

RILEVAZIONE DEI FABBISOGNI FORMATIVI AZIENDALI

Le caratteristiche dell'impresa interessata all'intervento sono:

- TARGET 1** Imprese di promozione e sviluppo, che operano in conto proprio: interesse a formare i propri dipendenti sugli aspetti legati alle regole del mercato, alle innovazioni nei processi organizzativi utili ad accrescere le capacità di stima e di valutazione dei rischi, alle innovazioni nei piani economico finanziari per presentarsi alle banche; contrattualistica, fiscalità, assicurazioni. Ambiente, bonifiche, gestione del rischio
- TARGET 2** Imprese generali e subappaltatori che operano nel mercato privato conto terzi: interesse a formare i propri dipendenti sulle innovazioni organizzative in fase di acquisizione di una commessa, preventivazione, digitalizzazione e BIM, gestione del cantiere, ambiente, rifiuti, materiali, energia, acustica, sismica, gestione aspetti lavoro. Project management.
- TARGET 3** Imprese generali che operano nel mercato privato ma direttamente sul cliente finale per ristrutturazioni o riqualificazioni : marketing e marketing digitale, brand, costruire in qualità con tutti gli aspetti tecnici connessi come efficientamento energetico, materiali, digitalizzazione dei rilievi , preventivazione, gestione delle fasi di lavorazione, innovazioni legate alla riduzione dei tempi con standardizzazione dei processi, gestione del risultato e coperture dei rischi, preventivazione rischio sismico.
- TARGET 4** Imprese generali che operano nel mercato dei lavori pubblici: interesse a formare i propri dipendenti sulle innovazioni organizzative legate alla gestione di appalti ad offerta economicamente più vantaggiosa, acquisti green, digitalizzazione CAM, CONSIP e gestione gare telematiche, BIM. Più in generale a formare i propri tecnici sulle nuove disposizioni del Codice Appalti.
- TARGET 5** Imprese specializzate che operano nel mercato privato e pubblico: interesse a formare i propri dipendenti sulle innovazioni di prodotto, materiali, tecniche costruttive, garanzie.

**Avviso 1/2016 Competitività
Ambito di riferimento Territoriale**

TARGET	CORSO	DURATA PRESUNTA	N. LAVORATORI che l'azienda si impegna a coinvolgere
1 e 3	<p><i>I nuovi modelli di business nell'investimento immobiliare: la valutazione dell'investimento immobiliare in interventi di riqualificazione e rigenerazione del costruito.</i></p> <p>Il mercato del futuro è quello della rigenerazione del costruito. Cambiano radicalmente i parametri da prendere in considerazione al momento della decisione sulla sostenibilità dell'investimento, come organizzare efficacemente questi nuovi modelli di business? Quali i fattori da prendere in considerazione per la loro incidenza sull'esito finale? Le analisi necessarie ed il coinvolgimento di nuove figure professionali per la corretta valutazione del rischio. Impatto delle regole fiscali, urbanistiche, ambientali, energetiche nella costruzione del piano di sviluppo immobiliare. Modelli di piano economico finanziario sostenibili nei rapporti con il sistema bancario.</p>	Min 8 Max 16 ore	
1 e 3	<p><i>Valorizzazione del post vendita: potenzialità di nuovi mercati legati alla gestione delle fasi successive alla costruzione nello sviluppo immobiliare degli interventi</i></p> <p>La domanda è cambiata ed è spesso un elemento di competitività saper valorizzare il post vendita del bene. Pianificare un intervento che preveda i possibili ritorni economici derivanti dalla capacità di offrire alla consegna dell'immobile al cliente finale, servizi collegati alla gestione dell'immobile stesso ed alla sua manutenzione, in relazione al ciclo di vita del prodotto. Come strutturare le offerte di tali servizi, quali analisi è necessario effettuare, come integrare tale offerta con quella dell'appalto per la costruzione, quali professionalità è necessario coinvolgere per gestire questi nuovi processi e quali nuovi modelli organizzativi l'impresa deve implementare; questi sono i principali temi affrontati in questo corso.</p>	Min 8 Max 16 ore	
4 e 5	<p><i>Il nuovo codice degli appalti e le ricadute sul modello di business ed organizzativo dell'impresa</i></p> <p>Con l'entrata in vigore del nuovo codice degli appalti, dove l'offerta economica non rappresenta più l'unico elemento in grado di assicurare l'assegnazione dei lavori, le imprese che operano nell'ambito dell'edilizia pubblica, si trovano a dovere affrontare elaborate analisi per potere addivenire nella fase di gara ad una offerta competitiva e sostenibile. La valutazione della coerenza fra le scelte progettuali ed il risultato finale atteso, la sempre maggiore richiesta da parte del committente di requisiti prestazionali (energetici, acustici, ambientali, sicurezza, durabilità, manutenibilità, ecc.) richiede l'intervento di figure tecniche che sappiano valutare correttamente il progetto in tutti i suoi aspetti e l'attivazione di una multidisciplinarietà di competenze (impiantistiche, architettoniche, per la pianificazione temporale dei lavori, per la conoscenza di materiali e sistemi tecnologici innovativi, ecc.) che difficilmente sono presenti in impresa. Il corso si prefigge l'obiettivo di valutare quali siano gli elementi da sottoporre ad analisi, quali metodologie di analisi siano applicabili, quali competenze dovranno essere messe in gioco, e quale modello organizzativo di impresa possa meglio rispondere a questa impegnativa sfida.</p>	Min 16 Max 24 ore	

