

Tentacle Learning Platform



CATALOGO
CORSI



DIGITAL SOFT SKILL

Digital Soft Skill di base

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Digital Mindset	Capacità di sviluppare un mindset disponibile ad adattarsi ai frenetici ritmi imposti dalla trasformazione digitale e in grado di coglierne le sfide a proprio vantaggio.	43min	7	<ul style="list-style-type: none">• Introduzione• L'apertura al cambiamento• La trasformazione digitale• Digital Disruption• Nuovi player e nuove abitudini• Digital Economy• Economia dell'esperienza condivisa
Digital Literacy	La trasformazione digitale richiede lo sviluppo di una solida consapevolezza riguardante sia i nuovi ambienti per la ricerca del sapere sia le modalità con cui le informazioni vengono raccolte ed elaborate. Una delle sfide più importanti dell'era digitale è l'affinamento del pensiero critico rispetto alla molteplicità di fonti disponibili.	42min	6	<ul style="list-style-type: none">• Una competenza di base• Questione di alfabetizzazione• Il contesto della skill• I modelli di riferimento• Da soft skill a digital soft skill• Le Keywords e i feed RSS
Il Knowledge Networking	Il Cloud oltre ad essere un'essenziale infrastruttura digitale, rappresenta anche un'opportunità per condividere in maniera più semplice e diretta informazioni e materiali, ossia un sistema di conoscenze. La condivisione del sapere è infatti uno degli elementi cardine della rete internet.	30min	5	<ul style="list-style-type: none">• Conoscenza, una parola, tante sfumature• Condividere la conoscenza• Personal networking e knowledge networking• I modelli di riferimento• Gli ambienti digitali per condividere la conoscenza
Digital Privacy	La crescente condivisione di materiali e informazioni online rende necessario un solido controllo dell'accessibilità, o meno, ai propri contenuti condivisi. Per utilizzare in sicurezza gli strumenti digitali è necessario saper proteggere i propri dati confidenziali in base al contesto di riferimento e allo strumento utilizzato.	26min	4	<ul style="list-style-type: none">• Big data e Cybersecurity• Tutelare la Digital Privacy• I modelli di riferimento• Le minacce digitali



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

Digital Soft Skill per la collaboration

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Digital Problem Solving & Creativity	Gli strumenti che il digitale ci mette a disposizione possono essere impiegati anche per amplificare le capacità legate alla risoluzione dei problemi e alla creatività, due abilità che sotto molti aspetti rappresentano due volti della stessa medaglia. Oggi essere dei problem solver e dei creativi digitali significa saper sfruttare appieno le opportunità che il digitale offre in questi due ambiti.	28min	5	<ul style="list-style-type: none"> • Il problem solving • I modelli internazionali • I vantaggi della digital creativity • Audio, video, foto: strumenti e abilità • Applicare le competenze
Digital Team Working	Il Cloud rappresenta una delle soluzioni digitali più astratte, ma allo stesso tempo con le ricadute pratiche più rilevanti per la vita personale e professionale degli individui. Il Cloud è sinonimo di accesso da remoto ad un sistema pressoché illimitato di risorse di vario genere. Ciò significa non essere più ancorati a dinamiche predefinite di spazio e tempo per svolgere l'attività lavorativa, tanto individuale quanto in collaborazione con altre persone.	37min	5	<ul style="list-style-type: none"> • Lavorare in team, come? • I modelli per il Digital Team Working • Le suite di lavoro • Cloud e remote working • Il task management
Virtual Communication	L'avvento del digitale ha modificato profondamente le dinamiche comunicative delle persone. La rivoluzione digitale mette a disposizione molteplici nuovi mezzi in grado di amplificare le potenzialità umane e gli strumenti di comunicazione digitale ne sono un esempio. Per riuscire a trarre il massimo beneficio da questa trasformazione è necessario sapersi muovere con agilità all'interno degli ambienti virtuali.	37min	6	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicazione verbale • Scrivere in modo efficace • Parlare in pubblico • Il modello europeo • La comunicazione scritta sui canali digitali • I nuovi ambienti digitali per il public speaking



