

## PROGRAMMA DI DETTAGLIO

### ATTIVITA' RIVOLTE AGLI STUDENTI

<p><b>LEZIONI OLIVETTIANE</b>  <b>LE NUOVE FRONTIERE DELL'IMPRENDITORIALITÀ ALLA LUCE DEL PENSIERO OLIVETTIANO</b></p>		
<p><b>SEMINARIO 1</b>   <b>L'IMPRESA SOCIALE</b></p>	<p>L'incontro mira presentare agli studenti l'esperienza di Dynamo Camp (primo Camp terapeutico gratuito in Italia), riconosciuta come un modello di impresa sociale, sostenuta da una forte partecipazione giovanile.          Dynamo Camp, Dynamo Academy e Oasi Dynamo sono solo alcune delle realtà.</p>	
<p><b>MODALITÀ</b>  <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>   <b>DURATA: 1:30 ore</b></p>	<p><b>DATA</b>          In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b>          9:30 – 11:00</p>
<p><b>DOCENZA</b>  <b>Serena Porcari, Fondazione Dynamo Camp</b></p>		
<p><b>SEMINARIO 2</b>   <b>IMPRENDITORIA DIGITALE E START-UP</b></p>	<p>Il seminario è finalizzato a presentare un'esperienza di imprenditoria digitale di successo.          PiCampus è un fondo di Venture Capital, che finanzia le startup che usano l'intelligenza artificiale applicata a diversi settori produttivi (mobilità, salute) con in portafoglio oltre 48 startup, la metà in Italia e il resto suddiviso tra Europa e California. Qualche anno dopo la fondazione di Pi Campus, è stato inaugurato anche un canale di formazione per le nuove generazioni di startup con l'obiettivo che l'impresa del futuro debba necessariamente includere una componente di design/creatività e tecnologia. Di qui l'apertura di Pi School, una scuola che aiuti le aziende ad affrontare la digitalizzazione e gli studenti a formarsi su progetti concreti. Non la classica formazione in aula, bensì una formazione on the job.</p>	
<p><b>MODALITÀ</b>  <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>   <b>DURATA: 1:30 ore</b></p>	<p><b>DATA</b>          In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b>          9:30 – 11:00</p>
<p><b>DOCENZA</b>  <b>Marco Trombetti, Pi Campus/Translated</b></p>		
<p><b>SEMINARIO 3</b>   <b>NUOVE COMPETENZE, NUOVI MESTIERI</b></p>	<p>Il mondo del lavoro è in una fase di profondi cambiamenti, le nuove tecnologie hanno modificato molte delle occupazioni già esistenti ma soprattutto hanno aperto la porta a nuove professionalità. Secondo il World Economic Forum, nei prossimi 3 anni, a livello globale, l'evoluzione del mondo del lavoro - accelerata dalla tecnologia, dal</p>	



	<p>digitale e dell'automazione - determinerà la nascita di 133 milioni di nuove opportunità occupazionali, a fronte di 75 milioni di posti di lavoro destinati a scomparire. Fondamentale, dunque, l'acquisizione di nuova conoscenza, sia tecnica sia trasversale, tanto per gli studenti quanto per i professionisti.</p> <p>Il seminario, in tale contesto, mira ad illustrare le tendenze in atto nel mercato del lavoro e a ragionare con gli studenti sulle evoluzioni ed implicazioni che da esse derivano.</p>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:00
<b>DURATA: 1:30 ore</b>	<b>DOCENZA</b> <b>Francesca Bria</b> , Presidente del Fondo Nazionale Innovazione-CDP Venture Capital SGR o <b>Gianpaolo Manzella</b> esperto di innovazione	
<b>IL MODELLO OLIVETTIANO ATTUALITÀ E PROSPETTIVE DI SVILUPPO</b>	<p>Il modulo si articola in due fasi: Quattro video lezioni:</p> <p><b>#1) Ivrea: La città dell'uomo</b> Ivrea, città industriale del XX secolo è stata iscritta nella Lista dei Siti UNESCO come Patrimonio dell'Umanità grazie all'originale progetto economico, urbanistico e sociale promosso da Adriano Olivetti.</p> <p><b>#2) Dalle fabbriche di beni alle fabbriche di bene</b> Adriano Olivetti sapeva che per far funzionare un'impresa era necessario mettere al centro l'uomo, ovvero non ragionare solo in termini di profitto ma dare peso al benessere dei lavoratori e motivare il coinvolgimento nella vita di fabbrica: elementi chiave che definiscono la Olivetti di Adriano come una fabbrica di beni e di bene.</p> <p><b>#3) La fabbrica trasparente</b> La ICO di Ivrea, un secolo prima dell'Apple Park: architetture sostenibili, nuova definizione tra edifici produttivi e servizi sociali al servizio dell'intera comunità. La fabbrica di vetro come simbolo della trasparenza nella produzione di valore.</p> <p><b>#4) Prodotti e racconti</b> Eleganza ed estetica sono sinonimi del marchio Olivetti, simbolo del Made in Italy all'estero. Dalla Lettera 22 alla P101, il prodotto Olivetti rappresenta un progetto che trascende l'estetica e la funzione e supera anche i confini nazionali con un linguaggio che nel nome della bellezza racchiude significati universali.</p> <p>La proiezione del documentario <b>Città dell'uomo</b>, di Andrea De Sica, prodotto dalla Rai La Storia siamo noi in collaborazione con la Fondazione Adriano Olivetti</p>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: autoformazione</b>	<b>DOCENZA</b> <b>Annalisa Galardi</b> , Consigliere d'amministrazione della Fondazione Adriano Olivetti / Docente di Comunicazione pubblica e di Impresa, Università Cattolica	
<b>DURATA: 1:30 ore</b>		



