

INNOVATION MANAGEMENT

COME ALIMENTARE LA CREATIVITÀ E GESTIRE L'INNOVAZIONE
IN AZIENDA PER GENERARE VALORE

MILANO, DAL 28 SETTEMBRE 2011 - 2^a edizione

MASTER DI SPECIALIZZAZIONE

FORMULA PART TIME

7 mesi - 2 giorni al mese

IN EVIDENZA:

- > Incontri con giornalisti e testimonial di aziende leaders nell'innovazione
- > Aula virtuale e distance learning
- > Premium Innovation24 al miglior project work realizzato in aula

In collaborazione con:

Ars et Inventio
 *Innovation @ Bip.*

OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA

Media Partner

L'IMPRESA
RIVISTA ITALIANA DI MANAGEMENT

nòva ²⁴ dal 1987 al 1993

Innovare rappresenta per le aziende, nell'attuale congiuntura economica, non tanto una scelta, quanto una necessità. Solo in questo modo, infatti, è possibile differenziarsi dalla concorrenza, conquistare e mantenere posizioni di leadership su mercati, ottenere margini di profitto crescenti.

L'innovazione può essere strutturata e organizzata in azienda attraverso la creazione di processi, organizzazione e strumenti che la supportino e la alimentino.

Obiettivo del Master è sviluppare le **competenze manageriali e gestionali del Chief Innovation Officer**, figura in grado di strutturare, organizzare e presidiare il processo di innovazione in azienda.

Il Master si articola in **14 lezioni teorico-pratiche** e prevede l'intervento ed il **confronto con testimonial d'eccezione** sui temi relativi alle **strategie di innovazione, al ruolo della creatività ed alle tecniche per alimentarla**.

Particolare attenzione sarà dedicata all'analisi di **processi, strumenti e tecniche per alimentare e gestire innovazione** in azienda, e ai diversi ambiti dell'innovazione: dai modelli

e best practice nell'**innovazione di prodotto** e nella creatività industriale per l'evoluzione del prodotto e del marchio, ai modelli e best practice nell'**innovazione nei processi, nell'organizzazione, nella relazione con il cliente** e nei canali di interazione, comunicazione e vendita. Il master prevede anche l'approfondimento dei temi legati alla **cultura e leadership dell'innovazione**, attraverso l'analisi e sperimentazione degli skill necessari per alimentare innovazione e creatività in azienda.

Durante il master saranno presentate ed approfondite **analisi di benchmarking** su diversi aspetti dell'innovazione, quali:

- > Modelli e processi di innovazione
- > Genialità e gruppi creativi
- > Modelli di relazione con la clientela
- > Canali e punti fisici di vendita
- > Strumenti e strategie web 2.0
- > Media alternativi
- > Social networking
- > Carte di credito e mobile payment
- > Policanalità e multicanalità
- > Forum e media aziendali
- > Loyalty club

CARATTERISTICHE DEL MASTER DI SPECIALIZZAZIONE

DESTINATARI

Manager e imprenditori che vogliono acquisire le competenze per poter definire un modello di sviluppo dell'innovazione per la propria organizzazione e gli strumenti per gestire con efficacia i processi e i team che alimentano e presidiano l'innovazione.

METODOLOGIA DIDATTICA

Tutti gli argomenti del Master sono affrontati attraverso una **metodologia didattica interattiva**, affiancando all'analisi dei singoli argomenti **testimonianze, case history** ed **esercitazioni**.

Le case History presentate saranno relative ad esperienze internazionali di successo sia in ambito aziendale che relative a gruppi creativi che si sono contraddistinti per impatto sulla società e sul modo di pensare in diversi settori (Arte, Scienza tecnica, Musica,...). In ciascun modulo formativo le esercitazioni si svolgeranno attraverso laboratori interattivi sull'innovazione che consentiranno di applicare le diverse metodologie di brainstorming per alimentare la creatività in ambiti diversi.

DOCENTI

Si alternano in aula **direttori comunicazione** di importanti aziende e agenzie, **consulenti e giornalisti** che, attraverso una metodologia didattica collaudata e un taglio pratico e operativo, assicurano un apprendimento graduale e completo della materia. Sono i **professionisti che collaborano da anni alle numerose attività editoriali del Sole 24 ORE** (pubblicazioni, libri, attività multimediali), nonché Esperti del Sole 24 ORE Formazione.

