

Il progetto è realizzato grazie ai Fondi europei della Regione Emilia-Romagna



INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

FORMAZIONE PERMANENTE PER L'IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE

CORSI GRATUITI

per migliorare la propria occupabilità e adattabilità a partire dall'acquisizione di competenze imprenditoriali

REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Donne residenti o domiciliate in Regione Emilia-Romagna
Nel caso di cittadini stranieri: possesso del regolare permesso di soggiorno e una buona padronanza della lingua italiana. A seconda dei diversi progetti potranno essere previsti ulteriori requisiti.

ATTESTAZIONE IN ESITO

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

MODALITÀ DI ACCESSO

L'accesso al corso avviene in base all'ordine di arrivo delle iscrizioni. I corsi si attiveranno al raggiungimento di un numero minimo di partecipanti. A fronte di un numero di partecipanti superiore al numero di posti disponibili saranno prioritariamente ammesse le persone che non ricoprono già ruoli di imprenditore o lavoratore autonomo.

PRESENZA / ONLINE

A seconda dei corsi le lezioni potranno tenersi in presenza oppure in videoconferenza sincrona

1. IMMAGINARE IL FUTURO: IL METODO S.C.A.M.P.E.R.

20 ore

Obiettivi

Utilizzare le sette tecniche di pensiero creativo definite dal metodo S.C.A.M.P.E.R. (sostituire, combinare, adattare, modificare, provare di nuovo, eliminare, riorganizzare) finalizzate alla proposta di un progetto creativo proiettato negli scenari futuri.

Sviluppare proattività, pensiero creativo nonché esaminare criticamente e rinnovare concetti, progetti o processi, acquisendo la capacità di identificare miglioramenti efficaci.

Obiettivi

Conoscere e analizzare l'ecosistema territoriale in cui si trovano ad agire. Visualizzare le opportunità di cambiamento nella prospettiva 2030 e oltre, in ottica digitale e sostenibile. Individuare mercati di riferimento, a livello regionale, nazionale, transnazionale, funzionali al progetto utilizzando strumenti e modalità di azione per valutare il posizionamento del prodotto/servizio nell'attuale scenario economico e di settore. Individuare il profilo del target con l'analisi della concorrenza, i trend del settore (attuali e futuri), le prospettive di crescita del mercato, l'estensione del target market, le innovazioni nascenti nel mercato di riferimento.

2. FIND YOUR WAY: ECOSISTEMA TERRITORIALE E INDIVIDUAZIONE DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

40 ore

3. DESIGN THINKING DEL MODELLO DI BUSINESS

20 ore

Obiettivi

Individuare la proposta di valore del proprio prodotto/servizio (Value Proposition) adottando soluzioni innovative per trasformare la propria idea in un prodotto/servizio di successo. Analizzare e migliorare attraverso il design thinking il valore del prodotto/servizio, condividendo nel team la strategia del "Creative Problem finding". Identificare problemi complessi utilizzando domande chiave per generare soluzioni innovative. Redigere mappe concettuali funzionali a spiegare concetti complessi. Generare una vasta gamma di idee e soluzioni mettendo in discussione qualsiasi pre-assunto.

Obiettivi

Conoscere e valutare le sfide e le opportunità legate all'innovazione tecnologica e alla sostenibilità. Ripensare l'organizzazione aziendale in modo sostenibile, attivando tecniche e strategie per determinare il valore e l'impatto generato dall'organizzazione sulla società, i lavoratori e l'ambiente. Valutare e selezionare gli investimenti digitali e green volti alla sostenibilità e competitività dei processi, incorporando pratiche di economia circolare. Promuovere e connettersi con le community di produttori responsabili e consumatori consapevoli, per generare nuove strategie e valore aggiunto aziendale. Adottare strategie di responsabilità sociale per promuovere il benessere della comunità.

4. STRUMENTI DI INNOVAZIONE DIGITALE VERDE SOCIALE

40 ore

5. LEAN STRATEGY: DAL PROTOTIPO ALLA SPERIMENTAZIONE DEL PRODOTTO

20 ore

Obiettivi

Adottare strategie aziendali agili per la sperimentazione e lo sviluppo di prodotti di successo, applicando tecniche di prototipazione rapida e flessibile per intercettare e inglobare gli orientamenti del mercato.

