



Sintesi del catalogo formativo OSR

Innovazione di processo e prodotto

Prospettive di innovazione nel settore agricolo e agroalimentare: nuovi orizzonti tecnologici e strumenti di finanziamento

Ampia panoramica sulle più attuali tendenze in materia di innovazione di processo e di prodotto: sui nuovi approcci disponibili e sui canali di finanziamento utili per supportarne l'introduzione in azienda. Particolare attenzione sarà posta sul contributo delle nanotecnologie ai processi di innovazione. In relazione alla tipologia di imprese coinvolte la didattica presenterà dei casi specifici di applicazione degli approcci di innovazione illustrati (es. settore vitivinicolo, olivicolo, caseario, ecc.)

Durata: 2 giornate, 16 ore

L'agricoltura di precisione

Le potenzialità della gestione "precisa" delle attività di coltivazione attraverso l'uso di moderne metodiche e strumenti al fine di attuare interventi che tengano conto delle esigenze colturali e delle proprietà biochimiche e fisiche del suolo.

Durata: 3 giornate, 24 ore

Export e Internazionalizzazione

Wine Lab - Laboratorio operativo per le pmi vitivinicole: i nuovi Strumenti per affrontare le sfide del mercato internazionale

In un mercato globale sempre più competitivo e difficile, è necessario concentrarsi non solo sul prodotto ma soprattutto sul business del vino: ecco perché WineLab.

Il corso trasmette le conoscenze teoriche e pratiche necessarie per elaborare e implementare un progetto di internazionalizzazione per la propria azienda, trasformando un'idea in un progetto operativo di lavoro e individuando le risorse necessarie per la sua implementazione.

Durata: 4 giornate, 32 ore

Strategie e strumenti per la promozione delle aziende del settore vitivinicolo in America Latina

Il corso è strutturato in due giornate e cinque moduli didattici e fornirà informazioni e competenze sulle dinamiche economiche e sulle opportunità di sviluppo ed investimento in America Latina. Il corso si avvarrà delle migliori competenze in campo nazionale attraverso le docenze di esperti di alto livello dell'Istituto Italo Latino Americano (IILA) e della partecipazione diretta dei rappresentanti diplomatici delle Ambasciate dei Paesi che in questa edizione saranno oggetto di Focus specifici: Argentina, Cile ed Uruguay.

Durata: 2 giornate, 16 ore



Inglese per le imprese del vino

L'apertura ai mercati internazionali è una delle principali sfide per le imprese italiane. Negli anni della crisi la capacità di internazionalizzare ha rappresentato uno dei principali fattori di tenuta e anche le imprese del vino sono state interessate da questo trend. La scelta di internazionalizzare, tuttavia, non può prescindere dalla conoscenza della lingua inglese, indipendentemente dai mercati di sbocco scelti. E l'insegnamento dell'inglese in azienda deve essere trasmesso con approcci e metodi che consentano di raggiungere risultati concreti in tempi contenuti. Il corso si basa su un approccio dinamico, studiato per garantire un elevato coinvolgimento dei partecipanti attraverso attività pratiche di simulazione sulle dinamiche tipiche della promozione e vendita del vino in situazioni BtoB e BtoC.

Comunicazione

Comunicare con il territorio

La funzione strategica dell'"animazione territoriale" per migliorare il dialogo con i propri clienti. Oltre gli approcci tradizionali per acquisire una visione dei punti di forza e degli ambiti di miglioramento del servizio attraverso la prospettiva del cliente.

Durata: 2 giornate, 16 ore

Wine Web Marketing

Il corso prevede l'insegnamento delle strategie e delle tecniche di promozione, comunicazione e marketing del prodotto vitivinicolo attraverso l'uso del web. Definizione del piano di web marketing; analisi di contesto per individuare il proprio target e la concorrenza; progettare o riprogettare il proprio sito web; ottimizzare il posizionamento nei motori di ricerca; fare un uso strategico dei social media.

