



Corso Giacomo Matteotti n.0 – 10121 Torino

Tel.011.5233542 Fax 011.542704

Web: www.csa-torino.it

E-mail : csaposta@csa-torino.it Legalmail: csaposta@pec.it

P IVA: 08627620019 – CCIAA 987910



**(FONDO PARITETICO INTERPROFESSIONALE NAZIONALE PER LA FORMAZIONE
DEI DIRIGENTI DEL SETTORE DEL TERZIARIO)**

**HA ACCREDITATO E INSERITO IN BACHECA PER LA FORMAZIONE CONTINUA I
SEGUENTI CORSI DEL C.S.A.**

ANNO 2011

**"I RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI PER LA
SICUREZZA (RLS)**

OBIETTIVI DIDATTICI

Il percorso formativo intende fornire ai partecipanti aggiornamenti e competenze specifiche che fanno riferimento alle funzioni di Responsabile ed Addetto di tutte le complesse tematiche conseguenti alla sicurezza nell'ambiente di lavoro e si propone di analizzare le alternative strategiche per la sua gestione, nell'ottica delle novità legislative nel frattempo intervenute ed anche per ciò che riguarda le conseguenti responsabilità sia del datore di lavoro che del lavoratore e del suo rappresentante.

CONTENUTI PROPOSTI

Considerazioni di contesto

Il lavoro come creazione di valore e progresso in condizione di efficacia, efficienza ed economicità, coniugando la sicurezza e la salute nell'ambiente di lavoro, rappresenta una sfida sempre più critica ed ambiziosa, eppure ineludibile, alla luce delle quotidiane e tragiche notizie provenienti dal settore privato.

L'attuazione degli adempimenti di "sicurezza" per gli ambienti di lavoro, previsti dal D. Lgs. n.626/94 e s.m.i., derivanti dall'azione di recepimento effettuata dallo Stato Italiano delle più importanti direttive Europee di carattere sociale, richiede la utilizzazione di un modello-sistema di tipo organizzativo oltre che tecnico, nel quale "l'uomo" e quindi anche il "lavoratore" è posto al centro del modello-sistema.

La realizzazione del conseguente programma di intervento formativo contenente l'attività di prevenzione e gli interventi di protezione (misure di sicurezza) da attuare ai fini della stessa sicurezza, è basato pertanto, anche sull'intervento attivo, partecipato e collaborativo dei lavoratori e soprattutto dei loro Rappresentanti per la Sicurezza.

Il presente percorso formativo è finalizzato alla formazione dei RLS, in modo equilibrato, con metodologie, procedure e contenuti tecnici mirati sia alla collaborazione per lo svolgimento dell'attività di prevenzione degli infortuni, sia ad orientare e sostenere attraverso una ricognizione di possibili "rischi" di tipo infortunistico, igienico-ambientale, ergonomico ed organizzativo i

"soggetti" che a tali compiti, in rappresentanza di tutti i lavoratori la legge chiama ad operare.

ARGOMENTI

Rappresentanti Lavoratori per la Sicurezza" (RLS)

Principi costituzionali e civilistici: Normativa nazionale e comunitaria - Il D. Lgs 626/94 e s.m.i. : campi di applicazione e figure coinvolte - Aspetti normativi dell'attività di rappresentanza dei lavoratori – Elezione degli RLS, ruolo, funzioni, consultazione e accesso alle informazioni - *Lo statuto dei lavoratori* - Principali soggetti coinvolti e relativi obblighi (obblighi del datore di lavoro , del Servizio di Prevenzione e Protezione, dei lavoratori, dei fornitori e degli installatori, attività di terzi presso l'azienda

I soggetti del sistema di prevenzione - Il sistema pubblico della prevenzione.

Luoghi di lavoro (D.P.R. n.303/56 e D.P.R. 547/55 e s.m.i.) - Dispositivi di protezione individuali - Videoterminali e videoterminalisti.

Informazione e formazione.

Simulazione in aula di uno stage presso il luogo di lavoro di appartenenza, secondo quanto stabilito e validato dall'Organismo Paritetico Regionale -Verifica di fine corso

Durata: 30 ore + 2 di [verifica finale](#)

VALUTAZIONE FINALE E RILASCIO DI ATTESTATO ABILITANTE

Al termine del corso, dopo le verifiche intermedie e finali (test) da parte dei docenti, verrà rilasciato attestato di frequenza, conforme alla vigente normativa, all'interno del quale il partecipante potrà svolgere le funzioni di RSL. Sono ammesse assenze di partecipazione al corso non superiori al 20% della durata complessiva del percorso formativo.

