTIVI

Il corso si propone di aiutare i partecipanti a riconoscere i propri punti di forza e di debolezza per poter essere in linea e preparati con l'evoluzione del mercato e con eventuali cambiamenti organizzativi attuati dalla propria azienda.

#### CONTENUTI

- Analisi individuale e di gruppo delle skill del proprio ruolo professionale
- Analisi individuale dei propri punti di forza e di debolezza, delle proprie motivazioni e aspirazioni
- Acquisire la capacità di cogliere i cambiamenti operati dai propri clienti a livello organizzativo, operativo e gestionale e ri-modulare di conseguenza le proprie competenze e il proprio ruolo professionale
- La flessibilità e il problem solving: imparare a lavorare secondo nuove metodologie e procedure adeguandosi a nuove esigenze aziendali ed essere capaci di operare con nuove soluzioni

**DURATA 12 ORE**



## CREATIVITÀ IN AZIONE: IL PENSIERO CREATIVO

### OBIETTIVI

Il pensiero creativo è la capacità di risolvere problemi in ambiti disciplinari specifici, interagendo con le variabili ambientali mediante la padronanza di competenze adeguate e di procedure intellettive.

Molti pensano che la creatività non sia per tutti, ma solo appannaggio di pochi. Non è esattamente così. La creatività è una disciplina e un'attitudine da coltivare ed esercitare, ha propri processi di funzionamento e dinamiche codificabili, pertanto la mente può essere allenata a maggiore dinamismo e creatività.

Il corso mira ad accrescere la consapevolezza dell'importanza della creatività e dell'innovazione in quanto competenze chiave per lo sviluppo personale, sociale ed economico.

Il programma intende sviluppare, attraverso l'apprendimento delle tecniche base di approccio al pensiero creativo, un modo diverso di affrontare i problemi: le idee preconcepite ed i cliché vengono scardinati alla ricerca di nuovi metodi di organizzazione dei concetti. Processi convalidati vengono applicati per stimolare nuovi punti di vista sulle cose.

**DURATA 12 ORE**

## ACCENDETE LA VOSTRA CREATIVITÀ QUOTIDIANA

### OBIETTIVI

La creatività è un'abilità ritenuta essenziale, è innata in tutte le persone e può essere alimentata. C'è sempre bisogno di idee nuove e migliori per quasi ogni aspetto della nostra vita professionale e personale. Questo corso offre un modo per sviluppare il pensiero creativo e la capacità di problem-solving, che possono essere facilmente applicati nell'attività lavorativa come nella vita, giorno per giorno. L'obiettivo è quello di aiutare a riconoscere, sviluppare e agire sulla creatività di cui si è naturalmente dotati. Essere creativi è soprattutto uno stato mentale: si tratta di imparare ad osservare il mondo da angolazioni diverse.

### CONTENUTI

Il corso si svolge approfondendo tre diversi filoni:

- Consapevolezza: si concentra sulle teorie e i principi della creatività.
- Ispirazione: si basa su esempi interessanti di persone che utilizzano la propria creatività nella vita professionale
- Creatività: sviluppa tecniche per attivare le risorse di creatività personale

*Entro la fine di questo corso, i partecipanti saranno più consapevoli della propria innata creatività e avranno ulteriormente sviluppato le abilità necessarie per utilizzarla al meglio nelle dinamiche del lavoro individuale e/o in azienda.*

**DURATA 12 ORE**

## COSTRUIRE LA PROPRIA LEADERSHIP

### CONTENUTI

I principali argomenti trattati durante corso saranno:

- Essere capo, essere leader: differenze ed influenze sul clima aziendale. Organizzazione aziendale e leadership: diversi tipi di leadership.
- La scelta della partecipazione per motivare i collaboratori e cogliere gli obiettivi di sviluppo
- Leadership e comportamenti: la potenza dell'esempio e della coerenza
- Leadership e comunicazione: le parole "potenti", l'ascolto, l'osservazione
- Comunicare per motivare: comunicare la vision e la mission
- La conduzione dei colloqui di gestione
- La delega come strumento di crescita e sviluppo

Sono previste simulazioni analizzate in aula ed esercizi di auto-osservazione e riconoscimento del proprio stile

**DURATA 12 ORE**

## ORGANIZZARE E CONDURRE RIUNIONI EFFICACI

### CONTENUTI

- Valore strategico delle riunioni nei contesti lavorativi
- Quando le riunioni sono vissute come inutili: esperienze a confronto
- Condizioni di efficacia delle riunioni; come pianificare e organizzare
- Definizione degli obiettivi, scelta della tipologia di riunione, scelta delle persone da coinvolgere.
- Scelte logistiche: tempi e spazi, informazioni necessarie
- Ordine del giorno, definizione delle priorità, definizione dei ruoli
- Importanza del clima relazionale e della leadership assertiva nella conduzione delle riunioni
- Previsione dei problemi e gestione delle difficoltà
- Metodi per l'interazione efficace: brainstorming, problem solving, decision making
- Conclusione e comunicazione dei risultati della riunione

**DURATA 9 ORE**

## 13

### STORYTELLING: PROMUOVERE AZIENDA/PRODOTTO

#### OBIETTIVI

Storytelling: la narrazione per generare e promuovere l'identità dell'azienda, rafforzarla all'interno e all'esterno e per promuoverne i prodotti.

Come "raccontare" l'azienda ed il prodotto/servizio, fare leva sulla dimensione emozionale del racconto e della metafora per essere visibili e distinguibili.

#### CONTENUTI

- La potenza comunicativa delle storie
- Costruire una buona storia:
  - A chi racconto? Il target
  - Cosa scelgo di raccontare?  
La storia, i personaggi, l'ambientazione
  - Come raccontare?  
La scelta dello stile
  - L'uso delle metafore e la scelta di immagini e parole
- Costruire una storia d'impresa: aziende che si raccontano, analisi di casi
- Raccontare il prodotto, la sua storia: analisi di casi

**DURATA 12 ORE**

## 14

### SCRIVERE PER COMUNICARE NELL'ERA DIGITALE

#### OBIETTIVI

Rivolto ad imprenditori, professionisti, responsabili marketing, responsabili della comunicazione con i clienti e a tutti coloro che nei luoghi di lavoro usano la scrittura (report, verbali e relazioni, e-mail e scrittura per il web e per il materiale promozionale).

#### CONTENUTI

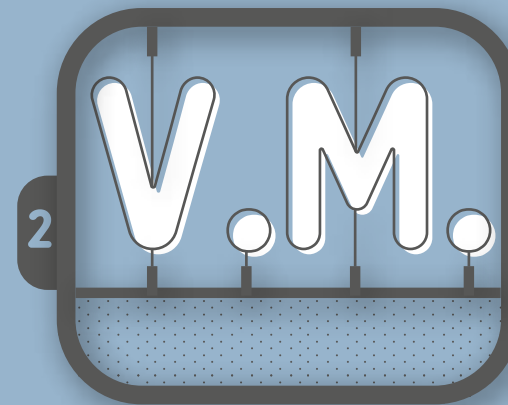
- Condizioni di efficacia nella comunicazione scritta
- Gli step per generare una efficace e piacevole comunicazione scritta
  - Definire gli obiettivi
  - Definire il target
  - Scegliere gli argomenti
  - Scegliere le parole
  - Scegliere la grafica
- Il lavoro di editing: correggere, semplificare, sintetizzare
- La stesura delle e-mail
- La scrittura per il web: regole e condizioni.

