

LIBERI PROFESSIONISTI: corsi di qualificazione e innovazione



DESTINATARI

Liberi professionisti operanti in una sede legale o unità operativa collocata nel territorio della regione **Emilia-Romagna**



MODALITÀ DI ACCESSO

L'accesso al corso avviene in base all'**ordine di arrivo delle iscrizioni**.

I corsi di attiveranno al raggiungimento di un **numero minimo di partecipanti**



DE MINIMIS

L'iniziativa rientra nel regime "**De Minimis**", e i beneficiari dovranno fornire la relativa dichiarazione



INFO

ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO

Al termine del percorso formativo, su richiesta, i professionisti potranno beneficiare di un **percorso di accompagnamento personalizzato della durata di 4 ore** per approfondire specifiche tematiche affrontate in aula.

Corsi gratuiti

I corsi sono finanziati dal FSE e dalla Regione Emilia Romagna e totalmente **gratuiti per i partecipanti**.



Online

Le lezioni si terranno online in modalità **videoconferenza sincrona** tramite piattaforma Google Meet.



Attestazione in esito

Al termine dei corsi verrà rilasciato un **Attestato di frequenza**.



Gestione del cambiamento e innovazione organizzativa

20 ore

OBIETTIVI



Per un libero professionista, la gestione del cambiamento e dell'innovazione organizzativa è essenziale per rimanere competitivo, per affrontare le sfide del mercato e per creare un ambiente di lavoro più efficace e soddisfacente.

Le dimensioni dell'innovazione sono molte: cambiamenti nell'organizzazione, la modifica dei processi di lavoro, l'adozione di nuove idee, l'uso di tecnologie o approcci per migliorare i servizi o prodotti offerti e, non da ultimo, la ricerca di nuovi modi per soddisfare le esigenze dei clienti o distinguersi.

Questo richiede la capacità di adattarsi in modo flessibile alle mutevoli condizioni del mercato, alle nuove sfide o opportunità emergenti e, quindi, l'adozione di nuove competenze, modifiche nelle strategie e un nuovo approccio alla propria professione.

CONTENUTI



Fattori esterni che influenzano il cambiamento
Generare innovazione: la cultura dell'innovazione
Resistenza al cambiamento: cause, strategie per gestirla

Ruolo del cambiamento nelle organizzazioni
Contesto del cambiamento organizzativo e fattori che lo guidano
Teorie del cambiamento organizzativo

L'innovazione di prodotto/servizio
Ciclo di vita di servizi o prodotti
Analisi del mercato e delle tendenze

La pianificazione: definizione degli obiettivi e delle metriche di successo, l'allocazione delle risorse
Tecniche e strumenti di valutazione e monitoraggio del cambiamento operato
Feedback e adattamenti



CALENDARIO

in via di definizione

Coinvolgere clienti e utenti nella creazione di prodotti e servizi

20 ore

OBIETTIVI



Coinvolgere i clienti e gli utenti nella ideazione e creazione di prodotti o servizi rappresenta un approccio originale alle strategie utilizzate per gestire e guidare in modo efficace i cambiamenti e l'innovazione della propria attività professionale.

È una pratica largamente in uso in altri paesi che comporta una stretta collaborazione con i propri clienti al fine di sviluppare soluzioni che rispondano in modo mirato alle loro esigenze

Questo approccio aiuta il libero professionista a costruire relazioni solide, adottare abitudini lavorative orientate al cliente e cercare l'eccellenza.

CONTENUTI



Introduzione alla co-creazione: definizione e importanza, vantaggi. Come questo approccio si applica alle libere professioni.

