

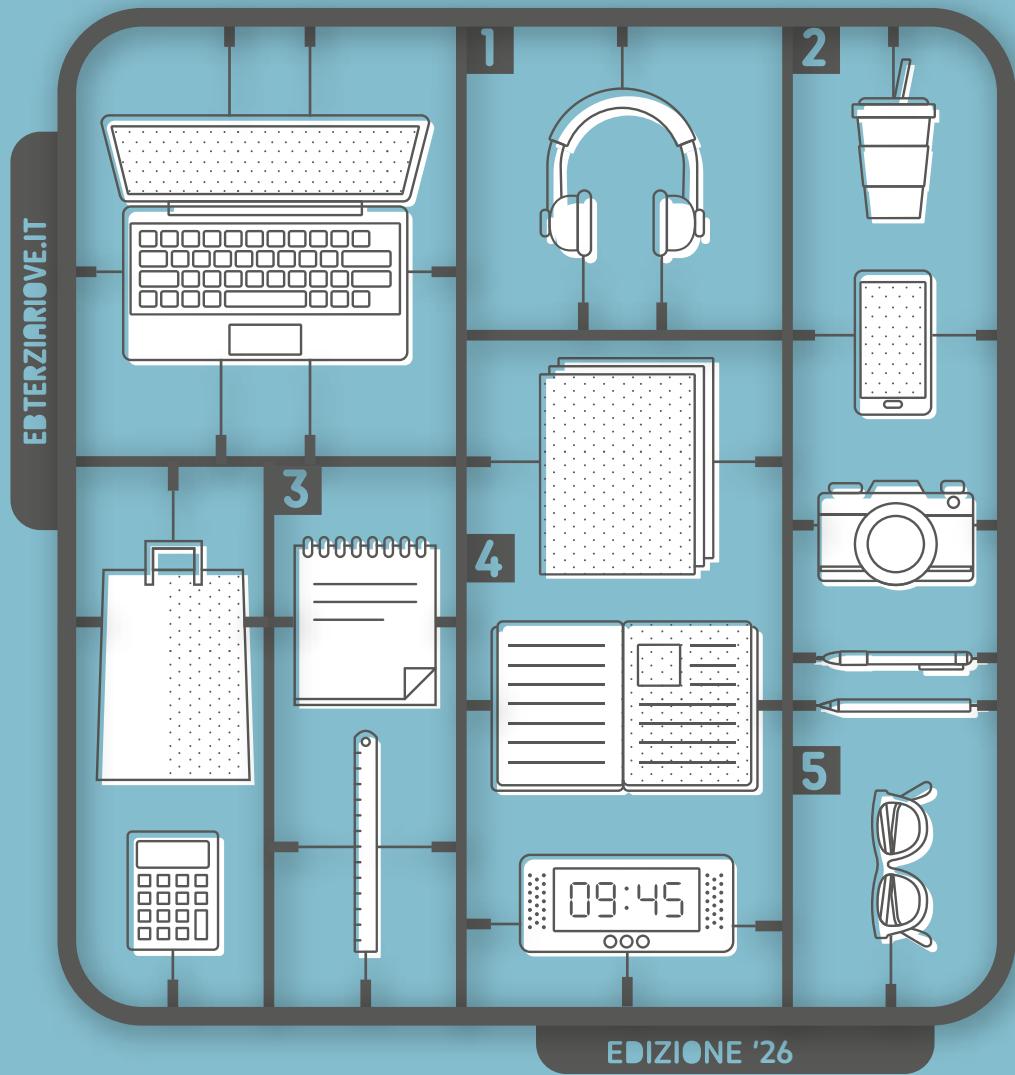
# iCORSI 2026

CORSI DI FORMAZIONE  
ED AGGIORNAMENTO

PER AZIENDE  
E LAVORATORI  
DEL COMMERCIO  
E DEI SERVIZI.



ENTE BILATERALE TERZIARIO  
COMMERCIO E SERVIZI  
PROVINCIA DI VENEZIA



# iCORSI

CORSI DI FORMAZIONE  
ED AGGIORNAMENTO  
2026



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)



CONFCOMMERCIO  
IMPRESA PER L'ITALIA  
UNIONE METROPOLITANA DI VENEZIA

## DESTINATARI DEI PERCORSI FORMATIVI

Il presente catalogo formativo si rivolge a professionisti e addetti che operano nei settori del **Commercio** (dettaglio, ingrosso, e-commerce) e dei **Servizi** (consulenza, finanza, digitale, servizi alla persona e alle imprese). In questi ambiti, l'efficacia operativa non dipende solo da competenze tecniche specifiche, ma anche da una forte capacità relazionale e di gestione dei processi, aspetti che il catalogo mira a potenziare in modo trasversale. I destinatari coprono un ampio spettro di **figure professionali** compresi gli **imprenditori** e aree aziendali, tra cui:

### • AREA VENDITE E COMMERCIALE:

- **Addetti Vendita/Sales Assistant:** gestione della relazione con il cliente, presentazione del prodotto/servizio, gestione della cassa.

- **Key Account Manager Responsabili Commerciali:** negoziazione, gestione di portafogli clienti strategici, sviluppo di nuove opportunità di business.

### • AREA MARKETING E COMUNICAZIONE:

- **Marketing Specialist/Social Media Manager:** ideazione di campagne, gestione dei canali digitali, analisi dei dati di performance.

- **Customer Service/Back Office Commerciale:** gestione delle richieste postvendita, risoluzione di problematiche, supporto amministrativo alle vendite.

### • AREA AMMINISTRAZIONE E GESTIONE:

- **Addetti alla Contabilità/Amministrazione:** registrazione delle operazioni economiche e finanziarie, gestione della fatturazione, adempimenti fiscali di base.

- **Personale di Ufficio/Segreteria:** gestione della corrispondenza, organizzazione di riunioni e appuntamenti, supporto logistico e operativo.

### • AREA OPERATIVA E LOGISTICA (Servizi/Retail):

- **Supervisori/Responsabili di Punto Vendita:** gestione del team, organizzazione degli orari, monitoraggio degli standard di servizio e della qualità erogata.