**Avviso 1/2016 Competitività
Ambito di riferimento Territoriale**

TARGET	CORSO	DURATA PRESUNTA	N. LAVORATORI che l'azienda si impegna a coinvolgere
1 , 2 , 3 , 4 e 5	<p>Digitalizzazione dei processi produttivi di una impresa edile</p> <p>La digitalizzazione modifica i sistemi di relazione e conseguentemente i modelli organizzativi e di business. Anche i più tipici e storici processi di produzione di una impresa di costruzione necessitano di digitalizzare dati e informazioni che costituiscono il know how dell'azienda stessa. In primo luogo perché sempre più diffusamente il flusso informativo e le relazioni con soggetti esterni alla impresa (il committente pubblico o privato, i professionisti, i fornitori e persino il cliente finale) hanno interfacce digitali, si prenda come esempio paradigmatico l'introduzione delle tecnologie BIM per la gestione del progetto e della fase esecutiva, la gestione burocratica amministrativa che si semplifica tramite i sistemi digitali, la vendita e la gestione del bene. La seconda motivazione è che diventa assolutamente necessario per l'impresa, a discapito della sua competitività sul mercato, avere rapido accesso alle informazioni ed ai dati aziendali e potere effettuare analisi e correlazioni fra gli stessi al fine di operare con adeguata efficienza in sistemi sempre più complessi ed esigenti sia nella fase di preventivazione e partecipazione a gare di appalto che in quella di gestione della commessa. Il corso prende in considerazione, a titolo esemplificativo, alcuni importanti e tipici processi produttivi dell'impresa edile (la gestione della filiera delle forniture, analisi costi e preventivazione, contabilità dei lavori, programmazione dei lavori) e affronta le modalità con le quali si possa procedere alla digitalizzazione degli stessi, implementare una efficiente banca dati e provvedere alla sua gestione, impostare correlazioni ed analisi dei dati digitali aziendali e come garantire il loro aggiornamento, per i futuri utilizzi, in relazione ai dati consuntivi raccolti dalle commesse eseguite. Sono previste sessioni esercitative.</p>	Min 24 Max 64 ore	
1 , 2 , 3 , 4 e 5	<p>Le nuove forme di commercio elettronico in edilizia</p> <p>Le nuove forme di commercio elettronico stanno aprendo nuovi orizzonti di mercato anche per il settore edile, in particolar modo per il committente privato e per i medio piccoli interventi di ristrutturazione. Si stanno sviluppando veri e propri portali per il commercio elettronico che possono essere utilizzati dalle imprese sia per l'acquisto di forniture necessarie alla esecuzione dei lavori che, e soprattutto, per l'acquisizione di commesse di lavoro. La logica che ispira questi portali è quella di creare relazioni e reti di comunicazione fra operatori e clienti, stabilendo contatti e promuovendo nuove opportunità di lavoro. Il corso si prefigge di illustrare il panorama oggi presente nel web ed utilizzabile per il commercio di prestazioni edili, chiarirne le logiche di relazione ed utilizzo finalizzate ad allargare il mercato verso nuovi clienti finali così come per creare reti e collaborazioni fra imprese dello stesso settore o di settori affini per ampliare e diversificare l'offerta. Si cercherà di individuare gli sviluppi applicabili al settore edile di queste nuove forme di commercio e di valutare le forme più idonee di comunicazione e promozione dei propri servizi.</p>	Min 8 Max 16 ore	

Timbro e Firma dell'Impresa