Comprendere le esigenze dei clienti e degli utenti: tecniche di feedback, ascolto attivo, creazione di profili (personas)

Ideazione collaborativa: brainstorming, coinvolgimento clienti, lavoro di gruppo

Prototipazione e test: creazione di prototipi, test con clienti, adattamenti

Iterazione: ciclo di miglioramento, affinamento basato su feedback, esempi di successo

Strumenti e tecnologie: piattaforme di co-creazione, tecniche di visualizzazione, comunicazione online

Best practice e casi studio: esempi di successo, lezioni apprese, suggerimenti pratici

Etica e privacy: considerazioni etiche, protezione dei dati, gestione delle informazioni

Strategie di implementazione: passi per introdurre la co-creazione, pianificazione, misurazione dei risultati



CALENDARIO

in via di definizione

Strumenti di project management per la gestione di progetti complessi

20 ore

OBIETTIVI

La gestione efficace dei progetti complessi, sta diventando un'urgenza per molte professionalità, richiedendo competenze di pianificazione, di controllo e di coordinamento con altri professionisti.



In questo quadro gli strumenti di project management sono fondamentali: la pianificazione dettagliata di attività, scadenze, risorse e dipendenze; l'assegnazione e il monitoraggio delle risorse; la condivisione di informazioni e l'assegnazione di compiti.

In fase gestionale, i diagrammi di Gantt supportano la pianificazione temporale, mentre il monitoraggio in tempo reale tiene traccia di attività, scadenze e budget; l'automazione semplifica processi ripetitivi e la gestione dei rischi riducendone l'impatto l'integrazione con altre applicazioni aziendali migliora la comunicazione e la condivisione dei dati.

CONTENUTI



Introduzione al project management e strumenti di gestione: definizione, sfide nei progetti complessi

Pianificazione e strumenti di pianificazione: pianificazione dettagliata, template progettuali, diagrammi di gantt

Gestione delle risorse e monitoraggio: assegnazione, evitare sovraccarichi, prospetti di rendicontazione

Collaborazione e comunicazione: ruolo degli strumenti nella collaborazione, condivisione di documenti e informazioni

Gestione delle attività e dei compiti: elenchi di attività, scadenze, wbs

Automazione dei processi: semplificazione dei processi ripetitivi

Gestione del tempo e rischi: pianificazione temporale, identificazione e gestione dei rischi

Beneficiari di contributi e finanziamenti: tipologie di beneficiari, cumulo di contributi, registro nazionale degli aiuti

Sostenibilità ambientale e innovazione

Redazione di relazioni tecniche: contenuti, struttura, diciture nei documenti di spesa

Startup e pmi innovative: ruolo e applicazione degli strumenti di project management



CALENDARIO

in via di definizione

Big data: raccogliere, analizzare e utilizzare i dati per sviluppare il proprio business

20 ore

OBIETTIVI

I dati rappresentano una risorsa strategica per ogni attività professionale: dalla pianificazione al marketing, dall'analisi del mercato alla gestione dei clienti e allo sviluppo di prodotti e servizi, contribuendo al processo decisionale e al miglioramento dell'efficienza.

Il percorso intende rafforzare le competenze inerenti la raccolta e l'analisi dei dati: definizione degli obiettivi, identificazione delle fonti di dati rilevanti per le esigenze aziendali, progettazione di un piano di raccolta.

Al termine del percorso si conosceranno anche gli strumenti e le tecnologie utilizzati per la raccolta dati; il trattamento di dati sporchi, mancanti o duplicati; le tecniche per estrarre informazioni significative al fine di prendere decisioni strategiche informate.

CONTENUTI

Definizione dei big data e loro impatto sulle attività professionali.

I diversi tipi di dati, fonti, fasi coinvolte nella raccolta dei dati, a partire dalla definizione degli obiettivi di raccolta e la progettazione di un piano di raccolta dati

Esempi di strumenti e tecnologie per la raccolta dati

Presentazione di tecniche di analisi (analisi statistica, data mining e apprendimento automatico, ecc.)

Come i dati possono essere utilizzati in modo strategico per prendere decisioni aziendali informate: esempi di applicazioni aziendali, comprese la pianificazione strategica, il marketing personalizzato e la gestione delle operazioni.

CALENDARIO

in via di definizione

Intelligenza artificiale e machine learning

20 ore

OBIETTIVI



Intelligenza artificiale e machine learning stanno rivoluzionando molti settori professionali, offrendo opportunità di ottimizzazione e innovazione. I professionisti di diversi settori devono familiarizzare con questi concetti e le relative applicazioni per rimanere competitivi e sfruttare appieno il potenziale di queste tecnologie.