*L'obiettivo è fornire a ciascuna di queste figure strumenti pratici per eccellere nel proprio ruolo: dall'ottimizzazione dei processi comunicativi per migliorare il servizio al cliente, all'acquisizione di competenze digitali e contabili indispensabili per la moderna gestione aziendale.*

## METODOLOGIE DIDATTICHE

Per garantire un apprendimento efficace, pratico e coinvolgente, il corso si avrà di diverse metodologie didattiche, scelte in base all'area tematica e agli obiettivi specifici di ciascun modulo.

### • LEZIONE FRONTALE INTERATTIVA:

**Il docente espone i contenuti teorici fondamentali**, ma incoraggia costantemente la partecipazione degli allievi tramite domande, sondaggi e brevi discussioni. È ideale per l'introduzione di concetti complessi (es. contabilità, aspetti legali della vendita).

### • CASE STUDIES E ANALISI DI CASO (Problem-Solving):

Vengono analizzate situazioni reali o ipotetiche relative ai settori Commercio/Servizi. I partecipanti, spesso in gruppo, devono diagnosticare il problema e proporre soluzioni concrete. Essenziale per sviluppare capacità di **Problem Solving** e applicazione pratica.

### • ROLE-PLAYING (Simulazioni):

Simula interazioni chiave (es. trattativa di vendita, gestione di un reclamo difficile, colloquio di delega).

Questa tecnica è fondamentale per il Modulo sul **Comportamento Organizzativo** e sulle **Vendite**, poiché permette ai partecipanti di esercitare la **Comunicazione** e la **Leadership** in un ambiente sicuro.

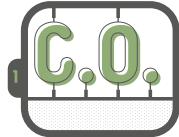
### • LABORATORIO PRATICO:

Attività guidata su strumenti specifici; particolarmente utile per l'**Informatica e la Grafica (Canva)**, la **Contabilità (registrazioni)** e le **Lingue Straniere**. I partecipanti lavorano direttamente con il software o sulla pratica documentale/linguistica.

### • BRAINSTORMING E MAPPE MENTALI (Creatività):

Tecniche utilizzate per generare rapidamente idee, stimolare il pensiero laterale e organizzare concetti complessi. Vengono impiegate soprattutto nel Modulo sulla **Creatività** e nello sviluppo di strategie di **Marketing**.

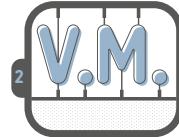
*Oltre a queste, il docente attiverà, nello specifico del tema trattato, la metodologia che riterrà più opportuna ed efficace.*



## COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO

- 1 APPROCCIO ALLA COMUNICAZIONE EFFICACE
- 2 COMUNICAZIONE E SODDISFAZIONE CLIENTE
- 3 LA GESTIONE PRODUTTIVA DEL TEMPO
- 4 LE COMPETENZE PER IL CAMBIAMENTO
- 5 CREATIVITÀ IN AZIONE: IL PENSIERO CREATIVO
- 6 PUBLIC SPEAKING PER IL LAVORO
- 7 COSTRUIRE LA PROPRIA LEADERSHIP
- 8 STORYTELLING: PROMUOVERE AZIENDA/PRODOTTO
- 9 SCRIVERE PER COMUNICARE NELL'ERA DIGITALE
- 10 DIVERSITY MANAGEMENT E INCLUSIONE IN AZIENDA

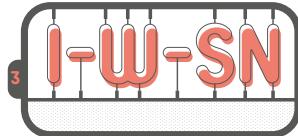
PAG. 12



## VENDITA E MARKETING

- 11 STORE MANAGER: GESTIRE UN PUNTO VENDITA
- 12 VENDITA PERSONALIZZATA E CREATIVA
- 13 TECNICHE AVANZATE DI VENDITA DEI SERVIZI
- 14 MARKETING OPERATIVO PER LE PMI
- 15 POST-VENDITA PER FIDELIZZARE I CLIENTI
- 16 IL CONTROLLO DELL'AZIONE DI MARKETING
- 17 IL PUNTO VENDITA 3.0
- 18 FASHION VISUAL MERCHANDISING
- 19 LA GESTIONE DEL MAGAZZINO
- 20 NEUROMARKETING BASE
- 21 NEUROESTETICA E DESIGN EMOTIVO
- 22 ARMOCROMIA: L'ARMONIA DEI COLORI

PAG. 20



## INFORMATICA, WEB E SOCIAL NETWORK

- 23** PACCHETTO MS OFFICE
- 24** EXCEL AVANZATO
- 25** DIRECT MARKETING PER VENDERE E FIDELIZZARE
- 26** ACQUISIRE E FIDELIZZARE I CLIENTI SUL WEB
- 27** STRUMENTI GOOGLE PER IL BUSINESS
- 28** E-COMMERCE: COME APRIRE UN NEGOZIO ONLINE
- 29** SOCIAL MEDIA MARKETING
- 30** SOCIAL REPUTATION E TUTELA DELL'IMMAGINE
- 31** DIGITAL STORYTELLING
- 32** WORDPRESS: AGGIORNARE E MODIFICARE IL SITO
- 33** LA FOTOGRAFIA COME NUOVO STRUMENTO DI MARKETING
- 34** UTILIZZO DI CANVA PER LA GESTIONE DELLE IMMAGINI  
E PER UNA GRAFICA VELOCE
- 35** INTRODUZIONE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL COMMERCIO
- 36** INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA PERSONALIZZAZIONE  
DELL'ESPERIENZA CLIENTE
- 37** INTELLIGENZA ARTIFICIALE ED ETICA
- 38** CYBERSECURITY PER PICCOLE IMPRESE
- 39** NEUROMARKETING DIGITALE

PAG. 28



## GESTIONE DEI COLLABORATORI

- 40** GESTIONE PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI
- 41** COSTRUIRE INSIEME LA SQUADRA
- 42** TROVARE PERSONALE ATTRAVERSO LINKEDIN
- 43** RICERCARE PERSONALE DI VENDITA