**DURATA 9 ORE**

# VENDITA E MARKETING

**iCORSI**  
2025

VENDITA E MARKETING



15  
NEUROESTETICA E  
DESIGN EMOTIVO

16  
ARMOCROMIA:  
L'ARMONIA DEI COLORI

17  
STORE MANAGER:  
GESTIRE UN PUNTO VENDITA

18  
VENDITA PERSONALIZZATA  
E CREATIVA

19  
TECNICHE AVANZATE  
DI VENDITA DEI  
SERVIZI

20  
VENDERE? E' FACILE...  
SE SAI COME FARE

21  
MARKETING OPERATIVO  
PER LE PMI

21  
MARKETING LOW COST

23  
POST VENDITA  
PER FIDELIZZARE I  
CLIENTI

24  
IL CONTROLLO DELL'AZIONE  
DI MARKETING

25  
IL RETAIL MARKETING  
NEL PUNTO VENDITA

26  
IL PUNTO VENDITA 3.0

27  
FASHION VISUAL  
MERCHANDISING

28  
LA GESTIONE DEL MAGAZZINO

## 15

### NEUROESTETICA E DESIGN EMOTIVO

#### OBIETTIVI

L'attività formativa si pone i seguenti obiettivi:

- Panoramica delle basi neurologiche di come le persone percepiscono e reagiscono esteticamente agli spazi e agli oggetti;
- Il design emotivo nelle strategie di visual merchandising;
- Rendere l'ambiente commerciale più coinvolgente e attraente, basandosi su stimoli sensoriali;
- Sperimentare soluzioni pratiche.

#### CONTENUTI

- La Neuroestetica: cos'è, i principi base del funzionamento del cervello in risposta agli stimoli visivi, Neuroscienza e design;
- Design Emotivo e Psicologia del Cliente: il potere delle emozioni negli acquisti; cromatiche e psicologia dei colori, materiali, texture e luci
- Tecniche di visual merchandising basate sulla neuroestetica: come utilizzare layout, colori, materiali e luci per migliorare la presentazione dei prodotti.
- Creazione di percorsi emotivi all'interno del negozio
- Il design degli spazi per migliorare la percezione del brand
- Esercizi pratici e Laboratorio di design emotivo

**DURATA 16 ORE**

## 16

### ARMOCROMIA: L'ARMONIA DEI COLORI

#### OBIETTIVI

- Comprendere i principi di base dell'armocromia
- Identificare le diverse stagioni cromatiche
- Applicare i concetti di armocromia per aiutare i clienti a scegliere i colori che valorizzano il loro stile personale.
- Consigliare i clienti sulla scelta di abiti, accessori e cosmetici in base alla loro stagione cromatica.
- Utilizzare l'armocromia per migliorare l'allestimento del negozio e la disposizione dei prodotti.
- Aumentare la fidelizzazione e la soddisfazione del cliente grazie a un servizio di consulenza personalizzato.

#### CONTENUTI

- Armocromia: cos'è, storia e origini, come può influenzare le decisioni d'acquisto
- La Teoria del Colore: i concetti di base (tonalità, saturazione, luminosità), il cerchio cromatico e le sue applicazioni, teoria del contrasto e dell'armonia
- Le Stagioni Cromatiche: la loro descrizione (Primavera, Estate, Autunno, Inverno), come determinare la stagione di un individuo; i colori associati, gli abbinamenti vincenti per capi e accessori
- Armocromia e Psicologia del Colore: il potere del colore nella percezione dell'immagine, l'influenza del colore nelle decisioni d'acquisto, applicazione della psicologia del colore nel punto vendita
- Armocromia e allestimento del Punto Vendita

**DURATA 12 ORE**

## 17

### STORE MANAGER: GESTIRE UN PUNTO VENDITA

#### OBIETTIVI

L'obiettivo è quello di sviluppare le competenze necessarie a gestire in modo efficiente un p.v.; conoscere ed analizzare i KPI; gestire un team di collaboratori, rendere efficace l'area di vendita.

#### CONTENUTI

- Gestione economica del punto vendita
- Nuove tecniche di visual merchandising
- Formazione del personale
- Motivazione dello staff e condivisione degli obiettivi
- Tecniche di empowerment
- Fidelizzazione della clientela
- Comunicazione e principali tecniche di vendita
- Gestione del calendario di promozioni e vendite speciali
- Strategie di retail fisico e vendite online

**DURATA 21 ORE**

## 18

### VENDITA PERSONALIZZATA E CREATIVA

#### OBIETTIVI

Le tecniche di vendita, per quanto moderne, sono utili solo in base a chi le utilizza. Non esiste "la tecnica migliore", ma esiste la "persona" che sappia essere sufficientemente flessibile da adattarsi alle diverse realtà. Il seminario si propone di sviluppare le abilità che permettano di vendere efficacemente e di fidelizzare il cliente.

Comunicare efficacemente per raggiungere gli obiettivi di vendita significa, a nostro avviso, individuare gli spazi di miglioramento delle proprie abilità e acquisire gli strumenti per accrescere tali abilità.

Sviluppare l'approccio al "miglioramento continuo" nelle relazioni con la clientela, adattare le "tecniche" ai singoli clienti e fidelizzare il cliente (vendita etica), rappresentano alcuni degli obiettivi del corso.

**DURATA 16 ORE**

## 19

### TECNICHE AVANZATE DI VENDITA DEI SERVIZI

#### OBIETTIVI

Il corso si propone di rafforzare nel commerciale che opera nel settore B2B e nei servizi ad alto valore le tecniche di vendita basate sul "processo d'acquisto del cliente".

In particolare mira ad individuare il centro decisionale, a stabilire una strategia d'ingresso, a riconoscere e comprendere le esigenze del cliente, ad influenzare i suoi criteri decisionali, a risolvere i dubbi, a saper negoziare i termini dell'offerta.

#### CONTENUTI

- Partire Bene evitando errori da principiante
- Il venditore professionista: capire come decidono i clienti
- Formulare la propria strategia di ingresso sul cliente
- Domandare prima di vendere: riconoscere le esigenze del cliente
- Influenzare la scelta del cliente: agire nella fase di valutazione
- La concorrenza: differenziazione e vulnerabilità
- Risolvere i dubbi del cliente
- Le 5 regole d'oro del negoziatore efficace

**DURATA 16 ORE**

## 20

### VENDERE? E' FACILE... SE SAI COME FARE

#### OBIETTIVI

Questo percorso, rivolto ad addetti e funzionari di uffici commerciali, ad agenti indipendenti, capi area e venditori, si propone di fornire un bagaglio di conoscenze e strumenti per dotare i partecipanti di modelli di comunicazione e approccio ai Clienti; far apprendere come adeguare il proprio stile di vendita ai diversi Clienti; sviluppare le abilità necessarie per gestire efficacemente la trattativa e organizzare al meglio l'attività di vendita stessa.

