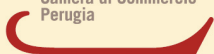




Camera di Commercio
Perugia



centro di formazione
imprenditoriale



CAMERA FOR MANAGER

Managerialità
e gestione d'impresa

Settembre - Dicembre 2008



PRESENTAZIONE

Il ciclo di seminari presentato in questo catalogo, fa parte di una offerta formativa più ampia ideata dal Centro di Formazione Imprenditoriale con il contributo della Camera di Commercio di Perugia per rispondere alle esigenze sempre più complesse che emergono dalle organizzazioni e dal mondo delle imprese.

Si tratta di una formazione rivolta allo sviluppo delle competenze chiave necessarie al sostegno della competitività, della crescita e della innovazione delle PMI.

Tra gli obiettivi appare prioritario:

Rafforzare nei partecipanti la conoscenza degli strumenti di base del management in modo che acquisiscano una capacità di gestione strategica a seconda di diversi contesti.

Sviluppare capacità di guida e di gestione fondamentali per i piani organizzativi interni e per massimizzare le potenzialità delle risorse umane.

Trasferire le più aggiornate strategie di marketing e commerciali per competere con successo.

Acquisire una visione internazionale del business nell'approccio ai problemi e nell'organizzazione aziendale.

Fornire le linee guida per orientarsi nella giungla della burocrazia.

I pacchetti formativi hanno una durata media di due giornate, ma sono previsti anche incontri di formazione in pillole dedicati ai neoimprenditori.

I destinatari delle nostre attività sono imprenditori, manager e professionisti impegnati nelle aree strategiche dell'azienda.



CHI SIAMO

Il Centro di Formazione Imprenditoriale nasce nel 1992 quale Associazione tra Camera di Commercio di Perugia, Università degli Studi di Perugia, Regione dell'Umbria e Associazione Industriali della Provincia di Perugia, con lo scopo di valorizzare il tessuto imprenditoriale locale con iniziative di formazione e di ricerca, di offrire opportunità di crescita professionale ai giovani laureati e di sviluppare una solida cultura manageriale adeguata al carattere e alla struttura organizzativa delle piccole e medie imprese.

Nel gennaio 2005 il CFI assume la forma giuridica di società consortile a r.l.. I soci oggi sono:

C.C.I.A.A. DI PERUGIA

PROVINCIA DI PERUGIA

C.C.I.A.A. DI TERNI

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PERUGIA

ASSOCIAZIONE PICCOLE E MEDIE INDUSTRIE DI PERUGIA

CONFCOMMERCIO DELL'UMBRIA

ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DI PERUGIA

CONFOPERATIVE - UMBRIA CONFEDERAZIONE COOPERATIVE ITALIANE

CONFARTIGIANATO IMPRESE UMBRIA

CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI DELL'UMBRIA

CNA - FEDERAZIONE REGIONALE UMBRIA

CONFESERCENTI REGIONALE DELL'UMBRIA

LEGACOOP UMBRIA – LEGA REGIONALE

FEDERAZIONE PROVINCIALE COLTIVATORI DIRETTI DI PERUGIA

CONFAGRICOLTURA FEDERAZIONE PROVINCIALE

Il Centro di Formazione Imprenditoriale è certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2000. Dal 1998 è socio ASFOR (Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale).

Le principali finalità perseguite dall'Ente nell'ambito della sua missione istituzionale sono le seguenti:

- Realizzare iniziative formative di sistema, ovvero quelle riguardanti più settori economici;
- Diffondere la cultura della formazione, la cultura dell'impresa e dell'auto-imprenditorialità;
- Concorrere alla realizzazione di un "sistema dell'education regionale" attraverso l'integrazione di "sistemi" educativi-formativi, interlocutori istituzionali ed Enti bilaterali categoriali.



DOVE SIAMO

I corsi avranno luogo presso la sede del Centro di Formazione Imprenditoriale sita in Via Catanelli 72 e presso Montecorneo Countryhouse in via dei Loggi, 136 Ponte San Giovanni Perugia, secondo il programma indicato nelle schede dei corsi.

ORARIO CORSI

Mattino 9.00 - 13.30, pomeriggio 14.30 - 17.00.

Le date di svolgimento sono riportate nel dettaglio di ogni seminario. Il Centro di Formazione Imprenditoriale si riserva la facoltà di modificare, in casi estremi, le date dei seminari e di darne tempestivamente notizia agli interessati.

INFORMAZIONI

La quota d'iscrizione comprende anche la colazione di lavoro. Si segnala che i corsi avranno svolgimento soltanto al raggiungimento del numero minimo di partecipanti fissato a 10.