## COMPETENZE DIGITALI E ORIENTAMENTO



### WORKSHOP 1

**LE OPPORTUNITÀ DI LAVORO E IL FUTURO DEL MERCATO DEL LAVORO E FOCUS SULLE NUOVE PROFESSIONI DIGITALI E LE IBRIDAZIONI TRA AMBITI**

#### OBIETTIVI

Offrire un contributo conoscitivo per l'orientamento delle scelte formative degli studenti, analizzando i risultati più recenti dell'indagine Excelsior e gli scenari previsivi sui fabbisogni occupazionali. La sessione inoltre focalizzerà gli ambiti di occupazione e sui settori con maggiori fabbisogni occupazionali con un focus sulle competenze digitali necessarie per la trasformazione digitale e per le professioni non digitali.

#### CONTENUTI

- Fabbisogni occupazionali per figure professionali richieste dal mercato del lavoro: istruzioni per orientare le proprie scelte
- Competenze attualmente digitali richieste per il lavoro
- Previsioni occupazionali e dei fabbisogni professionali e formativi per il quinquennio 2021-2025
- Le professioni ICT più ricercate, quelle più nuove e quelle emergenti
- La *digital transformation* e le sue professioni
- Focus sulle professioni non ICT che richiedono competenze digitali

#### MODALITÀ

**DI EROGAZIONE: web conference**

#### DATA

In corso di definizione

#### ORARIO

9:30 – 11:30

**DURATA: 2 ore**

#### DOCENZA

Sicamera

### WORKSHOP 2

**INDIVIDUARE LE PROPRIE SKILL NEL CAMPO DELLA DIGITAL ECONOMY**

#### OBIETTIVI

Prima di accedere al mondo del lavoro è difficile riconoscere le proprie skill: con questo workshop si fornirà un metodo per scoprire e identificare quelle utili per gli e-job a partire da abilità, conoscenze e esperienze personali.

#### CONTENUTI

- Distinzione tra soft e hard skill
- L'importanza delle soft skill e non-digital skill per gli e-job
- Come individuare e valorizzare le proprie skill per il mondo del lavoro
- Skill richieste per le professioni digitali

