

Il settore ICT&M nel contesto economico e di mercato

Il settore ICT ha avuto negli ultimi trent'anni un'evoluzione talmente rapida e tumultuosa da rendere difficile oggi definire esattamente quali attività industriali possono essere considerate come ICT e come debbano essere posizionate nel settore, considerando i diversi stadi della sua filiera. Il fenomeno della convergenza ha letteralmente rimodellato il mercato, definendo nuovi scenari competitivi e sviluppando nuove dinamiche nei modelli di consumo. A ciò va aggiunta l'impressionante diffusione del fenomeno dei social network, che stanno entrando sempre più profondamente nelle dinamiche di business. Tutto ciò fa sì che sia necessaria una sempre maggiore disponibilità di banda per le reti di nuova generazione, destinate a soddisfare le esigenze dei nuovi modelli di consumo. Il seminario offre una panoramica dei problemi e delle prospettive aperte nello scenario di mercato e di business nel settore ICT, e propone chiavi di lettura per interpretarne la complessità e valutare il ruolo strategico degli attori principali coinvolti.

Agenda (2 giorni)

Lo scenario della convergenza:

- la convergenza delle reti
- la convergenza dei mercati
- gli scenari della convergenza
- la banda larga.

Il mercato ed i suoi attori:

- dimensioni del mercato ICT
- segmentazione del mercato ICT
- ICT Value Chain.

Modelli di consumo:

- stili di vita e stili di consumo
- standard tecnologici
- open innovation
- i social network
- Web 2.0. ed evoluzioni.

Modelli di business:

- i modelli dei carrier delle TLC
- i modelli Internet e IT
- i modelli TV e media
- Triple Play Services e evoluzioni verso il 4Play.

Fattori strategici e regolatori:

- mutamenti nella policy di regolazione delle TLC
- l'accesso a banda larga nella vision della comunità europea.

Obiettivi

Illustrare lo scenario economico del business dell'ICT&M, con riferimento alle dinamiche di mercato e all'evoluzione dei modelli di business nel contesto europeo e nazionale.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Manager e Professional ICT.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308

corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020

Scenari di mercato delle telecomunicazioni

La dinamica dei mercati dell'Information & Communication Technology presenta una continua evoluzione sia nelle strategie degli operatori dei vari settori, sia nelle tecnologie che abilitano a servizi innovativi. Ci sono poi delle discontinuità tecnologiche che inducono cambiamenti significativi in tutti i settori connessi. Lo scopo del corso è fornire una visione integrata tecnico-economica del mondo dell'ICT, evidenziando le forti correlazioni che vi sono fra i vari settori, in particolare le telecomunicazioni, il mondo dei media e quello dell'Information Technology.

Agenda (2 giorni)

Evoluzione dei servizi di TLC:

convergenza TLC-media
Voice over IP
il modello 3Play ed evoluzione verso il 4Play.

Evoluzione delle tecnologie di rete verso la larga banda:

evoluzione delle tecnologie per accesso fisso ultraveloce
evoluzione delle tecnologie per la mobilità
convergenza fisso-mobile
la banda larga e il digital divide: il caso italiano.

Il mercato delle TLC:

panoramica internazionale
il mercato in Italia.

Il mondo dei media:

il digitale terrestre
la TV via satellite
dinamiche di mercato.

Il mercato dei servizi IT:

i nuovi servizi IT per le aziende
Cloud computing
ASP
le nuove frontiere del Web.

Il ruolo delle reti di nuova generazione (Next Generation Networks) nella convergenza delle reti e dei servizi.

Obiettivi

Fornire una panoramica completa delle tendenze tecnologiche e di mercato del mondo ICT.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Manager e Professional ICT.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:
10% sulla seconda
40% sulla terza
80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308

Reiss Romoli 2020

Date e Sedi

Date da Definire

È un corso GOLD

con due partecipazioni potrai concordare con noi la data. Guarda i vantaggi della formula GOLD.

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgrr.com

Il Mobile Marketing

Il cellulare rappresenta il mezzo di comunicazione che ha registrato gli indici di crescita più consistenti sia in termini di utenze attive, sia dal punto di vista dei servizi utilizzati. La convergenza digitale tra i device e le reti di comunicazione configura la telefonia mobile come il settore potenzialmente di maggiore sviluppo in un'ottica di comunicazione multicanale. In questo quadro tecnologico le aziende sono chiamate a prestare un'attenzione sempre più crescente al cellulare come nuovo strumento di Marketing Communication e Advertising. Nuove strategie di comunicazione e di pubblicità stanno caratterizzando il mercato della telefonia mobile; resta in ogni caso da valutare il livello di efficacia e di successo di tali strategie innovative nel Marketing Mix delle aziende, unitamente alle opportunità e ai rischi sottesi. Il seminario presenta una panoramica sul mercato del Mobile Marketing, con riferimento alle strategie, alle tecniche e agli strumenti più utilizzati dalle aziende italiane e del mercato internazionale; fornisce le chiavi di lettura per valutare le opportunità, i rischi e gli ostacoli della comunicazione aziendale attraverso la telefonia mobile.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della telefonia mobile:

le generazioni di telefonia cellulare: dall'analogico al digitale always on
l'evoluzione dei servizi di telefonia mobile
convergenza Cellulare-PC e Internet Mobile
i dati sul mercato della telefonia cellulare e dei servizi mobile utilizzati.