È comunque prassi del Centro di Formazione Imprenditoriale avvisare gli iscritti sia in caso di conferma sia in caso di cancellazione del corso. Informazioni più dettagliate riguardo a programmi, didattica, e modalità di iscrizione possono essere richieste nello specifico a:

Centro di Formazione Imprenditoriale

Tel 075/5997234-075/5970174 - Fax 075/5999070

E mail: segreteria@centroformazione.it;

Siti internet: www.centroformazione.it

www.montecorneo.com

Con i seguenti orari:

dal lunedì al giovedì 9.00 - 13.00 e 14.30 - 17.30;

venerdì 9.30 - 13.00

LE PERSONE

Direttore: Andrea Sammarco

Responsabile operativo: Tiziana Muzi

Formazione: Stefania Membola, Marco Raschi,

Marcello Ramadori, Marta Biagini

Amministrazione: Marco Mori

Segreteria: Francesco Cenni



CALENDARIO SEMINARIO

		Seminari				
		Ore seminario	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Area Amministrazione, Finanza e Controllo	Il budget	14	11-12			
	Il controllo di gestione	14		2-3		
Area Management eRisorse Umane	Analisi per flussi e rendiconto finanziario	14			6-7	
	Il processo di selezione del personale	14	19-20			
	Parlare in pubblico	14		9-10		
Area Marketing eVendite	La leadership per i capi e i quadri intermedi	14			13-14	
	Il portafoglio clienti	14	25-26			
	La rete di vendita	14		16-17		
Area Neoprenditorialità (corsi in pillole)	La gestione degli acquisti	14			20-21	
	L'inserimento di collaboratori	7		24		
	Come avviare un'attività imprenditoriale	7			28	
	Il galateo nel business: comunicare e negoziare in un contesto internazionale	7				5

Gli incontri saranno svolti presso Montecorneo Countryhouse Strada dei loggi 136 Ponte San Giovanni - Pg - tel. 075 388230 www.montecorneo.com

Gli incontri saranno svolti presso il CFI via catanelli 72 Ponte San Giovanni - Pg - tel. 075 5997234 075 5970174 www.centroformazione.it

Il budget

11-12 settembre

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Filippo Riccardi

Destinatari	Motivazioni	Luogo di svolgimento e date
Manager di tutte le funzioni aziendali che desiderano acquisire e/o consolidare le conoscenze nell'area economico-finanziaria	Per capire i meccanismi del budgeting aziendale e del calcolo dei costi a supporto della gestione aziendale	11-12 settembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 - Pg Ponte S. Giovanni Orario 9,00-13,30 14,30-17,00

Il budget non è solo un documento contabile ma è uno stile, una filosofia di lavoro. Il budget è lavoro in team, comunicazione, obiettivi, misurazione delle performance e stimolo per l'imprenditore e i suoi collaboratori.

Nella prima parte del modulo viene trattato il tema dal punto di vista organizzativo e gestionale, analizzando i benefici riscontrati e riscontrabili in azienda dopo aver introdotto il sistema di budgeting.

Nella seconda parte, viene trattato il budget nell'aspetto prettamente contabile che rappresenta la raccolta dei dati dai vari reparti e la proiezione degli stessi nell'immediato futuro. Attraverso l'aggregazione dei dati economici si passa al budget degli investimenti per poi spostare l'attenzione sull'aspetto finanziario: lo scopo è quello di verificare e studiare se l'azienda ha le potenzialità e le risorse finanziarie per rispettare e sostenere i piani economici prospettati.

- Gli obiettivi del seminario*
- Comprendere le metodologie di misurazione e controllo delle performance aziendali
 - Affrontare le tematiche inerenti i sistemi di controllo, con particolare riferimento agli strumenti operativi necessari per una gestione strategica dell'attività aziendale.

- I contenuti*
- Il modello di bilancio e la misurazione delle performance economico-finanziarie
 - L'analisi di riclassificazione dello Stato patrimoniale e del Conto economico
 - L'analisi per indici e per flussi
 - La pianificazione
 - Il controllo di gestione
 - I sistemi di controllo nelle nuove logiche gestionali
 - Le varie tipologie di controllo (per commessa o in serie)
 - Gli strumenti contabili per il controllo
 - L'analisi degli scostamenti
 - Il Reporting direzionale ed i suoi collegamenti con le scelte strategiche.



Il controllo di gestione

2-3 ottobre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Stefano Cacciamani

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Manager di tutte le funzioni aziendali che desiderano acquisire e/o consolidare le conoscenze nell'area economico-finanziaria	Per comprendere il significato delle informazioni contenute nei documenti economici-finanziari, per interpretare le informazioni contenute nel reporting aziendale, per capire i meccanismi del budgeting aziendale e del calcolo dei costi a supporto della gestione aziendale	2-3 ottobre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 - Pg Ponte S. Giovanni Orario 9,00-13,30 14,30-17,00

Il controllo di gestione è l'anello di congiunzione tra la contabilità generale e la contabilità industriale, ed è uno strumento quantitativo finalizzato al miglioramento del processo decisionale e all'autocontrollo direzionale. Le finalità delle tecniche del controllo di gestione hanno l'obiettivo di valutare correttamente le performance aziendali e di pianificarle per il futuro, inoltre il controllo di gestione è lo strumento che permette di aggregare tutti i dati aziendali dando una chiave di lettura coerente e finalizzata al miglioramento generale della gestione aziendale; attraverso il controllo di gestione si analizzano, quindi, i dati industriali (costo del prodotto, della struttura e di trasformazione) e li si pianifica al fine di proiettare, in forma contabile, gli scenari aziendali futuri e programmare le risorse finanziarie necessarie per il conseguimento degli obiettivi.

