



FORMAPER

Corso

GESTIRE E SVILUPPARE LA PICCOLA IMPRESA

Fondamenti di gestione aziendale per
imprenditori e manager

Formazione e servizi
per l'imprenditorialità

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA MILANO

Tutto il sapere manageriale si è sviluppato considerando le grandi organizzazioni.

Le piccole imprese funzionano in modo diverso e originale. Per saper gestire una piccola impresa occorre disporre di conoscenze, metodologie e tecniche adeguate e specifiche. "Gestire e sviluppare la piccola impresa" è un programma di base progettato appositamente per rispondere ai problemi di gestione complessiva delle piccole imprese. Il corso si basa su un programma formativo ampiamente consolidato che, lungo più di 16 anni, è stato progressivamente affinato per meglio rispondere alle esigenze dei partecipanti.

IL CORSO SI RIVOLGE A:

- imprenditori
- figli di imprenditori
- dirigenti e responsabili

di piccole imprese, ai quali viene richiesto di essere:

imprenditore

- creativo nell'individuare nuovi mercati, prodotti, servizi
- sensibile alle esigenze del Cliente
- in grado di coniugare i fattori chiave di successo del mercato con i punti di forza dell'azienda
- capace di valutare lo stato di salute della propria impresa
- in grado di gestire al meglio le risorse finanziarie

e manager

- in grado di comprendere le logiche operative e i linguaggi delle varie funzioni aziendali
- competente e aggiornato sui metodi e le tecniche di controllo gestionale
- capace di selezionare e far crescere i propri collaboratori
- aperto alle nuove dimensioni economiche e culturali.

Il programma è progettato per imprenditori, figli di imprenditori e manager che vogliano operare in un'ottica interfunzionale e non specialistica. Queste figure non necessitano tanto di una forte specializzazione funzionale, quanto di una visione globale e sistemica dell'azienda nei suoi vari aspetti gestionali, sulla quale eventualmente costruire poi percorsi formativi di approfondimento specifico.

OBIETTIVI

Il corso si propone di:

- fornire conoscenze, terminologie, metodi, tecniche e strumenti di base della gestione aziendale;
- stimolare una riflessione sullo stato di salute della propria azienda;
- avviare un processo di sviluppo della professionalità della piccola impresa;
- creare un'occasione di confronto, di circolazione delle esperienze e di conoscenza tra gli imprenditori e i partecipanti al corso.

SEDE e DATE

MILANO - Via Santa Marta, 18

**20, 21, 28 OTTOBRE - 4, 11, 18, 25 NOVEMBRE –
2, 9, 16 DICEMBRE 2010**

METODOLOGIE DIDATTICHE

Coerentemente con la realtà della piccola impresa, un aspetto metodologico fondamentale è l'estrema concretezza e operatività di quanto trasmesso in aula ai partecipanti. La struttura progettuale del programma è in gran parte costruita per problemi più che per materie. L'obiettivo è far sì che l'imprenditore possa affrontare e gestire tali criticità, piuttosto che lavorare su definizioni e conoscenze. In accordo con questa impostazione metodologica, il programma prevede un significativo utilizzo di metodi attivi di apprendimento. Nell'ambito del programma si alterneranno quindi momenti di trasmissione teorica delle conoscenze a momenti di apprendimento attivo, quali discussioni, lavori di gruppo, esercitazioni e risoluzione di problemi, casi, simulazioni di situazioni reali, autocasi (analisi di casi concreti dei partecipanti). In alcuni casi, i momenti di lavoro in aula produrranno output concreti che resteranno poi a disposizione dei partecipanti stessi (ad esempio le bozze del piano di marketing). La struttura e l'articolazione temporale del programma favoriscono una proficua alternanza tra momenti di riflessione e sistematizzazione e momenti di attività professionale in cui il partecipante potrà sperimentare nella realtà quanto appreso in aula. I tempi di lavoro tra un modulo e l'altro potranno inoltre fornire "materiale" esperienziale da analizzare e discutere in aula.

Il programma prevede una ricca documentazione specificamente progettata: copia dei lucidi, esercitazioni e casi didattici, letture varie, bibliografie.

DURATA DEL CORSO

10 giorni – orario 9,00/18,00

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Euro 1.300,00 + IVA

PROGRAMMA

PRIMA PARTE

Prima giornata

Apertura del programma

Il marketing

- Il rapporto impresa – mercato.
- Il comportamento di acquisto.
- La segmentazione del mercato e la scelta dei propri mercati obiettivo.
- Il posizionamento.
- L'analisi della concorrenza e la differenziazione.
- Le diverse strategie di marketing.
- Il marketing-mix: il prodotto/servizio e la distribuzione.

Seconda giornata

- Il marketing-mix: il prodotto/servizio e la distribuzione.
- Il marketing-mix: la comunicazione e il prezzo.

“Come vendere di più?”

- Il piano di marketing nelle aziende dei partecipanti.

Terza giornata

- Il piano di marketing nelle aziende dei partecipanti.
- La gestione della rete di vendita.

Quarta giornata

L'organizzazione

- I principali concetti organizzativi.
- I diversi tipi di struttura organizzativa.
- L'organizzazione della propria impresa.

Come gestire le risorse umane?

- La gestione delle risorse umane.
- Il reclutamento e la selezione dei propri collaboratori.

Quinta giornata

- La gestione delle risorse umane.
- Il reclutamento e la selezione dei propri collaboratori.
- La motivazione dei collaboratori.
- La valutazione delle risorse umane.
- Le politiche retributive.

SECONDA PARTE

Sesta giornata

Il bilancio aziendale

- Il bilancio come strumento sintetico di valutazione della situazione aziendale.
- Stato Patrimoniale e Conto Economico: finalità e contenuti.
- Come leggere il bilancio: la sua redazione. Esercitazioni e casi pratici.

Settima giornata

- Le voci di bilancio: contenuto e modalità di formazione.
- La IV Direttiva CE.
- Cenni sui principali indici di bilancio come strumento per verificare lo stato di salute della propria azienda.

Ottava giornata

Gli aspetti giuridici - fiscali

- Le diverse forme d'impresa.
- I contratti.
- Cenni sulle normative fiscali.

Come controllare la gestione

- La pianificazione.
- I costi.
- Il budget e il controllo di gestione.

Nona giornata

Come controllare la gestione

- Il budget e il controllo di gestione.

Decima giornata

Come reperire le risorse finanziarie?

- L'analisi dei fabbisogni finanziari e la valutazione dell'indebitamento verso l'esterno.
- Il rapporto con le banche.

Valutazione del programma e chiusura

INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Segreteria Corsi Formaper, azienda speciale Camera di Commercio Milano

Via Santa Marta, 18 - 20123 Milano

Tel. 02/85155385 - Fax 02/85155331

segreteria.corsi@formaper.it - www.formaper.it



FORMAPER

Formazione e servizi
per l'imprenditorialità

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA MILANO

Formaper è certificata
UNI EN ISO 9001:2008