Il Mobile Marketing:

il cellulare come strumento di Marketing Communication
il Piano di Mobile Marketing: obiettivi, target e prodotti
le opportunità del Mobile Marketing per le aziende
i rischi del Mobile Marketing per le aziende.

Le strategie di Mobile Marketing:

Mobile Corporate Communication
Mobile Advertising
Mobile Promotion.

Gli strumenti di Mobile Marketing:

le strategie multicanali: Cellulare, Internet e TV Digitale
Display Advertising
SMS e MMS Advertising
Bluetooth Marketing
Advergaming on the Mobile Phone.

Il mercato del Mobile Marketing:

il livello di maturità delle imprese italiane
i dati sui settori di mercato più attivi nel Mobile Marketing
le prospettive evolutive.

Obiettivi

Presentare le evoluzioni del settore della telefonia mobile dal punto di vista delle aziende e della comunicazione di marketing e pubblicitaria, con riferimento ai punti di forza e ai punti di debolezza delle strategie di Mobile marketing.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quantità operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Web 2.0 & Social Networking: scenari e impatti

Lo sviluppo delle tecnologie digitali e dei new media, Internet in testa, ha modificato in tempi rapidi e in modo incisivo le modalità di intendere e gestire sia le logiche di comunicazione e di interazione, sia i processi di costruzione e condivisione della conoscenza. Le tecnologie telematiche sono entrate pervasivamente nella nostra quotidianità, contribuendo a modificare significativamente la struttura della società. Se nella seconda metà degli anni Novanta il Web ha mostrato le sue potenzialità mediatiche e comunicazionali, più di recente lo sviluppo del Web 2.0 e il consolidamento di applicazioni come i Social Network hanno registrato forti ripercussioni in tutti i settori della vita sociale, intervenendo sulle dinamiche relazionali e impattando sui processi di costruzione e di condivisione di saperi e conoscenze. Il seminario analizza il fenomeno del Web 2.0, con riferimento ad aspetti tecnologici e modelli di servizio; sulla base di tale analisi, passa in rassegna gli impatti del Social Networking sui processi di comunicazione, di interazione e di condivisione di conoscenza.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario del Web:

- dalla nascita del www al Web 2.0
- definizione di Web 2.0
- User Generated Content
- decentralizzazione e Long Tail.

Gli strumenti e le tecnologie del Web 2.0:

- Blog
- Wiki
- Social Network
- Podcasting e Vodcasting
- Tagging, Folksonomie e Social Bookmarking
- XML e AJAX.

I modelli di servizio del Web 2.0:

- i design pattern: differenze tra Web 1.0 e Web 2.0
- il Web come piattaforma
- l'architettura partecipativa
- Mashup.

I Social Network Site:

- definizione di Social Network
- l'architettura delle reti sociali
- sei gradi di separazione
- Social Network Analysis
- le tipologie di Social Network.

I nuovi modelli di interazione e conoscenza delle reti sociali:

- dalle reti di interazione ai processi di relazione
- dalla condivisione di informazioni alla costruzione condivisa di conoscenza
- i punti di forza delle reti sociali
- i punti di debolezza delle reti sociali.

Obiettivi

Presentare gli impatti che le applicazioni di Web 2.0 e di Social Networking registrano sulle modalità di comunicazione e di interazione tra gli individui e sui processi di costruzione e condivisione di conoscenza.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Imprenditori e quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Reiss Romoli 2020

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

È un corso GOLD

con due partecipazioni potrai concordare con noi la data. Guarda i vantaggi della formula GOLD.

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgr.com

Reiss Romoli 2020

Enterprise 2.0: applicazioni, modelli e scenari di mercato

Nel corso degli ultimi anni il mondo delle imprese è stato gradualmente investito da un processo di trasformazione legato all'introduzione di strumenti e logiche proprie del Web 2.0 all'interno delle organizzazioni. Tale fenomeno, che sembra suggerire brillanti risvolti - ma che, nel contempo, ha trovato non pochi ostacoli nella sua piena concezione - ha preso il nome di Enterprise 2.0. Se da una parte appare lunga e complessa la strada verso un completo rinnovamento delle aziende, basate su paradigmi più vicini alle logiche dei sistemi sociali in rete, dall'altra, la facilità di utilizzo e di implementazione che caratterizzano queste tecnologie stanno rapidamente determinando l'ingresso di nuove modalità di collaborazione e partecipazione in azienda; modalità che tuttavia si scontrano con le logiche classiche e consolidate di competitività ed efficienza, da sempre adottate all'interno dei sistemi organizzativi d'impresa. Il seminario fornisce una panoramica dei modelli e delle applicazioni di Enterprise 2.0, focalizza l'attenzione sugli scenari di mercato, sulle prospettive aperte e offre chiavi di lettura per valutare le potenzialità e le criticità del fenomeno.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario del Web 2.0:

- l'evoluzione dal Web al Web 2.0
- gli strumenti e le applicazioni del Web 2.0
- le tecnologie e i linguaggi del Web 2.0.