METODOLOGIA DIDATTICA

Esposizione generale sulla sicurezza mediante proiezione di slides: del lavoro in ufficio; di lavoro di sportello, di lavoro d'archivio; di lavoro di magazzino; i servizi tecnologici per la manutenzione; i servizi di elaborazione dati; gli appalti d'opera e di servizio, anche alla luce dell'evoluzione legislativa ed alla razionalizzazione delle forme gestionali. Esposizione con esempi e modelli per far acquisire competenze per una gestione in sicurezza ottimale dei vari servizi Discussione e quesiti al termine di ogni singola illustrazione degli argomenti.

PRIVACY

1 OBIETTIVI DIDATTICI

Il seminario è indirizzato a tutto il personale amministrativo/legale in genere, responsabili del trattamento, operatori informatici, coinvolto nel trattamento dei dati ed in particolare quanti sono già nominati o in procinto di ricevere la la nomina di Responsabile

2. CONTENUTI PROPOSTI

Argomenti

Il Testo Unico sulla Privacy: contenuti e aspetti legali - Gestione dei dati personali: obblighi previsti e possibili sanzioni - Redazione dei documenti contemplati dal disciplinare tecnico
- Semplificazioni e nuovi provvedimenti - La verifica annuale di conformità al TUP - La figura dell'amministratore di rete: problemi e soluzioni -Responsabilità e compiti del personale nominato Responsabile del trattamento dei dati. Analisi del documento di nomina a Responsabile. Descrizione

delle verifiche e dei controlli da effettuare sui dati. Misure minime di sicurezza e DPS (Documento Programmatico sulla Sicurezza). Verifiche e controlli. Analisi dei rischi ed individuazione delle misure minime da adottare. Problematiche comuni in materia di tutela dei dati personali. Analisi di alcuni Provvedimenti del Garante. Violazioni e sanzioni. Domande e discussione.

3. METODOLOGIA DIDATTICA

Il corso si articola in una prima parte teorica ed una seconda pratica, finalizzata all'attuazione sostanziale delle misure di sicurezza ed alla loro verifica. Per meglio comprendere l'impatto operativo della normativa verranno esaminati insieme ai partecipanti casi concreti portati all'attenzione del Garante. Si analizzeranno le procedure operative da rispettare ogni giorno nella prassi lavorativa.

MOBBING

2 OBIETTIVI DIDATTICI

Il CORSO si propone di illustrare *il fenomeno del mobbing, analizzato sia dal punto di vista giuridico che economico, sociale e di immagine, al fine di impedirne la diffusione negli ambienti di lavoro, specie da parte dei gestori dei rapporti interpersonali e del clima nell'ambiente di lavoro.*

In particolare: il recente provvedimento legislativo e le varie fattispecie previste anche nel Cod. Civ. che hanno già formato oggetto di pronunce da parte della Magistratura (da ultimo la recente sentenza della Cassazione) sul fenomeno del: Mobbing, Bossing, Straining, che manifestano il demansionamento, dequalificazione, ingiurie, offese, molestie sessuali, ecc.

Le conseguenze di tali fenomeni e la possibilità di risarcimento del danno. Le forme di tutela del lavoratore e quelle dell'Azienda. Le disposizioni anti mobbing previste nei CCNL ed il Comitato Paritetico

2. CONTENUTI PROPOSTI

Argomenti

1 giornata mattina

Evoluzione storica dei concetti di mobbing, discriminazione e molestie (sessuali e non). Analisi e commento di materiale documentale, con il supporto di tavole sinottiche.

Cenni al corpus normativo: nel diritto civile (con particolare attenzione al mondo del lavoro), nel diritto penale e nel diritto antidiscriminatorio. Commenti e domande

Pomeriggio

Le "forme" del mobbing e delle molestie: analisi e commento di casi pratici

Analisi e commento della giurisprudenza in materia. Ideazione di casi e soluzione degli stessi con gli strumenti normativi presentati nel corso della giornata

Domande e commenti

2 giornata

Definizione del mobbing e raccolta di esperienze (*con un questionario breve da far riempire ai /alle partecipanti, prima del corso, anonimo, i risultati verranno utilizzati durante il 2 giorno*).

Il ruoli, le persone, il/la consulente di fiducia, i comitati anti-mobbing, l'amministrazione ed i sindacati: chi gioca quale ruolo?

Lo scopo e l'oggetto del mobbing: perché una persona ne diventa vittima e quali sono i mezzi per sostenerla?

Chi sono i/le mobbizzatori/trici?

Quali azioni possono essere intraprese per contrastare il mobbing?

Come prevenire e quali campagne di informazione?

Il ruolo delle parti nella prevenzione. Un'angolazione specifica nell'azienda privata.

Cenni alla situazione Europea . Domande e discussione.