- Gli obiettivi del seminario**
- Comprendere il significato delle informazioni contenute nei documenti economico-finanziari
 - Interpretare le informazioni sulla redditività di prodotto e di cliente contenute nel reporting aziendale

- I contenuti**
- Il bilancio di esercizio: contenuti, struttura e finalità
 - Analisi di bilancio: la riclassificazione e i principali indici
 - Il flusso di cassa e la determinazione del fabbisogno finanziario
 - Ruolo e strumenti del sistema di programmazione e controllo
 - Il margine di contribuzione e il punto di pareggio
 - La ripartizione e l'assorbimento dei costi fissi indiretti
 - Le informazioni a supporto del management aziendale: i sistemi di contabilità analitica
 - La programmazione e il budgeting



Analisi per flussi e rendiconto finanziario

6-7 novembre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Mario Pagliacci

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Quadri e dirigenti di tutte le funzioni aziendali che desiderano acquisire e/o consolidare le conoscenze nell'area economico-finanziaria	Per comprendere come collegare le decisioni prese con i risultati economico-finanziari ottenuti, per acquisire una chiave di lettura efficace per valutare l'andamento economico-finanziario e patrimoniale dell'azienda	6-7 novembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00-13,30 14,30-17,00

L'analisi per flussi e per indici è senza dubbio la parte più dinamica dell'analisi di bilancio poiché pone l'attenzione sulla capacità dell'azienda di generare risorse finanziarie o sulla sua tendenza ad assorbirle. È molto diffuso trovare imprese con soddisfacenti risultati economici ma che sotto l'aspetto finanziario si trovano in una situazione di crisi di liquidità, rischiando l'irrigidimento dei rapporti con le banche e con i fornitori e scarsa fiducia da parte della clientela. L'analisi per flussi e per indici si pone come obiettivo principale quello di verificare le reali capacità dell'impresa di "generare cassa" e come questa sia stata impiegata nell'esercizio, e soprattutto, permette di delineare le strategie economiche future.

- Gli obiettivi del seminario*
- Comprendere il significato delle informazioni contenute nei documenti di bilancio
 - Interpretare i risultati economici conseguiti collegandoli alle variabili critiche del business
 - Conoscere le modalità di analisi e di sintesi dei dati iscritti in bilancio
 - Effettuare un'analisi della redditività efficace nella gestione del capitale investito in azienda e della solidità finanziaria, in relazione al passato e al settore di riferimento
 - Determinare il fabbisogno finanziario dell'impresa e conoscere le principali modalità di rappresentazione del rendiconto finanziario

- I contenuti*
- Le riclassificazioni del bilancio: il collegamento tra le alternative possibili e le esigenze informative delle aziende
 - L'analisi del bilancio rispetto agli esercizi precedenti e al settore: indici di liquidità, di struttura, di efficienza, e redditività
 - Il flusso di cassa, il flusso dei fondi e la determinazione del fabbisogno finanziario
 - L'impatto del capitale circolante sul fabbisogno finanziario



Il processo di selezione del personale

19-20 settembre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Alessandro Belli

Destinatari	Motivazioni	Luogo di svolgimento e date
Selezionatori, responsabili e coordinatori di attività di selezione di aziende medio-grandi e di società di lavoro interinale, che vogliono consolidare conoscenze, modelli e metodi di reclutamento, selezione e inserimento e avviare un confronto sulle proprie esperienze	Per sviluppare la capacità di gestire gli strumenti di reclutamento e selezione, per acquisire consapevolezza della complessità del colloquio di selezione, per meglio interpretare i bisogni espressi dalla "line", per valorizzare le opportunità offerte dai rapporti di lavoro flessibili, per cogliere i vantaggi legati all'uso delle nuove tecnologie	19-20 settembre Montecorneo Country House Strada dei loggi 136 Ponte San Giovanni - Pg Orario Venerdì 9-13,30/ 14,30-18,00 Sabato 8,30-13,30

Questo seminario mira a promuovere lo sviluppo di abilità e competenze metodologiche funzionali ad una efficiente ed efficace conduzione del processo di valutazione e di selezione. L'idea è di apprendere un iter procedurale che, a partire da alcuni principi (trasparenza, oggettività, solidità metodologico - scientifica, gestibilità, pragmaticità e attenzione ai costi) faciliti i passaggi cruciali del processo quali la preparazione della selezione, la valutazione dei candidati e la scelta del profilo congeniale. Attraverso una didattica estremamente interattiva e ricca di casi da analizzare, si vuole sviluppare nei partecipanti la capacità di osservazione e di identificazione dei comportamenti chiave, definiti secondo i profili di competenza individuati e renderli consapevoli delle principali insidie che caratterizzano il processo di selezione, individuando l'insieme degli accorgimenti adottabili.