Lo scenario dell'Enterprise 2.0:

- definizione di Enterprise 2.0
- i Social Software e le tecnologie
- i modelli di servizio: SaaS e Mashup.

Gli strumenti dell' Enterprise 2.0:

- il modello SLATES
- il modello FLATNESSES
- Blog
- Crowdsourcing, Wiki e piattaforme di collaborazione
- Tag, Feed RSS e Social Bookmarking
- Social Network.

L'Enterprise 2.0 in azienda:

- differenze tra Enterprise 1.0 ed Enterprise 2.0
- gli approcci di adozione: Open, Adaptive e Social Enterprise
- la gestione del cambiamento organizzativo in azienda
- l'evoluzione del sistema informativo aziendale
- le opportunità per le aziende
- i rischi per le aziende.

Il mercato dell'Enterprise 2.0:

- la diffusione dell'Enterprise 2.0 in Italia
- gli strumenti di Enterprise 2.0 delle aziende italiane
- gli ostacoli e le barriere alla diffusione dell'Enterprise 2.0
- gli scenari futuri e le prospettive evolutive.

Obiettivi

Indagare sul fenomeno dell'Enterprise 2.0, con attenzione ai modelli e agli strumenti più utilizzati, agli impatti sulle aziende - dal punto di vista organizzativo e tecnologico - e ai possibili scenari di mercato.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione. Imprenditori.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020

Cloud Oriented

Il Cloud Computing rappresenta la più importante transizione nel settore IT dopo l'avvento di Internet. Con il Cloud Computing l'infrastruttura IT diventa un servizio a consumo, come l'elettricità. In questo nuovo paradigma le risorse interne all'azienda saranno dedicate solo alla progettazione, realizzazione e gestione delle applicazioni strategiche. L'infrastruttura si adatterà in tempo reale ai consumi effettivi, non ci saranno più risorse inutilizzate. La ripartizione dei costi fra gli utilizzatori effettivi sarà implicita nel modello e disponibile da subito. L'unica cosa che ci separa da questo nuovo paradigma ideale e altamente efficiente sono le competenze necessarie per progettare, realizzare e gestire sistemi che traggano il massimo vantaggio dal nuovo paradigma. Il corso offre gli strumenti per orientarsi nel Cloud Computing in questo importante momento di transizione e per adottare da subito le "best practices" nella progettazione, realizzazione e gestione delle infrastrutture in ambiente Cloud.

Agenda (1 giorno)

Il Cloud Computing è arrivato e funziona:

i maggiori fornitori a livello mondiale: Amazon, Rackspace, Google, Softlayer, Windows Azure
elementi in comune e aspetti unici delle offerte
case history: gli esempi di eccellenza: Netflix: migliaia di server, NASA: picchi realtime.

Dal Datacenter al Cloud Computing:

stack per nuvole private: CloudStack, Eucalyptus, OpenStack
scenari ibridi privato-pubblico
scenari ibridi pubblico-pubblico
transizioni fra gli scenari
case History: Zynga da Datacenter a Public Cloud a Private Cloud specializzata.

Progettare e gestire l'infrastruttura:

disegno e implementazione: gli approcci Image Bundle e Server Template a confronto
livelli di astrazione degli elementi di base e servizi specializzati
gestione e orchestrazione: Chef, Puppet, CloudFlow
case Study: esempio di architettura 3 tier con Disaster Recovery.

Aspetti economici:

Cloud Computing: l'IT come utility
elementi che determinano i costi
il mercato delle istanze spot
le istanze riservate e l'aftermarket
Case History: PlanForCloud.

Obiettivi

Formare nuove competenze in grado di progettare, implementare e gestire un sistema in ambiente Cloud Computing.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Responsabili di sistemi informativi, progettisti.

Prerequisiti

Conoscenza di base su System Administration, Networking.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:
10% sulla seconda

40% sulla terza
80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgr.com

Reiss Romoli 2020

On-line Marketing: le nuove modalità del marketing in rete

Lo sviluppo di Internet ha attraversato e ridefinito tutte le forme di comunicazione e informazione più classiche e consolidate; inoltre, grazie allo sviluppo di applicazioni più recenti e all'incremento di utenti e finalità di utilizzo, ha pervaso tutti i settori della vita sociale e professionale, con profonde implicazioni socio-economiche. Il Web, in particolare, ha fin da subito messo in rilievo rinnovate possibilità e opportunità per il commercio e l'economia in generale, ma soprattutto per il marketing e le sue leve. Oggi il Web si configura come nuovo supporto digitale in grado di modificare, influenzare e migliorare politiche aziendali tradizionali e strategie di marketing consolidate. Per le aziende diventa indispensabile rileggere le politiche di comunicazione aziendale e di marketing alla luce dell'evoluzione del Web e soprattutto della sua versione 2.0. Il seminario indaga sul percorso evolutivo del marketing nell'era del Web e del Web 2.0 - con riferimento alle nuove strategie e ai nuovi strumenti di comunicazione - e fornisce spunti di riflessione per valutarne le opportunità, le criticità e le prospettive di sviluppo all'interno delle aziende.

Agenda (2 giorni)

Lo scenario evolutivo del marketing:

dal Marketing orientato al prodotto al Consumer Driven Marketing
il Piano di Marketing e il Marketing Mix tradizionale
On-line Driven Marketing.