#### CONTENUTI

- Vendere è comunicare
- L'Approccio ai Clienti: i primi istanti
- Cosa sapere prima di incontrare i Clienti
- gli stili vincenti nell'Approccio al cliente
- L'intervista: le motivazioni d'acquisto
- L'argomentazione: costruire una offerta personalizzata
- Il Metodo CPV
- Le obiezioni: gestirle e superarle
- La trattativa di vendita
- Concludere la vendita
- Pensare al futuro della relazione instaurata.

**DURATA 12 ORE**

## 21

### MARKETING OPERATIVO PER LE PMI

#### OBIETTIVI

State difendendo il Vostro mercato? Conquistate nuovi clienti? Avete una strategia? Scoprite come il Marketing vi può aiutare!

Questo percorso è indirizzato a responsabili marketing, responsabili e quadri dell'area commerciale ed agli imprenditori, e si propone di:

- illustrare quali sono i ragionamenti e le ottiche che stanno alla base del marketing e che è necessario attuare per poter competere efficacemente;
- come operare per analizzare il mercato, definire strategie, segmentare il mercato,
- identificare il comportamento dei consumatori, sviluppare il prodotto e portarlo al cliente, costruirvi un vantaggio competitivo remunerativo.

#### CONTENUTI

- Che cos'è il marketing e perché è davvero importante
- Segmentare il mercato e identificare il comportamento dei Vostri Clienti
- Sviluppare bene il Vs. prodotto/servizio
- Determinare il prezzo
- Pubblicità e Promozione: quando farle?
- Pianificazione del marketing, fissazione dei traguardi e strategia
- Determinare il Piano Operativo
- Passare all'azione

**DURATA 12 ORE**

## 22

### MARKETING LOW COST

#### OBIETTIVI

Per una piccola impresa fare del buon Marketing senza spendere eccessivamente è una cosa possibile e l'obiettivo di questo corso è dimostrarne il come, offrendo risposte pratiche e facilmente applicabili alle seguenti domande:

- è possibile attuare delle vere e proprie strategie partendo dalla propria realtà e realizzare le opportune contromisure per fronteggiare la situazione di mercato?
- è possibile differenziarsi dalla concorrenza in un mercato sempre più affollato?
- possiamo farci un'adeguata promozione con budget ridotto?
- come fare per evitare che i clienti acquisiti non scelgano altri fornitori?

#### CONTENUTI

- Perché il Marketing Low Cost è una strategia e non la ricerca di un risparmio
- Check up sull'Offerta: differenziarsi
- La politica dei prezzi applicata: non cedere alla guerra dei prezzi
- Fare promozione attiva: farsi conoscere
- Fidelizzare i clienti: mantenere i Clienti acquisiti e suscitare il loro passaparola positivo
- Le alleanze: fare rete in forma stabile

**DURATA 16 ORE**

## 23

### POST VENDITA PER FIDELIZZARE I CLIENTI

#### OBIETTIVI

In mercati sempre più complessi e dinamici, vicini alla saturazione, diviene fondamentale la capacità di mantenere proficui rapporti con la propria clientela. Il seminario si propone di affrontare le tecniche e i metodi di fidelizzazione dei clienti attraverso attività di post vendita. Si rivolge in particolare a responsabili ufficio commerciale e direttori vendite, funzionari tecnico-commerciali e responsabili servizio clienti

#### CONTENUTI

- Post vendita: "servizio aggiuntivo" o parte integrante dell'organizzazione aziendale
- Il cliente si può fidelizzare? Come?
- Il costo dell'organizzazione e il costo del servizio
- Indicatori efficaci per misurare la soddisfazione del cliente
- Il post vendita come criterio di confronto con i concorrenti: un modello
- Impariamo a fare un check-up

**DURATA 9 ORE**

## 24

### IL CONTROLLO DELL'AZIONE DI MARKETING

#### OBIETTIVI

Il Corso integra l'esigenza dei Responsabili marketing di disporre di adeguate informazioni economiche con la necessità, per i controller, di progettare utili sistemi di controllo. L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza e consapevolezza dei marketing manager sulle implicazioni economiche delle loro decisioni.

#### CONTENUTI

I contenuti che verranno affrontati sono stati raggruppati in due aree ben definite:

1. Controllo di gestione e controllo di marketing: relazioni e contrapposizioni
  2. La costruzione dei conti economici per la valutazione della performance economica del marketing
- I costi di marketing
  - I diversi approcci alla costruzione dei conti economici per aree di risultato
  - L'approccio alla valutazione della performance aziendale rispetto ai competitors
  - I conti economici di prodotto, di cliente o di area geografica
  - L'attribuzione dei costi commerciali e di marketing alle diverse attività

**DURATA 12 ORE**

## 25

### IL RETAIL MARKETING NEL PUNTO VENDITA

#### OBIETTIVI

In un mondo complesso ed in continua evoluzione, approfondire le problematiche del Retail Marketing sul punto vendita significa capire l'evoluzione dei mercati e discutere dei bisogni e delle necessità dei clienti.

- Cosa desidera davvero il consumatore moderno?
- Siamo consapevoli delle nuove aspirazioni dei clienti?
- Siamo pronti per le nuove sfide?
- Come dobbiamo vendere?
- Il personale del punto vendita è preparato e formato per i nuovi scenari?

*Queste sono alcune delle domande a cui cercheremo di dare risposta.*

L'intervento formativo si struttura in una prima fase di analisi di sviluppo dei bisogni dei clienti ed una seconda parte dedicata ai nuovi scenari e alle nuove proposte del fare commercio.

**DURATA 12 ORE**

## 26

### IL PUNTO VENDITA 3.0

#### OBIETTIVI

Lo scopo del momento formativo è quello di fornire spunti di riflessione e strumenti per intervenire sull'immagine del PV fornendogli maggiore dinamismo attraverso nuovi strumenti di contatto con la clientela ed una maggiore capacità comunicativa, una migliorata presentazione del prodotto. Il tutto in chiave digitale.

#### CONTENUTI

- Definizione dei criteri espositivi rispetto ai processi d'acquisto
- I modelli di layout nell'era digitale
- I modelli di allocazione degli spazi espositivi
- Gli indici di redditività dei prodotti/ servizi e della superficie espositiva
- Il visual merchandising nell'era digitale
- La multicanalità nel punto vendita: integrazione tra digitale e negozio fisico

**DURATA 12 ORE**

## FASHION VISUAL MERCHANDISING

### OBIETTIVI

Il corso è rivolto a coloro che desiderano acquisire competenze per migliorare il sell out attraverso le tecniche di Visual Merchandising, gestire la promozione, sviluppare i tre momenti strategici e operativi all'interno dello spazio di vendita, apprendere le strategie di Marketing visivo, predisporre la suddivisione delle merci (merce fredda, merce calda, merci utili, merci voluttuarie), gestire la parete espositiva e l'immagine coordinata.

### CONTENUTI

- La logica del merchandising
- La bussola del merchandising: gestione, assortimento, esposizione, animazione
- I parametri dell'impianto espositivo: le attrezzature di vendita, il lineare di vendita (layout), il fronte espositivo
- Le promozioni: pubblicità e informazione nel punto vendita, la stampa, la segnaletica

**DURATA 16 ORE**

## LA GESTIONE DEL MAGAZZINO

### OBIETTIVI

Il corso affronta le problematiche gestionali, amministrative in ordine alle scorte, al fine di organizzare una contabilità di magazzino che risponda alle esigenze gestionali e a quelle del calcolo dei costi e del controllo di gestione.