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

DIGITAL SOFT SKILL

Digital Soft Skill di ruolo

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Digital Listening	Il digitale sta modificando profondamente le modalità di relazione con il prossimo, tanto a livello personale quanto professionale. Gli strumenti digitali favoriscono una sempre più mirata attività di “ascolto del mercato” da parte delle aziende. Diventa quindi importante coltivare la capacità di saper desumere feedback utili ad orientare il processo decisionale dell’azienda a partire dall’ascolto delle conversazioni in rete.	29min	4	<ul style="list-style-type: none">• I mercati sono conversazioni• Sentire o ascoltare?• Digital e Social Listening• La sentiment analysis e i tool per l’ascolto online
Digital Influence	Uno degli aspetti salienti della Digital Transformation è lo sviluppo degli ambienti virtuali e della loro frequentazione. Diventa quindi cruciale saper sviluppare e gestire il proprio personal brand sui canali digitali, rafforzando di conseguenza la capacità di influenzare il pensiero e il comportamento altrui.	41min	6	<ul style="list-style-type: none">• Introduzione alla Digital Influence• Il Personal Branding• La digital influence• Gli ambienti digitali per la Digital Influence• Strategie editoriali per influenzare il web• Influencer Marketing



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

Digital Trend

A CHI SI RIVOLGE
TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Blockchain: il libro mastro digitale	Letteralmente “catena di blocchi”, la blockchain rappresenta oggi il futuro delle transazioni (non solo finanziarie!).	49min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione alla Blockchain • La Blockchain e il Bitcoin • La Blockchain e gli Smart Contract • La Blockchain oltre il mondo finanziario
Big Data: la vita al tempo dei grandi dati eterogenei	Generare nuove forme di valore a partire da quello esistente: i Big Data rappresentano oggi il nuovo petrolio!	43min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione ai Big Data • Big Data & Analytics • Il mercato e i casi d'uso • I professionisti dei Big Data
Il mondo connesso dell'Internet of Things	Oltre che negli stabilimenti industriale, l'IoT sta entrando all'interno delle case e delle città. Oggi qualsiasi cosa può essere collegata alla rete! Per questo, è forse meglio parlare di Internet of Everything?	48min	5	<ul style="list-style-type: none"> • L'IoT e gli smart object • Alcuni numeri sull'IoT • Le Smart Home • Smart city e Connected car • La Smart agricolture
Il mondo tra le nuvole: la Cloud Revolution	La sicurezza dei dati al tempo della Cloud Revolution: una tecnologia che è qui per restare! Il Cloud permette l'accesso da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento a risorse di vario tipo. Che impatti ha questa rivoluzione sui vari settori?	53min	5	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al Cloud • Il cloud computing • I player: AWS • I player: Azure • I player: Google e Alibaba
L'IA per amplificare la vita dell'uomo	Curiosità e un po' di mistero ruotano attorno all'intelligenza artificiale, una delle frontiere più avveniristiche della rivoluzione digitale. Artificial Intelligence, Machine Learning, Natural Language Processing: una macchina può pensare come un umano?	51min	5	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione all'IA • IA: alcuni numeri • Assistenti virtuali e smart speaker • Dalle auto a guida autonoma ad Alpha Go • I chatbot



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

Train the trainer

A CHI SI RIVOLGE
RISORSE UMANE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Smart Education	La formazione necessita di innovarsi attraverso una nuova metodologia didattica, quella della Smart Education. Quest'ultima si fonda sull'apprendimento attivo e partecipativo che si realizzano attraverso strumenti che consentono al processo di apprendimento di trasformarsi da push a pull.	39min	4	<ul style="list-style-type: none"> • La metodologia della Smart Education • Strumenti digitali e innovazione dei percorsi formativi • Oltre i tradizionali contesti di apprendimento • Smart Education: nuovi touchpoint formativi
Digital Storytelling	L'integrazione di nuove modalità e strumenti per rendere il processo formativo maggiormente efficace è una best practice a cui i progettisti della formazione devono guardare. Un cambiamento dettato dall'entrata in scena di nuove dinamiche di comunicazione, sempre più influenzata dall'uso dei canali digitali.	25min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Un nuovo modo di concepire il linguaggio • L'importanza della narrazione nella formazione • Il visual storytelling e le basi neuroscientifiche dell'apprendimento • La creazione e l'erogazione di un contenuto
Flipped Classroom	L'aula si trasforma ed emerge una nuove modalità di apprendimento che si sostituisce alla tradizionale lezione frontale. Stiamo parlando della flipped classroom, letteralmente "classe rovesciata".	24min	4	<ul style="list-style-type: none"> • L'aula come momento di sperimentazione attiva • Metodologie per la facilitazione e l'apprendimento • Da docente a facilitatore: strumenti pratici per la progettazione • Il momento d'aula
Active Learning & Gamification	Attraverso l'active learning, una sperimentazione contestualizzata di quanto appreso nel corso del percorso di apprendimento, è possibile rendere la formazione un'attività attrattiva, non da promuovere, ma in grado di attrarre.	20min	3	<ul style="list-style-type: none"> • L'active learning: cos'è e come si struttura • L'importanza della gamification e i suoi elementi costitutivi • Da push a pull: logiche di gioco e project branding
Social Learning	La psicologia ha sempre insistito sulla rilevanza dell'apprendimento attraverso l'imitazione e l'aggregazione sociale. In questo senso, i social si rivelano un valido alleato! Ma quali e come integrarli?	23min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Il social learning: favorire l'interazione e lo scambio tra pari • I social in azienda: strumenti per la comunicazione e l'informazione continua • Virtual communication: la nuova grammatica degli ambienti social • I diversi canali per sviluppare progetti di formazione e aggiornamento continuo