3. METODOLOGIA DIDATTICA

Esposizione generale prima sotto l'aspetto giuridico e poi sociale sul fenomeno del mobbing in generale e delle aziende. In particolare. Prima del corso del 2° giorno verrà sottoposto ai partecipanti un questionario breve, anonimo, i cui risultati formeranno oggetto di analisi e discussione durante la 2° giornata anche con riferimento alle figure professionali che all'interno del Comitato paritetico assumono i Componenti. Discussione e quesiti al termine di ogni singola illustrazione degli argomenti.

PARI OPPORTUNITÀ'

1. OBIETTIVI DIDATTICI

Modalità di applicazione della prospettiva di genere e di declinazione secondo principi di uguaglianza di opportunità di politiche e programmi di governance.

panoramica sui concetti di parità, pari opportunità, tutela, diritti, mainstreaming di genere e di empowerment e sulla loro applicabilità, partendo dalle indicazioni programmatiche e strategiche dell'Unione Europea e individuando ambiti di applicazione concreti, anche attraverso esempi di buone prassi realizzate a livello locale e transnazionale.

2. CONTENUTI PROPOSTI

Argomenti

1 giornata -LE PARI OPPORTUNITÀ: inquadramento generale, situazione, prospettive

Introduzione alle tematiche di genere

I concetti base e la terminologia di riferimento; L'evoluzione del concetto di parità e pari opportunità tra donne e uomini; Parità e pari opportunità per tutti e parità e pari opportunità tra donne e uomini; Prospettiva di genere, mainstreaming, empowerment

La normativa e le indicazioni strategiche; Livello comunitario; Livello nazionale; Livello regionale

Le politiche di conciliazione

La normativa a favore della conciliazione; Conciliazione e prospettiva di genere: ruoli e responsabilità di donne e uomini per la definizione di un equilibrio tra lavoro e vita personale; Qualità della vita e conciliazione: strumenti per la definizione di uno sviluppo sostenibile

Gli organismi e le istituzioni di parità

Natura e compiti degli organismi di parità; Gli organismi di parità come strumenti di applicazione delle politiche di parità e pari opportunità; Il possibile ruolo degli organismi di parità nella programmazione

PARI OPPORTUNITÀ E IMPATTO DELLE POLITICHE: la valutazione di genere

Valutare le politiche di pari opportunità

Principi e strumenti della valutazione; La valutazione della programmazione e dell'azione dell'azienda; La valutazione d'impatto di genere e il documento V.I.S.P.O. (Valutazione Impatto Strategico Pari Opportunità); La valutazione dell'impatto di genere delle politiche pubbliche in un contesto di sviluppo; La lettura dei bilanci pubblici e la valutazione della spesa secondo una prospettiva di genere (gender budgeting)

2 giornata: PARI OPPORTUNITÀ E l'applicazione all'interno dell'Azienda

L'applicazione delle politiche di genere nell'organizzazione del lavoro

Il mainstreaming di genere e l'empowerment come obiettivi e metodi di lavoro; Strumenti, modalità e tecniche di applicazione.

L'Organizzazione del lavoro in un'Azienda secondo un'ottica di genere

La situazione organizzativa; Gli obiettivi del cambiamento e del miglioramento organizzativo in una prospettiva di genere; Lo sviluppo delle risorse umane e il contributo della prospettiva di genere; La valorizzazione delle competenze femminili

La programmazione in ottica di genere

Pianificazione e programmazione in ottica di genere; Governance e mainstreaming di genere; I Piani di Azioni Positive; I Piani di Coordinamento degli Orari.

3. METODOLOGIA DIDATTICA

Esposizione generale e particolareggiata sulle pari opportunità degli. con riferimento, in particolare anche alle figure professionali che all'interno del Comitato paritetico assumono i Componenti. Discussione e quesiti al termine di ogni singola illustrazione degli argomenti.

LA COMUNICAZIONE PUBLIC SPEAKING

Il corso si propone di:

- a) - sviluppare la conoscenza dei concetti, degli strumenti e dei metodi di comunicazione in pubblico;
 - b) - potenziare la capacità di pianificazione e gestione di processi di comunicazione;
 - c) - Essere in grado di progettare un piano di comunicazione.
- E, inoltre,
- d) - potenziare la capacità di gestione della comunicazione e delle relazioni interpersonali nell'ambito dei processi lavorativi;
 - e) - essere in grado di riconoscere e valorizzare le proprie modalità comunicative e relazionali e quelle dei propri interlocutori, individuando le modalità e le risposte più appropriate;
 - f) - saper osservare il proprio comportamento comunicativo e relazionale, valutarne la qualità e definire i piani di azione personali per migliorare la propria capacità comunicativa alla luce di quanto appreso.