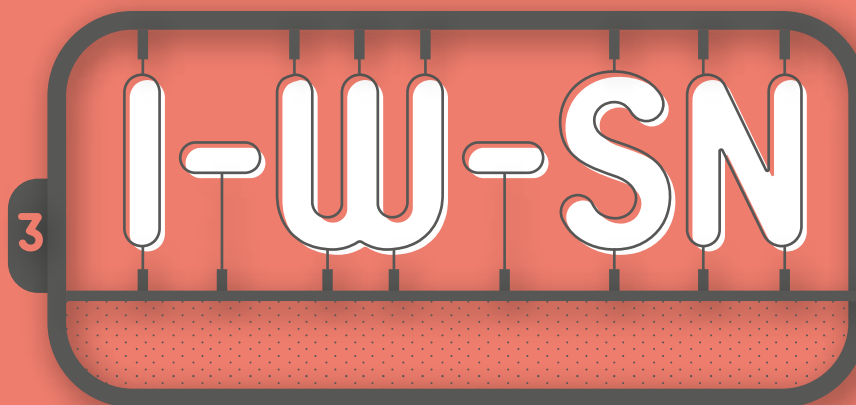
Il corso con utilizzo di un foglio elettronico verterà sulla valorizzazione delle rimanenze a diversi tipi di costo Lifo, FiFo, medio a scatti annuale, medio per movimento, Lifo a scatti valutandone le conseguenze sul calcolo del margine. Si analizzeranno i concetti di indice di rotazione per prodotto e a valore, la curva abc, il valore medio di giacenza, il ciclo di vita di un prodotto.

**DURATA 9 ORE**

# INFORMATICA, WEB E SOCIAL NETWORK

**iCORSI**  
2025

INFORMATICA, WEB  
E SOCIAL NETWORK



29  
INTELLIGENZA ARTIFICIALE  
(IA) PER IL COMMERCIO:  
INNOVAZIONE E STRATEGIE  
DIGITALI

30  
IL COMPUTER E LA CULTURA  
DIGITALE

31  
PACCHETTO MS OFFICE

32  
EXCEL AVANZATO

33  
GESTIONE DI BANCHE DATI:  
MS ACCESS

34  
DIRECT MARKETING PER  
VENDERE E FIDELIZZARE

35  
ACQUISIRE E FIDELIZZARE I  
CLIENTI SUL WEB

36  
VENDERE ON LINE CON  
AMAZON E EBAY

37  
E-COMMERCE: COME APRIRE  
UN NEGOZIO ONLINE

38  
SOCIAL MEDIA MARKETING

39  
SOCIAL REPUTATION  
E TUTELA DELL'IMMAGINE

40  
DIGITAL STORYTELLING

41  
SEARCH ENGINE OPTIMISATION  
(SEO)

42  
OTTIMIZZARE LA RICERCA  
DI VIDEO ED IMMAGINI

43  
WORDPRESS: AGGIORNARE  
E MODIFICARE IL SITO

44  
IMMAGINE DIGITALE

45  
LA FOTOGRAFIA COME NUOVO  
STRUMENTO DI MARKETING

46  
CORSO BASE DI PHOTOSHOP

47  
MONTAGGIO VIDEO



## INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) PER IL COMMERCIO: INNOVAZIONE E STRATEGIE DIGITALI

### OBIETTIVI

Il corso ha l'obiettivo di fornire le basi teoriche e pratiche per comprendere e applicare le tecnologie di IA in questo contesto. I partecipanti impareranno a utilizzare strumenti di IA per ottimizzare i processi interni, personalizzare l'esperienza del cliente e migliorare la gestione delle scorte. Inoltre, saranno affrontate le modalità per implementare le tecnologie di IA per l'automazione e il marketing personalizzato tenuto conto dell'Etica, della privacy e della regolamentazione nell'uso dell'IA.

### CONTENUTI

- Fondamenti di IA, apprendimento automatico e applicazioni nel commercio.
- Strumenti e piattaforme per l'analisi dei dati e la personalizzazione.
- Automazione dei processi aziendali, con esempi pratici di implementazione.

*Alla fine, i partecipanti avranno una conoscenza applicabile per adottare l'IA nel proprio settore e migliorare le strategie aziendali.*

## IL COMPUTER E LA CULTURA DIGITALE

### OBIETTIVI

L'obiettivo non è solo quello di far conoscere lo strumento (il computer), l'applicativo in sé (una mera azione addestrativa), ma soprattutto quello di portare la cultura del digitale in ufficio (azione formativa) dimostrando come si possono ottenere migliori risultati in minor tempo se si modifica l'approccio al lavoro. È necessario far capire che utilizzare Word o Excel è un modo per automatizzare il lavoro e aumentare la produttività. Con questo tipo d'impostazione un corso d'informatica assume una connotazione diversa, un forte stimolatore al cambiamento.

### CONTENUTI

- L'ambiente di lavoro digitale: caratteristiche e funzionalità
- Creare strumenti di comunicazioni con Word
- Elementi di base nella gestione dei testi e nella elaborazione di documenti
- Elaborare e gestire i dati con il foglio elettronico di Excel

### DURATA 20 ORE

## PACCHETTO MS OFFICE

### OBIETTIVI

Rivolto a quanti desiderano acquisire conoscenze di base del più diffuso applicativo software di office automation per la produttività d'ufficio.

### CONTENUTI

- Strumenti e funzioni per l'impaginazione di testi;
- L'utilizzo della tabella per organizzare e gestire il testo e le immagini
- Gli stili di testo e la realizzazione di sommari automatici
- Elementi fondamentali di un foglio di lavoro
- Formattazione automatica e condizionale
- Creazione di formule con riferimenti ad altri fogli e ad altre cartelle
- Creazione di formule con riferimenti assoluti e relativi
- Le diverse tipologie di grafici;
- Le principali funzioni matematiche, logiche e di testo;
- La stampa unione.

### DURATA 20 ORE

## EXCEL AVANZATO

### OBIETTIVI

Il corso è rivolto a quanti desiderano approfondire le funzionalità avanzate di Microsoft Excel. Sarà centrato sui temi dell'elaborazione delle informazioni attraverso l'utilizzo di funzioni, grafici, macro, tabelle pivot e quant'altro possa facilitare la lettura dei dati e la loro interpretazione.

### CONTENUTI

- Ambiente di lavoro (barra multifunzione, schede contestuali, personalizzazione menù, opzioni layout)
- Utilizzo di funzioni logiche, di ricerca, di manipolazione temporale, matematiche, statistiche, manipolazione di testo
- Utilizzo in modalità nidificata e matriciale
- Verifica formule (analizzare precedenze e dipendenze, controllo e valutazione formule, ricerca e governo degli errori)
- Grafici (esempi di definizione di linea di budget combinata, creazione di diagramma di GANTT, definizione assi secondari)
- Strumenti di Analisi e le tabelle/grafici pivot
- Creazione di Macro personalizzate

### DURATA 16 ORE

## 33

### GESTIONE DI BANCHE DATI: MS ACCESS

#### OBIETTIVI

Rivolto a quanti desiderano acquisire conoscenze necessarie ad impiegare il database per organizzare, estrarre, visualizzare e preparare rapporti sui dati.