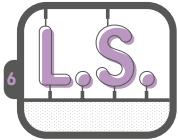
PAG. 40



## CONTABILITÀ E PAGHE

- 44** CORSO BASE DI CONTABILITÀ
- 45** GESTIONE PAGHE E CONTRIBUTI
- 46** IL BILANCIO PER CHI NON LO SA LEGGERE
- 47** CONTROLLO DI GESTIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

PAG. 44



LINGUE STRANIERE ED ITALIANO PER STRANIERI

- |    |   |         |
|----|---|---------|
| 48 | INGLESE/TEDESCO BASE  | PAG. 48 |
| 49 | INGLESE/TEDESCO INTERMEDIO                                  | PAG. 50 |
| 50 | INGLESE/TEDESCO AVANZATO                                    | PAG. 50 |
| 51 | ITALIANO PER STRANIERI DI LINGUA INGLESE, FRANCESE E CINESE | PAG. 51 |

PAG. 48

PAG. 50

PAG. 50

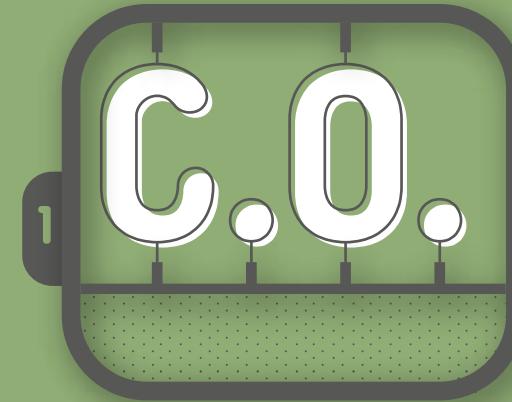
PAG. 51

PAG. 51

# COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO

iCORSI  
2025

COMPORTAMENTO  
ORGANIZZATIVO



- |   |   |    |   |
|---|---|----|---|
| 1 | APPROCCIO ALLA<br>COMUNICAZIONE EFFICACE      | 6  | PUBLIC SPEAKING<br>PER IL LAVORO                |
| 2 | COMUNICAZIONE E<br>SODDISFAZIONE CLIENTE      | 7  | COSTRUIRE LA PROPRIA<br>LEADERSHIP              |
| 3 | LA GESTIONE PRODUTTIVA<br>DEL TEMPO           | 8  | STORYTELLING: PROMUOVERE<br>AZIENDA/PRODOTTO    |
| 4 | LE COMPETENZE PER IL<br>CAMBIAMENTO           | 9  | SCRIVERE PER COMUNICARE<br>NELL'ERA DIGITALE    |
| 5 | CREATIVITÀ IN AZIONE:<br>IL PENSIERO CREATIVO | 10 | DIVERSITY MANAGEMENT<br>E INCLUSIONE IN AZIENDA |

## 1 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

## 2 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 dallo 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

## 3 LA GESTIONE PRODUTTIVA DEL TEMPO

### OBIETTIVI

- Saper gestire il tempo e sviluppare consapevolezza critica a riguardo del suo uso
- Apprendere tecniche di pianificazione del tempo;
- Gestire le distrazioni e saper aumentare la concentrazione
- Adottare strategie per delegare e ottimizzare il lavoro di squadra
- Saper gestire vita privata e vita lavorativa
- Saper monitorare la propria gestione del tempo

### CONTENUTI

- Motivazione ed auto-motivazione;
- Gestione dello stress per favorire il conseguimento degli obiettivi
- Tecniche di pianificazione del tempo

DURATA 12 ORE

## 4 LE COMPETENZE PER IL CAMBIAMENTO

### OBIETTIVI

- Saper riconoscere i propri punti di forza e di debolezza per essere in linea con l'evoluzione del mercato
- Saper riconoscere ed essere al passo con i cambiamenti organizzativi attuati dalla propria azienda/organizzazione

### 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 alle mutate esigenze aziendali ed essere capaci di operare con soluzioni innovative.

DURATA 12 ORE

**5**

## CREATIVITÀ IN AZIONE: IL PENSIERO CREATIVO

### OBIETTIVI

- Esplorare teorie e modelli del pensiero creativo
- Saper applicare la creatività e il pensiero creativo in contesti professionali
- Saper favorire il pensiero creativo nel lavoro in team favorendo la collaborazione creativa
- Saper adottare e implementare idee creative

### CONTENUTI

- Introduzione alle tecniche creative
- Tecniche di stimolazione creativa in ambito professionale e in ambito di lavoro in team (la creatività nel lavoro di gruppo)
- Creatività e leadership

### DURATA 12 ORE

**6**

## PUBLIC SPEAKING PER IL LAVORO

### OBIETTIVI

- Conoscere le tecniche base di oratoria per parlare in pubblico in modo chiaro ed efficace
- Saper gestire l'emotività nel parlare in pubblico e persuadere il pubblico stesso e i collaboratori
- Utilizzare al meglio il linguaggio verbale e paraverbale (gestualità)
- Essere in grado di adattare le modalità e il messaggio ai diversi target

### CONTENUTI

- Tecniche base di oratoria
- Preparazione e scaletta
- Comunicazione non verbale
- Simulazioni pratiche

### DURATA 9 ORE

**7**

## COSTRUIRE LA PROPRIA LEADERSHIP

### OBIETTIVI

- Stimolare e accrescere la capacità di leadership
- Riconoscere i diversi tipi di leadership
- Comprendere e adottare le principali teorie connesse alla leadership
- Motivare il proprio team con successo
- Promuovere una leadership empatica e autentica nel rapporto con i collaboratori

### CONTENUTI

- 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

### DURATA 12 ORE

**8**

## STORYTELLING: PROMUOVERE AZIENDA/PRODOTTO

### OBIETTIVI

- Comprendere l'importanza dello storytelling nel marketing
- Conoscere e apprendere le basi dello storytelling efficace
- Saper costruire storie che riprendano a pieno i valori dell'azienda e/o del prodotto
- Saper gestire il tono della narrazione in pubblico e con i clienti
- Saper creare una strategia di storytelling a lungo termine

