

CORSO BASE DI MANAGEMENT PER DIRIGENTI ED AMMINISTRATIVI PER LA GESTIONE D'IMPRESA E LA CONTINUITÀ AZIENDALE (GOING CONCERN)

Corso suddiviso in tre moduli, che puoi svolgere come corsi a sé stanti

Sistemi di controllo per la continuità aziendale (3 Corsi)

1. Lettura ed interpretazione dell'analisi di bilancio.

(modulo di 12 ore totali)

- LA FINALITA' DELL'ANALISI DI BILANCIO (modulo di 4 ore)

Indici e Bilancio

Analisi per indici

Indici di redditività

Indici di liquidità

Indici di solidità

Indici di copertura finanziaria

Il Bilancio di esercizio

- RICLASSIFICAZIONE DELLO STATO PATRIMONIALE (modulo di 2 ore)

Riclassificazione secondo il criterio finanziario

Riclassificazione secondo il criterio gestionale o funzionale

- RICLASSIFICAZIONE DEL CONTO ECONOMICO (modulo di 4 ore)

Riclassificazione ad valore aggiunto e margine operativo lordo

Break even analysis del Conto economico

L'analisi per flussi

L'importanza tecnica e strategica del rendiconto finanziario.

L'Eva come indicatore di performance aziendale.



- VALUTAZIONE DEL MERITO CREDITIZIO (*modulo di 2 ore*)

Rapporto banca Impresa

Rating bancario

Indice di Altman

Rating MCC 662/96

2. LA PROGRAMMAZIONE A BREVE E A MEDIO LUNGO TERMINE (Modulo B di 10 ore totali)

Il Budget

Studi di fattibilità e Business Plan

Previsione come strumento per la continuità aziendale.

Il piano d'azione

Piano industriale

L'Executive Summary

- MODIFICHE ARTICOLO 2086 COMMA 2° CRISI DI IMPRESA
- DECRETO LEGISLATIVO 14/2019 (modulo C di 10 ore totali)
- Le novità del decreto 14/2019 (modulo di 3 ore)

Test sulla continuità aziendale e going concern

Stato d'allerta e segnalazioni all' O.C.R.I.

La ratio del nuovo articolo 2086 c.c. comma 2 ed i suoi riflessi nel mondo delle P.M.I.

- Le soluzioni e gli strumenti per mantenere la continuità aziendale. (modulo di 7 ore)

Check up e controlli

Diagnosi aziendale

Interventi di risanamento

Verifiche sullo stato di salute aziendale



PRINCIPI DI MARKETING (modulo di 3 ore)

Il Posizionamento di mercato

- L'analisi di posizionamento
- La programmazione del posizionamento

Marketing mix

Dalle 4 alle 10 P

Le Quattro C

Piano di Marketing

Piano di comunicazione

- Quali parti compongono il piano di comunicazione
- Il brief di agenzia
- Le leve di comunicazione
- L'advertising
- I Social Network
- L'identità verbale
- L'identità visuale

STRATEGIE AZIENDALI E MISURATORI DI PERFORMANCE (modulo D di 7 ore totali)

- Modelli di business e strategie aziendali (modulo di 4 ore)

Tableau de bord

La balanced scorecard

Il mercato e la creazione di un business model

Modello Canvas



3. Nozioni e tecniche di decision making e problem solving (Modulo E di 10 ore totali)

La teoria delle risorse umane (modulo di 2 ore)

Scuola delle risorse umane (E. Mayo, Dickson e Roethlisberger)

Approccio paternalistico, sistema gerarchico che riconosce il fattore umano.

Altri autori Kurt Lewin, Jacob Levy Moreno,

la corrente delle neo-relazioni umane anni 40---60

A. Maslow

B. Mc Gregor

C. R. Likert

D. C. vArgyryrys

M.B.O. o Direzione per obiettivi stile partecipativo

Tecniche di relazione, empowerment, gestione delle riunioni aziendali, sessioni creative ed organizzative (modulo di 8 ore)

(Brainstorming, Sei cappelli per pensare, ecc...)

Problem solving

Teamwork

Total quality management da approfondire nel corso

Il Benchmarking

Il processo decisionario da implementare

L'approccio per fase del processo decisionario

I Diagrammi

Analisi di Pareto /Diagramma di Pareto

Diagramma causa-effetto o diagramma di Ishikawa o diagramma a lisca di pesce

Esercitazioni e test finale (6 ore totali)

Ore corso totali 55 ore

