



Fondo Nuove
Competenze
Corsi Formativi
Autunno

Segrate
Maggio 2021

Struttura Offerta Formativa

Agile Working&Organization

- ✓ Remote & Agile Working
- ✓ Remote People Management
- ✓ Agile Philosophy & Project Mgm
- ✓ Digital Soft Skills
- ✓ Lean skill e riduzione sprechi

Digital Adoption

- ✓ Cybersecurity
- ✓ Sistema Operativo Windows
- ✓ Office (Excel, PPT) - Gsuite
- ✓ Python - React
- ✓ Visual Design-Photoshop-Illustrator
- ✓ Vocal Design Techniques



Business Innovation

- ✓ Inspirational Talk: technology outlook e innovazione
- ✓ Design Thinking & InnoLab
- ✓ Digital Training Journey Retail

Digital Marketing & Content Management

- ✓ Piattaforme del digital marketing
- ✓ Web Marketing per l'editoria
- ✓ E-reputation e Digital Crisis
- ✓ Non solo Facebook
- ✓ Digital Journalism
- ✓ Nuove forme di digital adv
- ✓ Social Video Strategy e Social Media Content

Agile Working&Organization

Soft skill e competenze specifiche per supportare il lavoro ibrido e per sviluppare nuove modalità di gestione «agile» di processi e progetti

Remote&Agile Working

Durata: **20 h** (6 virtual classroom da 2,5 h e 5 h elearning)

Destinatari: ALL

- ✓ La gestione del cambiamento e il winning mindset per affrontarlo
- ✓ I principi del modello di lavoro ibrido in Mondadori
- ✓ Flessibilità di tempo e spazio: gestire il tempo e pianificare le attività
- ✓ Gestire il tempo e pianificare le attività
- ✓ Antifragilità: una capacità già sviluppata in questi mesi
- ✓ Responsabilità e ownership delle mie attività
- ✓ Produttività e senso di responsabilità: lavorare per obiettivi e sviluppare relazioni trasparenti e basate sulla fiducia
- ✓ La collaborazione nel team la client centricity
- ✓ Gestire situazioni di stress e ad alto impatto emotivo



Le competenze e le abilità per lavorare in modo efficace nella nuova modalità di lavoro ibrido e secondo I nuovi principi del new way of working in Mondadori improntato alla flessibilità, al lavoro per obiettivi e alla fiducia e alla responsabilizzazione

Remote People Management

Durata: **20 h** (6 virtual classroom da 2,5 h e 5 h elearning)

Destinatari: Manager

- ✓ La gestione del cambiamento e il winning mindset per affrontarlo
- ✓ I principi del modello di lavoro ibrido in Mondadori
- ✓ Flessibilità di tempo e spazio: pianificare le attività del team
- ✓ Lavorare in modo agile: quali strumenti per quali attività
- ✓ Gestione delle riunioni ibride
- ✓ Da una leadership di controllo a una leadership collaborativa
- ✓ Assegnazione obiettivi e delega
- ✓ Feedback come strumento di crescita e motivazione
- ✓ Gestione del team ibrido e ascolto attivo



Le competenze e gli strumenti per gestire, motivare team che lavorano in modalità ibrida e definire e allineare tutto il management alla nuova cultura del lavoro in Mondadori basata sul lavoro per obiettivi, l'autonomia, la responsabilizzazione sui risultati e sul feedback come strumento di crescita e valorizzazione delle persone

Digital Smart Leader

Durata: **12 h** (5 virtual classroom da 2 h e 2 h elearning)

Destinatari: Manager che hanno partecipato a “Remote People Management”

-
- ✓ I conflitti in azienda: utilità e rischi
 - ✓ Come negoziare in modo efficace
 - ✓ Riconoscere e imparare a gestire le emozioni proprie e degli altri
 - ✓ Il manager come coach per la crescita delle proprie persone e loro responsabilizzazione.
 - ✓ Sfide e rischi dell’Hybrid working nella gestione dei team
 - ✓ Strumenti e regole di engagement
 - ✓ Feedback correttivo e positivo per motivare il gruppo



Focus su alcune skill manageriali rese ancor più importanti e complesse in un modello di lavoro ibrido: la gestione dei conflitti e la negoziazione, l’intelligenza emotiva, la gestione dei team con un approccio coaching, la capacità di dare feedback motivanti

Digital soft skill

Smartworking Soft Skill

Durata: **12 h** (5 virtual classroom da 2 h e 2 h elearning)

Destinatari: coloro che hanno partecipato a “Remote & Agile Working”

-
- ✓ I diversi tipi di conflitto e impatto sulle relazioni
 - ✓ Gli elementi di una negoziazione efficace
 - ✓ L’impatto dell’intelligenza emotiva nelle relazioni e nel teamworking
 - ✓ Come migliorare le abilità emotive
 - ✓ I pilastri della comunicazione efficace: ascolto e osservazione
 - ✓ La tecnica delle domande
 - ✓ La percezione del proprio ruolo e degli obiettivi ancor più importante nell’hybrid working.
 - ✓ Il proprio percorso di crescita



Le soft skill per essere più efficacy in un modello di lavoro ibrido: le tecniche per gestire conflitti e negoziazioni, le abilità emotive nelle relazioni , le strategie di comunicazione efficace

Workshop Lean philosophy

Durata: 4 h (2 Workshop da 2 h)

Destinatari: Manager

1° Workshop

- ✓ Filosofia e concetti Lean
- ✓ L'importanza di coinvolgere le persone per il raggiungimento degli obiettivi aziendali
- ✓ Le dinamiche da creare per generare un programma di coinvolgimento e di lotta agli sprechi

2° Workshop

- ✓ Casi ed esempi di successo con testimonianza diretta da parte di un CEO di un'altra realtà aziendale
- ✓ Dibattito e confronto per definire un Piano di sviluppo Lean in Mondadori



La filosofia e i concetti della cultura Lean e di lotta agli sprechi e la creazione di consapevolezza del ruolo chiave del Management nella definizione delle azioni da intraprendere

Workshop Agile Framework

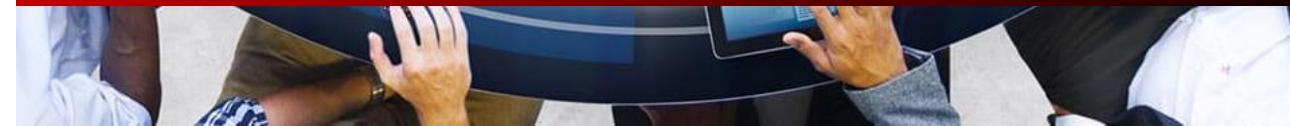
Durata: 4h (2 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: ALL (propedeutico a Agile Project Mgmt)