### 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

**9**

## SCRIVERE PER COMUNICARE NELL'ERA DIGITALE

### OBIETTIVI

- Comprendere le dinamiche della comunicazione nell'era digitale
- Comprendere e scrivere contenuti persuasivi e coinvolgenti
- Sviluppare uno stile di scrittura per i social coerente con il brand
- Creare contenuti adatti ai social media e blog

### CONTENUTI

- Condizioni di efficacia nella comunicazione scritta
- Gli step per generare una efficace e piacevole comunicazione scritta:
- Definire gli obiettivi e il target
- Scegliere gli argomenti, le parole e 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

**10**

## 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 ed una leadership inclusiva

### CONTENUTI

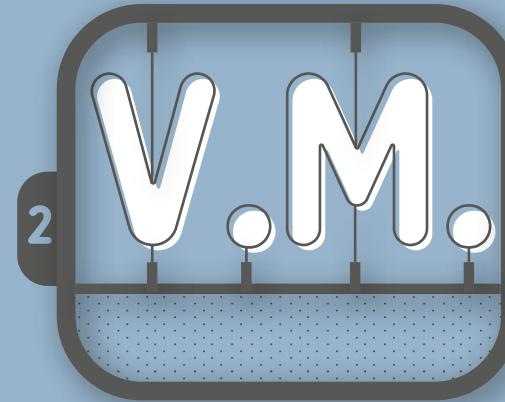
- Diversità ed inclusione: definizioni e concetti chiave, differenze tra inclusione e integrazione
- Dimensioni della diversità: diversità etnica, di genere, età, abilità fisiche e cognitive, orientamento sessuale
- Normative e regolamentazioni
- Pregiudizi consci e inconsci: come riconoscerli e gestirli
- 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
- Caratteristiche e competenze del leader inclusivo, come gestire team diversificati e trarre vantaggio dalle loro competenze

DURATA 12 ORE

# VENDITA E MARKETING

iCORSI  
2025

VENDITA E MARKETING



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <p>11<br/>STORE MANAGER:<br/>GESTIRE UN PUNTO VENDITA</p> <p>12<br/>VENDITA PERSONALIZZATA<br/>E CREATIVA</p> <p>13<br/>TECNICHE AVANZATE<br/>DI VENDITA DEI SERVIZI</p> <p>14<br/>MARKETING OPERATIVO<br/>PER LE PMI</p> <p>15<br/>POST-VENDITA<br/>PER FIDELIZZARE I CLIENTI</p> | <p>16<br/>IL CONTROLLO DELL'AZIONE<br/>DI MARKETING</p> <p>17<br/>IL PUNTO VENDITA 3.0</p> <p>18<br/>FASHION VISUAL<br/>MERCHANDISING</p> <p>19<br/>LA GESTIONE DEL MAGAZZINO</p> <p>20<br/>NEUROMARKETING BASE</p> <p>21<br/>NEUROESTETICA E<br/>DESIGN EMOTIVO</p> | <p>22<br/>ARMOCROMIA:<br/>L'ARMONIA DEI COLORI</p> |
|--|--|--|

**11**

## STORE MANAGER: GESTIRE UN PUNTO VENDITA

### OBIETTIVI

- Comprendere le responsabilità dello store manager
- Saper ottimizzare l'esperienza del cliente nel punto vendita
- Sviluppare le competenze necessarie a gestire in modo efficiente un punto vendita
- Riuscire a conoscere ed analizzare i KPI e gli obiettivi aziendali
- Saper gestire il team di collaboratori all'interno del punto vendita attraverso una comunicazione efficace
- Saper implementare le strategie di marketing nel punto 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**

**12**

## VENDITA PERSONALIZZATA E CREATIVA

### OBIETTIVI

- Comprendere le tecniche di vendita personalizzata e creativa;
- Saper personalizzare l'offerta dedicata al cliente e creare una proposta su misura
- Utilizzare un linguaggio persuasivo e convincente, diretto alla vendita
- Gestire le obiezioni e le criticità nelle fasi della vendita

### CONTENUTI

- Introduzione alla vendita personalizzata: definizione e benefici della vendita personalizzata
- Ascolto attivo: tecniche per comprendere le esigenze specifiche del cliente
- Creazione di proposte su misura: come costruire offerte personalizzate per ciascun cliente
- Comunicazione persuasiva: tecniche di linguaggio coinvolgente e persuasivo
- Rispondere alle obiezioni in modo positivo e creativo
- Upselling e cross-selling creativi: come suggerire prodotti aggiuntivi in modo personalizzato
- Fidelizzazione e follow-up: costruire relazioni durature con i clienti
- Tecnologia e CRM: utilizzare strumenti digitali per personalizzare l'esperienza di vendita
- Esperienza di acquisto unica: creare esperienze memorabili per i clienti
- Misurazione e ottimizzazione: monitorare e migliorare le vendite personalizzate
- Vendita etica e trasparente: mantenere un approccio etico e responsabile

**DURATA 16 ORE**

**13**

## TECNICHE AVANZATE DI VENDITA DEI SERVIZI

### OBIETTIVI

- Rafforzare il commerciale che opera nel settore B2B
- Comprendere la peculiarità del settore servizi
- Creare una proposta di valore per i servizi
- Comprendere tecniche di persuasione avanzata
- Gestire la negoziazione e la fidelizzazione del cliente oltre al processo post-vendita

### CONTENUTI

- Partire bene evitando errori da principiante
- Il venditore professionista: capire come decidono i clienti
- Formulare la propria strategia di ingresso
- Domandare prima di vendere: riconoscere le esigenze della clientela
- Influenzare la scelta di acquisto: 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**

**14**

## MARKETING OPERATIVO PER LE PMI

### OBIETTIVI

- Illustrare 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 correttamente 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**

**15**

## POST VENDITA PER FIDELIZZARE I CLIENTI

### OBIETTIVI

- Saper gestire la fase post-vendita con i clienti
- Riuscire a fidelizzare il cliente attraverso tecniche innovative ed efficaci
- Saper individuare i criteri di confronto nel post-vendita