Il Marketing On-line nel Web 1.0:

differenze tra On-line Marketing e Marketing tradizionale
direct E-mail Marketing
Permission Marketing
SEM - Search Engine Marketing
Keyword Advertising.

Il Marketing On-line nel Web 2.0:

differenze tra On-line Marketing 1.0 e 2.0
il Piano di Web 2.0 Marketing
il Web 2.0 Marketing Mix.

Le nuove strategie di On-line Marketing:

Viral Marketing e Word of Mouse
Guerrilla Marketing
Community Marketing.

I nuovi strumenti di Marketing On-line:

Corporate Blog
Corporate Social Network Site
Wiki Marketing
Corporate Podcasting
Widget Marketing.

Il mercato e le prospettive aperte:

la diffusione delle politiche di On-line Marketing in Italia
gli strumenti e le strategie di On-line Marketing più diffusi nelle aziende italiane
le opportunità del Web Marketing per le aziende
le criticità del Web Marketing per le aziende.

Obiettivi

Analizzare lo scenario del Marketing On-line - dal punto di vista delle strategie e dei rinnovati strumenti del Web e del Web 2.0 - e riflettere su possibili opportunità, criticità e prospettive evolutive.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Responsabili nelle PMI. Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgr.com

Reiss Romoli 2020

CRM in azienda: approcci, applicazioni e scenari

Negli ultimi anni il mercato è stato caratterizzato dallo sviluppo di rinnovate modalità di consumo - sempre più personalizzate e complesse da intercettare - e dal consolidamento di nuovi canali di comunicazione e interazione on line tra gli utenti-consumatori. Tali sviluppi hanno condotto le aziende a ripensare concretamente le politiche di comunicazione e di interazione con i propri clienti. Nell'era del Web 2.0 le aziende sono chiamate ad abbandonare gli approcci di mass marketing, sviluppando invece strategie e iniziative di marketing relazionale e one-to-one. In questo scenario, sempre più aziende ricorrono ad applicazioni, strumenti e strategie di CRM - Customer Relationship Management - per gestire le relazioni con i clienti attuali e potenziali e fidelizzarli. Il seminario indaga sullo scenario del CRM in azienda, a partire dalle soluzioni tecniche adottate e dai possibili modelli di utilizzo, per analizzarne e valutarne le prospettive aperte e gli scenari evolutivi, dal punto di vista dei nuovi strumenti, delle opportunità e degli ostacoli in azienda.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della relazione con il cliente:

- dal mass marketing al one-to-one marketing
- la gestione e la conoscenza del cliente
- l'approccio integrato e relazionale con il cliente.

Il CRM in azienda:

- definizione di CRM
- gli obiettivi delle strategie di CRM
- le tappe evolutive del CRM in azienda
- le fasi di sviluppo di una strategia di CRM
- le tecnologie di CRM.

L'architettura, gli strumenti e le applicazioni del CRM in azienda:

- il CRM Operativo: strumenti di customer service, sales e marketing automation
- il CRM Analitico: strumenti di integrazione dei dati
- l'hrm.

I nuovi strumenti del CRM:

- il CRM Collaborativo: strumenti di contact center e piattaforme multicanali
- e-CRM: applicazioni e strumenti Web based
- e-HRM: strumenti di recruiting, performance management e career on line.

Lo scenario del CRM aziendale:

- il mercato del CRM e dell'HRM in Italia
- le esperienze nazionali e internazionali di CRM e di HRM aziendale
- le opportunità del CRM e dell'HRM aziendale
- gli ostacoli al CRM e all'HRM in azienda
- gli scenari futuri.

Obiettivi

Illustrare le strategie, le modalità e le soluzioni tecniche di CRM a disposizione delle aziende per gestire le relazioni con i clienti e fidelizzarli, con attenzione agli scenari futuri e alle possibili prospettive di mercato.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quantità operano nell'Area CRM; Marketing e Comunicazione.
Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

SEM: Search Engine Marketing. Come ottenere visibilità in rete

I motori di ricerca on line rappresentano lo strumento di Web Marketing e di On-line Advertising che ha fatto registrare i maggiori tassi di crescita negli ultimi anni. Le campagne di SEM - Search Engine Marketing - acquistano uno spazio sempre più consistente nelle strategie di marketing communication e di pubblicità on line delle aziende, del panorama nazionale e internazionale, che operano in tutti i settori di mercato. Di pari passo con l'evoluzione del Web e lo sviluppo dei Search Engine, le strategie di SEO - Search Engine Optimization - e di PPC - Pay-per-Click o Keyword Advertising - registrano livelli di attenzione sempre più crescenti sul mercato e il mondo del Search Engine Marketing sta mutando profondamente verso il paradigma del "Social Search". A fronte di una progressiva affermazione tra le aziende, resta in ogni caso da valutare il livello di successo e il ritorno degli investimenti delle campagne di SEM. Il seminario si propone di analizzare le strategie e le tecniche più utilizzate dalle aziende per ottenere visibilità on line, a partire dai motori di ricerca; sulla base di tale traccia tecnica, si indaga sui potenziali vantaggi e i possibili rischi delle politiche di Search Engine Marketing.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario dei motori di ricerca:

- la ricerca di informazioni on line: Search Engine e Directory
- il funzionamento dei motori di ricerca: Spider, Link Popularity e Page Rank
- i dati sul traffico generato dai motori di ricerca
- i motori di ricerca come strumenti di marketing.