MATERIALE DIDATTICO

Oltre al quotidiano **Il Sole 24 ORE**, ai partecipanti saranno distribuite **dispense** strutturate ad hoc, contenenti gli schemi utilizzati in aula dai docenti, e **due libri** editi dal Sole 24 ORE su tematiche complementari a quelle trattate in aula.

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Al termine del Master di specializzazione sarà distribuito a ciascun partecipante l'**attestato di partecipazione**.

AULA VIRTUALE - DISTANCE LEARNING

I partecipanti hanno accesso inoltre alla piattaforma e-learning del Sole 24 ORE. Attraverso le password personali possono collegarsi alla propria aula virtuale, accedere a più biblioteche, che raccolgono e organizzano i materiali didattici e partecipare al Forum online che permette di dialogare tra colleghi di Master e con gli Esperti.

LA STRUTTURA DEL MASTER

Il Master, a numero chiuso e frequenza obbligatoria, si sviluppa in formula part time 2 giorni al mese (mercoledì e giovedì) per 7 mesi per un totale di 14 giornate d'aula.

Le lezioni si tengono:

> **Mercoledì** dalle 10.15 alle 18.15

> **Giovedì** dalle 9.15 alle 17.15

per un totale di circa 98 ore di formazione.

LE INTERVISTE

Confronti Innovation & Business (a cura di giornalisti del Sole 24 ORE)
In ciascun modulo è prevista una o più testimonianze, nella forma dell'intervista, a cura di un giornalista di Nova24, relative alle esperienze di aziende che hanno fatto dell'innovazione una leva strategica dello sviluppo del proprio business. Dibattiti e testimonianze aziendali sui temi:

- > cambiamento culturale
- > le strategie adottate
- > il ruolo della creatività nell'alimentare l'innovazione.



CALENDARIO DELLE LEZIONI 2011

Settembre
mercoledì 28 - giovedì 29

Ottobre
mercoledì 19 - giovedì 20

Novembre
mercoledì 16 - giovedì 17

Dicembre
mercoledì 14 - giovedì 15

Gennaio 2012
mercoledì 18 - giovedì 19

Febbraio 2012
mercoledì 22 - giovedì 23

Marzo 2012
mercoledì 21 - giovedì 22

IL PROGRAMMA

1° MODULO MODELLI E STRATEGIE PER L'INNOVAZIONE

CONFRONTI INNOVAZIONE & BUSINESS

Intervista a:

Enrico Loccioni

Presidente Gruppo Loccioni

Francesco Parola

Product and Business Innovation

Director Sisal

Apertura del Master a cura di:

Luca De Biase

Responsabile Nòva24 Il Sole 24 ORE

La teoria dell'innovazione

- > Pensieri, dogmi e verità dell'innovazione
- > Il ruolo dell'innovazione nel cambiamento delle strategie di business
- > Le stanze dell'Innovazione
- > La disciplina dell'innovazione: modelli, processi e strumenti
- > Imparare dai migliori: Brand Leader, Genius leader e Team leader

I modelli organizzativi e gestionali dell'Innovazione in azienda

- > I modelli più applicati per favorire lo sviluppo ed il presidio dell'innovazione
- > Il rapporto fra innovazione, ricerca e sviluppo e tecnologia
- > Il processo di Innovazione: fasi, attori, strumenti a supporto e ruoli

Gli strumenti per innovare in azienda

- > 60 e più strumenti a supporto dell'innovazione
- > La scelta degli strumenti: obiettivi e benefici dei diversi strumenti
- > Personalizzazione degli strumenti e presidio delle diverse aree
- > L'applicazione degli strumenti
- > Come iniziare ad essere un'azienda innovativa
- > Tradurre le idee in azioni e risultati economici

Testimonianza - Technology innovation in Vodafone Italia: un modello avanzato di sviluppo dell'innovazione in azienda

Come organizzarsi per generare innovazione e fornire valore

- > Le macro fasi del processo di innovazione
- > Il percorso verso la pianificazione del portafoglio progetti
- > Definire le priorità e allocare le risorse
- > Kaizen! Come ottenere crescita e profitti con l'innovazione continua
- > L'innovazione di processo: come valutare l'efficienza dei processi e con gli approcci lean e six sigma

