

# 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



## COME ISCRIVERSI

Per iscrizioni e ulteriori informazioni

[clicca qui](#)

## INFO

**Jenny Lamborghini**

0516811468 (dir.)

[j.lamborghini@cfp-futura.it](mailto:j.lamborghini@cfp-futura.it)

[www.cfp-futura.it](http://www.cfp-futura.it)

## 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

