IL LIBRO Alberto Felice De Toni presenta il volume venerdì 21 aprile (ore 20.30) a Palazzo Festari

"Prede e ragni", manuale per sfidare la complessità

Alberto Felice De Toni venerdì 21 aprile sarà a Valdagno per presentare a Palazzo Festari (ore 20.30) il libro "Prede o ragni" scritto a quattro mani con Luca Comello.

Come Dante, nel mezzo del cammino della loro vita, uomini e organizzatori si trovano spesso in una selva oscura. La selva oscura è la complessità del reale in cui tutti siamo immersi.

La teoria della complessità, prima di essere una teoria in piena ascesa nell'interesse degli scienziati di tutto il mondo, è un tentativo di risposta al senso di inadeguatezza che percepiamo nonostante il continuo accumulo di conoscenza.

E' una sfida per ciascuno di noi ed è una sfida per le nostre organizzazioni, alla ricerca del loro senso, in una continua ridefinizione delle loro opportunità.

Il volume è uno studio teorico sulla complessità e sulle implicazioni manageriali per fronteggiarla. Gli autori presentano sette principi fondamentali della teoria della complessità e li adattano poi al mondo delle organizzazioni. Uomini e organizzazioni sono chiamati a comprendere *l'importanza di intraprendere* e poi continuare un viaggio affascinante e allo stesso tempo rischioso all'orlo del caos, con la consapevolezza che la strada non è predefinita, ma il cammino si fa andando. "*Prede o ragni*" si rivolge a tutti coloro che hanno il coraggio di accettare la sfida della complessità, con l'auspicio che immaginazione e creatività consentono loro di vincerla: il futuro appartiene a chi sa immaginarlo.

ALBERTO FELICE DE TONI è professore ordinario di Strategia e gestione della produzione e di Gestione dei sistemi complessi preso l'Università di Udine. E' presidente del corso di laurea di Ingegneria Gestionale e direttore del Complexity Management Research Programme.

I corsi proposti da Martini Drapelli Network

SCEGLIERE E TRATTENERE I COLLABORATORI MIGLIORI

Destinatari: Titolari di aziende, liberi professionisti, Responsabili Aziendali
Obiettivi: Trasferire la metodologia e le competenze essenziali per scegliere i collaboratori giusti e saperli motivare e trattenere
Docente: dr. Andrea Pozzan
Data: Venerdì 17 marzo 2006 e Venerdì 24 marzo 2006
Orario: dalle ore 15.00 alle ore 18.00
Sede: Valdagno – via L.Festari n.15
Quota: Euro 120,00 + I.V.A.
Note: massimo numero di partecipanti all'incontro n. 12

Programma

PRIMA DI ASSUMERE:
ANALISI DELLE ESIGENZE
Job analisys: analisi della posizione da ricoprire
Job description: analisi delle mansioni-attività
Skills: definizione delle competenze chiave della posizione e dei requisiti necessari e preferenziali
LA FASE DI RICERCA E PRE-SELEZIONE
Strumenti e modalità per l'acquisizione di candidature: advertising:
ricerca diretta (contatti mirati)
banche dati (internet)
terziarizzazione: affidamento dell'incarico a società di Ricerca e Selezione di Personale accreditate dal Ministero del Lavoro o a Società di Lavoro Temporaneo
Analisi dei curricula e pre-selezione dei candidati da incontrare
LA FASE DI VALUTAZIONE
La preparazione del colloquio
Il colloquio di selezione non sempre basta il colpo d'occhio: analisi delle esigenze intervista mirata
verifica diretta delle competenze
analisi del linguaggio non verbale
L'uso di eventuali test o strumenti di approfondimento della professionalità
La valutazione dei candidati in riferimento al ruolo ed al contesto
TARATURA E DEFINIZIONE DEGLI ACCORDI CONTRATTUALI
Gli elementi da inserire nella trattativa: è solo questione di soldi?
La formalizzazione degli accordi: perché è meglio scrivere
COINVOLGERE E MOTIVARE I COLLABORATORI
I costi di un elevato turn-over
La motivazione
Fattori motivanti e fattori pseudo-motivanti
Principali cause di insoddisfazione
Politiche "mirate" di motivazione
Altre strategie per incentivare la stabilità del personale
Quando il turn-over è fisiologico…