- Gli obiettivi del seminario*
- Gestire gli strumenti di reclutamento e selezione valorizzando le opportunità offerte dai rapporti di lavoro flessibili
 - Avere consapevolezza della complessità del colloquio di selezione e dei possibili effetti distorcenti
 - Interpretare i bisogni della "line" con riferimento all'inserimento di nuovo personale nell'organizzazione

- I contenuti*
- La finalità del processo di selezione e il collegamento con gli obiettivi aziendali
 - Il processo di selezione interno ed esterno: la definizione dei profili ricercati, recruitment, i rapporti con le società di selezione
 - Lo screening e l'analisi dei curricula
 - I riflessi dei rapporti di lavoro flessibili sulle logiche e sugli strumenti di selezione
 - L'intervista di selezione: caratteristiche e principi operativi
 - L'accoglimento e l'inserimento



Parlare in pubblico

9-10 ottobre 2008

Relatore:

Melinda Bianchi

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Quota di partecipazione: €. 150,00

Destinatari	Motivazioni	Luogo di svolgimento e date
Tutti i ruoli organizzativi e le figure che abbiano nel parlare in pubblico, e più in generale nella comunicazione interpersonale, un fattore critico di successo	Per comprendere la complessità della comunicazione interpersonale e del parlare in pubblico, per analizzare le variabili del processo comunicativo, per imparare a gestire l'ascolto attivo, per riconoscere ed utilizzare i diversi canali della comunicazione verbale, non verbale e simbolica	9-10 ottobre Montecorneo Country House Strada dei loggi 136 Ponte San Giovanni - Pg Orario 9,00-13,30 14,30-17,00

Saper trasmettere ad un uditorio quello che si intende dire e come si vuole gli altri lo percepiscano, non significa voler solo parlare o informare, ma soprattutto voler suscitare interesse ascolto e ottenere una reazione. Non sempre si ottiene l'effetto desiderato: sapere parlare in pubblico non è una dote innata di pochi ma è un'arte che tutti possono imparare e, come tutte le arti, per raggiungere alti livelli ha bisogno di tecnica e esercizio. Durante i due giorni di corso attraverso molteplici esercizi individuali e di gruppo guidati dal trainer, impareremo come superare brillantemente il giudizio del pubblico (interno o esterno all'azienda), come valorizzare le nostre proposte e incrementare il prestigio della nostra immagine, i metodi della comunicazione efficace e le tecniche per migliorare l'esposizione, i criteri guida per la costruzione del discorso, la gestione ottimale dei tempi del discorso. Affineremo inoltre le tecniche dell'ascolto attivo e le capacità di mutare i modi dell'esporre secondo i diversi tipi di pubblico.

- Gli obiettivi del seminario**
- Imparare a progettare e gestire l'azione comunicativa in modo coerente ed efficace rispetto ai propri obiettivi comunicativi
 - Acquisire consapevolezza nel rapporto con gli altri individuando i propri punti di forza e di miglioramento
 - Imparare a gestire l'ascolto attivo e la verifica degli effetti della comunicazione sugli interlocutori
 - Riconoscere ed utilizzare in modo funzionale i diversi canali della comunicazione

I contenuti

- L'arte del dialogo
- La comunicazione non verbale
- La responsabilità nel processo di comunicazione
- Stili di influenza interpersonale
- Il comportamento assertivo
- Dare e ricevere feed-back
- L'ascolto e l'osservazione



La leadership per i capi e i quadri intermedi

13-14 novembre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Alessandro Brescia

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Manager, quadri e professional che assumono la responsabilità di gestione di collaboratori o che affrontano particolari sfide in quest'ambito	Per organizzare e controllare il lavoro dei collaboratori, per avere maggiore consapevolezza del proprio stile di gestione delle persone, per progettare e realizzare azioni di gestione, motivazione e sviluppo dei propri collaboratori	13-14 novembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00-13,30 14,30-17,00

Le aziende da sempre in continua evoluzione subiscono o attuano costantemente cambiamenti che impattano sia sull'organizzazione che sul capitale umano. Ai leader spetta il delicato compito di seguire le indicazioni dei vertici ma di essere a loro volta punto riferimento affinché gli altri collaboratori possano agirle agevolmente. Il capo, o quadro intermedio, deve definire le strategie di miglioramento, deve muoversi con sicurezza e trasmetterla, deve sapere coniugare in modo efficace produttività, qualità e servizi, deve comunicare con i suoi uomini e motivarli. Il leader dunque deve essere al tempo stesso stratega, agente di cambiamento, coacher, manager, comunicatore e membro di un team. Ma fino a dove può spingersi l'autorità di un manager di livello intermedio: quali le autonomie e quali i confini?