Il SEM - Search Engine Marketing:

- definizione di SEM
- il Piano di SEM e il Search Engine Marketing Mix
- le strategie di branding sui motori di ricerca: Ottimizzazione e Keyword Advertising
- misurare l'efficacia e l'efficienza di un Piano di SEM: Brand Awareness e ROI.

Il SEM nell'era dei social network: prospettive evolutive e scenari:

- punti di contatto tra SEM e Social Media; l'advertising on-line nei social media
- il content Marketing; integrare il SEM con i Social Media.

Le strategie di SEM per ottenere visibilità on line: SEO - Search Engine Optimization:

- definizione di SEO; le fasi di pianificazione del SEO
- posizionamento sui motori di ricerca; indicizzazione sui motori di ricerca
- verifica e aggiornamento dell'Indicizzazione
- misurazione dei risultati; vantaggi e criticità delle iniziative di SEO.

Le strategie di SEM per ottenere visibilità on line: PPC - Pay-per-Click Advertising:

- definizione di PPC o Keyword Advertising
- le fasi di una campagna di PPC
- le strategie di Keyword Advertising; misurazione dei risultati
- vantaggi e criticità delle campagne di Keyword Advertising.

Il SEM in azienda:

- la diffusione delle strategie di SEM in Italia
- il livello degli investimenti in SEM delle aziende italiane
- le esperienze di successo di SEO e PPC tra le aziende nazionali e internazionali
- scenari futuri del Search Engine Marketing.

Obiettivi

Illustrare le opportunità e le criticità delle campagne di Search Engine Marketing delle aziende - dal punto di vista della visibilità di brand e del ritorno degli investimenti - e le prospettive aperte nel mercato on line.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione. Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgr.com

Il Podcasting aziendale: modelli, opportunità e scenari evolutivi

La progressiva digitalizzazione degli strumenti di comunicazione e di informazione più classici - la radio e la TV in testa - ha aperto nuovi scenari per le aziende che operano in tutti i settori di mercato. Il rapido sviluppo del Web e delle sue applicazioni multimediali e interattive - in particolare di quelle 2.0 - inoltre, ha creato rinnovate opportunità per le aziende, dal punto di vista delle strategie di comunicazione, sia all'interno che all'esterno del contesto aziendale. In questo scenario si inserisce il Podcasting, sistema che permette di creare e fruire materiali multimediali o podcast direttamente on line, tramite appositi client e aggregatori, con facilità e immediatezza. Si tratta della nuova frontiera della comunicazione on line che si sta affermando rapidamente all'interno delle aziende e che offre rinnovate opportunità alle strategie di marketing, di advertising e di internal communication. Il seminario indaga sullo scenario del Corporate Podcasting, con uno sguardo focalizzato sui modelli di utilizzo in azienda, sulle nuove strategie di comunicazione interna ed esterna basate sul Podcasting e sulle prospettive di mercato.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario del Web 2.0:

- l'evoluzione dal Web 1.0 al Web 2.0
- definizione di Web 2.0
- le tecnologie e gli strumenti di Web 2.0
- il Web 2.0 in azienda.

Il Podcast: tecnologie e applicazioni:

- definizione di Podcast
- la tecnologia: XML
- il funzionamento: MP3, Syndication e Feed RSS
- differenze tra Podcasting e Streaming
- ascoltare un Podcasting
- creare, distribuire e gestire un Podcasting.

Il Podcasting in azienda:

- le strategie di Podcasting
- le tipologie di Podcasting aziendale
- le opportunità del Podcasting in azienda
- i rischi del Podcasting in azienda.

Il Corporate Podcasting come:

- strumento di Marketing
- strumento di pubblicità: Advertising Podcasting
- come strumento di comunicazione con gli stakeholders
- come strumento di Knowledge Management
- VAS.

Il mercato del Podcasting aziendale:

- la diffusione del Corporate Podcasting in Italia
- le esperienze nazionali e internazionali di Corporate Podcasting
- gli scenari futuri.

Obiettivi

Illustrare le opportunità delle nuove strategie di comunicazione aziendale Podcasting based - con riferimento al marketing, alla pubblicità e alla internal communication - e valutare i possibili scenari di mercato.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.
Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgr.com

Open Innovation e Crowdsourcing: modelli, esperienze, opportunità e criticità

Lo sviluppo del Web 2.0 ha riconfigurato le logiche e le dinamiche di comunicazione del "vecchio Web", mettendo al centro della rete gli utenti, sempre più attivi e interattivi. Relazione, partecipazione e collaborazione rappresentano i nuovi principi del Web 2.0; mentre User Generated Content, Open Source e Intelligenza Collettiva si configurano come le dinamiche del Nuovo Web, sempre più decentralizzato. In questo contesto, le aziende si avvicinano con sempre maggiore decisione al Web 2.0 e ai suoi principi, riconfigurano le proprie strategie di comunicazione, ridefiniscono concretamente struttura e organizzazione interna e mettono gli utenti al centro delle proprie politiche operative. La direzione è quella dell'impresa aperta, dell'Open Innovation e delle strategie di Crowdsourcing: la rete è utilizzata dalle aziende come fonte di talenti e di innovazione, come bacino di reclutamento di potenziali collaboratori esterni per sviluppare e realizzare progetti innovativi, attraverso la partecipazione e la collaborazione degli utenti. Il seminario si propone di esaminare il fenomeno dell'Open Innovation e del Crowdsourcing, dal punto di vista dei modelli di utilizzo, delle esperienze concrete a livello nazionale e internazionale e delle prospettive evolutive.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario del Web 2.0:

l'evoluzione dal Web 1.0 al Web 2.0
User Generated Content, Long Tail e Open Source
memetica e intelligenza collettiva.