Adottare tecniche di verifica e valutazione "a monte" dell'efficacia del prodotto, dalla prototipazione del MVP (prodotto minimo funzionante) all'ingaggio di early adopters, fino alla gestione del ciclo di testing-feedback-riprogettazione, finalizzate a raggiungere, in prospettiva, il PMF (Product Market Fit). Adottare tecniche di miglioramento continuo nella fase di sviluppo del prodotto, identificando gli "sprechi" di tempo/materiali, ottimizzando le risorse e adottando processi a basso costo.

Requisiti di accesso aggiuntivi:

essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

6. INTERNAZIONALIZZARE L'IMPRESA

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Utilizzare informazioni, metodologie e tecniche per poter inserire la propria impresa nei mercati internazionali. Conoscere le principali nozioni relative alla contrattualistica internazionale e saranno in grado di gestire rischi di credito e pagamenti internazionali. Conoscere le principali nozioni relative al diritto doganale e dei trasporti internazionali (es. pratica di import export, diritto del commercio internazionale, origine della merce, classificazione e valore delle merci) e sapere come impostare una corretta strategia di marketing internazionale sia in modalità "tradizionale" che "digitale", analizzando i principali strumenti del digital export.

Obiettivi

Gestire gli aspetti finanziari delle aziende e mantenere monitorati i costi per garantire la sostenibilità finanziaria nel medio e lungo termine. Elaborare un budget affidabile per la pianificazione e il controllo dei costi, fare previsioni finanziarie realistiche, individuare e limitare i rischi finanziari, esaminare i dati economici e finanziari per guidare le decisioni aziendali anche in merito alle scelte di investimento. Conoscere tecniche e strumenti per tenere i costi aziendali sotto controllo e restare finanziariamente sostenibili, conoscendo altresì i software di pianificazione finanziaria più adeguati alla propria realtà.

7. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA E CONTROLLO DEI COSTI

20 ore

8. MARKETING E DIGITAL MARKETING

40 ore

Obiettivi

Adottare le principali leve del marketing e del marketing digitale al servizio degli obiettivi aziendali, impostando strategie che spingano clienti, e potenziali clienti, a scoprire e interagire con il proprio brand, aumentandone la visibilità. Creare un Piano di marketing strategico tradizionale e digitale per aumentare la brand awareness, la lead generation, l'aumento delle vendite e la fidelizzazione dei clienti. Valutare il benchmark del posizionamento sul mercato, identificare il proprio pubblico di riferimento, gestire i canali di comunicazione e promozione, sia tradizionali che digitali, animare la community nonché utilizzare i dati per misurare e analizzare risultati e impatto.

Obiettivi

Applicare le strategie di valorizzazione del brand come strategia di marketing emergente per generare vendite, costruendo una reputazione positiva capace di trasmettere l'unicità e i valori dell'impresa e produrre fiducia nel cliente. Saper sviluppare, attraverso tecniche di storytelling mirate ai diversi canali e media, la customer journey, tramite l'engagement, l'ascolto e la gestione dei feedback del cliente, nonché strategie di content creation visivi e verbali coerenti con l'identità del brand. Gestire le "crisi" e i feedback negativi. Adottare la Piramide del valore etico e sostenibile. Sviluppare strategie di People branding nelle reti per incrementare l'awareness del brand.

9. COMUNICARE L'IMPRESA: BRAND STRATEGY E BRAND IDENTITY

20 ore

10. INTELLIGENZA ARTIFICIALE: I TOOLS DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA

40 ore

Obiettivi

Comprendere la portata dei cambiamenti determinati dall'Intelligenza Artificiale e i principali strumenti per una introduzione nelle organizzazioni. Applicare la First Strategy nei processi, avendo cognizione dei principali strumenti strategici: blockchain, chatbots, science data, machine learning, elaborazione del linguaggio naturale, etc.. Identificare e adottare tools di diversa natura per l'efficientamento di attività e processi, per la produzione additiva, la grafica, le immagini, i contenuti, i video, etc. Verificare e selezionare la correttezza di dati e la veridicità delle fonti elaborate con IA per prendere decisioni.