Al termine del percorso si conosceranno i principali concetti legati all'Intelligenza Artificiale e al Machine Learning (apprendimento automatico, addestramento dei modelli, analisi dei dati, ecc.).

Sarà inoltre possibile riconoscere le opportunità di applicare l'IA e il ML nella propria professione e conoscere le risorse e le fonti di formazione aggiuntive per approfondirne la conoscenza.

CONTENUTI



Le basi dell'Intelligenza Artificiale e del Machine Learning.

Differenza tra Intelligenza Artificiale forte e debole.

Addestramento di modelli, dati di addestramento, algoritmi di apprendimento, ecc.

Esempi concreti di utilizzo nei diversi settori professionali.

Guida pratica su come iniziare ad utilizzare l'IA e il ML, inclusi strumenti e risorse disponibili.

Gestione delle sfide legate alla qualità e alla privacy dei dati.

Presentazione dei tipi di algoritmi di Machine Learning

Selezione del modello adeguato al compito specifico.



CALENDARIO

in via di definizione

Sicurezza dei dati e tutela della privacy

20 ore

OBIETTIVI

La sicurezza dei dati e la tutela della privacy sono temi importanti per molte professioni. Si tratta da una parte di proteggere dati aziendali e personali da minacce e, dall'altra, di rispettare le leggi sulla privacy.



Questo richiede consapevolezza su come trattare i dati, sulle tecniche di conservazione e prevenzione di accessi non autorizzati, furti o perdite, su come affrontare minacce informatiche come phishing, malware e ransomware.

Per i professionisti diventa fondamentale saper identificare tali rischi, implementare misure di sicurezza, rispettare la privacy dei clienti, riconoscere minacce cibernetiche, gestire violazioni e pianificare politiche di sicurezza delle informazioni nel loro ambiente di lavoro.

CONTENUTI

Introduzione alla sicurezza dei dati e alla privacy: differenza e analogie di approccio. Panoramica delle principali leggi sulla privacy a livello globale, come il GDPR, implicazioni legali per i professionisti e sanzioni in caso di violazione



Protezione dei dati aziendali: misure di sicurezza per proteggere i dati aziendali da accessi non autorizzati, perdite e furti, backup regolari e controllo degli accessi ai dati

Privacy dei clienti e utenti: rispettare la privacy dei clienti e degli utenti, con un focus sulla gestione dei dati personali, comunicare in modo chiaro come vengono utilizzati i dati dei clienti

Minacce cibernetiche e sicurezza informatica: principali minacce cibernetiche, come phishing, malware, e attacchi ransomware, gestione delle violazioni della sicurezza



CALENDARIO

in via di definizione

Realtà virtuale e realtà aumentata

20 ore

OBIETTIVI



Il corso si concentra sull'applicazione della Realtà Virtuale (VR) e della Realtà Aumentata (AR) alle attività specifiche delle libere professioni. La VR offre immersione in ambienti virtuali per formazione, presentazioni e simulazioni. L'AR sovrappone elementi virtuali al mondo reale tramite dispositivi come smartphone o occhiali AR.

Entrambe le tecnologie hanno applicazioni pratiche, come addestramento in situazioni complesse e istruzioni in tempo reale. Possono migliorare efficienza, comunicazione e coinvolgimento dei clienti.

Comprendere i concetti fondamentali, riconoscere le opportunità e familiarizzare con dispositivi hardware e software (anche specifici) sono obiettivi chiave del corso per massimizzare i benefici di VR e AR in ambito professionale.

CONTENUTI



Introduzione a VR e AR: elementi comuni e differenze

Settori di utilizzo

Tecnologia di base (dispositivi hardware utilizzati per VR e AR)

Principali software e piattaforme utilizzati per sviluppare applicazioni VR e AR

Creazione di contenuti (progettazione, sviluppo e test)

Vantaggi derivanti dall'uso di VR e AR tra cui l'esperienza immersiva, l'addestramento migliorato, il coinvolgimento dei clienti

Tendenze emergenti nelle tecnologie VR e AR (integrazione con l'intelligenza artificiale e l'evoluzione degli hardware)



CALENDARIO

in via di definizione

Strumenti di sostenibilità: economia circolare ed efficienza energetica

20 ore

OBIETTIVI



Il tema della sostenibilità, dell'economia circolare e dell'efficienza energetica rappresenta un corpus di conoscenze fondamentale per i consulenti aziendali.