#### CONTENUTI

- Modello di database relazionale, progettazione di un database
- Creazione di una tabella, concetto di record e campo, tipi di dati, chiave primaria ed esterna, relazioni, visualizzazione di dati in tabelle, ordinamento e filtro di dati
- Le query di selezione su una o più tabelle, impostazione di criteri di filtro e di ordinamento, campi calcolati
- Utilizzo ed immissione di dati mediante le maschere
- Creazione e modifica di maschere, proprietà, inserimento di controlli di base, formattazione, campi calcolati
- Presentazione di dati con i report
- Creazione e modifica di un report, anteprima di stampa, campi calcolati, gestione intestazioni e piè di pagina, ordinamento e raggruppamento
- Semplici esempi di macro

**DURATA 20 ORE**

## 34

### DIRECT MARKETING PER VENDERE E FIDELIZZARE

#### OBIETTIVI

Il Direct Marketing costituisce un importante e fondamentale strumento di cui l'azienda può disporre per informare e comunicare in modo diretto e interattivo con il proprio mercato di riferimento. Gli obiettivi del corso sono:

- a)** fornire indicazioni e pratiche per costruire e gestire il proprio database della clientela;
- b)** imparare a gestire diverse liste di clienti a cui comunicare e vendere cose diverse;
- c)** acquisire modalità e procedure attraverso cui avviare il processo di valutazione e misurazione dell'attività di direct marketing.

#### CONTENUTI

- Il marketing relazionale e le sue finalità
- Il marketing e l'importanza delle informazioni
- Cos'è e a cosa serve il database marketing: come si costruisce
- Realizzare una campagna di direct marketing partendo dagli obiettivi
- Raggiungere gli obiettivi del direct marketing
- Monitorare il "ritorno" della comunicazione

**DURATA 12 ORE**

## 35

### ACQUISIRE E FIDELIZZARE I CLIENTI SUL WEB

#### OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di trasmettere ai partecipanti come creare e distribuire contenuti rilevanti e di valore per attrarre e conquistare un target di clienti potenziali definito, con l'obiettivo di avvicinarli all'acquisto e fidelizzarli. Il CONTENT MARKETING, infatti, permette alle PMI di mettersi in mostra, perché tutti hanno qualcosa di interessante e di valore da dire ai Clienti attuali e potenziali.

#### CONTENUTI

- Cos'è il Content Marketing
- Obiettivi, benefici e strategie del Content Marketing
- Strumenti e tattiche di Content Marketing
- Definire una strategia di Content Marketing partendo dalla Vostra azienda
- Creazione dei contenuti secondo la regola delle 5W
- Uno schema utile per creare una strategia di Content Marketing efficace
- Best practices nell'uso del Content Marketing
- Passiamo all'azione: esercitazione pratica

**DURATA 12 ORE**

## 36

### VENDERE ONLINE CON AMAZON E EBAY

#### OBIETTIVI

Il settore dell'E-Commerce è in continua crescita e si è fortemente sviluppato nel corso degli ultimi anni. Ma se vendere i propri prodotti o servizi online potrebbe sembrare semplice, la realtà è molto più complessa: bisogna saper analizzare i trend del mercato, conoscere i "big player" come Amazon e Ebay, ma anche i motori di ricerca, gli strumenti SEO, i canali social, le strategie di promozione. Questo corso introduce l'argomento e-commerce, illustrando le principali caratteristiche del mercato della vendita sul web e fornendo strumenti per comprendere se e come creare un proprio shop online.

#### CONTENUTI

- Introduzione alla vendita on line
- Caratteristiche e differenze tra E-commerce proprietario e Marketplace
- Esempi e caratteristiche dei principali Marketplace
- Le valutazioni da fare prima di vendere online.
- Strumenti per la promozione di un negozio online: Seo, Social e Advertising
- Trend e strategie

**DURATA 9 ORE**

**37**

## **E-COMMERCE: COME APRIRE UN NEGOZIO ONLINE**

### **OBIETTIVI**

In questo momento in cui l'e-commerce si sta sempre più diffondendo a livello europeo, diviene importante avere a disposizione strumenti efficaci che ci permettano di avviare e consolidare la presenza delle imprese italiane nel Web. Questo corso, dedicato all'e-commerce, è un percorso di analisi, progettazione e realizzazione di negozi online.

Una possibilità di approccio e/o approfondimento alla costruzione di un'e-commerce di successo, attraverso:

- la valutazione delle infrastrutture necessarie,
- la scelta della piattaforma più adatta,
- la trasformazione dei visitatori in clienti e molto altro.

Un aiuto alle imprese pronte a portare i propri negozi online e alle nuove attività che dal Web vogliono cominciare.

**DURATA 12 ORE****38**

## **SOCIAL MEDIA MARKETING**

### **OBIETTIVI**

Il social media marketing offre al consumatore la possibilità di esprimersi senza intermediari e alle aziende di porsi in ascolto e di soddisfare realmente i bisogni dei clienti, facendoli anche partecipare ai propri progetti: questa è la grande innovazione rispetto al marketing tradizionale che invece investe il consumatore con una comunicazione unidirezionale.

Questo ribaltamento dei ruoli è un aspetto fondamentale nel Social Media Marketing, è una vera rivoluzione culturale che rende finalmente possibile dare un cuore ed una coscienza al marketing, facendolo uscire dagli schemi tradizionali, rendendolo più umano e più incline alle emozioni e quindi a creare un vero valore.

Attraverso il percorso i partecipanti acquisiranno abilità specifiche utili alla promozione del brand o del prodotto mediante le piattaforme social oltre che alla comunicazione del valore del marchio e della mission aziendale ad un pubblico più vasto.

**DURATA 12 ORE****39**

## **SOCIAL REPUTATION E TUTELA DELL'IMMAGINE**

### **OBIETTIVI**

Tutto quello che viene pubblicato sul Web rimane sul Web. Immagini, testi e informazioni sono a disposizione di chiunque abbia interesse a cercarli. La Web reputation è il fattore discriminante di una persona o di una Azienda, è l'immagine che si ottiene analizzando le informazioni pubbliche che la riguardano, la sintesi della percezione di prodotti, servizi e persone in un sistema di relazioni.

Il programma è strutturato per fornire competenze e strumenti per monitorare, migliorare e proteggere la Brand Reputation Online.

Attraverso il percorso verranno trasferite competenze specifiche relative alla costruzione, al monitoraggio, alla verifica e all'eventuale correzione della propria "reputazione" on line affinché i partecipanti, imprenditori o liberi professionisti siano in grado, attraverso la rete, di esibire al meglio le proprie capacità, fidelizzare i propri clienti, pubblicizzare prodotti e cogliere opportunità di innovazione e di mercato.

**DURATA 9 ORE****40**

## **DIGITAL STORYTELLING**

### **OBIETTIVI**

Da qualche anno si parla di digital storytelling per definire la tecnica di narrazione attraverso gli strumenti digitali. Non si tratta di una semplice trasformazione della storia in prodotto multimediale ma della creazione di racconti multimediali.