- ✓ Cultura e organizzazione Agile: i fondamenti della filosofia agile
- ✓ Metodologie e strumenti Agile: overview di Scrum esteso, Kanban e casi particolari
- ✓ Esempi e casi Agile: case history e best practice in differenti processi, funzioni e organizzazioni
- ✓ Esercitazioni pratiche su metodologie e strumenti della filosofia Agile



I principi e il framework dell'approccio agile per aumentare e migliorare la capacità di adattamento di un'organizzazione ai cambiamenti del mercato con case history e best practice in processi, funzioni e organizzazioni differenti



Agile Project Management

Durata: **8 h** (4 virtual class room da 2h)

Destinatari: Project Manager

- ✓ Gestione Agile vs Waterfall: prevenzione dei rischi e principali benefici della gestione Agile
- ✓ Approfondimento sulle principali metodologie Agile: product backlog e tecniche di prioritizzazione, sprint planning, agile estimation
- ✓ Ruoli, artefatti e rituali dello Scrum
- ✓ Il ruolo dello Scrum Master durante l'esecuzione del progetto
- ✓ Il monitoraggio e la sprint review
- ✓ Esempi e casi di project management Agile: case histories e best practice in differenti processi, funzioni e organizzazioni
- ✓ Esercitazioni pratiche sulle diverse metodologie



I metodi 'adattivi' basati sui principi Agili per la gestione dei progetti e gli strumenti del framework Scrum che potenziano l'interazione e la collaborazione fra individui e si focalizzano sull'attenzione al valore

Business English & Managerial Skills

Durata: piattaforma EF 3 mesi + 1 workshop da 3 h (tot. 30 h)

Destinatari: Dirigenti

- ✓ Iscrizione alla piattaforma EF con attività autodidattiche, 12 lezioni one-to-one e lezioni di gruppo illimitate
- ✓ Un workshop a scelta su skill manageriali con accesso alla piattaforma di autoapprendimento di Hult-Ashridge Executive Education per svolgere attività pre e post aula
- ✓ **Titoli dei Workshop:**
 - Public Speaking
 - Business Writing
 - Influencing skills
 - Effective Delegation and Collaboration
 - Pitches and Presentations
 - Diversity & Inclusion
 - Time Management
 - Mindfulness for Management

BUSINESS ENGLISH



Il corso di Business English si articola in 2 percorsi paralleli: un corso individuale con lezioni one-to-one su piattaforma EF per il miglioramento delle competenze linguistiche e un workshop, a scelta, su una specifica skill manageriale

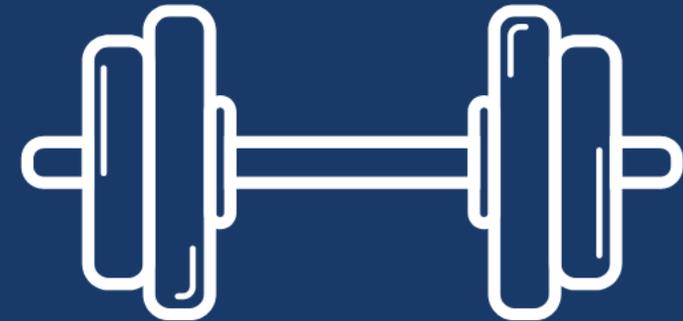
English Training&Business Bootcamp

Durata: piattaforma EF 3 mesi + 1 Bootcamp da 3 h (tot 30 h)

Destinatari: Quadri

- ✓ Iscrizione alla piattaforma EF con attività autodidattiche e lezioni di gruppo illimitate
- ✓ Un workshop a scelta Business Bootcamp (Intensive Business English Training)
- ✓ Titoli dei Business Bootcamp:
 - Essential Communication Skills
 - Virtual Public Speaking
 - Virtual Business Presentations
 - Refining Conferencing skills
 - Reading and Writing Business emails

BUSINESS BOOTCAMP



Il corso si articola in 2 percorsi paralleli: un corso individuale su piattaforma EF per il miglioramento delle competenze linguistiche e un workshop, a scelta, su una specifica skill manageriale

English for Journalists

Durata: piattaforma EF 3 mesi + Bootcamp da 3 h (tot. 30 h)

Destinatari: Giornalisti

- ✓ Iscrizione alla piattaforma EF con attività autodidattiche e lezioni di gruppo illimitate
- ✓ Un workshop a scelta «Business Bootcamp – Journalism focused English training»
- ✓ Titoli dei Business Bootcamp:
 - The art of Interviewing
 - Head Turning Headlines
 - KISS – Keep It Short and Simple
 - Journey from Idea to new item
 - Elements of online Journalism
 - Writing for online Media
 - Storytelling on Social Media



Il corso si articola in 2 percorsi paralleli: un corso individuale su piattaforma EF per il miglioramento delle competenze linguistiche e un workshop, a scelta, su uno specifico topic legato alla professione giornalistica

Digital Adoption

Strumenti e abilità specifiche per supportare l'execution della strategia digitale

Excel - intermedio

Durata: 12 h (8 h virtual classroom e 4 h elearning)

Destinatari: consigliato a chi conosce le funzionalità base

- ✓ Lavorare con i tipi di dati
- ✓ Importare e separare i dati assegnando il tipo di dato
- ✓ Formattazione condizionale con formula
- ✓ Utilizzare riferimenti relativi, assoluti e misti
- ✓ Utilizzare formule e funzioni su fogli di lavoro diversi
- ✓ Creare e utilizzare convalida dati su testo, numeri ed elenco
- ✓ Lavorare con le funzioni di testo: stringa.estrai, sinistra, destra, lunghezza, trova, ripeti, maiusc, minusc, maiusc.iniz, num.val
- ✓ Creare grafici ad istogramma, a torta, a linee e combinati
- ✓ Trasformare un database come tabella dati



Le conoscenze per poter lavorare con i diversi tipi di dati, l'utilizzo delle principali funzioni di ricerca e di testo, la creazione di grafici semplici e personalizzati e di tabelle dati lavorando su un database.