L'Enterprise 2.0:

il Web 2.0 in azienda: dall'Enterprise 1.0 all'Enterprise 2.0
gli strumenti dell'Enterprise 2.0
una nuova struttura aziendale: Open Network
un nuovo modello operativo: Open Enterprise e Social Enterprise.

Open Innovation: applicazioni e modelli operativi:

definizione di Open Innovation e gli ambiti di applicazione
le strategie di Open Innovation
Wikinomics
Crowdsourcing.

Gli strumenti di Crowdsourcing:

Community aziendali, Blog e Corporate Blog, Social Software
piattaforme di Social Innovation.

I modelli di Crowdsourcing:

Lead User e Long Tail Business
Innovazione Collaborativa
Toolkits for Innovation
Innovations by Users and for Users.

Il mercato dell'Open Innovation:

la diffusione del fenomeno in Italia e nel mondo
le esperienze nazionali e internazionali di Open Innovation
le opportunità e i rischi dell'Open Innovation
i possibili scenari futuri.

Obiettivi

Illustrare lo scenario evolutivo dell'Open Innovation e del Crowdsourcing, con riferimento alle opportunità e ai rischi per le aziende che si avvicinano al Nuovo Web e ai modelli di Enterprise 2.0.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Responsabili e progettisti IT, responsabili pianificazione e innovazione.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgr.com

Gli Advergames: opportunità, criticità e prospettive di sviluppo

Da alcuni anni le aziende del mercato nazionale e internazionale incentrano il proprio Marketing Mix su strumenti e iniziative di On-line Advertising. Si tratta di strategie di comunicazione sempre più innovative, che acquistano una valenza sempre più importante all'interno delle aziende, di pari passo con l'evoluzione del Web e la crescita esponenziale dell'utenza on line. Di recente, inoltre, il consolidamento tra gli utenti della rete di piattaforme di gaming ha stimolato le aziende a prestare sempre più attenzione a forme di advertising legate all'intrattenimento; si tratta di una leva strategica che ha portato alla nascita di nuovi strumenti come gli Advergames, che permettono alle aziende di sfruttare le opportunità offerte dagli strumenti interattivi del Web, per la creazione di un coinvolgimento diretto e bidirezionale con i consumatori attuali e potenziali. Il seminario analizza il mercato dei Video Game Advertising, mettendone in rilievo le strategie pubblicitarie, le modalità di applicazione e le esperienze concrete nel panorama nazionale e internazionale, fornendo spunti di riflessione per valutarne opportunità e criticità.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della comunicazione di marketing e pubblicitaria on line:

dal Marketing tradizionale all'On-line Marketing
le nuove strategie di marketing: Relazionale ed Esperenziale
dal Mainstream Advertising alla pubblicità on line
dai banner al Web 2.0 Advertising.

Gli Advergames:

definizione di Advergame: Video Game Advertising
le tappe evolutive del fenomeno
le caratteristiche tecniche degli Advergames
le tipologie di Advergames
il target degli Advergames.

Come realizzare Advergames in azienda:

le strategie di Advergames
le fasi di sviluppo di un Advergame
il monitoraggio della redemption di un Advergame
i punti di forza degli Advergames nelle strategie di marketing
i rischi degli Advergames come strumenti di brand advertising.

I modelli di distribuzione:

gli Advergames Web based: Istant Messaging e Social Network
gli Advergames su telefonia mobile
Augmented Reality Games.

Il mercato degli Advergames:

la diffusione del fenomeno in Italia
le esperienze nazionali e internazionali di Advergame
i dati sugli utenti che utilizzano Video Game Advertising
i possibili scenari futuri.

Obiettivi

Presentare il panorama degli Advergames, con riferimento alle opportunità e ai rischi per le aziende di realizzare forme di Video Game Advertising nell'ambito delle proprie strategie di marketing e di pubblicità.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.
Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020

Innovation Driving Design Thinking

Una filosofia di lavoro che porta i principi del Design nel lavoro quotidiano (funzionalità, soddisfazione, senso) combinando Gaming, Visual Thinking e approccio User Centered per risolvere problemi e progettare soluzioni.

Agenda (2 giorni)

Definizione e contesto del Design Thinking.

Principi di base: Gaming, Visual Thinking, User Centered Design.

Io non so disegnare: quindi?

Sperimentazione in gruppi: Ispirazione, Ideazione, Implementazione.

Project Work (cui saranno dedicati il pomeriggio della prima giornata e la quasi totalità della seconda):

Definizione di un nuovo servizio-prodotto, dal foglio bianco al business model.