Technology intelligence: un modello per monitorare gli sviluppi tecnologici e identificarne minacce e opportunità

- > La tecnologia e i processi aziendali a supporto dell'innovazione
- > Come reperire le informazioni tecnologiche necessarie alla pianificazione strategica e all'innovazione
- > L'implementazione del modello rispetto alle attività strategiche. Casi applicativi

Finanziare l'innovazione

- > I finanziamenti pubblici
- > Le opportunità dei programmi comunitari a sostegno di innovazione e soluzioni multimediali
- > Quando la creatività incontra la finanza agevolata: buone pratiche di progetti finanziati

2° MODULO LA CREATIVITÀ AL SERVIZIO DELL'INNOVAZIONE

Metodi e strumenti per il supporto dell'innovazione strategica

- > Come promuovere l'innovazione strategica
- > Gli strumenti: visual strategizing e strategy maps
- > Strategic performance measurement
- > Casi ed esercitazioni

Le lezioni apprese dai gruppi creativi: analisi di esperienze internazionali di successo

- > Lezione n°1: Collaborazione e confronto
- > Lezione n°2: Libertà versus competizione
- > Lezione n°3: Come rompere i paradigmi esistenti e crearne di nuovi (l'azienda ornitorinco)

Testimonianza - Leadership e innovazione. Tecniche manageriali e strumenti per gestire il cambiamento in Euler Hermes

Creatività e pensiero laterale

- > La creatività è un muscolo da allenare
- > Il pensiero lineare e laterale
- > Generazione di nuove idee: metodi e strumenti per favorire la creatività
- > Lo sviluppo dell'idea: come tradurre l'intuizione creativa in Innovazione

L'allenamento del cervello: sperimentazione pratica di tecniche di creatività

3° MODULO INNOVAZIONE DI MERCATO

CONFRONTI INNOVAZIONE & BUSINESS

Intervista a:

Giovanni Inghirami

Presidente Gruppo Inghirami

Paolo Famigliani

Vice President American Express Italia

L'innovazione nell'offerta

- > L'analisi dei dati aziendali e dei mercati di riferimento
- > Creare nuovi prodotti e servizi
- > Il product enhancement: come aggiungere *valore* ai prodotti e migliorare l'esperienza di consumo
- > L'innovazione nel prezzo

L'approccio "Non Convenzionale" al Marketing e alla Comunicazione

- > Cosa si intende per "non convenzionalità" nelle strategie di Marketing
- > Le nuove frontiere del Marketing: Marketing Relazionale, Buzz Marketing, Marketing Esperienziale, Olistico, Territoriale, Etnico e Generazionale
- > La comunicazione attraverso le community, i blog, operazioni unconventional e di ambient, guerrilla e flashmob, advergame, geolocalizzazione: le nuove sigle della "non convenzionalità"
- > Nuovi strumenti e tecniche di comunicazione social e web 2.0
- > Le nuove strategie marketing e gli esempi di azioni innovative realizzate sul campo



4° MODULO INNOVAZIONE DI DESIGN

- > Un modello avanzato di Innovazione attraverso il marketing vision e l'Industrial Design: insight generation, concept product design, linee, architettura e produzione
- > Creatività del design e capacità di visione prospettica: come una linea di nuovi prodotti può influenzare il brand value di una marca
- > Un modello per la generazione di nuovi concetti di prodotti e nuove soluzioni di consumo

L'innovazione guidata dal design

- > La Storia ed il design: l'evoluzione
- > Il ciclo del design
- > Il D-business: l'innovazione come generazione di prodotti: distintivi, difendibili e industrializzabili ad alto potenziale di business

5° MODULO INNOVAZIONE RELAZIONE E CANALE

Innovazione nella relazione con i clienti

- > Il modello di relazione: aziende centrico e cliente centrico

- > Ribaltare la struttura organizzativa per innovare la relazione con i clienti
- > I nuovi modelli di relazione: innovazione nei processi, strumenti, organizzazione, canali e azioni per massimizzare la soddisfazione dei diversi segmenti di clienti