- Gli obiettivi del seminario*
- Imparare a leggere e interpretare il proprio ruolo rispetto alle richieste organizzative e di gestione e di sviluppo delle persone
 - Sviluppare capacità di organizzare e controllare il lavoro dei collaboratori
 - Acquisire maggiore consapevolezza del proprio stile personale di gestione delle persone
 - Progettare e realizzare azioni di gestione, motivazione e sviluppo dei propri collaboratori

- I contenuti*
- Evoluzione del ruolo del capo nelle organizzazioni
 - Le competenze e le leve per la gestione dei collaboratori
 - Comunicazione e condivisione di obiettivi e di compiti
 - Motivazione e valorizzazione delle persone
 - Analisi e gestione dei conflitti
 - Delega e responsabilizzazione dei collaboratori
 - Feedback e sviluppo della performance
 - Analisi e gestione di situazioni critiche



AREA MARKETING E VENDITE

Il portafoglio clienti

25-26 settembre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Responsabile del seminario:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Rodolfo Montrone

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Marketing manager, sales manager	Per conoscere modalità di analisi e segmentazione del portafoglio clienti, per comprendere il concetto di valore del cliente, per identificare gli indicatori chiave, per valutare il potenziale del cliente	25-26 settembre Montecorneo Country House Strada dei loggi 136 Ponte San Giovanni - Pg Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

La turbolenza e la crescente pressione competitiva degli scenari attuali, spinge sempre più chi ha responsabilità di pianificazione di marketing e sviluppo commerciale ad indagare la propria base clienti – ancor prima di investire per acquisirne nuovi - al fine di comprendere quale sia il reale valore attuale del proprio portafoglio. Se da un lato tale attività permette di valutare in modo più attento i propri clienti – asset fondamentale per l'impresa moderna – dall'altro la ricerca della definizione del valore dei clienti indica la via per le scelte future di pianificazione delle risorse e gestione delle attività, al fine di sfruttare in modo più efficace il sistema di azioni e di decisioni. Il seminario si propone di supportare gli operatori di marketing a trovare le modalità più adatte di segmentazione della base clienti attraverso l'identificazione dei clienti chiave in relazione al valore espresso e al valore potenziale della relazione.

- Gli obiettivi del seminario*
- Identificare le modalità di analisi e segmentazione del portafoglio clienti
 - Individuare alcuni possibili criteri di selezione dei clienti chiave
 - Condividere le componenti che costituiscono il concetto di valore del cliente
 - Elaborare un insieme di indicatori chiave per la valutazione del valore potenziale dei clienti
 - Individuare le azioni possibili per personalizzare l'offerta rispetto ai propri target

- I contenuti*
- La centralità del cliente e i processi aziendali centrati sul cliente
 - Dal marketing transazionale al marketing relazionale
 - Il concetto di valore del cliente
 - L'individuazione dei clienti chiave
 - La gestione della relazione con il mercato
 - Dal database clienti alla valutazione del potenziale



AREA MARKETING E VENDITE

La rete di vendita

16-17 ottobre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Responsabile del seminario:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Gaetano Finocchiaro

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Destinato a capi area ma anche a quanti vogliono rivedere il proprio ruolo di venditore alla luce anche delle più nuove interpretazioni dell'attività di vendita	Per imparare a reperire e selezionare i potenziali venditori, analizzandone le skill; formare, gestire e motivare i venditori	16-17 ottobre Montecorneo Country House Strada dei loggi 136 Ponte San Giovanni - Pg Perugia Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

L'obiettivo di ingenerare profitto dipende da una efficace organizzazione aziendale nella quale i vertici riescono a far circolare fluidamente le informazioni e a condividere le mission con i vari capi area e tutti gli altri attori della scena aziendale. Per l'area commerciale, in un momento, come quello attuale, di contrazione dei mercati, è sempre più difficile "incontrare" e gestire e strutturare efficienti reti di vendita. Il corso si propone di fornire gli elementi utili al reperimento e alla selezione di potenziali venditori (analisi di skills) unitamente agli strumenti atti alla preparazione, gestione e motivazione degli stessi.

- Gli obiettivi del seminario*
- Gestire una rete di vendita
 - Apprendere a personalizzare la relazione con i venditori mediante un idoneo approccio gestionale
 - Sviluppare competenze di reclutamento e selezione dei venditori
 - Riflettere su punti di forza e di debolezza individuali

- I contenuti*
- Gli obiettivi di vendita
 - La rete di vendita
 - Il reclutamento e la selezione dei venditori
 - La formazione, gestione e motivazione dei venditori
 - Il tempo e la programmazione dell'attività della rete di vendita
 - Controllare i risultati



AREA MARKETING E VENDITE

La gestione degli acquisti

20-21 novembre 2008

Struttura: 1 modulo da 2 giornate

Responsabile del seminario:

Quota di partecipazione: €. 150,00

Danilo Guardigli

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Manager che operano nell'ambito degli acquisti, degli approvvigionamenti e della gestione dei materiali; tutti coloro che operano in posizione di staff all'interno di funzioni con forte integrazione con gli acquisti	Per comprendere la rilevanza strategica degli acquisti, per conoscere strumenti e metodologie per l'efficienza della funzione acquisti, per gestire strategicamente le fasi del processo di acquisto	20-21 novembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