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

Leadership e managerialità (1/2)

A CHI SI RIVOLGE
MANAGER



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
New leadership models	In questo corso parleremo di fasi evolutive e stili di leadership. Vedremo come ogni organizzazione possa crescere ed evolvere passando da una leadership direttiva a quella che viene definita leadership diffusa.	51min	5	<ul style="list-style-type: none"> Le fasi evolutive delle organizzazioni Gli stili di leadership La leadership secondo le neuroscienze Le skills VUCA La leadership olocratia
Ascolto e influenzamento	Il corpo umano è una macchina perfetta e come tale ha bisogno di un centro di comando e controllo altrettanto perfetto: trattasi del cervello. Il cervello regola non solo la nostra vita, ma anche le relazioni e l'approccio al mondo esterno.	39min	4	<ul style="list-style-type: none"> L'importanza delle neuroscienze Modelli di ascolto e codifica delle informazioni Condividere obiettivi e propositi per influenzare le persone Conclusioni
Leadership diffusa	Quali sono i principi alla base del lavorare in un clima positivo? Questo corso nasce per indagare quali sono i principi per instaurare un clima positivo che si basi su una leadership diffusa, cioè un meccanismo di gestione che lasci responsabilità ai dipendenti e che scateni la loro ambizione e voglia di sentirsi parte di un gruppo.	54min	4	<ul style="list-style-type: none"> La leadership diffusa: introduzione Il caso Netflix Il caso Haier Il valore degli strumenti "agile"
Clima e produttività	In questo corso tratteremo la leadership evolutiva e, nello specifico, come cambia il ruolo del leader e con lui come evolve la figura del team.	43min	4	<ul style="list-style-type: none"> Fearless organization Psychological safety: cos'è? Il toolkit del leader moderno Migliorare la produttività del team: how to?



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

Leadership e managerialità (2/2)

A CHI SI RIVOLGE
MANAGER



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Delega	Questo corso nasce per indagare il valore della delega per i manager di un'organizzazione. Analizzeremo quali sono le competenze necessarie per delegare in modo efficace, quali motivi possono ostacolare la delega e come delegare un progetto, distinguendo quali sono quelli delegabili e quali non.	31min	3	<ul style="list-style-type: none"> • Il valore della delega per un manager • I vantaggi di una buona delega • Delegare in maniera efficace
Feedback	Questo corso nasce per indagare il valore del feedback per i manager di un'organizzazione. Analizzeremo i principali aspetti che è bene tenere in considerazione per fornire un feedback efficace e approfondiremo l'importanza di una "feedback culture" all'interno del proprio team di lavoro.	33min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione al feedback • Stili comunicativi e tipologie di feedback • Come dare un feedback efficace • Costruire una cultura del feedback
Gestione del team	Questo corso nasce per indagare il valore della gestione di un team per i manager di un'organizzazione. Vedremo cosa significa gestire un team di lavoro, quali sono le principali competenze che un manager dovrebbe possedere per guidare delle persone in modo efficace e quali problemi possono emergere nella gestione dei collaboratori, in relazione a situazioni di stress e all'avvento dello smart working.	31min	3	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione del team • Vantaggi di una buona gestione del team • Le dinamiche interne ad un team
Ingaggio e motivazione	Questo corso nasce per indagare il valore della motivazione e dell'ingaggio per i manager di un'organizzazione. Analizzeremo l'importanza dell'engagement aziendale e del coinvolgimento come i fattori strategici per motivare il personale, e quali aspetti bisogna tenere in considerazione per motivare e ingaggiare il proprio team di lavoro.	22min	3	<ul style="list-style-type: none"> • La motivazione e l'ingaggio: i motori trainanti delle organizzazioni • Tutto gira attorno al clima • Engagement aziendale: come motivare le persone