Come proseguire il percorso di sperimentazione-apprendimento personale e di gruppo e ottenere risultati.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- definire cos'è, a cosa serve e quando usare la metodologia di Design Thinking
- applicare alcuni metodi di base del design thinking, in particolare: gestire processi di generazione di idee, sviluppo di soluzioni, pianificazione
- aumentare la creatività, la velocità, l'efficacia e la soddisfazione nelle interazioni con colleghi, capi, clienti.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Tutti i livelli aziendali

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

- 10% sulla seconda
- 40% sulla terza
- 80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

È un corso GOLD

con due partecipazioni potrai concordare con noi la data. Guarda i vantaggi della formula GOLD.

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

Reiss Romoli 2020

Pubblica Amministrazione e sviluppo della Banda Larga e Ultralarga

L'industria delle Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni (ICT) assume un ruolo sempre più strategico per indirizzare le grandi sfide che l'Europa e l'Italia devono affrontare. Queste sfide riguardano tra l'altro : lo sviluppo di un'economia in grado di sostenere la competizione globale, supportata da un efficiente sistema di pubblica amministrazione, istruzione ed aggiornamento la difesa e la valorizzazione dell'ambiente e del patrimonio culturale con un controllo del territorio più stringente, gestione della mobilità e realizzazione di un sistema di trasporti e logistica più efficiente e meno inquinante garantire la sostenibilità sociale dell'assistenza per una società che sta invecchiando recuperando le risorse per incentivare la fascia più giovane e fertile della popolazione. La presenza di un'infrastruttura a banda larga o ultralarga è una condizione necessaria per assicurare la crescita economica e dell'ICT di un territorio; è quindi naturale che l'attenzione delle amministrazioni locali sia cresciuta. Le Amministrazioni locali hanno iniziato ad interessarsi a questi temi da quando è stata avviata la riduzione delle aree di territorio senza copertura (Digital Divide). Questi interventi, espletati principalmente tramite bandi di gara aperti a tutti gli Operatori interessati, hanno lo scopo di finanziare lo sviluppo di infrastrutture per la larga banda nelle cosiddette "aree a fallimento di mercato" dove l'Operatore non ha ritorni economici che possano giustificare un investimento privato. Ultimamente sta diventando significativo il ruolo delle Amministrazioni locali per stimolare, incentivare e favorire la realizzazione di reti ottiche di accesso su cui realizzare reti a banda ultralarga a disposizione del cittadino. In questo contesto diventa necessario, per chi nella PA si occupa di queste tematiche, capire il ruolo delle tecnologie, le problematiche concorrenziali e di finanziamento pubblico, per impostare e gestire nel modo migliore un processo così importante per lo sviluppo del territorio.

Agenda (1 giorno)

La larga banda: lo scenario Italiano ed Europeo.

Aspetti tecnologici e competitivi sulle reti di nuova generazione:

reti wireless attuali e di nuova generazione
reti xDSL ed il problema del digital divide
reti NGNA e la banda ultralarga.

Tipologia delle reti "open access" ed esempi.

Regole per la promozione della concorrenza e la salvaguardia del valore per i cittadini.

Investimenti pubblici per la Banda Larga:

quadro normativo europeo e scelte politiche della Commissione
il processo di valutazione della CE: BB tradizionale
il processo di valutazione della CE: NGAN.

Modelli di investimento possibili ed esperienze del territorio.

Obiettivi

Dare una visione semplice ma esauriente sulle tecnologie, servizi, aspetti legali e regolamentari legati alle reti di nuova generazione nell'ottica delle amministrazioni locali che vogliono stimolare, indirizzare, supportare lo sviluppo di queste infrastrutture in ambito locale.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Manager e professionisti della Pubblica Amministrazione, di Confindustria e istituzioni sindacali e politiche coinvolti sui temi della larga Banda e del Digital Divide.
Professionisti che operano nel settore delle Telecomunicazioni.

Prerequisiti

Non sono necessarie particolari conoscenze nel settore delle TLC.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Innovazione nella PA: dal CAD all'Agenda Digitale

Innovazione nella PA: dal CAD all'Agenda Digitale. Ignorare queste prescrizioni non è più possibile dal momento che le disposizioni normative prevedono termini stringenti per l'adeguamento e importanti sanzioni per gli Enti inadempienti; tali obblighi sono contenuti in provvedimenti ormai consolidati (come il D. Lgs. n. 82/2005, c.d. Codice dell'Amministrazione Digitale) e recenti (come i Decreti Legge n. 83/2012 e 179/2012). Le nuove tecnologie non servono solo a digitalizzare i procedimenti, esse possono aiutare a migliorare i rapporti con l'utenza e la fiducia dei cittadini nelle istituzioni. È proprio in quest'ottica che deve intendersi l'uso dei social media e l'attuazione dei principi dell'Open Government.

Agenda ((2 giorni))

Gli strumenti dell'amministrazione digitale:

la digitalizzazione della PA: l'evoluzione normativa e il CAD
i principi del Codice dell'Amministrazione Digitale: semplificazione dialogo PA-cittadini, efficienza, efficacia, economicità e trasparenza dell'azione amministrativa
digitalizzazione e riorganizzazione della PA
i diritti digitali
gli strumenti previsti dal CAD: il documento informatico, le firme elettroniche, la posta elettronica e la posta elettronica certificata, la gestione documentale
dialogo cittadini PA e i siti della PA: razionalizzazione dei contenuti, accessibilità e usabilità, servizi on-line e customer satisfaction
le novità introdotte dal D.L. 179/2012.