La funzione acquisti da sempre ricopre un ruolo strategico e di alto impatto con tutte le altre funzioni aziendali, per tanto le competenze di chi la gestisce devono essere tali da costituire un imprescindibile supporto alla capacità competitiva dell'azienda. Nei contesti attuali infatti, il Responsabile degli acquisti deve essere in grado di analizzare e valutare il mercato della fornitura, costruire e osservare i budget stabiliti, gestire le scorte, sapere utilizzare adeguati supporti informatici e possedere infine, delle ottime capacità relazionali e negoziali. Obiettivo del corso è dunque fornire strumenti tali da rafforzare le capacità del Responsabile degli acquisti e trasmettere metodi operativi che costituiscano un valido contributo ad una gestione della funzione sempre più efficace e moderna.

- Gli obiettivi del seminario*
- Comprendere la rilevanza strategica ed il contributo della funzione acquisti alla competitività aziendale
 - Conoscere e comprendere le fasi del processo di acquisto
 - L'individuazione e selezione dei fornitori
 - Sviluppare la capacità di gestire i problemi operativi relativi al processo di acquisto
 - Comprendere gli strumenti e le logiche di controllo e valutazione della funzione
 - Imparare a utilizzare gli strumenti caratteristici della funzione
 - Comprendere le implicazioni relative all'utilizzo dei sistemi di e-Procurement

I contenuti

- Le strategie di acquisto
- Il processo di acquisto
- I problemi operativi
- I sistemi di controllo
- Gli strumenti della funzione
- E-Procurement



AREA NEOIMPRENDITORIALITA' (CORSI IN PILLOLE)

L'inserimento dei collaboratori

24 ottobre 2008

Struttura: 1 modulo da 7 ore

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 100,00

Maurizio Terzino

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Imprenditori, manager di PMI, responsabili del personale e operatori dell'area amministrazione del personale	Per conoscere le differenti tipologie di rapporto di lavoro cosiddette flessibili, sia nelle loro implicazioni economiche che nella tutela dei diritti del lavoratore e del datore di lavoro	24 ottobre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

Assumere dipendenti non è una scelta facile, né è semplice capire quali sono le forme migliori per poter avviare un nuovo e sano rapporto di lavoro. L'incontro ha come obiettivo un efficace excursus sulle varie tipologie di rapporto di lavoro, sulle implicazioni economiche della scelta e, infine sulla tutela dei diritti delle parti in questione: datore di lavoro e lavoratore.

- Gli obiettivi del seminario*
- Conoscere le tipologie contrattuali che consentono di gestire l'organizzazione del lavoro con maggior flessibilità e di adeguarne la durata temporale in funzione delle esigenze produttive
 - Analizzare gli aspetti normativi, previdenziali e fiscali delle nuove forme di lavoro, anche alla luce delle circolari del Ministero del Lavoro e dell'INPS, intervenute in materia

- I contenuti*
- Il D.Lgs. n. 276/2003
 - La circolare n. 9 del 18 marzo 2004
 - Tipologie contrattuali a progetto e occasionali - il lavoro accessorio
 - Tipologie contrattuali flessibili:
contratto a tempo determinato
contratto part-time
contratto di inserimento



AREA NEOIMPRENDITORIALITA' (CORSI IN PILLOLE)

Come avviare un'attività imprenditoriale

28 novembre 2008

Struttura: 1 modulo da 7 ore

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 100,00

Giuseppe Barberi

<i>Destinatari</i>	<i>Motivazioni</i>	<i>Luogo di svolgimento e date</i>
Aspiranti imprenditori	Per comprendere ed analizzare le problematiche riferite all'avvio di una nuova attività imprenditoriale	28 novembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

Un piccolo vademecum per comprendere come orientarsi nella creazione di una nuova impresa,, come strutturare un business plan, quale forma giuridica scegliere, a chi mi posso rivolgere, quali fonti posso consultare e chi mi può essere utile per avviare la mia nuova attività.

- Gli obiettivi del seminario*
- Comprendere come orientarsi nella creazione d'impresa
 - La redazione di un Business Plan: obiettivi, mercato, organizzazione , pianificazione economico finanziaria di una nuova attività
 - Conoscere le differenti forme giuridiche dell'impresa
 - Conoscere a quali enti ci si può rivolgere per l'avvio di una nuova attività imprenditoriale

- I contenuti*
- Orientamento alla creazione d'impresa
 - La business idea
 - Il business plan come strumento di pianificazione aziendale: obiettivi, mercato, organizzazione, pianificazione economico finanziaria
 - La formula imprenditoriale
 - L'analisi SWOT
 - Le forme giuridiche di impresa
 - Le normative a sostegno della nuova imprenditorialità
 - Enti ed uffici a sostegno del nuovo imprenditore



AREA NEOIMPREDITORIALITA' (CORSI IN PILLOLE)

Il galateo nel business:

