

Lab.Brain^{design}

Aiutiamo le aziende ad innovare

formazione

sviluppiamo le capacità e le competenze delle persone

www.labbraindesign.com

patrizia@labbraindesign.com +39 3356900183
valentina@labbraindesign.com +39 3405526295

twitter: @valedowney

IL MONDO DEL DESIGN E I TREND

#1



Coinvolgere i dipendenti dell'azienda con la cultura

COSA

Design training: dagli anni 50 a oggi, il fenomeno del design italiano che ha conquistato il mondo

CHI

Corso di formazione culturale per manager, dipendenti, forza vendita

QUANDO

4 ore in uno, due o quattro moduli di 1 ora ciascuno

PERCHE'

Per **aggiornare** la visione sull'evoluzione e le trasformazioni in atto

Per **approfondire** la conoscenza degli aspetti culturali vicini al mondo dell'azienda

Per **contestualizzare** il proprio mondo aziendale in un più ampio scenario nazionale e internazionale

CONTENUTI

- Le trasformazioni di progetti e prodotti che dagli anni 50 ad oggi hanno progressivamente cambiato il nostro ambiente quotidiano e le nostre abitudini di vita
- I mega trends che si sono sviluppati nell'architettura, nelle arti visive, nella produzione industriale, nella moda e nel design per capire meglio la nostra contemporaneità
- Il 'sistema design Italia': ricerca, sperimentazione e innovazione sinergica tra industria, media e scuole di design hanno creato un fenomeno unico e speciale
- I brand italiani nel mondo, la loro forza oggi e le opportunità nel prossimo futuro
- Come l'azienda si inserisce in questa storia

TUTOR

I nostri tutor hanno grande esperienza di formazione aziendale e conducono da anni i laboratori di innovazione **LAB.BRAIN**design per aziende e istituzioni.

Patrizia Scarzella, architetto e giornalista: esperta di design e comunicazione, ha insegnato design nelle Università La Sapienza Roma, alla Facoltà di Architettura di Genova, all' Estonian Academy of Arts di Tallinn.

Valentina Downey, product e strategic designer, è docente di design all'Università di Bologna ha insegnato design in Domus Academy Milano, IED Madrid . Vice Presidente ADI Emilia Romagna, Associazione per il Disegno Industriale.



MILANO NUOVA CAPITALE EUROPEA

#2



Coinvolgere i dipendenti dell'azienda con la cultura

COSA

Milano capitale Europea: visita guidata alle nuove architetture

In questi ultimi anni Milano si è radicalmente trasformata con un'accelerazione verso l'innovazione che non ha eguali in Italia.

Gli interventi di architettura, EXPO, le nuove infrastrutture e l'apertura di luoghi della cultura pubblici e privati di altissimo livello ne fanno a tutti gli effetti oggi la più internazionale città italiana, al pari delle capitali europee.

CHI

Attività di formazione culturale per manager, dipendenti, forza vendita.

QUANDO

Durata prevista: un giorno o due giorni

PERCHE'

Per **aggiornare** la propria visione delle trasformazioni ambientali in atto

Per **approfondire** la conoscenza di aspetti culturali generali e inquadrarli in uno scenario internazionale

Per **generare** stimoli per evolvere il proprio ruolo professionale

Per **creare** il senso di appartenenza al team - team building

CONTENUTI

- Le nuove architetture: Piazza Gae Aulenti, i grattacieli d'autore che collegano tutta l'aerea di Porta Nuova
- City Life: il progetto di riqualificazione dell'area ex-Fiera, tra le residenze degli architetti Hadid, Libeskind e Isozaki
- I musei e i nuovi centri per l'arte contemporanea: Hangar Bicocca, Fondazione Prada, Il Museo delle Culture Mudec, Armani Silos, Museo del Design della Triennale

GUIDE

Esperti di architettura e design

INNOVARE CON IL DESIGN

#3



Per rendere proattive le persone in aziende che si occupano di progetto, comunicazione, strategie.

COSA

Design training: sperimentare in azienda il design thinking per decodificare e individuare i problemi di business, distribuzione, prodotto e trasformati in opportunità per l'azienda.

CHI

Corso di formazione per Business Executive che vogliono creare business value e un impatto strategico attraverso l'uso del design thinking. Direttore e persone che lavorano nel reparto di marketing, nel settore del commercio o di R&D che cercano nel design un fattore strategico per innovare processi/prodotti e servizi dell'azienda, progettisti, ingegneri.

QUANDO

da una giornata a tre giornate di formazione con sessione di learning by doing

PERCHE'

Per **aiutare** l'ascolto e alla decodificazione dei bisogni nascosti e non delle persone e trasformati in opportunità di business,

Per **dedicare** spazio, tempo al processo di innovazione all'interno dei processi aziendali

Per **aprire** il proprio mondo aziendale agli stimoli di innovazione esterni

CONTENUTI

- Design thinking/ design strategic/design management metodi e strumenti
- Design Research Overview - ricerca di design in azienda. Etnografia rapida, mappe mentali, osservazioni diretta dell'utente – Brainstorming - Storyboards- Verifica con veloci prototipi.
- Business concept e design strategy come decodificare e individuare i problemi di business, distribuzione, prodotto e trasformati in opportunità

TUTOR:

I nostri tutor hanno grande esperienza di formazione aziendale e conducono da anni i laboratori di innovazione **LAB.BRAINdesign** per aziende e istituzioni.