### CONTENUTI

- Post vendita: "servizio aggiuntivo" o parte integrante dell'organizzazione aziendale
- Il cliente si può fidelizzare? Come?
- Il costo dell'organizzazione e 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****16**

## IL CONTROLLO DELL'AZIONE DI MARKETING

### OBIETTIVI

- Analizzare l'azione di marketing
- Stabilire KPI efficaci
- Gestire costi marketing
- Gestire il controllo di gestione e controllo di marketing
- Creare un report di performance

### CONTENUTI

- Controllo di gestione e controllo di marketing: relazioni e contrapposizioni
- 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****17**

## IL PUNTO VENDITA 3.0

### OBIETTIVI

- Comprendere il concetto di vendita 3.0
- Saper integrare tecnologie avanzate e personalizzazione dell'esperienza con il cliente
- Ottimizzare la gestione del punto vendita
- Come rendere il punto vendita interattivo e innovativo
- Innovare il servizio al cliente

### 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****18**

## FASHION VISUAL MERCHANDISING

### OBIETTIVI

- Acquisire le competenze pratiche nel visual merchandising
- Sviluppare una visione strategica creativa
- Gestire la progettazione di spazi commerciali e vetrine
- Ottimizzare le strategie e le nuove tendenze
- Utilizzare le nuove tecnologie per applicarle al fashion visual merchandising

### 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**

**19**

## LA GESTIONE DEL MAGAZZINO

### OBIETTIVI

- Conoscere le fondamenta della logistica e della gestione del magazzino
- Organizzare una contabilità di magazzino
- Saper gestire ordini, flussi di merci e l'inventario
- Saper gestire il personale e le operazioni di magazzino oltre a costi e le performance dello stesso
- Mantenere il controllo di gestione

### CONTENUTI

- Introduzione alla logistica e alla gestione del magazzino
- Pianificazione e organizzazione del magazzino
- Gestione del flusso delle merci e delle scorte
- Sicurezza e normative
- Gestione del personale di magazzino

### DURATA 9 ORE

**20**

## NEUROMARKETING BASE

### OBIETTIVI

- Introdurre i fondamenti neuroscientifici applicati al marketing considerando i fondamenti etici
- Comprendere come le emozioni, l'attenzione e la memoria influenzano le decisioni d'acquisto

### CONTENUTI

- Neuroscienze di base: struttura del cervello, percezione sensoriale, emozione, memoria
- Processi cognitivi ed affettivi: attenzione, bias cognitivi, euristiche
- Introduzione alle tecniche e agli strumenti usati (es. eye tracking, facial coding, misurazione della risposta fisiologica)
- Esempi pratici: casi studio di campagne efficaci grazie al neuromarketing
- Etica e limiti del neuromarketing

### DURATA 12 ORE

**21**

## NEUROESTETICA E DESIGN EMOTIVO

### 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; cromie 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 12 ORE

**22**

## 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

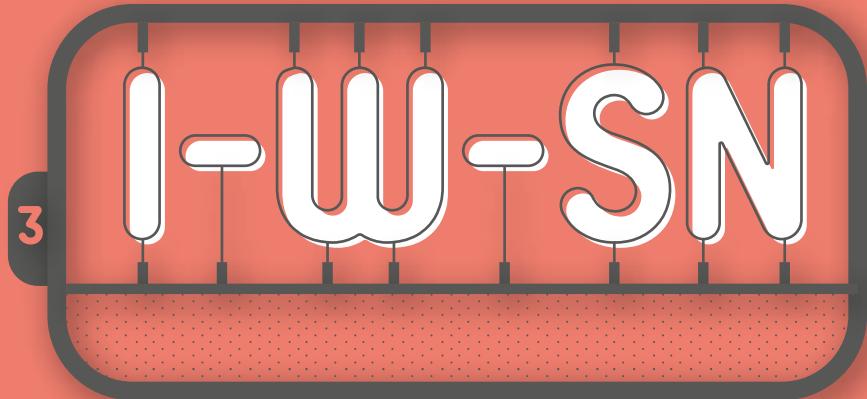
- Armocromia: cos'è, storia e origini, come può influenzare le decisioni d'acquisto
- La teoria del colore: i concetti di base (tonalità, saturazione, luminosità), il cerchio cromatico e le sue applicazioni, teoria del contrasto e dell'armonia
- Le stagioni cromatiche: la loro descrizione (primavera, 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 9 ORE

# INFORMATICA, WEB E SOCIAL NETWORK

iCORSI  
2025

INFORMATICA, WEB  
E SOCIAL NETWORK



23	PACCHETTO MS OFFICE	30	SOCIAL REPUTATION E TUTELA DELL'IMMAGINE	36	INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA PERSONALIZZAZIONE DELL'ESPERIENZA CLIENTE
24	EXCEL AVANZATO	31	DIGITAL STORYTELLING	37	INTELLIGENZA ARTIFICIALE ED ETICA
25	DIRECT MARKETING PER VENDERE E FIDELIZZARE	32	WORDPRESS: AGGIORNARE E MODIFICARE IL SITO	38	CYBERSECURITY PER PICCOLE IMPRESE
26	ACQUISIRE E FIDELIZZARE I CLIENTI SUL WEB	33	LA FOTOGRAFIA COME NUOVO STRUMENTO DI MARKETING	39	NEUROMARKETING DIGITALE
27	STRUMENTI GOOGLE PER IL BUSINESS	34	UTILIZZO DI CANVA PER LA GESTIONE DELLE IMMAGINI E PER UNA GRAFICA VELOCE		
28	E-COMMERCE: COME APRIRE UN NEGOZIO ONLINE	35	INTRODUZIONE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL COMMERCIO		
29	SOCIAL MEDIA MARKETING				

**23****PACCHETTO MS OFFICE****OBIETTIVI**

- Acquisire competenze base in MS office per ottimizzare la gestione delle azioni e attività comuni
- Sviluppare documenti
- Gestire dati e saper sviluppare tabelle
- Creare presentazioni efficaci

