

CORSI CONVEGNI LIBRI CORSI CONVEGNI LIBRI

Libri / Il tempo della decrescita**Autore:** Serge Latouche, Didier Harpagès**Collana:** Guida Completa**Pagine:** 109**Prezzo:** euro 10,00**Editore:** Elèuthera

In questo breve, ma intenso saggio, Latouche indaga, spiega, trova, commenta e riporta teorie e fatti, spiegazioni e soluzioni di chi si è sottratto alle logiche di fede degli estremismi occidentali, imboccando una strada che guarda al futuro con serenità.

Da due secoli abbiamo sviluppato una civiltà materiale e una potenza produttiva mai conosciute. Oggi tutto ciò si



scontra con i limiti al suo sviluppo: sono i limiti del pianeta stesso messo al servizio della nostra frenesia consumistica. Il pianeta è in pericolo e gli scenari più pessimistici sembrano superati da processi irreversibili di distruzione dell'ambiente. L'emergenza ecologica esige trasformazioni radicali degli stili di vita, ma questi mutamenti non possono concepirsi che in un nuovo rapporto

con il tempo. Reintrodurre la vicinanza e la lentezza nei processi di produzione e di consumo, ridurre i tempi di lavoro, riapprendere a occuparci dei nostri familiari e dei nostri amici, disalienarci dalla nostra condizione di lavoratori e consumatori senza limiti... queste sono le poste in gioco essenziali. L'esortazione è cercare di trasformare i nostri ritmi sociali per ritrovare il tempo di vivere.

Libri / Felici e sfruttati**Capitalismo digitale ed eclissi del lavoro****Autore:** Carlo Formenti**Collana:** Cultura e Società**Pagine:** 149**Prezzo:** euro 18,00**Editore:** Egea

Molti guru giurano che il capitalismo sta per lasciare il campo a un nuovo modo di produrre, a una società in cui mezzi di produzione e chance di arricchimento saranno

ampiamente ridistribuiti, mentre le vecchie gerarchie lasceranno il campo ai network orizzontali di produttori-consumatori. Ma se osserviamo la realtà vediamo un altro panorama: crollo dei redditi e dei livelli occupazionali di classi medie e lavoratori della conoscenza, concentrazioni monopolistiche, inasprimento delle leggi sulla proprietà intellettuale, balcanizzazione del Web - ridotto a un arcipelago di riserve di caccia aziendali. L'autore presenta una tesi radicale: Internet non ha "ammorbido" il capitalismo; ne ha al contrario esaltato la capacità di cavalcare l'innovazione per sfruttare la creatività e il lavoro umani. Per i (falsi) profeti della rivoluzione digitale l'obiettivo è allevare una generazione di lavoratori della conoscenza flessibili, disciplinati e convinti di vivere nel migliore dei mondi possibili. Felici e sfruttati. Con l'avallo anche di una sinistra che teme di prestare il fianco ad accuse di nostalgie classiste.

**Libri / 5 modi efficaci per crescere****Autore:** Donatella Rampado**Collana:** Trend**Pagine:** 138**Prezzo:** euro 18,00**Editore:** Franco Angeli

L'autore dedica questo libro a chi vuole rendere la propria organizzazione più ricettiva e orientata al cliente, nella costante lotta per conquistare i clienti in un contesto di mercato più difficile e globale. I



responsabili del marketing sono sempre più spesso facile preda di trappole comuni e mode temporanee, che allontanano l'azienda da quello che conta davvero per il business: l'ascolto dei bisogni, delle aspettative e delle richieste dei clienti. L'autrice, facendo tesoro di una profonda e concreta esperienza sia co-

CORSI CONVEGNI LIBRI CORSI CONVEGNI LIBRI

me imprenditrice che come consulente aziendale, ha sviluppato un testo agile ed essenziale proprio in aiuto di chi voglia evitare i più compromettenti (e purtroppo comuni) errori di relazione con i clienti. Una guida operativa che fornisce anche spunti e idee innovative per orientarsi al cliente e fidelizzarlo senza dover spendere un patrimonio o necessariamente abbassare i prezzi.