Il digital storytelling si avvale di numerosi linguaggi ed è proprio questa la sua forza. L'uso di illustrazioni e video esalta il potere metaforico della narrazione, attraverso la quale si comunicano esperienze, valori e idee; per questo lo storytelling ha un forte impatto a livello comunicativo.

Nello specifico, lo storytelling in azienda lavora per creare mondi narrativi efficaci e credibili, finalizzati al racconto delle realtà di impresa per il buon posizionamento del suo brand sul mercato.

L'intervento è finalizzato a focalizzare le strategie per la progettazione e/o il restyling del brand, prodotto ed identità aziendale

### **CONTENUTI**

- **Principi e processi dello storytelling di impresa**
- **Strumenti di storytelling per diversi canali: carta, relazione, web**
- **Caratteristiche e principi del Transmedia Storytelling**
- **Transmedia Storytelling: la convergenza tra Digital, Interactive**

**DURATA 9 ORE**

## 41

### SEARCH ENGINE OPTIMISATION (SEO)

#### OBIETTIVI

Il SEO è la pratica attiva di OTTIMIZZARE UN SITO WEB, migliorando gli aspetti interni ed esterni al fine di aumentare il traffico che il sito riceve dai motori di ricerca. Ci riferiamo perciò alle tecniche che aiutano il sito web aziendale a salire più in alto nella ricerca naturale. L'obiettivo da raggiungere è rendere il sito più visibile alle persone che sono interessate a quel prodotto/servizio specifico che cercano tramite i motori di ricerca.

I partecipanti acquisiranno le basi della promozione sui motori di ricerca per impostare i piani di web marketing con degli obiettivi realistici. Avranno conoscenza di tutti quegli aspetti del sito che vengono valutati dai motori di ricerca e che dovranno quindi essere ottimizzati per ottenere i migliori posizionamenti.

**DURATA 8 ORE**

## 42

### OTTIMIZZARE LA RICERCA DI VIDEO ED IMMAGINI

#### OBIETTIVI

Poiché l'utilizzo della banda larga cresce a vista d'occhio, molti siti web stanno incrementando il loro contenuto audiovisivo disponibile per attrarre e trattenere i navigatori Internet. Molti file multimediali, come immagini, podcast mp3 e video, presentano tutta una gamma di problemi di visibilità per i motori di ricerca tradizionali. La tecnologia di indicizzazione e recupero di informazioni utilizzata dai vari motori di ricerca viene regolata da contenuti basati sul testo, come file html, e non da contenuti multimediali. I file multimediali presentano ancora un insieme di problemi che vengono considerati e analizzati nell'ambito del corso. Infatti, oltre al classico posizionamento nei motori di ricerca, i professionisti marketing devono ora prendere anche in considerazione come distribuire e promuovere nel modo migliore i loro contenuti video, dalle promozioni virali di prodotti ai video di addestramento e supporto.

Attraverso il percorso i partecipanti acquisiranno le metodologie e le abilità specifiche utili a posizionare efficacemente nei motori di ricerca i file audio, video, immagini.

**DURATA 12 ORE**

## 43

### WORDPRESS: AGGIORNARE E MODIFICARE IL SITO

#### OBIETTIVI

Il corso è rivolto a coloro che hanno il loro sito in wordpress e desiderano aggiornarlo o modificarlo.

#### CONTENUTI

- La bacheca di WordPress
- La barra degli strumenti
- Differenza tra articoli e pagine; fra categorie e tag
- Come creare una pagina WordPress
- Modificare i permalink in WordPress
- Impostare la pagina home del sito
- Impostare la pagina Blog e creare un articolo
- Menu di navigazione
- Gestire i widget nella sidebar e nel footer
- Gestire le impostazioni di WordPress
- Introduzione ai plugin per WordPress

**DURATA 20 ORE**

## 44

### IMMAGINE DIGITALE

#### OBIETTIVI

Il corso è destinato sia ad operatori del settore grafico, ma anche a persone interessate al mondo delle immagini digitali da utilizzare nel proprio sito o nei profili social della propria azienda.

#### CONTENUTI

- Uso delle funzioni principali di una macchina fotografica digitale, basi di conoscenza teorica relativa al colore;
- I sistemi di compressione delle immagini;
- Basi sull'uso degli strumenti di Photoshop per la correzione colorimetrica delle immagini;
- Elaborazione di un filmato DVD con l'utilizzo delle immagini digitali e l'inserimento di titoli e audio

**DURATA 20 ORE**

## 45

### LA FOTOGRAFIA COME NUOVO STRUMENTO DI MARKETING

#### OBIETTIVI

In questo corso si vogliono dare strumenti ed indicazioni per poter comunicare attraverso l'uso di video e immagini create da noi.

#### CONTENUTI

- Importanza e potenza delle immagini
- Tecniche fotografiche
- Comunicazione fotografica
- Storytelling
- Gestione dei contenuti e come produrre immagini efficaci
- Produrre Video di qualità e come gestirli
- Responsabilità fotografica e gestione corretta delle immagini online
- Copyright, proprietà intellettuale
- Pubblicabilità del ritratto
- Ricerca e pubblicazione delle immagini online

**DURATA 16 ORE**

## 46

### CORSO BASE DI PHOTOSHOP

#### OBIETTIVI

Per coloro che desiderano avvicinarsi al mondo della grafica computerizzata, per il fotoritocco e la realizzazione di effetti e fotomontaggi.

#### CONTENUTI

- Basi di grafica: grafica bitmap, concetto di pixel.
- Interfaccia di Photoshop: barra degli strumenti, barra delle opzioni, palette, barra di stato, menù, finestre immagini. Personalizzazione dell'interfaccia.
- Comandi base:
- Apertura e salvataggio di un'immagine, il "move tool".
- Colore: modalità RGB, CMYK, HSB, Lab, scale di grigio, cenni di colorimetria.
- Navigazione all'interno del documento.
- Livelli: concetto di livello, managing ed effetti.
- La finestra "layer style".
- Gestione degli effetti, gradienti, filtri.
- Ritocco immagine: "timbro", "toppa", "pennello correttivo".

**DURATA 21 ORE**

## 47

### MONTAGGIO VIDEO

#### OBIETTIVI

Destinatari del corso sono gli operatori del settore interessati al montaggio di riprese eseguite con tecnica digitale, ma anche a persone interessate ad imparare a realizzare piccoli video della loro attività aziendale.

Contenuti:

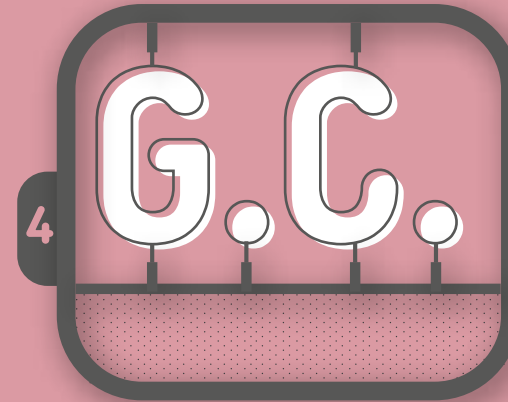
L'interfaccia di Premiere, gestione spazi di lavoro, la finestra progetto, l'acquisizione di materiale da varie sorgenti; gli strumenti del montaggio, le transizioni e gli effetti, l'uso dei titoli; l'animazione con i concetti dell'uso dei fotogrammi chiave, la gestione dell'audio, i formati d'esportazione.