<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
<b>WORKSHOP 3</b>  <b>IL CV ED IL COLLOQUIO DI LAVORO:</b> <b>ISTRUZIONI PER L'USO</b>	<b>DOCENZA</b> Sicamera  <b>OBIETTIVI</b> Il workshop è finalizzato a fornire gli studenti indicazioni operative per redigere al meglio il proprio CV e per affrontare un colloquio di lavoro in maniera il più possibile efficace.  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Consigli per scrivere al meglio il cv</li> <li>● Errori da non fare nello scrivere il cv</li> <li>● hard skills e soft skills: quali sono e come valorizzarle nel CV</li> <li>● Prepararsi per un colloquio di lavoro: cosa fare e cosa evitare</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
<b>COMPETENZE DIGITALI PER ENTRARE NEL MERCATO DEL LAVORO</b>		
<b>WORKSHOP 1</b>  <b>COSTRUIRE UNA PRIMA PRESENZA ONLINE DI UN'IMPRESA PARTENDO DA ZERO E FARSÌ TROVARE (SEO TECH)</b>	<b>OBIETTIVI</b> Far comprendere l'importanza tecnica e fornire strumenti per predisporre e/o ottimizzare il presidio digitale di un'impresa, rendendola rintracciabile online grazie alla cura della struttura del sito e agli aspetti tecnici dell'ottimizzazione per motori di ricerca.  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Contesto strategico: predisporre e/o ottimizzare il presidio digitale di un'impresa e perché è fondamentale occuparsi di SEO sin dalle primissime fasi di progettazione di un sito web aziendale</li> <li>● Strumenti per creare da zero il sito web per un'impresa</li> <li>● Fondamenti di SEO e modifiche più recenti legate a performance e usabilità</li> <li>● Quali azioni prioritizzare su una timeline ideale</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
	<b>DOCENZA</b> Sicamera	



<p><b>WORKSHOP 2</b></p> <p><b>COSTRUIRE E RAFFORZARE LA PROPRIA COMUNICAZIONE ONLINE: SEO E CONTENT STRATEGY E FOCUS SU STRATEGIE LOCAL E TEMI DI VALORE IN RISPOSTA AL COVID</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b></p> <p>Far comprendere l'importanza del testo e del contenuto online per i motori di ricerca e la stretta correlazione con la visibilità del business di una PMI</p> <p><b>CONTENUTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Strategie e strumenti per azioni di SEO e Content Marketing efficaci.</li><li>● Concept ideas, formati, schedule e target per piani editoriali orientati ad obiettivi specifici</li><li>● Strategie e Action specifiche per la SEO local</li><li>● Perché e come utilizzare piattaforme di recensione e directory (Trustpilot, Tripadvisor)</li><li>● Google Trends e altri strumenti utili durante il Covid</li><li>● Focus su: comunicare la qualità di nuovi standard per l'erogazione, la fruizione di servizi e prodotti in contesto Covid (anche il rispetto delle normative)</li><li>● Focus su: sostenibilità e <i>circular economy</i></li></ul>				
<p><b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b></p> <p><b>DURATA: 2 ore</b></p>	<table border="1"><tr><td data-bbox="619 958 991 1025"><p><b>DATA</b></p><p>In corso di definizione</p></td><td data-bbox="999 958 1436 1025"><p><b>ORARIO</b></p><p>9:30 – 11:30</p></td></tr><tr><td colspan="2" data-bbox="619 1032 1436 1108"><p><b>DOCENZA</b></p><p>Sicamera</p></td></tr></table>	<p><b>DATA</b></p> <p>In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b></p> <p>9:30 – 11:30</p>	<p><b>DOCENZA</b></p> <p>Sicamera</p>	
<p><b>DATA</b></p> <p>In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b></p> <p>9:30 – 11:30</p>				
<p><b>DOCENZA</b></p> <p>Sicamera</p>					
<p><b>WORKSHOP 3</b></p> <p><b>I SOCIAL PER IL BUSINESS: SCEGLIERE STRATEGIE E STRUMENTI IN MODO UTILE E IMPARARE A USARE I PRINCIPALI (FACEBOOK E INSTAGRAM)</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b></p> <p>Far comprendere l'importanza dei social network quale strategia di marketing e comunicazione di un'impresa, fornire metodi per individuare strumenti e strategie adatti.</p> <p>Approfondimento sui principali social per il business (Facebook ed Instagram).</p> <p><b>CONTENUTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Contesto: perché per un business è importante conoscere, presidiare e governare i social network</li><li>● Quali piattaforme social per le imprese: differenze e opportunità</li><li>● Facebook e Instagram: setting, gestione e best practices per la gestione di una pagina/profilo business</li></ul>				
<p><b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b></p> <p><b>DURATA: 2 ore</b></p>	<table border="1"><tr><td data-bbox="619 1637 991 1704"><p><b>DATA</b></p><p>In corso di definizione</p></td><td data-bbox="999 1637 1436 1704"><p><b>ORARIO</b></p><p>9:30 – 11:30</p></td></tr><tr><td colspan="2" data-bbox="619 1711 1436 1787"><p><b>DOCENZA</b></p><p>Sicamera</p></td></tr></table>	<p><b>DATA</b></p> <p>In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b></p> <p>9:30 – 11:30</p>	<p><b>DOCENZA</b></p> <p>Sicamera</p>	
<p><b>DATA</b></p> <p>In corso di definizione</p>	<p><b>ORARIO</b></p> <p>9:30 – 11:30</p>				
<p><b>DOCENZA</b></p> <p>Sicamera</p>					
<p><b>WORKSHOP 4</b></p> <p><b>TIKTOK, PINTEREST, LINKEDIN, TWITTER, YOUTUBE</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b></p> <p>Presentare le piattaforme social emergenti illustrandone le principali caratteristiche e peculiarità spiegando come possono essere utilizzati in una strategia integrata di comunicazione online.</p>				