Durata: 4 giornate, 32 ore

Elementi di EnoMarketing

Oggi per vendere il vino dobbiamo vendere valore. Di fronte ad una complessità di fonti di informazione che sono facilmente reperibili dai nostri clienti dobbiamo diventare la fonte primaria ed esclusiva dell'informazione su noi stessi. Siamo poi di fronte a nuove tecniche di approccio con i mercati: dal marketing relazionale, al marketing emozionale, fino al neuromarketing. Dobbiamo quindi misurarci nel mercato globale mantenendo la nostra identità con gli strumenti della contemporaneità. Da qui l'utilità di una formazione in grado di supportare le aziende al fine di agire con sicurezza sul mercato, innescando un processo di valorizzazione delle proprie produzioni.



Gestione aziendale

L'Agricoltura Sociale: l'impresa agricola tra produzione, nuovi modelli organizzativi e innovazione

Il corso è rivolto a tutte le aziende agricole che vogliono approfondire il tema dell'Agricoltura Sociale (AS) ed acquisire competenze sui più importanti aspetti teorici ed organizzativi di questo settore. Il corso affronterà i temi della co-progettazione, della costruzione del sistema di cura, dell'integrazione dei servizi, degli standard produttivi, degli strumenti di monitoraggio e della valutazione dei risultati.

Durata: 2 giornate, 16 ore

Agevolazioni per assunzioni (2017) e incentivi per il settore agricolo

Il corso illustra l'attuale quadro normativo sugli incentivi per l'occupazione e le principali regole per richiederli. Nei tre giorni di corso si alternano momenti di tipo informativo sulle agevolazioni a momenti pratici sulle procedure e sulle tecniche di formulazione delle domande necessarie per farne richiesta. E' prevista una simulazione a partire da un bando attivo.

Durata: 3 giornate, 24 ore

Modalità e strumenti per sostenere il riorientamento professionale

Durata: 4 giornate, 32 ore

Organizzazione e Ruoli

Acquisire il necessario background teorico e metodologico per intervenire sulla propria organizzazione. Il corso fornisce le tecniche e gli strumenti per progettare strutture organizzative coerenti con la strategia aziendale e le esigenze dei clienti, approfondendo gli aspetti "soft" legati all'organizzazione aziendale.

Durata: 2 giornate, 16 ore

Analisi Organizzativa: Procedure Aziendali

Illustrare i benefici derivanti dalla corretta implementazione di un sistema procedurale e fornire gli strumenti di base per impostare, gestire e mantenere nel corso del tempo le procedure.

Durata 2 giornate, 16 ore

Problem Solving & Time Management

Esaminare le metodologie a supporto del *problem solving* e della presa di decisioni nella vita organizzativa. Offrire spunti di riflessione sulle caratteristiche individuali dell'approccio adottato. Consolidare un comune "bagaglio tecnico" di competenze da condividere e diffondere nella struttura aziendale

Durata: 2 giornate, 16 ore



Lavoro in Team

Inquadrate l'importanza del lavoro in squadra nel più ampio contesto dell'organizzazione. Fornire spunti teorici e operativi per migliorare l'efficacia delle dinamiche di gruppo. Sviluppare la competitività individuale e del team.

Durata: 2 giornate, 16 ore

Sviluppo e Valutazione delle Prestazioni

Porre la necessaria enfasi sulla centralità della gestione delle risorse umane in una logica di investimento e valorizzazione. Illustrare e diffondere in azienda metodologie e tecniche per la corretta gestione e valutazione del potenziale. Rendere i partecipanti responsabili del processo di valutazione.

Durata: 2 giornate, 16 ore

Comunicazione Efficace

Fornire gli strumenti teorici e pratici per migliorare le capacità di comunicazione. Sviluppare le capacità di adattare il proprio stile relazionale a seconda del contesto e delle esigenze. Consolidare un comune "bagaglio tecnico" di competenze da condividere e diffondere nella struttura aziendale.

Durata: 2 giornate, 16 ore