In questo libro potrete trovare:

- storie di vita vissuta in azienda e relative soluzioni pratiche;
- indicazioni strategiche, tattiche e operative;
- interrogativi e risposte;
- cosa significa essere customer oriented e come diventarlo davvero;
- cosa significa customer care e come praticarla davvero;
- cosa significa customer service e come praticarlo davvero;
- cosa significa customer satisfaction e come ottenerla davvero;
- e, infine, la soluzione al quesito: "Chi devi soddisfare per primo, per fidelizzare i tuoi clienti?".

Libri/ La filiera del Bosco-Legno-Arredamento

Autori: Tommaso Dal Bosco, Roberto De Martin, Zeno Rotondi

Collana: Filiere e sviluppo

Pagine: 272

Editore: Editori Laterza

I cambiamenti in atto a livello globale hanno determinato una vera e propria evoluzione delle strutture profonde del sistema produttivo italiano. Istituzioni pubbliche e banche sono chiamate a governare tale processo, a comprenderne le dinamiche, a conoscerne la realtà e gli sviluppi. L'iniziativa di UniCredit, insieme agli Editori Laterza, risponde a questo intento con la realizzazione di una serie di volumi, vera e propria mappatura delle filiere produttive italiane. Il presente volume è dedicato all'analisi delle peculiarità e delle potenzialità dell'industria del legno in Italia, intesa come uno dei pochi attori in grado di integrare il si-



stema industriale con quello energetico e ambientale. Nell'ultimo decennio, con l'intensificarsi del fenomeno della globalizzazione, hanno infatti assunto una crescente importanza le sfide legate alle materie prime, all'energia e all'ambiente. Tali sfide, se da un lato hanno valenza globale e interessano l'economia complessiva di un Paese, dall'altro rivestono cruciale importanza per la competitività dell'industria del legno, in un'ottica oramai condivisa di sviluppo sostenibile. All'interno di un quadro complesso di relazioni tra settori, interni ed esterni al sistema, e considerando gli aspetti economici, tecnologici e ambientali collegati alle straordinarie caratteristiche del legno come materia prima, la scelta adottata è quella di sviluppare l'analisi in ottica di filiera nel senso più ampio del termine: Bosco-Legno-Arredamento. L'analisi del sistema forestale italiano si rende infatti necessaria, date le evidenti connessioni con il reperimento della materia prima indispensabile per l'attività produttiva dell'industria in esame.

Corsi/ Performance Management: Remunerare le performance

Si terrà a Roma il 15 e 16 settembre la sessione formativa Performance Management: Remunerare le performance, promosso da Il Sole 24Ore, che fa parte del percorso Performance Management.

I temi che verranno trattati saranno nello specifico: remunerare le performance, come si valuta una prestazione, identificazione degli strumenti più opportuni per soddisfare le esigenze di breve e di lungo periodo, come differenziare e fare retention delle risorse chiave nei periodi di crisi, il sistema di incentivazione, bilanciamento dell'analisi dal breve al lungo termine, analisi delle esigenze di retention, criteri di eleggibilità, project work sui sistemi di retribuzione variabile. Come costruire un sistema di incentivazione coerenti con gli obiettivi di breve e medio periodo. Per informazioni sui contenuti e sulle modalità d'iscrizione contattare Francesca D'Urso all'indirizzo e-mail: francesca.durso@ilsole24ore.com o al numero: 06(02).3022.6273

Corsi/ Category Management: l'impatto in azienda - Approccio e strumenti

Per promuovere l'applicazione del Modello operativo di

>>>

CORSI CONVEGNI LIBRI CORSI CONVEGNI LIBRI

Category Management all'interno delle aziende del largo consumo, ECR Italia ha sviluppato il Tool-kit di Category Management, una serie di strumenti e regole operative per individuare, analizzare e rimuovere le barriere alla corretta applicazione del Category Management. Il corso, che si svolgerà a Milano il 19 e 20 settembre, parte dagli impatti sulle strategie aziendali, prosegue con i cambiamenti organizzativi richiesti e con un modello per la messa a punto dei sistemi informativi di supporto, per concludersi con le aree di interfaccia con i processi operativi e un modello di riferimento per l'implementazione. Obiettivi del percorso formativo sono: promuovere l'adozione del Modello operativo di Category Management, trasformare i singoli progetti in un processo continuo di Category Management, sviluppare un'integrazione con gli altri processi aziendali, sia all'interno delle aziende sia nel processo collaborativo. Infine, comprendere e definire il supporto richiesto ai sistemi informativi, capire come estendere il piano di Category Management definito a un numero significativo di punti vendita dopo la fase di test, nonché aiutare gli impatti logistici del Category Management.