	<b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● TikTok: profilo e format per le aziende</li> <li>● Pinterest: strategie - profilo e format per le aziende</li> <li>● Twitter e LinkedIn: strategie - profilo e format per le imprese</li> <li>● YouTube: strategie e format per il business &amp; YT Video Builder</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
	<b>DOCENZA</b> Sicamera	
<b>DURATA: 2 ore</b>		
<b>WORKSHOP 5</b>  <b>SPONSORIZZAZIONI, ADVERTISING E GLI STRUMENTI SEARCH PER ESPANDERE UN BUSINESS</b>	<b>OBIETTIVI</b> Illustrare agli studenti le tecniche e le modalità di promozione e sponsorizzazione a pagamento con particolare riguardo a quelle del sito internet e alle potenzialità della Search	
	<b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Intro strategica: il ruolo del Paid Advertising a supporto della crescita delle imprese</li> <li>● Peculiarità di geo targeting e profiling avanzate offerte dalla Search Focus su Google Ads Search e Bing Ads: strategie e format per le aziende &amp; YT Video Builder</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
	<b>DOCENZA</b> Sicamera	
<b>DURATA: 2 ore</b>		
<b>WORKSHOP 6</b>  <b>E-COMMERCE: AVVIARE, CONSOLIDARE E RINNOVARE UNA STRATEGIA E UN SITO AZIENDALE</b>	<b>OBIETTIVI</b> Presentare agli studenti i principali metodi e strumenti per la progettazione di un e-commerce aziendale focalizzando gli elementi cui fare maggiore attenzione sia nella messa a punto della strategia sia nella realizzazione e gestione di un sito di vendita online.	
	<b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Contesto e intro strategica: gli utenti e l'evoluzione delle loro abitudini di acquisto</li> <li>● Quale ruolo giocano l'online e l'e-commerce durante l'emergenza Covid.</li> <li>● Cosa serve per vendere online</li> <li>● Regole base e funzionamento di alcuni dei principali strumenti per costruire un e-commerce</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
	<b>DOCENZA</b> Sicamera	
<b>DURATA: 2 ore</b>		



<b>WORKSHOP 7</b>  <b>MARKET PLACE E OLTRE (STRATEGIE E STRUMENTI PER LA VENDITA ONLINE TRAMITE PIATTAFORME DI TERZE PARTI)</b>	<b>OBIETTIVI</b> Illustrare le opportunità di vendita online dei prodotti e servizi di un'azienda, tramite piattaforme di terze parti.  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Contesto e intro strategica: perché e quando considerare le piattaforme di Market Place per vendere i prodotti delle aziende</li><li>● Focus su "nuove" forme di consegna a domicilio</li><li>● Panoramica su alcuni dei più noti Market Place generalisti, settoriali e sugli strumenti di Social commerce</li></ul>	
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
<b>WORKSHOP 8</b>  <b>RIMANERE SEMPRE IN CONTATTO CON I CLIENTI: TOOL DI MESSAGGISTICA E CHATBOT</b>	<b>OBIETTIVI</b> Illustrare l'importanza della comunicazione diretta con i clienti e fornire suggerimenti strategici su strumenti innovativi che aiutano le imprese a gestire le relazioni con gli utenti, organizzare il lavoro, fare promozione diretta e fornire aggiornamenti per tenere alta l'attenzione dell'utente.  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Contesto e intro strategica. Evoluzione dell'interazione tra aziende e customer: come utilizzare al meglio app di messaggistica e chatbot in un'azienda</li><li>● Panoramica sui principali strumenti di chat</li><li>● Chatbot per gestire al meglio la relazione con i clienti</li><li>● Cenni di Direct E-mail Marketing: utilità, funzioni e best practice</li></ul>	
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
	<b>DOCENZA</b> Sicamera	