IL MARKETING SPORTIVO

Destinatari: Dirigenti di società e associazioni sportive, dirigenti federali, manager sportivi, aziende potenzialmente interessate ad investire nel settore dello sport, operatori del settore marketing e comunicazione
Obiettivi: Lo sport, in quanto spettacolo emozionale, è in grado di abbattere le barriere all'ingresso di messaggi commerciali.
Comprendere le dinamiche dello sport marketing significa per le aziende accrescere esponenzialmente le possibilità di trarre profitto in termini economici e di immagine dalla sponsorizzazione sportiva, e per i sodalizi sportivi, le federazioni, gli atleti, sviluppare il fund raising, ovvero l'aumento degli introiti derivanti da sponsorizzazioni, iscrizioni, affiliazioni, ecc...
Docente: Giovanni Albanese (avvocato)
Data: Sabato 8 aprile 2006
Orario: dalle ore 9.00 alle ore 12.30
Sede: Valdagno – via L.Festari n.15
Quota: Euro 60,00 + I.V.A.
Note: massimo numero di partecipanti all'incontro n.12

Programma

Definizione, ambiente e strumenti del marketing;
Il marketing e il suo processo;
Mass marketing e business marketing;
Il circolo virtuoso del marketing sportivo;
La nuova frontiera del marketing sportivo: 121 marketing e direct marketing;
Segmentazione e posizionamento del prodotto;
Analisi della fattibilità, conoscenza di mercati e competitors;
Costruire un marketing plan;
Il customer database e le modalità di raccolta dati;
Fund raising territoriale;
Eventi, eventi sportivi ed eventi speciali: tipologie e diverse modalità di gestione;
Il contratto di sponsorizzazione.

AL TELEFONO COSA DIRE E COME DIRLO

Destinatari: Centraliniste, segretarie, addette all'ufficio commerciale
Obiettivi: Fornire una corretta impostazione di base a chi, per le attività previste dal suo ruolo, si trova a dover trasmettere la corretta immagine dell'azienda attraverso l'uso del telefono
Argomenti: Il ruolo del centralino: molto di più di quel che sembra…
Attività tipiche del centralino: la voce dell'azienda e il crocevia dell'informazione
La competenza chiave: saper comunicare al telefono
E allora, cerchiamo di capire cos'è la comunicazione
La comunicazione è relazione: dimmi come parli…
Il telefono: difetti e virtù…
Alcune buone regole da seguire…
Le chiamate in arrivo: una fonte di opportunità
Quando il cliente chiama per reclamare…
Rispondere col sorriso
Docente: Roberta Zantedeschi
Data: Sabato 18 marzo 2006
Orario:
dalle ore 9.00 alle ore 12.30
Sede: Valdagno – via L.Festari n.15
Quota: Euro 70,00 + I.V.A. per partecipante
Note: massimo numero di partecipanti all'incontro n. 12

CONTROLLO DI GESTIONE

Destinatari: Piccole imprese artigiane e commerciali.
Obiettivi: Gestire l'attività significa utilizzare al meglio le risorse a disposizione.
Controllare la gestione significa predisporre un programma e verificare che venga rispettato.
Gli strumenti che permettono il controllo sono **l'analisi economica** e **l'analisi finanziaria**.
L'incontro vuole fornire strumenti per porre in essere l'analisi economica e l'analisi finanziaria dell'azienda.
Docenti:
Valter Fioraso (Demetra Team)
Diana Tiso (Demetra Team)
Enzo Drapelli (Demetra Team)
Data: Giovedì 6 aprile e Mercoledì 12 aprile 2006
Orario: Dalle ore 18.00 alle ore 20.00
Sede: Valdagno – via L.Festari n.15
Quota: Euro 100,00 + I.V.A.
Note: massimo numero di partecipanti all'incontro n.12

Programma

Analisi dei costi, determinazione del punto di pareggio e formazione dei prezzi di vendita
Verifica e previsione delle necessità finanziarie dell'impresa

martini | drapelli
NETWORK
reti
relazioni
capitale sociale

36078 Valdagno (VI)
Via L.Festari, 15 - c.p. 223
Tel. 0445.406758
0445.408999
Fax 0445.408485

www.martinidrapellinetwork.it - info@martinidrapellinetwork.it

36031 Dueville (VI)
Via G. Rossi, 26
Tel. 0444.591846
Fax 0444.594266