Comunicare e negoziare in un contesto internazionale

5 dicembre 2008

Struttura: 1 modulo da 7 ore

Relatore:

Quota di partecipazione: €. 100,00

Elio Vera

Destinatari	Motivazioni	Luogo di svolgimento e date
Imprenditori, neo-imprenditori, manager, junior manager, consulenti e liberi professionisti	Per comprendere le linee guida per agire con comportamenti adeguati nei più diversi contesti lavorativi	5 dicembre Centro Formazione Imprenditoriale Via Catanelli, 72 Ponte S. Giovanni - Pg Orario 9,00- 13,30 14,30-17,00

È stato per lungo tempo un luogo comune pensare che nel business otenga di più chi si comporta in modo aggressivo e che l'educazione nei rapporti con gli altri, la cortesia nei modi, molto spesso venissero considerati superflui o poco adatti all'ambiente lavorativo. Oggi invece, per un bisogno diffuso di tornare al rispetto di determinati valori, tutti vogliamo ritrovare soprattutto nei luoghi di lavoro, e a qualsiasi livello, quelle buone regole comportamentali che rendono più piacevole il quotidiano, aiutano nelle situazioni critiche e che costituiscono, in definitiva, una chiave per il successo personale e professionale. Il corso intende fornire delle linee guida per agire comportamenti adeguati nei più diversi contesti lavorativi, in un contesto internazionale, spaziando dalla cura dell'immagine professionale propria e della azienda, alla organizzazione o partecipazione ad eventi, all'arte di ricevere e conversare e intrattenersi con ospiti (delegazioni, clienti, personaggi importanti).

Il seminario permette di identificare il proprio profilo culturale e quello dei partner internazionali e di adattarsi ai diversi stili di comunicazione e negoziazione sviluppando condizioni favorevoli per lavorare insieme efficacemente.

Gli obiettivi del seminario

- Comprendere le linee guida per la cura dell'immagine professionale propria e dell'azienda
- Conoscere le chiavi di lettura per ottimizzare le relazioni e le negoziazioni con interlocutori internazionali

I contenuti

- Le modalità di comunicazione
- La loro incidenza sugli stili di negoziazione
- La cura della nostra immagine professionale
- Curare l'immagine aziendale
- Focus su alcune zone



DOCENTI

AREA AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONTROLLO

- **FILIPPO RICCARDI** - Perugia. Dottore Commercialista.Revisore dei Conti,Consulente Tecnico e Perito del Tribunale di Perugia, Membro della Commissione Nazionale di Studio sulla riforma del diritto tributario della Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti. Da luglio 2006 partner e consulente assistant Santucci & Partners S.r.l. Professore a contratto del corso di Economia Aziendale per la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Perugia. Docente di corsi di Finanza Aziendale per Associazioni ed Enti di formazione manageriale ed imprenditoriale su tutto il territorio nazionale.
- **STEFANO CACCIAMANI** - Perugia. Laurea in Economia e Commercio, MBA presso la Sda Bocconi. Dal 1989 è Partner di Dimensione Controllo srl, società di consulenza direzionale, dove contribuisce al coordinamento dell'attività di consulenza professionale nonché allo svolgimento degli incarichi affidati dalla Società. Dal 1996 è inoltre Partner e CEO di Dùn sas, società di produzione di software per la programmazione e il controllo di gestione. Consulente su temi di costing, budgeting, project management, soluzioni informatiche e Business Intelligence, dal 1988 svolge attività di docenza nell'ambito di corsi di formazione imprenditoriale e manageriale. E' autore di pubblicazioni su temi di programmazione e controllo.
- **MARIO PAGLIACCI** - Spoleto. Ha avuto una lunga esperienza di manager in imprese sia grandi sia di piccole dimensioni. Attualmente è docente di gestione finanziaria presso la Facoltà di Economia, Sede di Terni, dell'Università degli Studi di Perugia; inoltre svolge attività di consulenza e formazione nell'area della finanza per lo sviluppo. Partecipa a programmi finanziati dall'UE e coordina progetti di ricerca con alcune università europee. E' membro di Comitati scientifici in organismi di ricerca e riviste accademiche d'Europa.

AREA MANAGEMENT E RISORSE UMANE

- **ALESSANDRO BELLI** - Perugia. Laurea in Economia e Commercio. Responsabile risorse umane presso una SPA operante nel settore alimentare, consulente in ambito di gestione risorse umane in alcune importanti aziende. Dal 2007 riveste la carica di Presidente della AIDP Umbria (Associazione Italiana per la Direzione del Personale). Ha partecipato come docente a diversi seminari e workshop sui temi delle politiche del personale.
- **MELINDA BIANCHI** - Frosinone. Esperta di comunicazione interpersonale - PNL) si occupa di training e coaching dal 1994. Ha maturato questi anni di esperienza nel settore delle Risorse Umane interagendo con realtà sia private che pubbliche "allenando" per loro diverse centinaia di persone. Le tematiche maggiormente trattate: - comunicazione efficace - tele-marketing - public speaking - motivazione e automotivazione - vendita - problem solving - leadership & management
- **ALESSANDRO BRESCIA** - Prato. Master in Psicologia del Benessere. Esperienze lavorative prima nel settore bancario e assicurativo come addetto allo sviluppo marketing. Nel 2006 entra nel Team dell' Istituto di Psicologia del Benessere di Ferrara come docente e istruttore sulle tematiche di Direzione assertiva e teamwork, Intelligenza emotiva, comunicazione.