Excel Adoption

Durata: 4 workshop da 4h, frequentabili singolarmente

Destinatari: per chi vuole approfondire alcune funzionalità avanzate

- ✓ Lavorare con le query
- ✓ Le tabelle pivot
- ✓ Lavorare con le macro
- ✓ I grafici e i grafici a mappa georeferenziati



Le conoscenze di alcune funzionalità avanzate sviluppate in workshop interattivi e pratici con esercitazioni per sperimentare e applicare con il supporto del trainer le nuove competenze acquisite

Power Point - avanzato

Durata: 12 h (8 h virtual classroom e 4 elearning)

Destinatari: consigliato a chi conosce le funzionalità base

- ✓ Introduzione e contenuti base
- ✓ Lavorare con gli schemi e i layout
- ✓ Lavorare con i temi
- ✓ Lavorare con la struttura e le note
- ✓ Inserire grafici
- ✓ Lavorare con le azioni e le sezioni
- ✓ Presentazioni personalizzate
- ✓ Preparare i tempi di registrazione



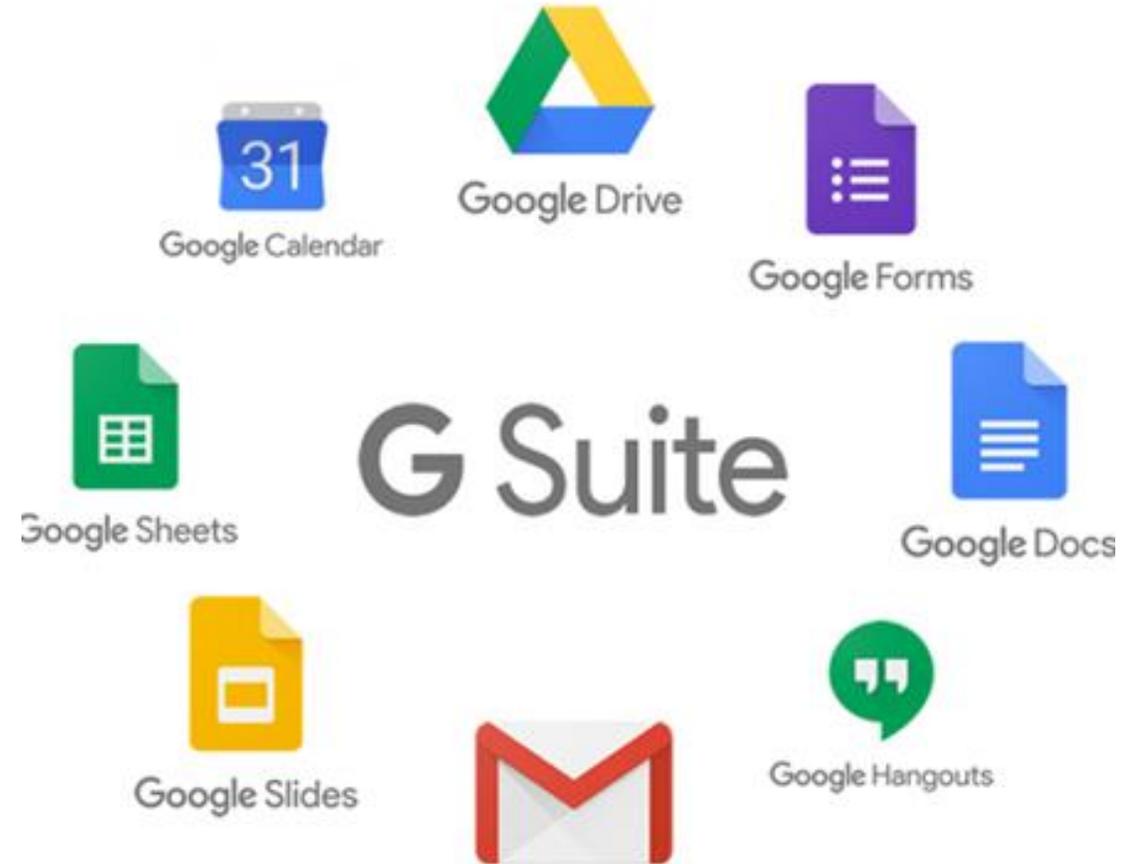
Le funzionalità avanzate di Power Point per la creazione di presentazioni professionali e personalizzate.

Gsuite - avanzato

Durata: 12 h (8 h virtual classroom e 4 elearning)

Destinatari: consigliato a chi conosce le funzionalità base

- ✓ Il mio Account Google, Il mio profilo Chrome e Gmail avanzata
- ✓ Google Calendario – Impostazioni e configurazioni
- ✓ Google Calendario – Approfondimento Task e Promemoria
- ✓ Google Task, Keep e Calendario
- ✓ Google Drive
- ✓ Google Form
- ✓ Suite Google Documenti



Le funzionalità avanzate di Google Suite

Photoshop - base

Durata: 16 h (8 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Giornalisti, Grafici e Communication Specialist

- ✓ L'interfaccia di Photoshop: Strumenti, Pannelli e Menù
- ✓ L'immagine digitale: dimensione, risoluzione e colore
- ✓ Gli strumenti di fotoritocco: correttivi, contrasto luminosità
- ✓ Il colore: sfumature, riempimenti, contagocce, campioni
- ✓ Gli strumenti di disegno e la pittura digitale
- ✓ Gli strumenti vettoriali: testo, forma e paragrafo
- ✓ Regolare e salvare le immagini



Le conoscenze di base per poter utilizzare il programma in modo creativo e le abilità per analizzare, elaborare, migliorare, correggere e ottimizzare le immagini digitali

Photoshop - avanzato

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Giornalisti, Grafici e Communication Specialist

- ✓ Gestione del colore: metodi, profili e impostazioni
- ✓ Regolazione dell'immagine: luminosità, contrasto ed effetti creativi
- ✓ Tecniche di selezione e Maschere di livello: salvare e caricare selezioni, modificare le maschere
- ✓ Strumenti e tecniche avanzate di fotoritocco e disegno
- ✓ Interventi creativi, azioni e tecniche di compositing
- ✓ Gestione avanzata dei livelli
- ✓ Tecniche di scontorno
- ✓ I Filtri: panoramica, filtri rendering, camera raw e fluidifica



Le potenzialità, gli strumenti di disegno e le tecniche avanzate di illustrazione digitale e fotoritocco, utili in campo editoriale e grafico

Illustrator - base

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Giornalisti e Grafici

- ✓ L'interfaccia: area di lavoro e definizione di documento
- ✓ Gli strumenti di base: pannello di controllo, penna, forme e maniglie di ancoraggio
- ✓ Tratto e riempimento: pannello campioni e colore, metodo colore, tonalità e tinta
- ✓ Il Pennelli e oggetti: strumento pennello e gomma, trasformare e ridimensionare oggetti
- ✓ Righelli e guide: la tavola disegno, la matita e tracciati
- ✓ Effetti e maschere di ritaglio: pennello aspetto e trasparenza, effetti stile e raster
- ✓ Livelli e pittura dinamica: gerarchia livelli, aspetto, allinea e distribuisci
- ✓ Il testo: salvataggio e distribuzione