11. FINANZIAMENTI PER L'IMPRESA

20 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Individuare in modo efficiente le risorse finanziarie necessarie per la creazione della propria impresa e saper attivare tutte le procedure necessarie per ottenere tali risorse, gestirle e rendicontarle. Riconoscere opportunità di finanziamento (es. Bandi di finanziamento pubblici e privati, Fondi Interprofessionali, ecc..) e saper attivare specifiche modalità di raccolta fondi (Fundraising e Crowdfunding). Attivare le procedure necessarie per l'accesso al credito e al microcredito e saper gestire i Rapporti con Investitori e Istituzioni Finanziarie.

Obiettivi

Identificare processi aziendali da sottoporre a digitalizzazione parziale o totale tramite tools/applicativi. Identificare i tools/applicativi più performanti rispetto agli obiettivi aziendali nonché tecniche di design per la digitalizzazione dei servizi. Valutare le soluzioni software, netsuite, business intelligence, ERP/CRM, sistemi cloud on-premise e ibridi, al fine di riorganizzare ed efficientare i processi produttivi e i servizi commerciali dall'e-commerce all'e-business e per gestire la digitalizzazione degli appalti. Valutare costi e vantaggi di strategie avanzate (IoT, realtà aumentata, metaverso, ecc..) per l'integrazione tra piattaforme, persone, luoghi e strumenti.

12. DIGITAL SERVICE DESIGN

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Costruire reti collaborative per l'innovazione coerenti con gli obiettivi aziendali/professionali. Saper mappare e identificare partner/stakeholder di prossimità e transnazionali orientati a raggiungere gli stessi obiettivi. Gestire flussi di comunicazione, relazioni di fiducia, ambienti cooperativi, condivisione di idee e conoscenze. Utilizzare strategie online e offline (eventi, piattaforme, linkedin, etc..) per generare relazioni e opportunità di collaborazione. Creare e gestire network tra pari e alleanze strategiche formali e informali per sviluppare innovazione e vantaggio competitivo. Valutare e condividere i risultati e il successo dei/con il network.

13. NETWORKING E RETI COLLABORATIVE PER L'IMPRESA

20 ore

Obiettivi

Sviluppare una "disposizione mentale" orientata alle sfide e al cambiamento, adottando strategie di self-empowerment per sviluppare autoconsapevolezza e autoefficacia. Identificare i propri punti di forza e debolezza, sviluppando sicurezza e fiducia in sé e nella possibilità di influenzare eventi. Esercitare il pensiero critico e creativo, una comunicazione empatica verbale e non verbale. Esercitare una leadership motivazionale nella relazione interpersonale e nel team, ascolto attivo e assertività, fronteggiando emozioni e conflitti. Promuovere, intorno a sé e nelle organizzazioni, benessere, apertura al cambiamento e comportamenti orientati ad assumere decisioni efficaci e condivise.

14. MINDSET E SOFT SKILLS PER L'IMPRESA

40 ore

15. BUSINESS MODEL CANVAS E FORME GIURIDICHE PER L'IMPRESA

20 ore

Obiettivi

Finalizzare il proprio modello di business/professionale, adottando le strategie evolute del Business Model Canvas. Declinare le strategie BMC sul proprio progetto/business, potendo identificare, costruire e valorizzare: la proposta di valore, i segmenti di clientela, i canali di distribuzione, le relazioni con i clienti, le risorse chiave, le attività chiave, i partner chiave, le fonti di entrate, la struttura dei costi. Selezionare la forma giuridica ottimale per la crescita e la sostenibilità del proprio progetto/business. Affrontare le implicazioni fiscali e di governance associate a ciascuna forma giuridica.