<b>CULTURA DI IMPRESA E PRIMO ORIENTAMENTO ALL'IMPRENDITORIALITÀ</b>			
<b>WORKSHOP 1</b>  <b>LA CAMERA DI COMMERCIO: FUNZIONI E SERVIZI DELLA "CASA DELLE IMPRESSE"</b>	<b>OBIETTIVI</b> Presentare concretamente <b>cosa sono, dove sono e cosa fanno le Camere di commercio</b> per chi decide di fare impresa  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Natura giuridica dell'ente camerale: ruolo, organizzazione e funzioni</li> <li>• Iscrizione al Registro delle Imprese</li> <li>• Comunica: la "semplificazione digitale" del rapporto tra le imprese e la Pubblica Amministrazione</li> <li>• Panoramica dei principali servizi erogati, dall'orientamento al lavoro e alle professioni ai servizi digitali</li> <li>• Focus: il Punto Impresa Digitale</li> </ul>		
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30	<b>DOCENZA</b> Sicamera + testimonianze di funzionari camerale
<b>WORKSHOP 2</b>  <b>METTERSI IN PROPRIO: SCEGLIERE TRA IMPRESA E LAVORO AUTONOMO</b>	<b>OBIETTIVI</b> Chiarire concretamente il significato di espressioni quali « <b>mettersi in proprio</b> », « <b>avviare un'attività autonoma</b> » o « <b>diventare imprenditore</b> ».		
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>  <b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30	<b>DOCENZA</b> Sicamera
<b>WORKSHOP 3</b>  <b>EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ'</b>	<b>OBIETTIVI</b> Raccontare quali siano le " <b>giuste attitudini</b> " all'imprenditorialità  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imprenditori si nasce o si diventa?</li> <li>• Attitudini, motivazioni e competenze</li> </ul>		

<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b>	<b>ORARIO</b>
<b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DOCENZA</b> Sicamera	
<b>WORKSHOP 4</b>  <b>DALL'IDEA ALL'IMPRESA</b>	<b>OBIETTIVI</b> Raccontare il <b>processo di creazione di impresa</b> suddiviso in una serie di fasi, prima di arrivare in cima ad una "salita".  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Abbiamo una buona idea?</li> <li>● Abbiamo un buon progetto d'impresa?</li> <li>● A chi vendiamo? Cosa vendiamo? Come lo produciamo?</li> <li>● Con chi ci troveremo a concorrere? Quali sono gli ostacoli e le opportunità che ci offre il mercato?</li> <li>● Con quale organizzazione aziendale vogliamo fare impresa?</li> <li>● Dove troviamo i soldi per cominciare?</li> <li>● Come «traduciamo» le nostre idee in cifre?</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
<b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DOCENZA</b> Sicamera	
<b>WORKSHOP 5</b>  <b>START UP INNOVATIVE: IMPRESE "GIOVANI"</b>	<b>OBIETTIVI</b> Fare un viaggio alla scoperta delle start up innovative anche grazie alla tecnica della narrazione che permette agli studenti di confrontarsi direttamente con i veri protagonisti dell'imprenditorialità e dell'intraprendenza.  <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Cosa sono le start up innovative, come costituirle, i vantaggi</li> <li>● La "protezione" delle idee</li> <li>● Incontri di "storytelling" con imprenditori e startupper</li> </ul>	
<b>MODALITÀ</b> <b>DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b> In corso di definizione	<b>ORARIO</b> 9:30 – 11:30
<b>DURATA: 2 ore</b>	<b>DOCENZA</b> Sicamera + testimonianze imprenditoriali	