**DURATA 28 ORE**

# GESTIONE DEI PROPRI COLLABORATORI

**iCORSI**  
2025

GESTIONE DEI PROPRI  
COLLABORATORI



48  
GESTIONE PROFESSIONALE  
DEI COLLABORATORI

49  
COSTRUIRE INSIEME  
LA SQUADRA

50  
TROVARE PERSONALE  
ATTRAVERSO LINKEDIN

51  
RICERCARE PERSONALE  
DI VENDITA

## GESTIONE PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI

### OBIETTIVI

Saper scegliere collaboratori in grado di raggiungere gli obiettivi prefissati; sviluppare le capacità di addestramento e di formazione, apprendere come definire gli obiettivi in modo da favorirne il raggiungimento e avere collaboratori in sintonia con l'azienda, coordinare e gestire un gruppo di lavoro, sono alcuni degli obiettivi dell'area tematica relativa alla gestione del personale. In questo intervento rivolto a figure professionali con compiti di coordinamento di persone (capi reparto e capi funzione), si affronteranno i temi della selezione e valutazione del personale, dell'addestramento e della formazione ed, infine, delle politiche di gestione, motivazione ed incentivazione.

**DURATA 20 ORE**

## COSTRUIRE INSIEME LA SQUADRA

### OBIETTIVI

Un'impresa che riesce a costituire un gruppo in grado di lavorare bene insieme è destinata a raggiungere il successo. Questo corso ha come obiettivo quello di fornire strumenti e metodologie che permettano di unire le capacità logiche e razionali con quelle creative, così da "risolvere problemi" in modo sempre più efficace ed efficiente.

### CONTENUTI

- Come affrontare e gestire i processi e le relazioni di squadra
- Come motivare la squadra
- Come organizzare la squadra
- La dinamica "autorità-autorevolezza"
- Il potere nei gruppi e nelle organizzazioni
- Punti di forza/debolezza e aree di miglioramento
- Gli stili di leadership

**DURATA 12 ORE**

## TROVARE PERSONALE ATTRAVERSO LINKEDIN

### OBIETTIVI

Il mondo del recruiting è completamente cambiato e questo ci obbliga dover ripensare le strategie di ricerca. Per chi vuole cambiare il modo di fare recruiting, acquisendo nuove competenze tecniche, LinkedIn è lo strumento che la fa da padrone. Online da ormai più di 15 anni, LinkedIn è diventato uno degli strumenti essenziali per la ricerca e la selezione del personale.

### CONTENUTI

- Il social business: cos'è e cosa significa per un'azienda
- Corporate branding su LinkedIn
- Come realizzare una pagina aziendale efficace su LinkedIn
- LinkedIn recruiter: una banca dati di quasi 700 milioni di utenti.
- La piattaforma LinkedIn Recruiter: strumento per individuare, contattare e gestire i candidati ideali

**DURATA 12 ORE**

## RICERCARE PERSONALE DI VENDITA

### OBIETTIVI

Il corso vuole affrontare il tema del personale di vendita con particolare attenzione alla fase d'inserimento. È sempre più importante saper scegliere collaboratori in grado di contribuire in modo efficace al raggiungimento degli obiettivi aziendali e, quindi, avere collaboratori con competenze sia tecniche che comportamentali in sintonia con l'azienda e la sua mission. L'intervento è rivolto agli imprenditori commerciali ed alle figure professionali che svolgono compiti di coordinamento e gestione di persone (capi reparto e capi funzione).

### CONTENUTI

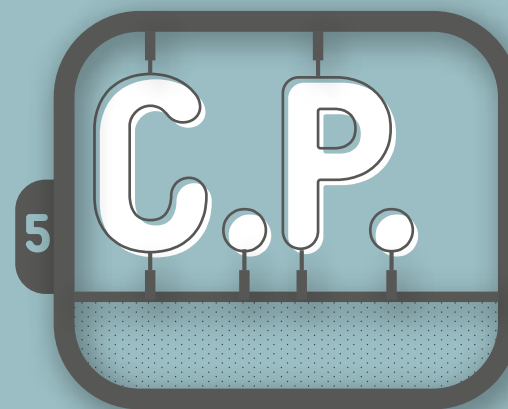
- Strumenti per un reclutamento efficace
- Colloquio di selezione: partire dalla Job Analysis
- Le competenze del venditore
- I differenti modelli di valutazione delle competenze
- I principali errori di valutazione

**DURATA 12 ORE**

# CONTABILITÀ E PAGHE

**iCORSI**  
2025

CONTABILITÀ E PAGHE



52  
CORSO BASE DI CONTABILITÀ

53  
GESTIONE PAGHE  
E CONTRIBUTI

54  
IL BILANCIO PER CHI  
NON LO SA LEGGERE

55  
CONTROLLO DI GESTIONE  
DELLE AZIENDE COMMERCIALI



## 52

### CORSO BASE DI CONTABILITÀ

#### OBIETTIVI

Il corso intende fornire gli elementi pratici necessari alla tenuta della contabilità ordinaria attraverso la conoscenza delle scritture obbligatorie, dei conti contabili e delle principali regole di registrazione.

#### CONTENUTI

- Investimenti e finanziamenti;
- Stato Patrimoniale e Conto Economico;
- Il metodo della partita doppia;
- La gestione del conto contabile;
- Le principali scritture contabili;
- Modalità di registrazione ai fini IVA; liquidazione e pagamento IVA;
- Incassi e pagamenti;
- Operazioni bancarie;
- Altre scritture ordinarie.

**DURATA 20 ORE**

## 53

### GESTIONE PAGHE E CONTRIBUTI

#### OBIETTIVI

Il corso, rivolto principalmente agli operatori addetti alla contabilità del personale, si pone l'obiettivo di analizzare gli aspetti concernenti la normativa e la pratica amministrativa in materia di lavoro.

Durante la prima parte del corso si affronteranno le tematiche relative alla disciplina sul contratto di lavoro, validità e sfera di applicazione e relativi adempimenti. Si passerà poi al calcolo delle retribuzioni e alla compilazione dei moduli per il versamento delle ritenute mensili. Saranno, infine, affrontati gli obblighi annuali del datore di lavoro.

#### CONTENUTI

- Adempimenti preliminari: contratto di assunzione, comunicazioni preventive, iscrizioni INPS, INAIL
- Adempimenti mensili: elaborazione retribuzioni, gestione malattia e maternità, assenze, aggiornamento Libro Unico del Lavoro, flusso UniEmens
- Adempimenti annuali: conguaglio fiscale, Certificazione Unica, gestione TFR e previdenza complementare, premio assicurazione INAIL, mod. 770

**DURATA 21 ORE**

## 54

### IL BILANCIO PER CHI NON LO SA LEGGERE

#### OBIETTIVI

Il corso si rivolge a figure professionali che, anche se non impegnate direttamente nell'area amministrativa presentano l'esigenza di acquisire i pilastri fondamentali necessari ad una corretta interpretazione del bilancio di un'impresa.