Le caratteristiche fondamentali di illustrator, in particolare l'utilizzo degli strumenti di disegno e le tecniche base di illustrazione vettoriale e le sue interazioni con i programmi di Photoshop e InDesign

Illustrator - avanzato

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Grafici e giornalisti

- ✓ Tracciati e modifica punti di ancoraggio
- ✓ Strumenti avanzati: pennello, simboli, istanze
- ✓ Tecniche avanzate selezione: bacchetta magica, per livelli e sottolivelli, modalità isolamento
- ✓ Livelli gestione: ricalco e gestione avanzata immagini
- ✓ Effetti dinamici: trasformazione, distorsione, testo e 3D
- ✓ Lavorare con il colore: opzione ricolora e salvare biblioteche di campioni
- ✓ Gestire sfumature e le trasparenze
- ✓ Opzioni di salvataggio ed esportazione



Potenzialità e funzionalità di Illustrator: gli strumenti di disegno e le tecniche avanzate di illustrazione vettoriale, utili sia in campo editoriale sia artistico e l'integrazione con i programmi di Photoshop e InDesign

SEO avanzato & Growth hacking

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Content Specialist, Social Media Specialist

- ✓ Come disegnare una strategia di Growth Hacking Marketing
- ✓ L'approccio funnel AARRR (acquisition, activation, retention referral, revenue)
- ✓ Le Growth Hacking Machine per migliorare le performance
- ✓ Generare lead più qualificati convertendoli in futuri clienti
- ✓ Le funzionalità avanzate della piattaforma Google analytics: set up e analisi avanzate e aggregate dei lettori
- ✓ La scrittura data driven
- ✓ Case ed esempi di strategie di digital marketing basate sul funnel

SEO Growth



Le nuove tecniche per creare una advanced SEO strategy: dalla mappatura dei comportamenti degli utenti al modo per ingaggiarli online generando e trasformando il traffico di visitatori online in consumatori fidelizzati

UX & Visual Design

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Content specialist, Communication Specialist

- ✓ Il design visivo per creare e organizzare gli elementi per portare l'occhio dell'utente alla sua funzionalità
- ✓ Le tecniche per rendere coerente l'estetica
- ✓ Mappare e modificare la Visual User Experience di un utente rispetto a un prodotto o un servizio
- ✓ Organizzare i contenuti del sito Web attorno allo scopo di ciascuna pagina
- ✓ Tecniche perché il contenuto emetta i giusti segnali visivi
- ✓ Case ed esempi di user experience, secondo una logica user-centered



Principi e concetti del visual design: pensare con la testa e l'occhio dell'utente, le tecniche di progettazione e gli strumenti/mappe della UX, dall'analisi dell'utente alla costruzione di prodotti-servizi e processi secondo una logica user-centered grazie alle metodologie del Design Thinking

Advanced Video Editing and Adobe Premiere Pro

Durata: 12 h (6 virtual classroom da 2 ore)

Destinatari: Giornalisti, Communication Specialist e Grafici

- ✓ Introduzione al video digitale
- ✓ L'interfaccia
- ✓ Animazioni, Effetti, Titoli: creazione di maschere e forme, utilizzo dei keyframe, elementi in movimento, creazione titoli e transizioni
- ✓ Il video professionale: alterazione, sincronizzazione, gestione audio, color correction, regole di montaggio
- ✓ Esercitazione finale



Comprendere il potere comunicativo del video e padroneggiarlo attraverso Adobe Premiere Pro con la progettualità necessaria alla sua realizzazione in ambito professionale, dalla creatività all'esportazione fino al caricamento in rete

Vocal Design Techniques

Durata: 12 h virtual classroom

Destinatari: Giornalisti, Content specialist

- ✓ Da dove deriva il trend della voce e le sue potenzialità
- ✓ Dal voice marketing ai podcast
- ✓ Creare da zero un podcast
- ✓ La stesura del testo: lo storyboard
- ✓ Le tecniche di registrazione
- ✓ Come e dove pubblicare i podcast
- ✓ Piattaforma ClubHouse: potenzialità e best practice



Conoscere e approfondire il nuovo trend legato alla voce, come creare un podcast e comprenderne le potenzialità e come gestire una room su Clubhouse

Cybersecurity

Durata: 5 h (2 sessioni di virtual classroom di 2,5 h)

Destinatari: ALL

- ✓ Aspetti definatori della Cyber Security e sua rilevanza
- ✓ Cyber Crime e il mercato del crimine on line
- ✓ Perché il Cyber Crime è interessato alle aziende e ai nostri computer
- ✓ Le persone: la prima vulnerabilità di un sistema informatico
- ✓ Tipologie di eventi/incidenti Cyber
- ✓ Case study anonimizzati e case study di pubblico dominio legati ai cyber risk



- ✓ **Creare consapevolezza profonda riguardo la cybersecurity e fornire strumenti e conoscenze volte a un corretto utilizzo degli strumenti informatici per poter riconoscere potenziali rischi e sapere come evitarli**

Sistema operativo Windows

Durata: 8 h virtual classroom

Destinatari: coloro che passano da MacOS a Windows

- ✓ Funzionalità, impostazioni e dispositivi
- ✓ Gestire le cartelle e usare e comprimere file
- ✓ Cercare file e informazioni
- ✓ Internet e navigazione.
- ✓ Task manager
- ✓ Fare il backup e il ripristino
- ✓ Gestire la sicurezza: Windows Firewall & Windows Defender