**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

**DURATA 20 ORE****24****EXCEL AVANZATO****OBIETTIVI**

- Saper gestire le funzionalità avanzate di Excel
- Saper utilizzare funzioni, grafici, macro e tabelle pivot per facilitare l'utilizzo e la lettura dei dati

**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****25****DIRECT MARKETING PER VENDERE E FIDELIZZARE****OBIETTIVI**

- Fornire indicazioni e pratiche per costruire e gestire il proprio database della clientela
- Imparare a gestire diverse liste di clienti a cui comunicare e vendere cose diverse
- 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****26****ACQUISIRE E FIDELIZZARE I CLIENTI SUL WEB****OBIETTIVI****OBIETTIVI DEL CORSO**

- Comprendere le dinamiche del marketing digitale
- Saper identificare i diversi target di clienti online
- Saper utilizzare gli strumenti online e i social network per generare contenuti innovativi capaci di attirare le attenzioni dei clienti
- Ottimizzare il sito web e le landing page per la conversione
- Gestire relazioni durature tramite e-mail marketing e CRM
- Analizzare i dati per migliorare le strategie di fidelizzazione
- Aumentare la brand loyalty attraverso la customer experience online

**CONTENUTI**

- Cos'è il Content Marketing
- 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**

**27**

## STRUMENTI GOOGLE PER IL BUSINESS

### OBIETTIVI

- Utilizzare le principali applicazioni Google
- Ottimizzare la collaborazione nell'impresa attraverso gli strumenti Google
- Integrare gli strumenti appresi con dispositivi mobili

### CONTENUTI

- "Gmail" avanzato
- Google "Calendar" e "Meet"
- Google "Drive" e la sua suite
- Documenti collaborativi
- "Moduli" per realizzare questionari in modo semplice e gratuito
- Google "Foto"
- Archiviazione e sicurezza

**DURATA 9 ORE**

**28**

## E-COMMERCE: COME APRIRE UN NEGOZIO ONLINE

### OBIETTIVI

- Conoscere le principali piattaforme e-commerce
- Saper gestire cataloghi prodotti, ordini e pagamenti digitali
- Saper integrare strumenti di marketing digitale (SEO, social, e-mail marketing)
- Saper garantire la sicurezza dei dati e delle transazioni
- Saper analizzare le performance del negozio tramite analytics

### CONTENUTI

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

**DURATA 12 ORE**

**29**

## SOCIAL MEDIA MARKETING

### OBIETTIVI

- Conoscere le principali piattaforme social
- Definire strategie di comunicazione efficaci e innovative in linea con il proprio brand aziendale
- Saper pianificare campagne pubblicitarie adeguate al proprio brand aziendale
- Saper interagire con la community per aumentare engagement
- Saper ottimizzare la presenza online per la gestione dei clienti

### CONTENUTI

- Introduzione al Social Media Marketing
- Panoramica delle principali piattaforme (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, ecc.)
- Definizione del target e del tone of voice
- Content creation: testi, immagini, video;
- Pianificazione editoriale e calendario dei contenuti
- Gestione delle campagne pubblicitarie (Meta Ads, LinkedIn Ads, ecc.)
- Strumenti di analisi e monitoraggio delle performance
- Gestione della community e customer care sui social
- Strategie per aumentare visibilità, engagement e conversioni

**DURATA 12 ORE**

**30**

## SOCIAL REPUTATION E TUTELA DELL'IMMAGINE

### OBIETTIVI

- Comprendere l'importanza della reputazione online
- Monitorare la presenza digitale di persone e brand
- Prevenire e gestire crisi di reputazione sui social media rispondendo in modo coerente ed efficace
- Conoscere gli strumenti per analizzare la brand reputation
- Costruire un'immagine coerente, credibile e professionale sui canali digitali

### CONTENUTI

- Introduzione sulla web reputation
- Costruzione, monitoraggio, verifica della propria web reputation
- Identità digitale e brand identity
- Regole di comportamento, limiti, forme di comunicazione accettabili online
- Privacy e sicurezza rispetto alla propria immagine online
- Gestione delle crisi reputazionali online
- Gestione dei feedback

**DURATA 9 ORE**

**31**

## DIGITAL STORYTELLING

### OBIETTIVI

- Introduzione allo storytelling e al suo impatto a livello comunicativo
- Comprenderne i principi fondamentali
- Saperlo utilizzare per raccontare la realtà d'impresa e il posizionamento del brand
- Sviluppare la capacità di creare narrative coinvolgenti
- Esercitarsi con esempi pratici di storytelling

### CONTENUTI

- Principi e processi dello storytelling di impresa
- Strumenti di storytelling per diversi canali: carta, relazione, web
- Caratteristiche e principi dello storytelling innovativo

**DURATA 9 ORE**

**32**

## WORDPRESS: AGGIORNARE E MODIFICARE IL SITO

### OBIETTIVI

- Introduzione a Wordpress e all'interfaccia
- Saper utilizzare la barra degli strumenti
- Saper creare una pagina con Wordpress
- Saper aggiornare la pagina e aggiungere contenuti e immagini
- Saper gestire la sicurezza e la privacy della pagina

### 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
- Menù di navigazione
- Gestire i widget nella sidebar e nel footer
- Gestire le impostazioni di WordPress
- Introduzione ai plugin per WordPress

**DURATA 20 ORE**

**33**

## LA FOTOGRAFIA COME NUOVO STRUMENTO DI MARKETING

### OBIETTIVI

- Comprendere l'utilizzo della fotografia nel marketing moderno;
- Comunicare i valori del brand attraverso le immagini
- Imparare a realizzare immagini per social network e blog
- Produrre immagini di qualità e di impatto visivo

### CONTENUTI

- Importanza e potenza delle immagini
- Tecniche fotografiche
- Comunicazione fotografica
- Storytelling
- Gestione dei contenuti e come produrre immagini efficaci
- Responsabilità fotografica e gestione corretta delle immagini online
- Copyright, proprietà intellettuale
- Ricerca e pubblicazione delle immagini online