Il corso si propone di fornire le basi necessarie alla corretta lettura ed interpretazione del bilancio. Al termine del lavoro, ogni partecipante sarà in grado di cogliere dalla lettura dei prospetti di bilancio, l'andamento economico e finanziario dell'impresa nei suoi aspetti essenziali.

#### CONTENUTI

- Il bilancio d'esercizio
- Il Conto Economico
- Lo Stato Patrimoniale
- Che cos'è il risultato d'esercizio
- Perché l'utile non genera sempre liquidità
- Gli ammortamenti
- La vendita di un bene strumentale
- Le giacenze di magazzino
- La svalutazione dei crediti
- Gli accantonamenti a riserva
- Il leasing
- Il bilancio secondo la direttiva comunitaria

**DURATA 18 ORE**

## 55

### CONTROLLO DI GESTIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

#### OBIETTIVI

Il corso mette a fuoco le esigenze di analisi economica interna delle imprese commerciali per le quali non possono essere acriticamente applicati i modelli delle aziende industriali.

Destinatari possono essere imprenditori o loro collaboratori che operano nelle aree amministrazione e controllo di gestione.

#### CONTENUTI

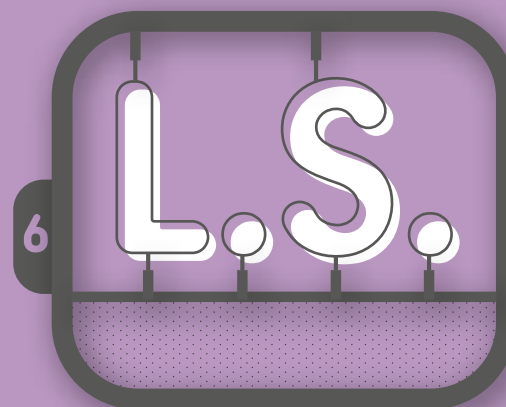
- Problemi, finalità e utilizzo del controllo di gestione nell'impresa commerciale
- Tipi di costi classici dell'attività commerciale e loro gestione
- Definire il cliente come centro di profitto e oggetto di analisi
- L'analisi della redditività di singoli mercati, clienti, segmenti di clientela
- Creazione del budget nell'azienda commerciale
- Utilizzo dell'analisi dei costi per creare i budget specifici per le forze vendita
- Dall'analisi dei costi alla fissazione dei prezzi
- La costruzione del sistema di reporting

**DURATA 16 ORE**

# LINGUE STRANIERE ED ITALIANO PER STRANIERI

**iCORSI**  
**2025**

LINGUE STRANIERE  
ED ITALIANO  
PER STRANIERI



**56**  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
BASE

**57**  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
INTERMEDIO

**58**  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
AVANZATO

**59**  
ITALIANO PER STRANIERI  
DI LINGUA INGLESE,  
FRANCESE E CINESE

## 56

### INGLESE/TEDESCO SPAGNOLO/FRANCESE BASE

#### OBIETTIVI

Il corso intende recuperare e rafforzare le competenze possedute dall'allievo, nonché favorire l'acquisizione di competenze trasferibili in vari contesti lavorativi.

La competenza che si andrà a formare riguarda la capacità di formulare autonomamente semplici dialoghi e presentazioni in lingua e di saper gestire situazioni di vita quotidiana e in ambito lavorativo.

**Con la partecipazione al corso sarà potenziata la capacità di:**

- Comprendere messaggi orali e testi scritti anche di tipo professionale
- Sostenere un semplice colloquio in lingua
- Esprimere oralmente semplici concetti e/o richieste attinenti alla sfera professionale e/o al tempo libero

**DURATA 20 ORE**

## 57

### INGLESE/TEDESCO SPAGNOLO/FRANCESE INTERMEDIO

#### OBIETTIVI

Il corso consolida le conoscenze grammaticali e lessicali già acquisite nel livello base e migliora la capacità di strutturare il discorso con forme complesse ed articolate, legate a differenti contesti: studio, lavoro, turismo e pubbliche relazioni. In un corso Intermedio "listening" e "speaking" avranno maggiore rilevanza rispetto alle altre abilità linguistiche affinché i corsisti possano acquisire una maggiore capacità comunicativa per dialogare in maniera fluente in ogni situazione di vita quotidiana.

**Al termine del corso intermedio i partecipanti saranno in grado di:**

- Capire discorsi di media lunghezza
- Leggere articoli e inserzioni su questioni d'attualità, comprendere spunti e riflessioni personali degli autori, riuscire a capire un testo narrativo contemporaneo.
- Esprimere in modo chiaro e articolato la propria opinione e le proprie idee;
- Scrivere testi in particolare relativi all'attività professionale

**DURATA 20 ORE**

## 58

### INGLESE/TEDESCO SPAGNOLO/FRANCESE AVANZATO

#### OBIETTIVI

Il corso avanzato vuole sviluppare competenze di comunicazione e linguistiche nelle figure professionali presenti in azienda, al fine di consentire di operare e dialogare con maggiore efficacia, flessibilità e sicurezza con i clienti esteri.

**Il corso permetterà di:**

- Comprendere ed esprimere la propria opinione su temi di varia natura, interagendo con l'interlocutore
- Esprimere oralmente concetti e richieste attinenti alla sfera professionale e/o il tempo libero
- Saper comunicare al telefono
- Organizzare viaggi, eventi o meeting, anche aziendali in paesi esteri

**DURATA 20 ORE**

## 59

### ITALIANO PER STRANIERI DI LINGUA INGLESE, FRANCESE E CINESE

#### OBIETTIVI

Il corso è finalizzato all'acquisizione da parte dell'allievo straniero di abilità e conoscenze utili per comunicare in lingua italiana in contesti di vita quotidiana e nell'ambiente lavorativo.

**Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:**

- Comprendere messaggi orali e testi scritti in particolare di tipo professionale
- Elaborare messaggi scritti ad uso professionale
- Sostenere un semplice colloquio in lingua italiana esprimendo oralmente concetti e/o richieste attinenti alla sfera professionale e/o al tempo libero

**DURATA 24 ORE**

## **MODALITÀ DI ISCRIZIONE**

Possono iscriversi ai corsi EBT tutti i dipendenti – fissi e stagionali – che hanno in busta paga la trattenuta a favore dell'Ente Bilaterale Terziario Commercio e Servizi della Provincia di Venezia e tutti i datori di lavoro che versano i contributi per i propri dipendenti, da almeno sei mesi nell'arco di un biennio.

### **PER EFFETTUARE L'ISCRIZIONE:**

COMPILA IL MODULO D'ISCRIZIONE  
SCARICABILE DAL SITO  
[www.ebterziariove.it](http://www.ebterziariove.it)

**E INVIALO FIRMATO  
VIA EMAIL ALL'INDIRIZZO  
[segreteria@ebterziariove.it](mailto:segreteria@ebterziariove.it)**



**ENTE BILATERALE TERZIARIO  
COMMERCIO E SERVIZI**  
PROVINCIA DI VENEZIA

**Ente Bilaterale Terziario Commercio e Servizi  
della Provincia di Venezia**

Via Torino, 151/a  
30172 Venezia Mestre  
Tel. 041 5322543  
Fax 041 5320287

**[www.ebterziariove.it](http://www.ebterziariove.it)**