La transizione verde più che una trasformazione in atto è una necessità e le imprese devono trovare nei propri consulenti un partner affidabile in grado di guidarle o assecondarle, quando non di stimolarle, in questo passaggio epocale.

Al termine del percorso è attesa la capacità di valutare l'impatto ambientale delle attività professionali e identificare aree in cui è possibile apportare miglioramenti.

Si conosceranno i principi dell'economia circolare e come applicarli alla propria o altrui attività professionale al fine di ridurre gli sprechi, promuovere il riutilizzo e il riciclo

CONTENUTI



Definizione di sostenibilità, economia circolare ed efficienza energetica.

I concetti di: riuso e riciclo dei materiali, riduzione e miglioramento nella gestione dei rifiuti, utilizzo responsabile delle risorse, tecnologie a basse emissioni di carbonio o basate su fonti di energia rinnovabile.

Importanza della sostenibilità nei contesti moderni; benefici economici e ambientali dell'adozione di un modello circolare.

Strumenti e strategie per implementare l'economia circolare nelle attività professionali

Importanza della riduzione dei consumi energetici.

Tecnologie e pratiche per migliorare l'efficienza energetica in edifici e processi industriali

Risparmi economici derivanti dall'efficientamento energetico.

Politiche e regolamenti governativi incentrati sull'efficienza energetica.

Casi di successo di efficientamento energetico.

Strumenti e metodologie per valutare l'impatto ambientale e l'efficienza energetica.

Certificazioni e standard sostenibili (es ISO 14001, LEED, etc).

Uso di tecnologie e software per la gestione sostenibile dei dati e delle risorse.

Strategie di comunicazione e marketing legate alla sostenibilità.



CALENDARIO

in via di definizione

La responsabilità sociale di impresa, l'impronta ecologica e la valutazione degli impatti ambientali

20 ore

OBIETTIVI



Le aziende stanno vivendo un passaggio epocale da una economia del consumo ad una economia della sostenibilità. Non si tratta solo di immagine o di assecondare un trend, ma di un reale cambiamento di mentalità che comporta scelte importanti dal punto di vista produttivo e delle strategie aziendali. Per le aziende di più grande dimensione si tratta anche di una necessità normativa.

In questo contesto al consulente è richiesto di conoscere il tema della sostenibilità in azienda e nelle organizzazioni no-profit (ETS), così come il concetto di Responsabilità sociale d'impresa, gli strumenti del CSR- manager e la direttiva europea CSRD, per potersi approcciare alle diverse figure aziendali e responsabili interni interessate agli aspetti ESG e accompagnare le aziende in questo percorso per quella parte che concerne la sua competenza.

CONTENUTI



Definizione di sostenibilità
Obiettivi di sviluppo sostenibile (SdGs) (Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile)
La sostenibilità come nuovo paradigma della comunicazione: reputazione aziendale-
sostenibilità-comunicazione
Sostenibilità e innovazione sociale
I criteri ESG (Environment-Social-Governance) e la loro gestione nella strategia aziendale
Gli obblighi e le opportunità di rendicontazione della sostenibilità
Società Benefit e B-corp
Il report o bilancio di sostenibilità – Cos'è – A cosa serve
Metodologia di rendicontazione: gli Standards del Global Reporting Initiative (GRI)
La direttiva europea CSRD e la sua prossima applicazione
Analisi delle principali metodologie di valutazione di impatto e dei più diffusi strumenti di
analisi
Elaborazione della strategia e del piano della comunicazione della sostenibilità aziendale



CALENDARIO

in via di definizione

Strategie digitali e social media per sviluppare il business

20 ore

OBIETTIVI



Sfruttare il potenziale di Internet e dei social media per attirare nuovi clienti, aumentare la visibilità e creare relazioni durevoli, è un processo in continua evoluzione che richiede strategia, creatività, costanza e una gestione oculata delle risorse, a partire dalla creazione e gestione di una solida presenza online attraverso un sito web professionale, un blog e profili aziendali sui social media.