2. CONTENUTI PROPOSTI

Principali contenuti

1^a Giornata: La comunicazione in pubblico: Cos'è e quando nasce; caratteristiche e riferimenti normativi Lo stato dell'arte. I ruoli nella comunicazione. Il piano di comunicazione: Fasi e strumenti (I rapporti con il pubblico e l'immagine dell'Azienda; la comunicazione efficace; le strategie di informazione e comunicazione a supporto dell'attività) *Lavoro di gruppo: La progettazione di un evento comunicativo.*

2^a Giornata - Il ruolo nella comunicazione nei processi di lavoro nelle organizzazioni complesse: Il processo di comunicazione; Stili di comunicazione e modello dell'assertività. Stili di relazione, ascolto e gestione dei conflitti: Gli strumenti di comunicazione interna (i linguaggi e le tecniche di comunicazione umana come comportamento; le competenze del personale e le caratteristiche del messaggio). *Lavoro di gruppo: Progettazione di strumenti di comunicazione interna e verso l'esterno*

3.METODOLOGIA DIDATTICA

1 giornata - Presentazione del programma e degli obiettivi del corso; Aspettative e motivazioni dei partecipanti. Lavoro di gruppo.

2 giornata - Presentazione del programma e degli obiettivi del corso; Aspettative e motivazioni dei partecipanti. Lavoro di gruppo
Evoluzione legislativa . Discussione e quesiti.

Le nuove frontiere del Marketing “Dal marketing classico al Social marketing”

Obiettivi:

Corso con lo scopo di far conoscere ai partecipanti le nuove frontiere del marketing e della relazione con il cliente.

L'obiettivo principale è quello di far capire l'importanza di questa disciplina e i vantaggi che apporta a livello organizzativo e in termini di vendite

Contenuti:

Dal Marketing “classico” al Marketing “relazionale”

- l'evoluzione del marketing
- I fondamenti ed i benefici del marketing relazionale
- Il nuovo focus: la gestione della relazione

Modello di acquisto

- il nostro centro: il consumatore cliente
- a ogni cliente la sua strategia

La relazione efficace nella fase di vendita

- Come costruire con efficacia la relazione
- gli strumenti da utilizzare per il controllo dell'attività

Case History

Metodologia:

il percorso è strutturato per permettere ai discenti di capire meglio le potenzialità degli strumenti di marketing attraverso la presentazione di casi pratici.

La parte pratica del percorso presuppone una parte introduttiva teorica per permettere di allineare il linguaggio e la comprensione degli argomenti.

Esperto Marketing e Commerciale

Obiettivi

creare le sinergie tra i commerciali e l'ufficio marketing, in modo tale che il contatto con l'utenza e i potenziali clienti sia efficace, e soddisfacente avendo una visione delle strategie e del programma di insieme.

Contenuti

La gestione commerciale orientata al marketing

- Le differenze tra l'approccio di marketing e quello di vendita
- L'impostazione operativa di marketing

Il mercato

- Analisi dell'attuale mercato : peculiarità, problematiche, e soluzioni
- Presentazione dei nuovi mercati da affrontare

La pianificazione della vendita di servizi

- Il processo di vendita: l'attenzione, l'interesse, il desiderio e l'azione
- Il ruolo del venditore: il rapporto venditore/cliente
- L'ascolto: strumenti per affrontare le trappole e gli ostacoli più frequenti
- Gli strumenti di vendita: strumenti di vendita della vostra azienda e la gestione post- vendita

La fase di verifica

- Il rispetto degli obiettivi del piano di marketing
- La pianificazione continua: gli incontri periodici
- Analisi delle diverse situazioni di lavoro e delle problematiche più comuni

Metodologia

Massima interattività tra partecipanti e docenti; docenza con ricorso a casi aziendali;

NOTE INFORMATIVE

A ciascun corso sarà ammesso un **numero massimo di 25 partecipanti.**

Modalità operative per l'erogazione dei contributi

I corsi potranno essere attivati **previa conferma**).

Le iscrizioni ai corsi rimangono aperte fino a esaurimento dei posti disponibili e comunque fino a 5 giorni lavorativi prima dell'inizio dei corsi..

Orari, calendari, sede formativa e informazioni

I corsi si svolgeranno in **orari diurni o pre-serali**, in giorni per quanto possibile concordati con i partecipanti.

Le attività formative avranno luogo presso il Collegio San Giuseppe, via San Francesco da Paola, 23 – Torino.

Per informazioni sui programmi corsi o per iscriversi, contattare:

Segreteria CSA FORMAZIONE* orario 09,30-13,00

C.so Giacomo Matteotti, 0 – 10121 Torino

Tel: +39 011 5887415

Fax: +39 011 542704

E-mail: csaposta@csa-torino.it Pec: csaposta@pec.it

Torino, aprile 2011

Training Manager

Agenzia Formativa accreditata e certificata, disponibile ad effettuare a richiesta degli Enti, corsi in house.

UNI EN ISO 9001 : 2008

UNI EN ISO 9001 : 2008