Patrizia Scarzella, architetto e giornalista: esperta di design e comunicazione, ha insegnato design nelle Università La Sapienza Roma, alla Facoltà di Architettura di Genova, all' Estonian Academy of Arts di Tallinn.

Valentina Downey, product e strategic designer, è docente di design all'Università di Bologna ha insegnato design in Domus Academy Milano, IED Madrid . Vice Presidente ADI Emilia Romagna, Associazione per il Disegno Industriale.



CHANGE MANAGEMENT

#4



Coinvolgere i dipendenti nel cambiamento

COSA

Cambiare o innovare nelle organizzazioni comporta un cambiamento complessivo nelle modalità di lavoro, nelle relazioni fra i colleghi, nei rapporti di autorità, nei collegamenti con l'esterno e nella definizione dei ruoli. Se le persone nell'organizzazione si adeguano ai nuovi sistemi e metodi in ritardo o solo parzialmente, il cambiamento sarà rallentato o depotenziato.

Le persone devono quindi:

- sviluppare comportamenti nuovi
- accettare nuovi metodi
- adottare nuovi metodi e sistemi
- usare pienamente le nuove possibilità offerte

CHI

Leader che devono motivare il proprio gruppo verso un obiettivo comune e che devono attivare un cambiamento organizzativo, di sistema, di processo.

Responsabili di area che devono gestire ed attuare un cambiamento

Personale coinvolto nel cambiamento

QUANDO

da una giornata a cinque giornate di formazione con esercitazioni

PERCHE'

Le tecniche di Change Management forniscono alle persone strumenti

- per **lavorare** in modo nuovo
- per **adottare** i nuovi sistemi
- per **cambiare** nei tempi stabiliti dal business

Le tecniche di Change Management servono

- a **realizzare** le innovazioni
- ad **ottenere** i risultati prefissati

CONTENUTI E COMPETENZE

- Cosa è la gestione del cambiamento
- Come si gestisce il cambiamento
- Come si fa a cambiare
- Come si attua e mantiene un processo di cambiamento

le competenze che le persone acquisiscono con questo corso:

- come accettare il cambiamento
- come iniziare il processo di cambiamento
- come attuare e gestire il processo di cambiamento

TUTOR

Donatella Downey, esperta e consulente risorse umane, inizia la carriera professionale all'interno di Guccio Gucci per proseguire in Calvin Klein dove ha gestito i processi HR e la formazione aziendale interna.



COMUNICARE L'AZIENDA

#5



Far comprendere ai dipendenti la propria brand identity

COSA

Brand identity: gestire, consolidare, costruire l'immagine dell'azienda attraverso gli strumenti di comunicazione: usare i social network, software, costruire i contenuti e comprendere gli elementi dell'identità aziendale per comunicare più efficacemente i valori dell'impresa.

CHI

Corso di formazione per manager, dipendenti, commerciali che gestiscono gli strumenti di brand identity, di promozione e comunicazione dei valori aziendali.

QUANDO

Da una giornata a tre giornate di formazione

PERCHE'

Per **migliorare e potenziare** la propria brand identity e la sua percezione all'esterno

Per **acquisire** una maggior conoscenza specifica dei linguaggi della comunicazione contemporanea e comunicare così più efficacemente i valori dell'azienda.

Per **rendere partecipi** alla costruzione dell'immagine aziendale tutti i dipendenti dell'azienda

CONTENUTI

Elementi di una brand identity : colore, immagine, font.

Elementi della promozione aziendale: strumenti, fiere, esposizioni, visual merchandising.

Come comunicare sui social media: scrittura, immagini, linguaggio

Produrre contenuti per il web

TUTOR

I nostri tutor hanno grande esperienza di formazione aziendale e conducono da anni i laboratori di innovazione **LAB.BRAINdesign** per aziende e istituzioni.

Patrizia Scarzella, architetto e giornalista: esperta di design e comunicazione, ha insegnato design nelle Università La Sapienza Roma, alla Facoltà di Architettura di Genova, all' Estonian Academy of Arts di Tallinn.

Valentina Downey, product e strategic designer, è docente di design all'Università di Bologna ha insegnato design in Domus Academy Milano, IED Madrid . Vice Presidente ADI Emilia Romagna, Associazione per il Disegno Industriale.



Clienti

AZIENDE

CIRA Centro Italiano Ricerche Aerospaziali
Mondadori Retail
Di-tech
Boffi
Hortoitalia (cooperativa agroalimentare)
Vetreria Bazzanese
Lago
Methis div. arredamento COOPSETTE
Bialetti /Rondine/Pyrex
Blueside – emotional design
Bormioli Rocco
CSIL – Center for industrial studies
Centuria Agenzia per innovazione della Romagna
Consuledis
Design with a view/Central Saint Martins School
DEP – Department of Export Promotion – Ministry of Commerce (Thailand)
Eurostand
Flou
Gruppo Giorgio Fanti
Katalyst
International Good Shepherd Foundation ONLUS
Mussi
OTOBI
Pyrex Engineering
Rapsel
Rinnova – Romagna Innovazione
Saint Gobain Glass
Shaker
Terre Blu
Valextra
Vismara Vetro

ENTI FORMAZIONE

CSPMI Centro Servizi Piccole e medie imprese
CIS Scuola per la gestione di impresa
CERFORM - scuola formazione distretto ceramica Sassuolo

UNIVERSITÀ

Estonian Academy of Arts Tallinn
IED Milano
IED Madrid
Politecnico di Torino
Università di Bologna
Università di Genova
Università La Sapienza, Roma
Master di marketing management Sole 24Ore-Università di Parma -
Università di Parma - Trade marketing