Testimonianza - Un'esperienza di successo di innovazione di prodotto e mercato. La partnership Fastweb-Sky

Innovazione nei canali

- > Le esperienze innovative nei canali fisico e virtuale nelle fasi del processo di acquisto
- > Le strategie e le azioni per innovare nei canali di vendita: il coinvolgimento del cliente
- > Le strategie di innovazione nel web 2.0: I tell, I share, I listen e I am
- > Il ruolo della Web Tv e del Social Network

Sviluppare il business con il digitale

- > Cambiano i media, cambia il business
- > Vendere on line: marketing place, social commerce e mobile marketing
- > Il digitale come strumento per accelerare le vendite di tutta la filiera

6° MODULO CULTURA E LEADERSHIP DELL'INNOVAZIONE

Innovative leadership e diversity management come stimolo per l'innovazione

- > Il leader che crea i leader: gli stili e l'analisi del ciclo di vita del gruppo
- > Gli elementi del diversity management
- > Il metodo del cooperative learning per massimizzare l'apporto dei singoli

Testimonianza

- Una strategia di innovazione continua
- Il caso Infostrada

Innovation leaders: pianificare e gestire i progetti di innovazione

- > Criticità e fattori di successo di un progetto di innovazione
- > Le strutture operative per affrontare i progetti
- > Modalità di preparazione ed avanzamento dei lavori

DOCENTI E TESTIMONIANZE

Emma Bove
Senior Manager
Ars et Inventio Innovation@Bip

Andrea Boscaro
Foundernd Associate
The Vortex

Michele Cafarelli
Architetto
Docente di Teoria e Storia del Disegno
Industriale - Politecnico di Torino

Ernesto Ciorra
Managing Partner
Ars et Inventio Innovation@Bip

Luca De Biase
Caporedattore - Nova24

Gianluca Corti
Direttore Divisione
Infostrada

Germana Di Falco
Project Manager
Archidata

Fabio de Silva
Partner
DS&B design studio

Paolo Famiglini
Vice President
American Express Italia

Paolo Fusar
Consulente
Methodos

Giovanni Inghirami
Presidente
Gruppo Inghirami

Stefano Lavizzari
Responsabile Technology
Integrated Engineering
Vodafone

Enrico Loccioni
Presidente
Enrico Loccioni

Annalisa Micci
Manager
Ars et Inventio Innovation@Bip

Salvatore Manfré
Partner
Ars et Inventio Innovation@Bip

Marcello Milani
Responsabile
Marketing e sviluppo prodotti e servizi
Fastweb

Milena Motta
Direttore
Strategia & Innovazione

Ivan Ortenzi
Partner
Ars et Inventio Innovation@Bip

Francesco Parola
Product and Business
Innovation Director
Sisal

Michele Pignotti
Head of Mediterranean Countries & Africa
Group Euler Hermes

Massimo Onori
Manager - Bip

Marco Vedovato
Università Ca' Foscari
Dipartimento di Management

Roberto Venturini
Startegic Planner
Consulente Marketing Digitale

Gabriele Zecca
Founder and Partner
Design Gruppo Italia

INFORMAZIONI E MODALITÀ DI ISCRIZIONE

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di iscrizione al Master è di:
€ 3.600,00 + IVA 20%

Advance Booking

Sconto del 10%
valido sino al 31/07/2011

> Iscrizione al Master:
€ 3.240,00 + IVA 20%

**€ 360,00
di risparmio**

OFFERTE COMMERCIALI

valide dal 01/08/2011

ISCRIZIONE MULTIPLA

- > **SCONTO 10%** per l'acquisto di 2 iscrizioni da parte della stessa Azienda/Ente
- > **SCONTO 15%** per l'acquisto di 3 o più iscrizioni da parte della stessa Azienda/Ente

AGEVOLAZIONI


- > **SCONTO 10%** abbonati al quotidiano, alle riviste specializzate, ai partecipanti alle precedenti iniziative di 24ORE Formazione|Eventi