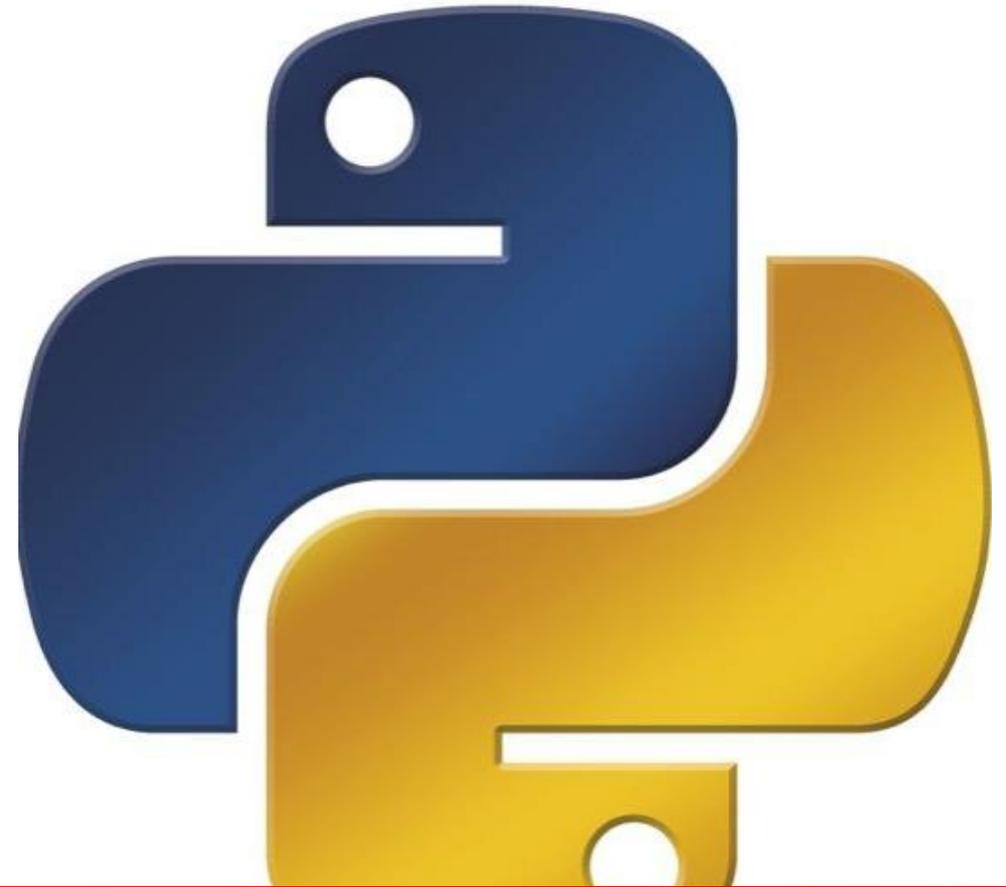
L'utilizzo dell'ultima versione del sistema operativo prodotto da Microsoft, Windows, al fine di utilizzare tutte le potenzialità offerte dal software e di organizzare al meglio il proprio lavoro risparmiando inutili perdite di tempo

Data Science con Python Basic & Intermediate

Durata: 6 virtual classroom da 4 h

Destinatari: Programmatori e Data Scientist

- ✓ Avvio alla programmazione partendo dalle basi. Setup dell'ambiente di sviluppo, introduzione ai paradigmi della programmazione object-oriented
- ✓ Parole riservate, sintassi, istruzioni, liste, set, dizionari, comprehension, operatori
- ✓ Funzioni, pacchetti, classi, eccezioni, funzione lambda
- ✓ Moduli esterni base, tipi di dato avanzati, moduli avanzati
- ✓ Matematic, scientifici, input/output, scrivere file, eccezioni, errori, debugging, request, generator, decorator
- ✓ Elementi di gestione di dataset con Pandas e Numpy. Importare e manipolare datasets



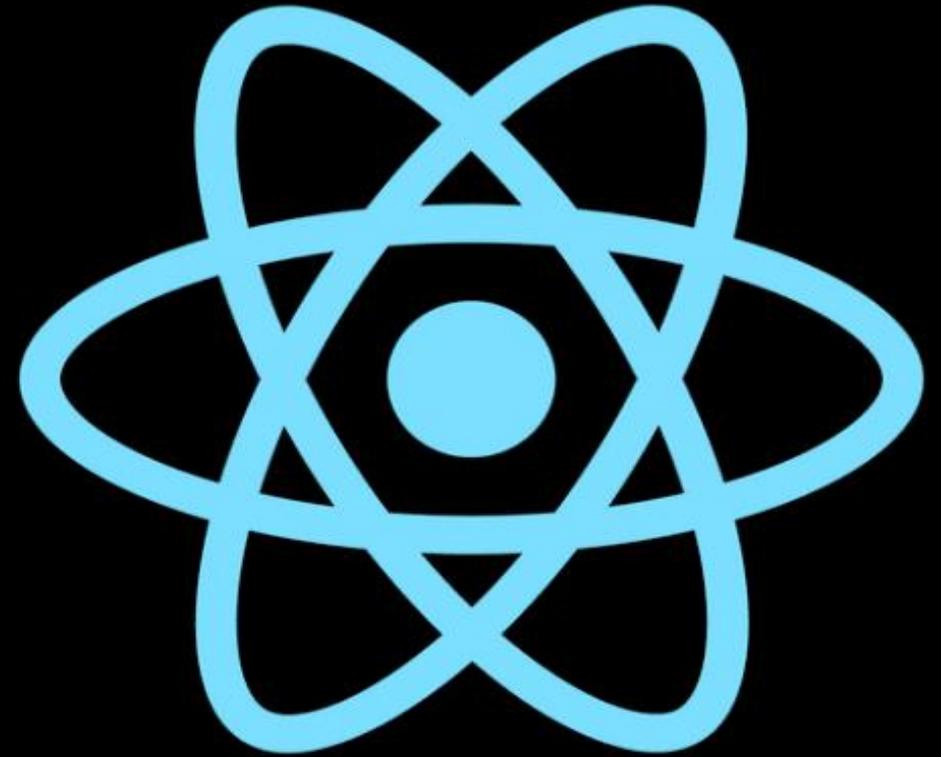
L'analisi dei dati con Python che, per la sua versatilità e affidabilità, si colloca in primo piano tra i linguaggi di programmazione più utilizzati per la manipolazione, trasformazione, analisi e presentazione dei dati mediante librerie apposite in ambito di Data Science e Intelligenza Artificiale

JavaScript, TypeScript & React Fundamentals

Durata: 6 virtual classroom da 4 h

Destinatari: Programmatori e Data scientist

- ✓ Solida base su JavaScript ES6 e TypeScript
- ✓ Comprendere le funzionalità più importanti delle ultime release della libreria (versione 16.13+) per essere subito operativi e produttivi
- ✓ Applicare fin da subito metodologie e best practice allo scopo di creare codice scalabile e semplice da mantenere: approccio component-based, custom hooks, lazy loading, gestione sicurezza, utilizzo di Typescript, componenti riutilizzabili
- ✓ Ridurre al minimo l'utilizzo di librerie esterne e cercare di creare tutto in autonomia al fine di padroneggiare l'utilizzo di React