## ATTIVITA' RIVOLTE AI DOCENTI

<p><b>WORKSHOP 1</b></p> <p><b>ORIENTAMENTO E DIGITALE: GLI STRUMENTI DI APPRENDIMENTO PER IL BUSINESS ONLINE E PER L'ORIENTAMENTO NEL MONDO DEL LAVORO</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b> Fornire una panoramica sul mondo del digitale, sugli strumenti per rafforzare le conoscenze per il web e per mettere gli studenti in condizione di orientarsi nel mondo delle nuove professioni</p> <p><b>CONTENUTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Panoramica sul mondo del digitale: online e 4.0</li> <li>● Perché il digitale è indispensabile per il lavoro in un'impresa</li> <li>● Strumenti formativi per accrescere le competenze nelle imprese</li> <li>● Strumenti di orientamento del sistema camerale: "Suite Orientamento Formazione Lavoro"</li> </ul>	
<p><b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b></p> <p><b>DURATA: 2 ore</b></p>	<p><b>DATA</b></p>	<p><b>ORARIO</b></p>
<p><b>WORKSHOP 2</b></p> <p><b>METODOLOGIE DI PROJECT/BUSINESS MANAGEMENT INNOVATIVE PER IL DIGITALE E NON SOLO</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b> Far comprendere l'esigenza di gestire processi, gruppi di lavoro e progetti in maniera efficiente. Illustrazione di alcune delle metodologie più diffuse di business e project management da adottare in aula e da presentare agli studenti.</p> <p><b>CONTENUTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Contesto di applicazione di metodologie gestionali</li> <li>● Caratteristiche e vantaggi del Lean Management</li> <li>● Caratteristiche e vantaggi della metodologia Agile</li> <li>● Strumenti per applicare le due metodologie e rendere agevole il lavoro</li> </ul>	
<p><b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b></p> <p><b>DURATA: 2 ore</b></p>	<p><b>DATA</b></p>	<p><b>ORARIO</b></p>
<p><b>WORKSHOP 3</b></p>	<p><b>OBIETTIVI</b> Presentare concretamente <b>cosa sono, dove sono e cosa fanno le Camere di commercio</b> per chi decide di fare impresa</p>	



<b>LA CAMERA DI COMMERCIO: FUNZIONI E SERVIZI DELLA “CASA DELLE IMPRESE”</b>	<b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Natura giuridica dell’ente camerale: ruolo, organizzazione e funzioni</li><li>• Iscrizione al Registro delle Imprese</li><li>• Comunica: la “semplificazione digitale” del rapporto tra le imprese e la Pubblica Amministrazione</li><li>• Panoramica dei principali servizi erogati, dall’orientamento al lavoro e alle professioni ai servizi digitali</li><li>• Focus: il Punto Impresa Digitale</li></ul>	
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b>	<b>ORARIO</b>
	<b>DOCENZA</b>	
<b>DURATA: 2 ore</b>		
<b>WORKSHOP 4  DALL’IDEA ALL’IMPRESA</b>	<b>OBIETTIVI</b> <p>Raccontare il <b>processo di creazione di impresa</b> suddiviso in una serie di fasi, prima di arrivare in cima ad una “salita”.</p> <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abbiamo una buona idea?</li><li>• Abbiamo un buon progetto d’impresa?</li><li>• A chi vendiamo? Cosa vendiamo? Come lo produciamo?</li><li>• Con chi ci troveremo a concorrere? Quali sono gli ostacoli e le opportunità che ci offre il mercato?</li><li>• Con quale organizzazione aziendale vogliamo fare impresa?</li><li>• Dove troviamo i soldi per cominciare?</li><li>• Come «traduciamo» le nostre idee in cifre?</li></ul>	
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b>	<b>ORARIO</b>
	<b>DOCENZA</b>	
<b>DURATA: 2 ore</b>		
<b>WORKSHOP 5  START UP INNOVATIVE: IMPRESA “GIOVANI</b>	<b>OBIETTIVI</b> <p>Fare un viaggio alla scoperta delle start up innovative anche grazie alla tecnica della narrazione che permette agli studenti di confrontarsi direttamente con i veri protagonisti dell’imprenditorialità e dell’intraprendenza.</p> <b>CONTENUTI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cosa sono le start up innovative, come costituirle, i vantaggi</li><li>• La “protezione” delle idee</li><li>• Incontri di "storytelling" con imprenditori e startupper</li></ul>	
<b>MODALITÀ DI EROGAZIONE: web conference</b>	<b>DATA</b>	<b>ORARIO</b>
	<b>DOCENZA</b>	
<b>DURATA: 2 ore</b>		