COME ISCRIVERSI

Il percorso è a **numero chiuso**

 **Dal sito internet:**
www.formazione.ilsole24ore.com

 **Telefonicamente** 02 5660.1887

 **E-mail:**
iscrizioni@formazione.ilsole24ore.com
con successivo invio della scheda di iscrizione

 **Fax:** 02 7004.8601
inviando direttamente la scheda di iscrizione

Per ulteriori informazioni sul programma contattare **Elena Isacchini**, responsabile del Master di Specializzazione, al tel. 02 3022.3205

Iscrizioni on line - SHOPPING 24

SCONTO 5% su tutte le offerte in vigore

SEDE DEL MASTER

Business School del Sole 24 ORE
Via Monte Rosa, 91
20149 - Milano
Tel. 02 5660.1887
iscrizioni@formazione.ilsole24ore.com
www.formazione.ilsole24ore.com

FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. I dettagli sono disponibili sul sito della Business School.



BANCA SELLA

FORMAZIONE FINANZIATA

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi è certificato UNI EN ISO 9001:2008 SETTORE EA 37 e quindi è abilitato ad attuare i piani finanziati dai Fondi Interprofessionali ed è Ente accreditato Fondoprofessioni nell'erogazione dei corsi di formazione interaziendale.

Ogni azienda ha la disponibilità di ottenere finanziamenti accedendo al Fondo a cui è iscritta. Si consiglia di rivolgersi alla propria Direzione del Personale per verificare questa opportunità.

Per ulteriori informazioni:

02.3022.3914/3205

e-mail: info@formazione.ilsole24ore.com

MODALITÀ DI PAGAMENTO

VERSAMENTO IN UNICA SOLUZIONE

www.shopping24.ilsole24ore.com

pagamento in un'unica soluzione tramite:

> **bonifico bancario**

> **carta credito** circuiti: VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS



> **PayPal**



VERSAMENTO RATEIZZATO

Pagamento tramite **bonifico bancario** da effettuare in **due rate** secondo la seguente tempistica:

> **prima rata**: al momento dell'iscrizione

> **seconda rata**: entro il 16 dicembre 2011.

Causale di versamento:

indicare il codice **YA4882**

nonché gli **estremi della fattura**

(se pervenuta) con il relativo

codice cliente.

Intestazione/Coordinate bancarie:

Il Sole 24 ORE

Banca Popolare di Lodi

Sede Piazza Mercanti, 5 - 20123 Milano

IBAN IT 29 E 05164 01611 000000167477

Copia del versamento di entrambe le rate DEVE essere SEMPRE inviata ai seguenti riferimenti:



fax:

02 7004.8601



@ e-mail:

iscrizioni@formazione.ilsole24ore.com

Al ricevimento della quota d'iscrizione, verrà spedita lettera assicurata convenzionale con la fattura quietanzata intestata secondo le indicazioni fornite.

SCHEDA D'ISCRIZIONE

L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento della presente scheda - da inviarsi via fax al n. 02 7004.8601 debitamente compilata in tutte le sue parti e sottoscritta per accettazione. Entro la data di inizio del Master dovrà essere inviata anche copia del Bonifico Bancario.

☐ Cod. YA 4882
Master di Specializzazione
Innovation Management



DATI DEL PARTECIPANTE

| | | |
|-------------------------|-------|----------|
| Nome | | Cognome |
| Luogo e data di nascita | | |
| Titolo di studio | | Funzione |
| Società | | Settore |
| Indirizzo | | |
| Città | Prov. | Cap. |
| Tel. | Cell. | |
| E-mail | Fax | |

DATI PER LA FATTURAZIONE

| | | |
|-------------------------------|-------|------|
| Intestatario fattura | | |
| P.IVA (obbligatorio) | | |
| Codice Fiscale (obbligatorio) | | |
| Indirizzo | | |
| Città | Prov. | Cap. |

AGEVOLAZIONI

| | |
|------------------|----|
| Abbonato rivista | N. |
| Altri sconti | |

Firma

In caso di Ente Pubblico esente ex Art. 10 D.P.R. 633/72 come modificato dall'Art. 14 L. 537/93, barrare la casella ☐
Si dichiara che la spesa oggetto del presente contratto non rientra nell'ambito di applicazione della legge 136/2010 sulla tracciabilità dei flussi finanziari in quanto trattasi di spesa sostenuta dai cassieri, utilizzando il fondo economale, non a fronte di contratti di appalto.