**DURATA 16 ORE**

**34**

## UTILIZZO DI CANVA PER LA GESTIONE DELLE IMMAGINI E PER UNA GRAFICA VELOCE

### OBIETTIVI

- Creare contenuti visivi (post social, volantini, banner) in linea con l'identità visiva del brand
- Gestire e ottimizzare le immagini (ridimensionare, ritagliare, rimuovere sfondi) per qualsiasi piattaforma
- Utilizzare le funzioni avanzate di Canva per velocizzare il flusso di lavoro
- Produrre grafiche efficaci e accattivanti anche senza esperienza pregressa nel design

### CONTENUTI

- Cos'è Canva e come funziona (interfaccia, account gratuito vs Pro)
- Creazione e gestione di un Brand Kit (colori, font, logo)
- Lavorare con le dimensioni standard e personalizzate (social, stampa, web).
- Importare e organizzare le proprie risorse
- Ritagliare, ridimensionare e ruotare le immagini
- Tecniche di rimozione sfondo e isolamento elementi
- Applicazione di filtri, regolazioni e miglioramenti automatici.
- Principi di composizione visiva e gerarchia (font, spaziatura, allineamento)
- Creazione di post e storie per i principali Social Media (Instagram, Facebook)
- Design di volantini, flyer e brochure per la stampa
- Creazione di animazioni e video brevi (funzionalità base)

**DURATA 18 ORE**

**35**

## INTRODUZIONE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL COMMERCIO

### OBIETTIVI

- Comprendere i principi base dell'IA
- Esplorare le applicazioni dell'IA nel commercio
- Identificare le opportunità per l'innovazione nel settore commercio

### CONTENUTI

- Cos'è l'Intelligenza Artificiale: definizioni e tipologie
- Applicazioni comuni nel retail: analisi predittiva, personalizzazione, gestione magazzino
- Introduzione a machine learning e deep learning
- Casi di successo nell'uso dell'IA nel commercio

DURATA 16 ORE

**36**

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA PERSONALIZZAZIONE DELL'ESPERIENZA CON IL CLIENTE

### OBIETTIVI

- Imparare a utilizzare l'IA per migliorare l'interazione con il cliente
- Sviluppare strategie di personalizzazione avanzata
- Ottimizzare l'esperienza d'acquisto online e in-store

### CONTENUTI

- Sistemi di raccomandazione e personalizzazione dinamica
- Chatbot e assistenti virtuali
- Analisi dei dati per segmentazione dei clienti
- Creazione di strategie omnicanale basate sull'IA

DURATA 12 ORE

**37**

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE ED ETICA

### OBIETTIVI

- Analizzare le implicazioni etiche e legali dell'adozione dell'IA
- Comprendere il ruolo delle politiche pubbliche nell'IA
- Esaminare i rischi legati all'IA, come i bias e la privacy

### CONTENUTI

- Introduzione all'etica dell'intelligenza artificiale
- I rischi legati ai bias nei dati e nei modelli di IA
- Privacy e sicurezza: GDPR e normative sull'uso dei dati
- IA e discriminazione: analisi e soluzioni
- L'IA nel contesto legale: responsabilità, copyright e diritti
- Discussione di casi reali di etica e IA

DURATA 6 ORE

**38**

## CYBERSECURITY PER PICCOLE IMPRESE

### OBIETTIVI

- Sensibilizzare sulle minacce digitali alla sicurezza (phishing, malware e ransomware)
- Saper proteggere account, dati aziendali e dispositivi sapendo scegliere password sicure e i giusti strumenti di autenticazione
- Saper affrontare un attacco informatico correttamente

### CONTENUTI

- Minacce informatiche principali
- Sicurezza delle password
- Backup e protezione dati
- Rischi nell'uso e-mail e web
- Policy aziendale base

DURATA 6 ORE

## NEUROMARKETING DIGITALE

### OBIETTIVI

- Applicare le tecniche di neuromarketing al contesto digitale (web, app, social media)
- Saper progettare contenuti visivi e testuali con leve persuasive

### CONTENUTI

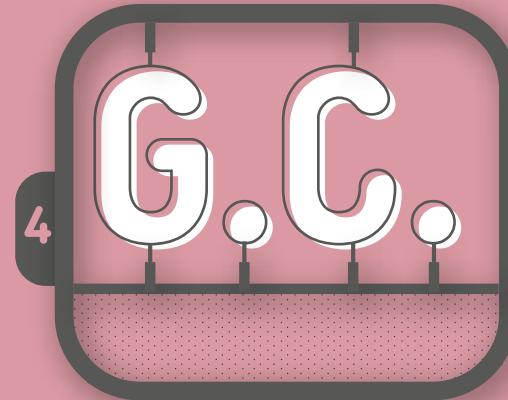
- Neuromarketing applicato a E-commerce, Landing Page e Social Media
- L'importanza del Neurodesign e della Customer Experience digitale
- Strumenti di misurazione (es. Eye-tracking, EEG) per l'analisi dei comportamenti online
- Copywriting persuasivo e elementi visivi efficaci
- L'influenza delle emozioni nel contesto digitale

DURATA 6 ORE

# GESTIONE DEI COLLABORATORI

iCORSI  
2025

GESTIONE DEI PROPRI COLLABORATORI



40  
GESTIONE PROFESSIONALE  
DEI COLLABORATORI

41  
COSTRUIRE INSIEME  
LA SQUADRA

42  
TROVARE PERSONALE  
ATTRAVERSO LINKEDIN

43  
RICERCARE PERSONALE  
DI VENDITA

**40**

## GESTIONE PROFESSIONALE DEI COLLABORATORI

### OBIETTIVI

- Saper scegliere i propri collaboratori in modo da raggiungere gli obiettivi prefissati
- Sviluppare la capacità di addestramento e di formazione
- Coordinare il gruppo di lavoro
- Gestire i momenti di crisi e di difficoltà in modo professionale

### CONTENUTI

- Ruolo e competenze del responsabile/ team leader
- Tecniche di comunicazione efficace
- Come motivare il team/gruppo di lavoro (leadership positiva)
- Organizzazione del lavoro e gestione degli obiettivi