Individuare il pubblico target, creare contenuti, interagire sulle piattaforme social, gestire la reputazione online, attivare campagne promozionali e monitorarne le performance le sono competenze necessarie.

CONTENUTI



Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing

Strategia: il Digital Marketing Plan

Social listening e social presence

Che cosa è un piano editoriale sui social

Target, market share, industry: capire il mondo per capire come interagire

Un nuovo approccio ai social network: capirli per saperli usare

Approfondimenti sulle dinamiche di Facebook, LinkedIn, Instagram ecc.

Differenza tra profilo, pagina, gruppo

La scelta della voce: l'identità

Lo stile, il registro, il punto di vista

Social Lab: definizione di un workflow

Interazioni, insights, advertising, monitoraggio dei principali social

Misurare l'investimento sui social: indicazioni e strumenti

Gestione di una pagina con Business Manager

Customer care su social media

Gestione del CRM e fidelizzazione del cliente



CALENDARIO

in via di definizione

Creare contenuti digitali multimediali

20 ore

OBIETTIVI



La capacità di manipolare materiali che combinano vari formati digitali, come testo, immagini, audio e video, allo scopo di comunicare efficacemente e creare engagement rappresenta un importante strumento per il self marketing e permette ai liberi professionisti di aprirsi nuovi spazi di relazione con il proprio pubblico, con altri professionisti, oltre che un'opportunità per migliorare il proprio prodotto/servizio e la sua presentazione.

Creare contenuti video promozionali, pubblicare immagini coinvolgenti sui social media e o produrre contenuti testuali per blog e newsletter, gestire recensioni e feedback consentono al professionista di promuovere la propria attività e dare nuovo slancio al proprio volume di affari conquistando nuove porzioni di mercato.

CONTENUTI



Scrittura per il web e differenze rispetto alla scrittura tradizionale
Produzione di video e audio per contenuti online
Grafica e design per il web
Gestione dei Social Media
Utilizzo efficace dei social media per la diffusione di notizie
Pianificazione e creazione di strategie social media
Gestione delle crisi online e delle reazioni dei lettori
SEO e Ottimizzazione dei Contenuti



CALENDARIO

in via di definizione

Personal branding: gestire in maniera strategica la propria immagine professionale

20 ore

OBIETTIVI

La gestione strategica del personal branding consente la creazione di un'immagine professionale finalizzata all'affermazione sul mercato o all'incremento del business, inteso anche come consolidamento della propria credibilità e affidabilità professionale.



Il personal branding in molti casi, per un libero professionista, richiede una solida presenza online - la creazione di un sito web professionale, la gestione di profili sui social media, la condivisione di contenuti rilevanti - ma anche la costruzione di relazioni con colleghi, clienti e altri professionisti nel settore di riferimento.

Adottare strategie di personal branding significa non solo rinnovare la propria immagine, procurarsi una reputazione online, ma aprirsi e creare nuove collaborazioni e nuovi contenuti.

CONTENUTI

Cos'è il personal branding e perché è importante per i liberi professionisti
Presentare la propria identità e il proprio posizionamento nel settore di riferimento
Identificare la target audience e i concorrenti
Pianificare una strategia per il raggiungimento degli obiettivi professionali
Creare e gestire la presenza online, comprensiva di un sito web professionale e profili efficaci sui social media
Comunicare in modo efficace la propria identità e competenza attraverso discorsi di presentazione, curriculum vitae e profili online
Monitorare e gestire la reputazione online, affrontando critiche in modo professionale e promuovendo testimonianze positive
Creare contenuti multimediali che dimostrano competenza
Ottimizzazione continua della strategia di branding personale e automatizzazione dei processi di personal branding



CALENDARIO

in via di definizione