Il Servizio Clienti invierà la comunicazione di conferma dell'iniziativa e della sede via fax o e-mail almeno 7 giorni lavorativi prima della data di inizio.

Modalità di pagamento:

☐ Bonifico Bancario

Modalità di disdetta:

E' attribuito a ciascun partecipante il diritto di recedere ai sensi dell'art. 1373 Cod. Civ. che dovrà essere comunicato con disdetta da inviare in forma scritta via fax al numero 02 70048601 e potrà essere esercitato con le seguenti modalità:

> entro 5 gg. lavorativi precedenti la data dell'iniziativa (compreso il sabato), il partecipante potrà recedere senza dover alcun corrispettivo alla nostra società che, pertanto, provvederà al rimborso dell'intera quota, se già versata,
> oltre il termine di cui sopra e fino al giorno stesso dell'iniziativa, il partecipante potrà recedere pagando un corrispettivo pari al 25% della quota di iscrizione, che potrà essere trattenuta direttamente dalla nostra società, se la quota è già stata versata. La nostra società provvederà ad emettere la relativa fattura.

Se l'iscrizione dovesse pervenire nei 5 giorni precedenti l'iniziativa, in caso di disdetta sarà comunque applicata la penale di cui sopra.

In caso di mancata partecipazione senza alcuna comunicazione di disdetta, il partecipante dovrà corrispondere l'intera quota.

Ai sensi dell'Art. 1341 C.C. approvo espressamente la clausola relativa alla disdetta.

Firma

INTERNET

Informativa ex D. Lgs. n. 196/03 – Tutela della privacy.

I dati personali raccolti con questa scheda sono trattati per la registrazione all'iniziativa, per elaborazioni di tipo statistico, e per l'invio, se lo desidera, di informazioni commerciali su prodotti e servizi delle Società del Gruppo 24 ORE e degli Sponsor, con modalità, anche automatizzate, strettamente necessarie a tali scopi. Il conferimento dei dati è facoltativo ma serve per l'esecuzione del servizio, che comprende, a Sua discrezione, l'invio di informazioni commerciali. Titolari del trattamento sono il Sole 24 ORE S.p.A., Via Monte Rosa, 91, 20149 Milano – il cui Responsabile del trattamento è la società Effeuno Srl con sede in Milano 20146, in via Bertieri nr. 1 – e gli Sponsor dell'iniziativa. Potrà esercitare i diritti di cui all'articolo 7 del D. Lgs. n. 196/03 (accesso, integrazione, correzione, opposizione, cancellazione) scrivendo a Il Sole 24 ORE Formazione, Via Monte Rosa 91, 20149 Milano – o al sopradicato Responsabile del trattamento dei dati personali ed agli Sponsor. L'elenco completo e aggiornato di tutti i Responsabili del trattamento del Sole 24 ORE S.p.A. è disponibile presso l'Ufficio Privacy e Sicurezza Dati, Via Carlo Pisacane, 1 - 20016 Pero. I dati saranno trattati, per il Sole 24 ORE, da addetti preposti alla gestione dell'iniziativa, al marketing ed all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta, agli istituti bancari e a società esterne per l'invio del materiale promozionale.

Consenso - Letta l'informativa,

> con la consegna della presente scheda consento al trattamento dei miei dati personali con le modalità e per le finalità indicate nella stessa informativa
> attraverso il conferimento dell'indirizzo e-mail, del numero di telefax e/o del numero di telefono (del tutto facoltativi) consento all'utilizzo di questi strumenti per l'invio di informazioni commerciali.

L'adesione all'iniziativa dà diritto a ricevere offerte di prodotti e servizi delle Società di Gruppo Sole 24 ORE e degli Sponsor dell'iniziativa. Se non desidera riceverle barri la seguente casella ☐

LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE.

- > **24 ORE BUSINESS SCHOOL**
MASTER FULL TIME
EXECUTIVE24
MASTER24
- > **MASTER DI SPECIALIZZAZIONE**
- > **CORSI E CONVEGNI**
- > **FORMAZIONE PROFESSIONISTI E PMI**
- > **FORMAZIONE SU COMMESSA**
- > **E-LEARNING 24**
- > **ANNUAL & EVENTI**

www.formazione.ilsole24ore.com