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

Negoziazione (1/2)

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Facilitare la costruzione di legami	Che cosa significa negoziare? È il momento di comprendere il significato, le teorie e le tecniche che stanno alla base del processo di comunicazione e problem solving interpersonale: la negoziazione, una competenza preziosa trasversale ai ruoli aziendali.	31min	5	<ul style="list-style-type: none"> Negoziare nel 21° secolo Entrare in empatia e facilitare la costruzione di legami La voce e il mirroring: le tecniche per ottenere fiducia La magia delle relazioni efficaci Lezioni chiave
Il significato dell'empatia	Se è vero che la negoziazione avviene in ogni relazione, allora è fondamentale gestire bene le emozioni. Le emozioni infatti giocano un ruolo fondamentale nella vita e l'empatia è alla base del riconoscimento e della buona gestione delle emozioni stesse.	17min	3	<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere le emozioni, usare l'empatia Neutralizzare il negativo, rinforzare il positivo Lezioni chiave
La strada del cambiamento	Una conversazione non è mai solo ciò che sembra. Le parole hanno diverse sfumature di significato e tra le righe c'è sempre del non-detto. Un obiettivo del negoziatore potrebbe essere quello di sfruttare la parte tacita, per utilizzarla a proprio vantaggio senza cadere nell'errore di prendere alla lettera ciò che dice l'altro.	21min	3	<ul style="list-style-type: none"> Stare attenti al sì e cogliere le opportunità del no Innescare il cambiamento È vero VS hai ragione
Piega la sua realtà	La negoziazione non si articola mai in una formula lineare: se X allora per forza Y. Tutti abbiamo dei punti deboli, dei bisogni reconditi, dei desideri taciuti. Quando ci si addentra nei meandri del mondo psicologico dell'altro, scoprendone necessità inesprese, si scopre un universo di variabili che possono essere usate per fare leva sulla controparte.	22min	3	<ul style="list-style-type: none"> Dire no al compromesso Equità: maneggiare con cura Il prezzo della negoziazione



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

Negoziatore (2/2)

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Crea l'illusione del controllo	Il successo di una negoziazione risiede nella capacità di trasmettere all'altro l'illusione del controllo della situazione. In che modo? Bisogna porre le domande giuste e gestire la propria emotività per giungere ad una concretizzazione dell'accordo soddisfacente per entrambe le parti coinvolte.	19min	3	<ul style="list-style-type: none"> • Le domande calibrate • Gestire la propria emotività • Concretizzare l'accordo
Il Cigno Nero	I Cigni Neri sono informazioni rilevanti nascoste che il negoziatore deve prodigarsi per scoprire. Tali informazioni sono essenziali nella fase di contrattazione e nella creazione di una relazione con la controparte.	25min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Sulle tracce del Cigno Nero • La contrattazione • L'importanza della relazione • Smuovere la situazione
Il canvas della negoziazione	Il canvas serve per ottenere una visione sia micro che macro di tutti gli elementi che possono influire sulla negoziazione.	5min	1	<ul style="list-style-type: none"> • Il canvas della negoziazione
L'osservazione dei casi	È il momento di mettersi alla prova confrontandosi con una situazione negoziale.	3min	1	<ul style="list-style-type: none"> • L'osservazione dei casi