Le nuove frontiere: Open Government, Open Data e Social Media:

l'utilizzo dei social media nella PA: profili organizzativi, aspetti giuridici esame buone prassi
l'Open Government: trasparenza, partecipazione e collaborazione
le esperienze di Open Government a livello nazionale ed internazionale
gli Open Data: profili tecnici e giuridici

Obiettivi

Fornire una puntuale guida agli istituti dell'Amministrazione Digitale analizzati criticamente, con l'indicazione, per ciascun argomento, dei riferimenti normativi e dei precedenti giurisprudenziali rilevanti. Particolare attenzione è dedicata all'analisi del sistema di sanzioni e responsabilità connesse al mancato rispetto della normativa vigente.

Affrontare gli aspetti relativi alla comunicazione, all'organizzazione e alle tecnologie che sono fondamentali per comprendere ed applicare i nuovi paradigmi dell'Open Government e della Social PA.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Dirigenti e funzionari delle PA tenute ad applicare le norme sull'Amministrazione Digitale (Pubbliche Amministrazioni Centrali, Regioni, Enti Locali, Enti Pubblici) e da tutti i dirigenti e dipendenti delle società interamente partecipate da Enti pubblici o con prevalente capitale pubblico. Il corso è altresì destinato a consulenti e fornitori delle Pubbliche Amministrazioni.

Prerequisiti

Conoscenza anche elementare delle tecnologie del web.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.190,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:
10% sulla seconda
40% sulla terza
80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

È un corso GOLD

con due partecipazioni potrai concordare con noi la data. Guarda i vantaggi della formula GOLD.

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020

La Conservazione Sostitutiva

Conservare digitalmente significa sostituire i documenti cartacei con documenti in formato digitale che sono convalidati nella forma, contenuti e tempo con la firma digitale e la marca temporale. La Conservazione Sostitutiva è la procedura legale/informatica, regolamentata dalla legge italiana, in grado di garantire nel tempo la validità di un documento informatico. Il corso offre una panoramica sugli aspetti legali, organizzativi e di processo sul tema.

Agenda (2 giorni)

La conservazione sostitutiva.

La smaterializzazione.

La dematerializzazione.

Il processo di Conservazione Sostitutiva.

Tempi per realizzare la conservazione sostitutiva.

I costi ed i vantaggi della Conservazione Sostitutiva.

L'impianto normativo vigente:

- applicabilità della norma
- definizioni
- il Manuale della Conservazione Sostitutiva
- i ruoli e le responsabilità per la conservazione sostitutiva
- caratteristiche tecniche dei documenti
- la firma digitale
- la marca temporale.

Il CAD (Codice di Amministrazione Digitale).

Riferimenti.

Obiettivi

Illustrare il processo e le modalità di realizzazione della conservazione sostitutiva.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quantità interessati alla conservazione di documenti.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.280,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

- 10% sulla seconda
- 40% sulla terza
- 80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308

email: corsi@ssgr.com

Reiss Romoli 2020

La gestione documentale

Il corso prende le mosse dai concetti dell'Archivistica "classica" e dagli strumenti metodologici da essa forniti; affronta il tema della digitalizzazione dei documenti, anche con esempi di servizi quali la Mailroom. Approdare quindi alla gestione elettronica dei documenti. La Conservazione a lungo termine del materiale in formato elettronico è un problema tutt'ora aperto ed è importante utilizzare fin da subito l'approccio corretto. Si affronta il tema della sicurezza delle informazioni, in particolare nell' ambito elettronico, che ha i concetti di firme digitali, PEC e DRM.

Agenda (3 giorni)

Introduzione all'Archivistica:

- cos'è un documento
- cos'è un Archivio
- il Titolare di classificazione
- il Massimario di scarto
- il Manuale di Gestione
- il Protocollo.
- caratteristiche degli Archivi cartacei.

Lo standard OAIS.

Processi e documenti:

- cos'è il Business Process Management
- ISO 15489.

Dal cartaceo al digitale e ritorno:

- OMR, OCR, ICR, BCR ecc.
- i glifi
- un esempio di servizio: la mailroom.

La conservazione a norma.

Il documento digitale:

- il fascicolo elettronico
- il fascicolo sanitario elettronico
- la fatturazione elettronica.

Sistemi di gestione elettronica dei documenti.

La conservazione a lungo termine dei documenti elettronici.

Introduzione alla sicurezza delle informazioni.

Certificati e firme.

La Posta Elettronica Certificata.

Proprietà intellettuale e Digital Rights Management.

Obiettivi

Fornire un'ampia panoramica sulle tematiche connesse alla gestione documentale, sia cartacea che elettronica.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Responsabili di Sistemi Informativi, manager, consulenti e figure commerciali e di pre-vendita che desiderino dotarsi delle competenze di base necessarie.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Quota di Iscrizione: 1.690,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:

10% sulla seconda

40% sulla terza

80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2020