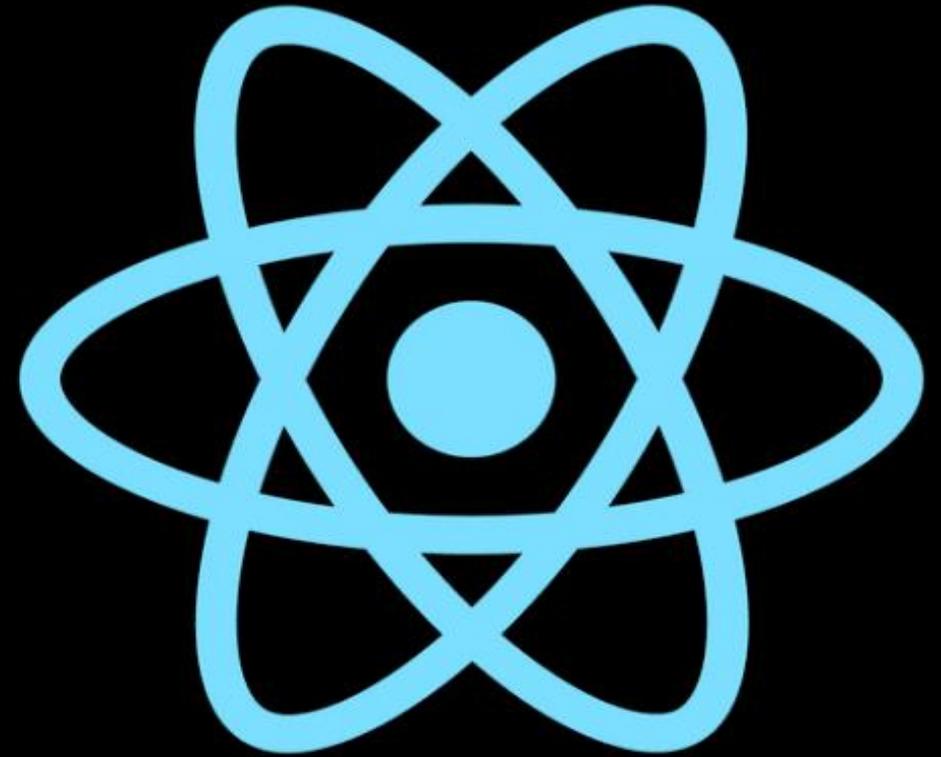
In questo corso si esamineranno i concetti fondamentali, le metodologie più utilizzate e i casi d'uso più frequenti che si presentano durante lo sviluppo di Single Page Application in React / Typescript

React Advanced & State management con Redux Toolkit

Durata: 6 virtual classroom da 4 h

Destinatari: Programmatori e Data scientist

- ✓ In questo corso si metteranno a confronto differenti tecniche di state management, si analizzeranno in profondità hooks, componenti e strategie per la creazione di applicazioni performanti e scalabili in React
- ✓ Utilizzo di Redux Toolkit, una libreria ufficiale realizzata dal team Redux allo scopo di:
 - semplificare l'utilizzo di Redux in React
 - ridurre drasticamente la quantità di codice e dipendenze
 - rendere Redux "opionated", definendo regole e buone pratiche



Gestire applicazioni complesse in React, creare codice riutilizzabile e mantenibile, integrare e utilizzare lo state manager Redux in applicazioni React utilizzando Redux Toolkit e Typescript

Business Innovation

Technology outlook, nuova visione strategica del business in chiave digitale e metodi per sviluppare innovazione

LIVE SEMINARS | New

scenarios for management

Durata: 14 h (4 workshop frequentabili separatamente) **Destinatari:** Management

- 1. Digital disruption & Business Transformation (2h + 2h)**
 - Ruolo strategico delle tecnologie digitali does IT matter
 - Disruptive Innovation e Big bang Disruption: come gestirle e come cavalcare da leader l'onda della digital transformation
 - Digitally enabled Business Model Design Innovation
- 2. Big Data & Business Analytics (2h + 2h)**
 - Case ispirazionali su tematiche di frontiera legate al mondo Artificial Intelligence, Machine Learning, BigData & PredictiveAnalytics
 - Potenzialità e vantaggi strategici e competitivi del loro utilizzo, le criticità e i principali ambiti di applicazione
- 3. Web & Social Media Analytics (2h + 2h)**
 - Come acquisire una leadership nella data driven strategy, basata su sorgenti "non convenzionali"
 - Potenzialità dei data analytics: scenari, temi di frontiera e trend
- 4. Organizzazioni inclusive: quali impatti per il business e la sostenibilità di Mondadori (2h)**
 - Il perché e il come dei progetti D&I in azienda raccontati da testimoni



Momenti di interazione e approfondimento con esperti e top manager di altre realtà rispetto a tematiche considerate core per l'evoluzione del business di Mondadori, al fine di trasmettere conoscenze, spunti di riflessione e visioni di scenario legate alle nuove opportunità tecnologiche e del digitale per alimentare l'innovazione e il valore di una cultura inclusiva per lo sviluppo organizzativo.

LIVE SEMINARS | Outlook

Technology & new trends

Durata: 10 h (5 workshop frequentabili separatamente)

Destinatari: ALL

1. Digital Transformation & Adaptive Enterprise (2h + 2h)
2. Innovation Mindset (2h + 2h)
3. Data driven enterprise (2h + 2h)
4. Cloud computing & Blockchain (2h + 2h)
5. Diversity & Inclusion come leva per accrescere il valore di Mondadori e delle sue persone (2h)



Webinar dal taglio divulgativo, con l'obiettivo di generare degli spunti di riflessione sulle principali tendenze tecnologiche e sul loro potenziale per la società e per il mondo del lavoro
Rendere familiari le metodologie di predizione

LIVE Webinar | Nuovi scenari e trend nel Retail

Durata: 5 h (1 workshop da 1 h e 2 da 2h)

Destinatari: ALL Retail

- 1.** RED Talks: come sta cambiando il settore, la voce ai protagonisti
- 2.** Il nuovo contest Retail:
 - ✓ Scenario attuale e nuovi trend
 - ✓ L'impatto sulle generazioni
 - ✓ Lettura delle emozioni del cliente e nuovi comportamenti
 - ✓ Il Retail Ibrido
 - ✓ Omnichannel & Digital Customer Journey
- 3.** Digital Attitude
 - ✓ Integrazione strumenti digital/social alla vendita in store
 - ✓ New digital Skills e approfondimento su alcuni canali social: Facebook, Instagram, Tik Tok, Clubhouse, Whatsapp business



Incontri per coinvolgere tutte le figure aziendali e stimolare una profonda riflessione sul cambiamento in atto nel mondo del Retail. Verranno coinvolti testimonial che daranno spunti attraverso le loro esperienze innovative che stanno contribuendo a far evolvere il settore in questa nuova era