16. PROJECT MANAGEMENT

40 ore

Obiettivi

Adottare efficacemente metodologie di project management (es. PMI, Agile, Scrum). Applicare strategie e strumenti evoluti di project management: gestione del tempo e delle priorità, pianificazione e consuntivizzazione, negoziazione, monitoraggio, ecc.. Gestire progetti e risorse, definire gli obiettivi, stimare le risorse e la pianificazione temporale, gestire il tracking dei progress e strategie per identificare, analizzare e mitigare i rischi. Organizzare e gestire il team di lavoro orientato ai risultati, valorizzando un approccio collaborativo peer to peer. Adottare strumenti di pianificazione e rendicontazione, tramite work packages, gantt, pert wbs, software di project management.

Obiettivi

Analizzare le fasi del processo di decisione e conoscere i modelli decisionali, sviluppando capacità di "pensiero critico" di fronte alla complessità dei contesti aziendali e ambientali.

Utilizzare strategie per aumentare l'oggettività, ridurre gli errori nel processo decisionale, valutare rischi e benefici.

17. DECISION MAKING

20 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

18. BUSINESS PLAN: DALLA PROPOSTA DI VALORE AL PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO PER L'IMPRESA

40 ore

Requisiti di accesso aggiuntivi:
essere in possesso di una "business idea", anche a livello embrionale

Obiettivi

Produrre il Business Plan del proprio modello di business, che finalizzi e descriva obiettivi, strategie, vendite, marketing e previsioni finanziarie. Elaborare e dettagliare efficacemente l'executive summary, l'analisi di mercato, il proprio prodotto/servizio, i punti di forza e di debolezza, la struttura organizzativa della propria impresa, il piano economico-finanziario. Comunicare la proposta di valore, i principali asset materiali e immateriali e le strategie di marketing del proprio progetto d'impresa. Utilizzare il Business Plan sia come guida strategica del percorso di avvio/gestione dell'impresa, sia come documento fondamentale per proporre e attrarre investimenti, finanziamenti e linee di credito.



TECHNE - Forlì e Cesena (titolare)
Via M. Buonarroti 1, 47122 Forlì (FC)
Via C. Savolini 9, 47521 Cesena (FC)
www.techne.org - Tel. 0547 637211 | 0543 410711



FORMA FUTURO
SPECIALISTI NELLA VALORIZZAZIONE DEI CAPITALI UMANI
FORMA FUTURO
Via La Spezia 110, 43125 Parma (PR)
Via Gobetti 2, 43036 Fidenza (PR)
Via Nazionale 8, 43045 Fornovo di Taro (PR)
www.formafuturo.it - Tel. 0521 985866



INFOMEDIA - Ferrara e Rimini
Via del Lavoro 26/28, 44122 Ferrara (FE)
Via Macanno 38/G, 47923 Rimini (RN)
www.infomediaformazione.it - Tel. 0532 475818 | 0541 1572958



CENTRO DI FORMAZIONE PROFESSIONALE
BASSA REGGIANA
Via S. Allende 2/1, 42016 Guastalla (RE)
www.cfpbr.it - Tel. 0522 835273



FORMODENA
Via Trento Trieste 37, 41124 Modena (MO)
Via C.Marx 131/C, 41012 Carpi (MO)
Via Degli Estensi 2220, 41038 Rivara/ San Felice SP (MO)
www.formodena.it - Tel. 059 316 76 11



FUTURA
COSTRUIAMO PERCORSI
FUTURA
Via Bologna, 96/e - San Giovanni in Persiceto (BO)
Via Benelli, 9 - San Pietro in Casale (BO)
www.cfp-futura.it - Tel. 051 6811411



CENTRO STUDIO E LAVORO "LA CREMERIA"
Via Tornara 2/B 42025, Cavriago (RE)
www.csl-cremeria.it - Tel. 0522 576911



ANGELO PESCARINI SCUOLA ARTI E MESTIERI
Via Manlio Monti 32, 48123 Ravenna (RA)
Via San Giovanni Battista 11, 48018 Faenza (RA)
Corso G. Garibaldi 114, 48022 Lugo (RA)
www.scuolapescarini.it - Tel. 0544 687311



TUTOR - Piacenza e Fiorenzuola d'Arda
Via L. Da Vinci 35, 29122 Piacenza (PC)
Via Boiardi 5, 29017 Fiorenzuola d'Arda (PC)
www.tutorspa.it - Tel. 0523 456603 | 0523 981080