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

Inbound sales

A CHI SI RIVOLGE
SALES



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Fase di Identificazione	Identificare significa raccogliere e sistematizzare quante più informazioni possibili sul mercato e sui potenziali clienti che si vogliono raggiungere. Rappresenta il primo passo da compiere e quello più importante, perché influisce e condiziona il resto del processo commerciale.	43min	5	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione • Definire il profilo del cliente ideale • La definizione di una buyer personas • Inbound lead: chi sono e come si identificano? • Il social selling nella fase di identificazione
Fase di Connessione	La fase di connessione della strategia di Inbound Sales prevede di interagire coi potenziali clienti (lead) acquisiti sui vari canali digitali presidiati per individuarne sfide, obiettivi e priorità: lo scopo non è (ancora) vendere, ma educare.	66min	6	<ul style="list-style-type: none"> • Creare una connessione: da dove iniziare • Entrare in connessione • Alcune tecniche specifiche per entrare in connessione • Verso la fase esplorativa • Tecnologie e metodo: il giusto binomio • Come scrivere un'email efficace
Fase di Esplorazione	La fase esplorativa ha lo scopo di raccogliere informazioni determinanti per l'avanzamento del processo di vendita. In particolare, ciascun referente commerciale dovrebbe creare le condizioni per conversare col proprio lead e discuterne gli obiettivi, i bisogni e le possibili soluzioni che la propria azienda può offrire.	42min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione • Esplorare sfide, obiettivi e piani d'azione • Esplorare tempi, conseguenze e implicazioni • Esplorare risorse disponibili e processo decisionale
Fase di Indirizzo delle scelte	L'ultima fase del processo commerciale è diventare un consulente a tutti gli effetti. L'obiettivo, da declinare in periodi più o meno lunghi a seconda della complessità della tipologia di vendita, è aiutare il potenziale cliente a maturare la giusta motivazione per concludere il processo di acquisto.	32min	3	<ul style="list-style-type: none"> • Un approccio customer-centric • L'importanza delle presentazioni commerciali • Da venditore a consulente



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

Sales Enablement

A CHI SI RIVOLGE
SALES



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Fondamenti di Sales Enablement	In questo corso analizzeremo che cosa significa Sales Enablement, quali implicazioni comporta nell'organizzazione del team che si occupa di vendite, quali sono gli obiettivi e i risultati attesi.	23min	4	<ul style="list-style-type: none"> • La rilevanza di una strategia di Sales Enablement nell'attuale contesto competitivo • Lo sviluppo di una strategia di Sales Enablement • Sales Enablement: alcuni numeri • Il caso studio di Digital Dictionary
Sales e Marketing verso un unico obiettivo	Sales Enablement: si definisce così, in una parola, il futuro delle vendite. Il team Sales che incontra quello del Marketing, ma sebbene i due dipartimenti abbiano intenzioni positive nei confronti del business aziendale, molto spesso viaggiano su binari paralleli per via degli obiettivi assegnati che non vengono condivisi.	19min	3	<ul style="list-style-type: none"> • Una questione di allineamento fra Sales e Marketing • Come organizzare al meglio l'attività secondo l'approccio del Sales Enablement • Il caso studio di Digital Dictionary: allineare il revenue goal alla visione d'impresa
Il framework per la qualificazione dei Lead	Per identificare "chi" sia un lead qualificato, dobbiamo capire "come" identificarlo. In questo corso verranno definiti i driver per qualificare un lead e verrà approfondito il framework per far sì che la qualificazione diventi actionable.	24min	4	<ul style="list-style-type: none"> • La rilevanza del framework • I driver per sviluppare il lead qualification framework • Lead qualification framework in azione • Il caso studio di Digital Dictionary
Il Service Level Agreement	In questo corso, dedicato al Service Level Agreement, entreremo nel dettaglio di come la gestione di un lead qualificato debba avvenire da parte del marketing e da parte della forza vendite.	23min	4	<ul style="list-style-type: none"> • Definire obiettivi di ricavo condivisi tra Marketing e Sales • Il Customer Lifetime Value • Il valore dello SLA per il Team Sales • Il caso studio di Digital Dictionary



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

L'adozione di questo percorso è da valutare in fase di progettazione, sulla base dell'aderenza con l'approccio utilizzato dal team sales del cliente.