Una nuova leadership e mindset per gestire il team di vendita

Durata: 20 h (5 virtualclassroom da 4 h)

Destinatari: Store Manager

- 1. Mindset e Leadership**
 - ✓ Senso di responsabilità propria e svilupparlo a tutti i livelli
 - ✓ Sviluppare resilienza e vision a medio-lungo termine
 - ✓ Alzare la sfida e lavorare sulla meritocrazia
- 2. Time Power: gestire il planning e stabilire le proprie priorità**
 - ✓ Integrare nuovi strumenti operative/digitali
 - ✓ Ridurre gli imprevisti, le perdite di tempo e le urgenze
- 3. Mente, emozioni, bisogni e relazione empatica con il cliente**
 - ✓ Come sono cambiati i comportamenti e i bisogni
 - ✓ Riconoscere il proprio ruolo e saper gestire le emozioni
 - ✓ Sintonizzarsi con le emozioni del cliente e instaurare relazioni autentiche e durature
- 4. Team engagement**
 - ✓ Soft skill e problem solving
 - ✓ Affidabilità e teamworking
- 5. Digital selling: come migliorare la digital customer experience**



Un training innovativo per apprendere e allenare una nuovo stile di leadership del team di vendita in modo interattivo e coinvolgente in cui si alternano contenuti e game based learning

Nuove competenze e mindset per una nuova relazione con il cliente

Durata: 20 h (5 virtualclassroom da 4h)

Destinatari: Addetti vendita

- 1. Mindset e new attitude**
 - ✓ Senso di responsabilità, autodisciplina e automotivazione
 - ✓ Misurare il proprio contributo al business
 - ✓ Allenarsi all'eccellenza e la ricerca del miglioramento
- 2. Time Power: gestire il planning e stabilire le proprie priorità**
 - ✓ Integrare nuovi strumenti operativi/digitali
 - ✓ Ridurre gli imprevisti, le perdite di tempo e le urgenze
- 3. Mente, emozioni, bisogni e relazione empatica con il cliente**
 - ✓ Come sono cambiati i comportamenti e i bisogni
 - ✓ Riconoscere il proprio ruolo e saper gestire le emozioni
 - ✓ Sintonizzarsi con le emozioni del cliente e instaurare relazioni autentiche e durature
- 4. La nuova relazione e comunicazione con il cliente**
 - ✓ Le tecniche delle neuroscienze e le keywords
 - ✓ La propria immagine, flusso verbale, armonia della voce
- 5. Digital selling: come migliorare la digital customer experience**



Un training innovativo per apprendere e allenare le nuove skill del team di vendita in modo interattivo e coinvolgente in cui si alternano contenuti e game based learning

Design Thinking & InnoLab

Durata: 12 h

Destinatari: ALL

- ✓ Design thinking come insieme di strumenti e mindset
- ✓ Come gestire un workshop design thinking
- ✓ Personas, job to be done / pain / gain, current future barriers & enablers

Project Work

L'aula, dopo la formazione teorica, verrà suddivisa in gruppi multifunzionali definiti ad hoc per includere diverse funzioni aziendali. Ciascun gruppo si focalizzerà su un argomento/tema di innovazione prioritario per l'azienda e svilupperà il progetto supportato dai trainer applicando le 4 fase del metodo DT:

I. Ricerca

II. Ideazione

III. Selezione

IV. Prototipizzazione



- ✓ Apprendere le metodologie di design thinking
- ✓ Sperimentare le tecniche di design thinking attraverso «case» specifici

Digital Marketing & Content Management

Le piattaforme del digital marketing, le web analytics, le tecniche di scrittura Seo e il social media content e il digital advertising

Web Analytics per l'editoria

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Digital Marketing Specialist, Content Editor

- ✓ Web analytics per le redazioni: interpretare i dati di navigazione e di fruizione dei contenuti di un sito
- ✓ Metriche e interpretazione dati con Google Analytics
- ✓ Studio dei concorrenti e report con Google Data Studio
- ✓ UX e mobile marketing per le redazioni
- ✓ Ottimizzare un contenuto editoriale per accrescere la recirculation
- ✓ L'ascesa dei micro-contenuti e l'elogio della leggerezza
- ✓ SEO e i nuovi formati di pubblicazione su Google
- ✓ Studio dei bisogni del lettore attraverso i tool SEO
- ✓ Indicizzazione e posizionamento di un sito: aspetti editoriali, tecnici e di comunicazione della presenza su Google
- ✓ Google per l'editoria: Google News e Google News Showcase
- ✓ Perché tornano newsletter e email mkt ai tempi dei social media: esempi di newsletter editoriali di successo



Strumenti per interpretare i dati di fruizione dei contenuti web, analizzare i concorrenti e ottimizzare i contenuti

Piattaforme del digital Advertising per l'editoria

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Marketing Specialist, Communication Specialist

- ✓ *Google Marketing Platform* e l'offerta pubblicitaria di Google
- ✓ Dalle keyword alle audience. Evoluzione dell'offerta pubbl.: le Google Ads, Google Merchant Center e soluzioni avanzate
- ✓ Ambienti di pianificazione di Google Ads e le campagne di remarketing
- ✓ *Facebook Business Manager*. l'offerta pubblicitaria di FB e Instagram per un editore
- ✓ Creative Hub e i formati pubblicitari non standard
- ✓ Le piattaforme per la pubblicazione sui social media: da creator Studio a Business Suite
- ✓ *Facebook Live Producers* la creazione di iniziative su FB
- ✓ Messenger e Instagram DM
- ✓ Facebook Insights, Instagram Analytics
- ✓ Il *growth hacking* applicato all'editoria: esempi dal mondo
- ✓ Iniziative, tecniche e tool di growth hacking lungo il funnel (TOFU, MOFU, BOFU)



Le piattaforme del marketing digitale: la piattaforma google e la creazione dei google Ads efficaci, l'offerta pubblicitaria di Facebook e Instagram (campagne tattiche e strategiche), le piattaforme per la social media analytics e il growth hacking