AREA MARKETING EVENDITE

- **RODOLFO MONTRONE** - Roma. Laurea in Giurisprudenza. Amministratore unico della MYM srl ha lavorato per la MC Consulting SPA come responsabile area Marketing e sales. Svolge attività di consulente per numerose aziende. Ha ideato e gestito progetti formativi per Agip petroli Spa, Opel Italia Spa, Peugeot Italia Spa, Telecom Italia Spa, Renault Italia Spa; Ray Way Spa. - Docente senior presso Eni University, Reiss Romoli, SDOA; LUISS Management.
- **GAETANO FINOCCHIARO** - Roma. Laurea in Scienze politiche. Diplomato MBA presso il CUOA di Vicenza. Dal 1991 svolge attività di consulenza di direzione e formazione aziendale nell'area Marketing, Vendite e Pianificazione. È Amministratore unico di Marketing e Strategie. Nel 2003 fonda -Azione Valore- società operante nel campo dei sistemi di comunicazione al mercato, di cui è amministratore e coordinatore della rete di vendita. È inoltre rappresentante italiano di Wawe Company GmbH, società operante in tutto il mondo per progetti di coaching e miglioramento continuo.
- **DANILO GUARDIGLI** - Roma. Consulente senior nell'area commerciale e gestione manageriale. Svolge da venti anni attività di consulenza, formazione e ricerche di mercato. Ha ricoperto incarichi manageriali presso società di rilevanza internazionale (product manager, marketing manager e direttore commerciale). Tra i principali clienti: Istituti di Credito, Eni, Senato della Repubblica Italiana, numerose imprese con sede in Umbria e Ministero delle Finanze. Ha realizzato e progettato Master per Associazioni confindustriali delle regioni Umbria e Puglia.

AREA NEOIMPREDITORIALITA'

- **MAURIZIO TERZINO** - Perugia. Laurea in Economia del Turismo. Operatore sindacale presso l'ufficio tecnico Sindacale, e Responsabile del settore dei Collaboratori a Progetto della C.I.S.L.. Docente di Diritto e pratica del lavoro per Enti di formazione professionale della Regione Umbria.
- **GIUSEPPE BARBERI** - Perugia. Laurea in Economia e Commercio. Dal 1999 lavora presso Sviluppumbria SPA dove si è occupato di creazione d'impresa e di assistenza tecnica sui Patti Territoriale Ha lavorato per l'incubatore di impresa "Impresa Donna" di Bastia Umbra. Si occupa di crisi aziendali, di progetti integrati nella filiera turismo-ambiente-cultura e nella filiera industria e di progetti di sviluppo aziendali e territoriali. Lavora nel Consorzio Novaumbria per la creazione d'impresa come membro del Comitato di Valutazione degli incentivi economici in Aree Non Docup Ob. 2
- **ELIO VERA** - Milano. Cofondatore del CESMA, 20 anni di esperienza in HENKEL, UNILEVER, 3C POND'S, CPV E YOUNG AND RUBICAM. Formatore manageriale con HAY, ISMO, ENAIP, STOA', IULM e ICE. E'past president di ETDF (European Training and Development Federation), consigliere di AIF e di ASFOR. Socio emerito di EFEMD ha approfondito le tematiche delle Group Relations e dell'Interculturalità divenendo consigliere di SIETER EUROPA.



CATALOGO 2008

Seminari e proposte formative

AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

- IL BUDGET
- IL CONTROLLO DI GESTIONE
- ANALISI PER FLUSSI E RENDICONTO FINANZIARIO

AREA RISORSE UMANE

- IL PROCESSO DI SELEZIONE DEL PERSONALE
- PARLARE IN PUBBLICO
- LA LEADERSHIP PER I CAPI E QUADRI INTERMEDI

AREA MARKETING E VENDITE

- IL PORTAFOGLIO CLIENTI
- LA RETE DI VENDITA
- LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI

AREA NEOIMPRENDITORIALITA' (Corsi in pillole)

- L'INSERIMENTO DEI COLLABORATORI
- COME AVVIARE UN'ATTIVITA' IMPRENDITORIALE
- IL GALATEO NEL BUSINESS: COMUNICARE E NEGOZIARE IN UN CONTESTO INTERNAZIONALE

IL PROGRAMMA DI FORMAZIONE È SOSTENUTO DA



ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA DIREZIONE DEL PERSONALE

Segreteria organizzativa
presso CFI



Tel 075 5997234-075 5970174

Fax 075 5999070

e-mail segreteria@centroformazione.it