Corporate Wellbeing

A CHI SI RIVOLGE

TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
Stop al fumo	Supportare la consapevolezza sui rischi per la salute associati al fumo attivo e passivo e fornire strategie pratiche per smettere di fumare partendo dai vantaggi della cessazione.	22min	5	<ul style="list-style-type: none"> Fumo e rischi per la salute fisica Tabagismo e dipendenza Smettere di fumare per sé Smettere di fumare per gli altri Come smettere di fumare
Uso responsabile di bevande alcoliche	Fornire informazioni teoriche e strategie pratiche per approcciarsi al consumo di bevande alcoliche in modo consapevole e limitare al minimo i rischi per la salute fisica e mentale.	24min	5	<ul style="list-style-type: none"> Tra consumo alimentare e scienza Consumo di alcol ed effetti sulla salute Consumo di alcol, tra socialità e impatto sociale Consumo di alcolici e aspetti lavoro correlati Consumo responsabile di alcolici
Mangiare sano	Fornire informazioni teoriche e consigli pratici per approcciarsi con (più) consapevolezza all'alimentazione nella vita quotidiana e al lavoro al fine di sostenere la salute fisica e mentale dei propri collaboratori.	25min	5	<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere fame e sazietà Dieta bilanciata: cosa significa? Alimentazione sostenibile Alimentazione e salute mentale Alimentazione: prevenzione e cura
Attività fisica regolare	Fornire un overview su come l'attività fisica contribuisca alla salute fisica, mentale e alla produttività e suggerire strategie pratiche per inserire il movimento nella quotidianità.	25min	5	<ul style="list-style-type: none"> Sedentarietà: il problema Sedentarietà e rischi per la salute Attività fisica e salute mentale Lavoro e sedentarietà Attività fisica nella quotidianità
Conciliazione vita-lavoro	Contestualizzare il ruolo dell'equilibrio tra vita lavorativa e privata come elemento essenziale per limitare lo stress lavoro-correlato e fornire strategie pratiche a supporto della salute mentale dei propri collaboratori.	22min	5	<ul style="list-style-type: none"> Work-life balance: di cosa si tratta? Elementi limitanti al work-life balance Work-life balance: salute fisica e mentale Come migliorare il proprio work-live balance Work-life balance e cultura aziendale



Corsi disponibili nei 3 formati: testo, video e podcast.

Intelligenza artificiale

A CHI SI RIVOLGE
TUTTA LA POPOLAZIONE



CORSO	DESCRIZIONE	DURATA	PUNTATE	TITOLO PUNTATE
L'intelligenza artificiale tra definizioni, storia e applicazioni	Un corso approfondito sull'intelligenza artificiale, esplorando le sue definizioni, la storia evolutiva e le diverse applicazioni pratiche.	187min	10	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione all'Intelligenza Artificiale (1) • Introduzione all'Intelligenza Artificiale (2) • L'evoluzione dell'Intelligenza Artificiale (1) • L'evoluzione dell'Intelligenza Artificiale (2) • Il punto di vista filosofico sull'Intelligenza Artificiale (1) • Il punto di vista filosofico sull'Intelligenza Artificiale (2) • Le applicazioni pratiche dell'Intelligenza Artificiale (1) • Le applicazioni pratiche dell'Intelligenza Artificiale (2) • Le applicazioni pratiche dell'Intelligenza Artificiale (3) • Intelligenza Artificiale e scenari futuri (1)
Bias e intelligenza artificiale	Un corso che esamina i bias nell'intelligenza artificiale, dalla loro definizione agli impatti concreti sulle decisioni e sulla società.	127min	6	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione ai Bias nell'Intelligenza Artificiale (1) • Introduzione ai Bias nell'Intelligenza Artificiale (2) • Tipi di Bias nell'Intelligenza Artificiale • Analisi etica e sociale dei Bias • Strumenti e Tecniche di Mitigazione • Prospettive regolamentari
Introduzione alle GenAI	Il corso offre una panoramica completa sulle Generative AI (Intelligenza Artificiale Generativa), esplorando le loro capacità, applicazioni e implicazioni.	197min	9	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione all'Intelligenza Artificiale Generativa (1) • Introduzione all'Intelligenza Artificiale Generativa (2) • Tipologie di IA Generativa (1) • Tipologie di IA Generativa (2) • Tipologie di IA Generativa (3) • Principali piattaforme di IA Generativa (1) • Principali piattaforme di IA Generativa (2) • Principali piattaforme di IA Generativa (3) • Ottimizzazione dei Prompt per un'interazione efficace



Corsi disponibili in 1 formato: testo.

EdTechX Award *Human Capital Category*

La nostra tecnologia, interamente italiana, si è distinta tra 135 applicazioni provenienti da oltre 50 Paesi vincendo a Londra il premio internazionale EdTechX nella categoria “Human Capital”.

ANNO

2024



Chi ci ha scelto

					
					
					
					
					

Chi ci ha scelto



IRINOX



Nivi®

ROVEDA
1955



Hgroup



ITELYUM 



Chi ci ha scelto

CONSULTING & PLATFORM



Contatti

Ci prendiamo un caffè?

EMAIL

dd@digitaldictionary.it

INDIRIZZO

Digital Dictionary S.p.A.
Viale Coni Zugna 5/A,
20144 Milano (MI)



QDD