Il digitale per l'editoria scolastica

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Editor, Redattori, Sales

- ✓ Contenuti e piattaforme per la didattica digitale: esempi di editori italiani e stranieri per supportare gli insegnanti
- ✓ Contenuti per la didattica digitale: raccolta di iniziative ed uso nativo delle funzionalità offerte dagli smartphone
- ✓ La formazione agli insegnanti con le piattaforme digitali
- ✓ I social media per l'editoria scolastica: esempi di utilizzo di alcuni competitor e il caso Pearson dei social Reading
- ✓ Gli strumenti: Pagine, Gruppi, Eventi, Stories e Reels video, Live e le novità Creator Studio e Business Suite
- ✓ Contenuti veicolabili dalla rete commerciale attraverso gli instant messenger
- ✓ Youtube e Tik Tok per l'editoria scolastica: esempi e casi
- ✓ YT come piattaforma di marketing: promuovere il canale e i video Hub Scuola
- ✓ Lead generation e promozione profili social delle case editrici
- ✓ Pixel di Facebook come strumento di conoscenza dell'utente



Le piattaforme per poter sviluppare una didattica digitale e poter coinvolgere e formare gli insegnanti e lo sviluppo dei contenuti digitali. I social per erogare contenuti e per promuovere le case editrici

Digital Journalism

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Giornalisti, Digital Content Specialist

- ✓ Ascoltare la Rete e gestirne criticità: reperire informazioni, dati ed elementi utili per ideare e sviluppare contenuti
- ✓ Copyright, diritti di utilizzo, fact checking: aspetti legali del giornalismo digitale
- ✓ Come gestire commenti critici e hate speech on line
- ✓ Data Journalism; ragioni del successo, es. italiani e internaz.
- ✓ Principali tool di rappresentazione dei dati
- ✓ Le community editoriali e differenze con la gestione dei social
- ✓ La Piramide di Wikipedia e le differenze di gestione dei partecipanti in base al loro coinvolgimento
- ✓ Gli ambienti di gestione della community
- ✓ La scrittura web: come spingere il lettore ad approfondire contenuti, i titoli aperti
- ✓ Link e profondità di visita, come guidare il lettore
- ✓ La UX mobile nella produzione dei testi, l'attenzione a spaziature, dimensioni e correlati



Strumenti per ascoltare la rete, reperire informazioni, valutare lo studio della presenza online e del successo dei contenuti dei concorrenti nel mondo web, mobile e social, tool per rappresentare dati e gli ambienti di gestione delle community

Social Media Content per l'editoria

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Giornalisti, Content specialist, Communication Specialist

- ✓ *Facebook* la costruzione del contenuto: il design dei post e la ricerca e la dell'engagement e l'interazione con gli utenti
- ✓ Le esperienze interattive e stories: es. di piani editoriali per l'editoria
- ✓ *Instagram*: il visual storytelling
- ✓ La ricerca dell'interazione e le guide di Instagram e i rich content
- ✓ Facebook e Instagram ADV: nuova Business Suite, funzioni e differenze
- ✓ Il pixel di Facebook, come cambia il retargeting
- ✓ Gli obiettivi, traffico, reach, raccolta lead
- ✓ Influencer Marketing per l'editoria: micro influencer e rapporto con le community
- ✓ Ricerca degli influencer più adatti al nostro scopo e analisi del loro engagement e credibilità



Creare contenuti ingaggianti per i diversi social e gestire le interazioni con gli utenti; le nuove funzionalità per gli adv su Instagram e Facebook e l'influencer marketing

Non solo Facebook: i nuovi social

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Giornalisti, Content Specialist, Communication Specialist

- ✓ Tit tok e i video verticali
- ✓ Youtube Analytics, frequenza di visione e i canali di traffico
- ✓ Video nell'universo Facebook: costruzione e progettazione del piano editoriale e la costruzione delle stories
- ✓ I formati Adv video, stream e midroll in FB
- ✓ Ottimizzare contenuti editoriali per accrescere recirculation
- ✓ TikTok e i vertical video: motore di editing video, effetti montaggi
- ✓ Challenge, duets, stich e formati per l'engagement video
- ✓ L'ingaggio degli influencer, analisi e scoring
- ✓ Piattaforme streaming per l'editoria: YT Live, FB e InstagramLive per autori, giornalisti e editori
- ✓ I fomati AdV video, stream e midrol



Strumenti per ascoltare la rete, reperire informazioni, valutare lo studio della presenza online e del successo dei contenuti dei concorrenti nel mondo web, mobile e social, tool per rappresentare dati e gli ambienti di gestione delle community

Social Video Strategy

Durata: 8 h (4 virtual classroom da 2 h)

Destinatari: Giornalisti, Content specialist

- ✓ Youtube e ricerca del contenuto: canali brand e la Seo di YT
- ✓ Youtube Analytics, frequenza di visione e i canali di traffico
- ✓ Video nell'universo Facebook: costruzione e progettazione del piano editoriale e la costruzione delle stories
- ✓ I formati Adv video, stream e midroll in FB
- ✓ Ottimizzare contenuti editoriali per accrescere recirculation
- ✓ TikTok e i vertical video: motore di editing video, effetti montaggi
- ✓ Challenge, duets, stich e formati per l'engagement video
- ✓ L'ingaggio degli influencer, analisi e scoring
- ✓ Piattaforme streaming per l'editoria: YT Live, FB e InstagramLive per autori, giornalisti e editori
- ✓ I fomati AdV video, stream e midrol



Strumenti per ascoltare la rete, reperire informazioni, valutare lo studio della presenza online e del successo dei contenuti dei concorrenti nel mondo web, mobile e social, tool per rappresentare dati e gli ambienti di gestione delle community

Nuove forme di advertising digitale

Durata: 5 h (2 virtual classroom da 2,5 h)

Destinatari: Marketing Specialist, Content specialist (livello avanzato)

- ✓ Forme di advertising digitale SEM, blog , email, programmatic
- ✓ Analisi di case aziendali con utilizzo della programmatic
- ✓ Nuovi trend di marketing digitale: affiliation e phygital
- ✓ Casi di successo con ecommerce & affiliation
- ✓ Esercizio di finalizzazione di una strategia marketing digitale con utilizzo di diversi strumenti



I nuovi trend nel marketing digitale e le nuove forme di advertising digitale; la tracciabilità dei comportamenti, l'automazione delle attività e analisi dei dati provenienti da diverse fonti

E-reputation e Digital Crisis

Durata: 5 h (2 virtual classroom da 2,5 h)

Destinatari: Communication specialist e Giornalisti

- ✓ Che cos'è la Brand Reputation
- ✓ Come si misura e si migliora la Brand Reputation
- ✓ Cosa determina una «cattiva» reputazione
- ✓ Come gestire la crisi: strategie e metodi
- ✓ Esercitazioni



Come migliorare la propria brand reputation come leva per incrementare le vendite, distinguersi dai competitor e migliorare le performance e come gestire le crisi sui media digitali