DURATA 20 ORE

**41**

## COSTRUIRE INSIEME LA SQUADRA

### OBIETTIVI

- Conoscere i diversi tipi di leadership;
- Gestire le relazioni all'interno del team e motivarlo
- Organizzare il lavoro e le scadenze
- Conoscere strumenti e metodologie per unire le capacità logiche e razionali con quelle creative

### 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

**42**

## TROVARE PERSONALE ATTRAVERSO LINKEDIN

### OBIETTIVI

- Ripensare alle strategie di ricerca del personale attraverso LinkedIn
- Utilizzare LinkedIn per pubblicizzare la propria azienda in modo coerente ed efficace
- Gestire le candidature aperte
- Utilizzare LinkedIn per individuare i candidati ufficiali

### CONTENUTI

- Il social business: cos'è e cosa significa per un'azienda
- Corporate branding su LinkedIn
- Come realizzare una pagina aziendale efficace su LinkedIn
- La piattaforma LinkedIn Recruiter: strumento per individuare, contattare e gestire i candidati ideali

DURATA 12 ORE

**43**

## RICERCARE PERSONALE DI VENDITA

### OBIETTIVI

- Ricercare in modo efficace personale per il settore terziario
- Valutare le competenze
- Scegliere i giusti collaboratori in base agli obiettivi aziendali
- Coordinare il proprio team

### CONTENUTI

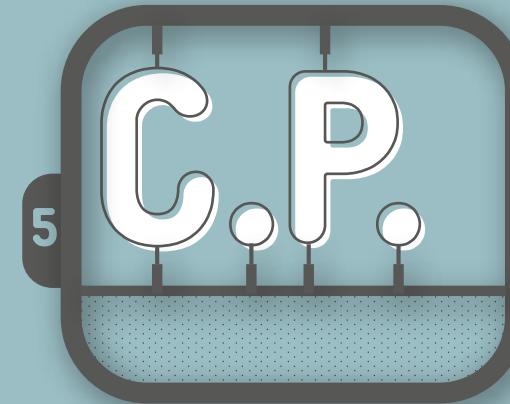
- Strumenti per un reclutamento efficace
- Colloquio di selezione: partire dalla Job Analisys
- Le competenze del venditore
- I differenti modelli di valutazione delle competenze
- I principali errori di valutazione

DURATA 12 ORE

# CONTABILITÀ E PAGHE

iCORSI  
2025

CONTABILITÀ E PAGHE



44  
 CORSO BASE DI CONTABILITÀ

45  
 GESTIONE PAGHE  
 E CONTRIBUTI

46  
 IL BILANCIO PER CHI  
 NON LO SA LEGGERE

47  
 CONTROLLO DI GESTIONE  
 DELLE AZIENDE COMMERCIALI

**44**

## CORSO BASE DI CONTABILITÀ

### OBIETTIVI

- Conoscere gli elementi base necessari per la tenuta della contabilità aziendale
- Padroneggiare la tecnica di rilevazione
- Gestire gli adempimenti fiscali e di fine anno

### 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**

**45**

## GESTIONE PAGHE E CONTRIBUTI

### OBIETTIVI

- Conoscere gli elementi base necessari per la gestione delle buste paghe e contributi (normativa e pratica amministrativa in materia 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**

**46**

## IL BILANCIO PER CHI NON LO SA LEGGERE

### OBIETTIVI

- Conoscere gli elementi base necessari per una corretta lettura e interpretazione del bilancio aziendale (lettura prospetti del bilancio, andamento economico e finanziario dell'impresa)

### 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**

**47**

## CONTROLLO DI GESTIONE DELLE AZIENDE COMMERCIALI

### OBIETTIVI

- Riconoscere gli elementi basi del controllo di gestione a livello aziendale (definizione cliente, costi, creazione budget, analisi costi)

### CONTENUTI

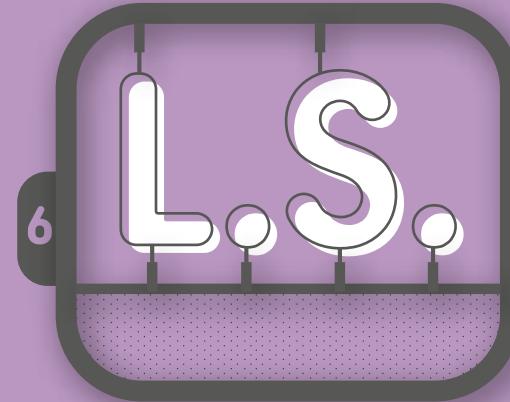
- Problemi, finalità e utilizzo del controllo di gestione nell'impresa commerciale
- Tipi di costi classici dell'attività commerciale e loro gestione
- Definire il cliente come centro di profitto e oggetto di analisi
- L'analisi della redditività di singoli mercati, clienti, segmenti di clientela
- Creazione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



6

48  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
BASE

49  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
INTERMEDIO

50  
INGLESE/TEDESCO  
SPAGNOLO/FRANCESE  
AVANZATO

51  
ITALIANO PER STRANIERI  
DI LINGUA INGLESE,  
FRANCESE E CINESE

**48**

## INGLESE/TEDESCO BASE

### OBIETTIVI

- Apprendere le basi linguistiche delle lingue inglese/tedesco in un contesto professionale: comprensione, produzione scritta, espressione orale

### CONTENUTI

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

**DURATA 20 ORE**

**49**

## INGLESE/TEDESCO INTERMEDI

### OBIETTIVI

- Apprendere inglese/tedesco intermedio in un contesto professionale: comprensione, produzione scritta, espressione orale

### CONTENUTI

- 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**

**50**

## INGLESE/TEDESCO AVANZATO

### OBIETTIVI

- Apprendere inglese/tedesco avanzato in un contesto professionale: comprensione, produzione scritta, espressione orale

### CONTENUTI

- 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**

**51**

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

### OBIETTIVI

- Apprendere le basi della lingua italiana per utilizzo in ambito professionale

### CONTENUTI

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

**DURATA 24 ORE**

## **MODALITÁ 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)**

## **NOTE**

## **NOTE**