Tra i destinatari ammessi al corso product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, responsabili acquisti, logistica, supply chain, sistemi informativi. Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito: <http://indicod-ecr.it>

Corsi/ Marketing dei Servizi

Il Corso Breve Marketing dei Servizi di MIP Politecnico di Milano è rivolto a marketing manager, brand manager, product manager e service manager operanti nell'ambito del terziario, del terziario avanzato e nelle organizzazioni caratterizzate da sistemi di offerta composti tangibili-intangibili.

Il corso, che si terrà il 28 e 29 Settembre 2011 presso la sede del Politecnico di Milano, si propone di trasferire metodologie e strumenti utili alla progettazione e alla gestione del processo di marketing nell'ambito dei servizi. Il servizio, nel quadro interpretativo del corso, si presenta sia come sistema intangibile in risposta ad un bisogno specifico, sia come componente immateriale capace di potenziare il valore dei sistemi d'offerta tangibili.

- Chiarire le componenti di valore di un servizio.
- Comprendere le logiche di generazione del valore nei servizi.

- Progettare le leve di un nuovo servizio.
- Progettare e gestire il business model di un servizio.

Durante il primo giorno di lavoro si tratteranno quattro tematiche: caratteristiche distintive dei servizi, il processo di Marketing dei Servizi, le tre "p" nella gestione dei servizi (people, process, physical evidence), CASO 1. - Generare valore nei servizi.

Saranno invece affrontati in sede di secondo incontro altri quattro argomenti: i gap di qualità nella gestione dei servizi, progettare un nuovo servizio, il business model nei servizi, CASO 2. - Progettare e gestire un nuovo servizio. Il percorso formativo si rivolge a marketing manager, brand manager, product manager e service manager. Per ulteriori informazioni contattare Andrea Cappelletti al numero 02-23999195 o via e-mail: cappelletti@mip.polimi.it

Corsi/ Risorse umane Compensation in azienda

Ipsos organizza il 20 e 21 settembre presso il Centro congressi Conte di Cavour (Via Cavour, 50/A - Roma), il seminario Risorse umane - Compensation in azienda, il cui programma si divide essenzialmente in tre fasi: I sistemi di Job Description e Job Evaluation. Cos'è la job description; Cos'è la job analysis; Quali sono le componenti più importanti della descrizione del ruolo; Come individuare le finalità; Come si effettua la stesura delle job descriptions; Esercitazione: analisi e descrizione di un ruolo. La seconda fase prevede un approfondimento sulla job evaluation, ovvero entrare nel merito della tipologia di sistemi di job evaluation tradizionali e alla vanguardia; applicazione di un sistema di valutazione ruoli e gestione retributiva; collegamento ad altri sistemi di gestione delle risorse umane; aspetti di cui tenere conto nella scelta di un sistema/processo di job evaluation; esercitazione: scelta del sistema di job evaluation più adeguato. La terza e ultima sessione si focalizzerà su Compensation - alcuni concetti di base. Indagini retributive: in particolare tra i temi affrontati segnaliamo le principali tipologie di indagini retributive: vantaggi e svantaggi; aspetti chiave delle indagini retributive (job matching, partecipanti, metodologia e processo di raccolta ed analisi dei dati, risultati); come leggere le indagini retributive e utilizzare le indagini retributive per la definizione del piano retributivo aziendale.

Per informazioni contattare la segreteria organizzativa al numero 02/82476.242 - 413 - 831; o all'indirizzo di posta elettronica formazione.ipsos@wki.it