

CORSO DI FORMAZIONE
“CREAZIONE DI UNA NUOVA IMPRESA”

PROGRAMMA CREAZIONE DI UNA NUOVA IMPRESA (90 ORE)

Modulo 1:

Introduzione all'Imprenditorialità (10 ore)

Cos'è l'imprenditorialità? (2 ore)

- Definizione di imprenditorialità.
- Differenza tra imprenditore e manager.
- Caratteristiche e competenze dell'imprenditore.

Tipologie di impresa (4 ore)

- Imprese individuali, società di persone e società di capitali.
- Start-up e PMI.
- Differenze e vantaggi delle diverse tipologie di impresa.

Ciclo di vita di un'impresa (4 ore)

- Fasi di vita di un'impresa: ideazione, avvio, crescita, maturità, declino.
- Strategie per la gestione del ciclo di vita.

Modulo 2:

Pianificazione dell'Impresa (15 ore)

Le prime analisi del mercato (3 ore)

- L'analisi del macro-ambiente: identificazione dei trend di mercato
- L'analisi del macro-ambiente: identificazione delle minacce/opportunità esterne
- Il mercato di riferimento: la concorrenza diretta e indiretta
- Analisi della concorrenza: strumenti e modalità di analisi
- Analisi della concorrenza: caratteristiche, struttura ed organizzazione dei principali concorrenti
- Analisi della concorrenza: punti di forza e di debolezza dei principali concorrenti individuati
- La sede dell'iniziativa imprenditoriale: caratteristiche, localizzazione e criteri di scelta
- L'area di Business dell'iniziativa imprenditoriale: dimensioni, opportunità, potenzialità e attrattività

Il mercato di riferimento: la clientela e i suoi bisogni (3 ore)

- Analisi qualitativa della clientela: criteri di segmentazione

- Analisi quantitativa della clientela: strumenti, tecniche e modalità di analisi dei dati raccolti
- La definizione del bacino di utenza potenziale
- Metodi e strumenti per la stima del mercato reale della propria iniziativa imprenditoriale
- Analisi dell'ambiente interno: i punti di forza e di debolezza del proprio progetto imprenditoriale
- L'analisi SWOT: minacce/opportunità e PdF e PdD

Pianificazione aziendale (3 ore)

- Come scrivere un business plan efficace
- La pianificazione strategica a lungo periodo: la definizione della mission e degli obiettivi della nuova impresa
- Le fasi della pianificazione strategica ed operativa

I prezzi del mercato (3 ore)

- La politica dei prezzi
- Metodologie di calcolo dei prezzi
- I fattori che influenzano i prezzi
- Le scelte operative sul prezzo
- Il piano commerciale e previsioni di vendita
- La determinazione del fatturato obiettivo

Promozione e comunicazione nel mondo del mercato (3 ore)

- Come individuare e valorizzare gli aspetti di innovazione del proprio progetto d'impresa
- I principi del marketing mix: come definire le 4 leve per il vantaggio competitivo del progetto imprenditoriale
- La definizione del prodotto: attributi tangibili e intangibili
- Le modalità ed i canali di vendita
- I canali di promozione
- I criteri di scelta nella definizione delle strategie di vendita e promozione
- La Comunicazione e i principali strumenti di promozione della neo-impresa
- Il piano di comunicazione
- Creare una presentazione efficace del proprio progetto d'impresa: il Pitch Deck

Modulo 3:

Finanza e Contabilità per l'Imprenditore - Aspetti Legali e Fiscali (20 ore)

Pianificazione finanziaria (5 ore)

- La gestione della liquidità.
- Previsioni di cassa e bilancio.
- Fonti di finanziamento: autofinanziamento, prestiti, investitori esterni.

Gestione contabile e fiscale (5 ore)

- Principi di contabilità: bilancio, conto economico, stato patrimoniale.
- L'importanza della contabilità per la gestione dell'impresa.
- Obblighi fiscali e reporting finanziario.

Costituzione dell'impresa (5 ore)

- Scelta della forma giuridica: impresa individuale, società di persone, società di capitali.
- Procedure burocratiche per la costituzione dell'impresa (registrazione, atto costitutivo, statuto).

Aspetti fiscali e contrattuali (5 ore)

- Regime fiscale: imposte dirette e indirette, IVA.
- Contratti aziendali: contratti di lavoro, contratti di fornitura, contratti di vendita.
- Obblighi fiscali e adempimenti legali.

Modulo 4:

Marketing e Vendite (16 ore)

Fondamenti di marketing (7 ore)

- Le 4P del marketing: prodotto, prezzo, punto vendita, promozione.
- Posizionamento di mercato e brand identity.
- Marketing digitale: strumenti e tecniche.
- Sviluppo di una strategia di marketing

Gestione delle vendite (9 ore)

- Tecniche di vendita: vendita diretta, vendita online, negoziazione.
- Strategie per acquisire clienti e fidelizzarli.
- Gestione del customer service e della reputazione online.
- Gestione della catena di approvvigionamento
- Utilizzo di tecnologie per migliorare l'efficienza

Modulo 5:

Gestione delle Risorse Umane (11 ore)

Reclutamento e selezione (4 ore)

- Processi di selezione del personale.
- Strumenti per la valutazione dei candidati.
- La costruzione di un team vincente.

Gestione e motivazione del personale (4 ore)

- Tecniche di motivazione e leadership.
- Gestione delle performance.
- L'importanza della comunicazione interna e del benessere organizzativo.

Problem solving e gestione del rischio (3 ore)

- Tecniche di risoluzione dei problemi
- Identificazione e gestione dei rischi aziendali
- Pianificazione della continuità aziendale

Modulo 6:

Innovazione e Sostenibilità (10 ore)

Innovazione e start-up (5 ore)

- Come avviare una start-up innovativa.
- Finanziamenti per l'innovazione (fondi europei, crowdfunding, business angel).
- Le sfide e le opportunità nell'avvio di una start-up tecnologica.

Sostenibilità e responsabilità sociale (5 ore)

- Modelli di business sostenibili.
- Innovazione sociale e impresa sociale.
- La responsabilità sociale d'impresa (CSR).

Modulo 7:

Business Coaching e Networking (8 ore)

Business Coaching (2 ore)

- Cos'è il business coaching e come applicarlo.
- Come il coaching può aiutare l'imprenditore a migliorare le proprie performance.

Networking (3 ore)

- Costruire una rete di contatti.
- Tecniche di networking.
- La partecipazione a eventi e fiere di settore.

Conclusione e Valutazione (3 ore)

- Sviluppo di un progetto imprenditoriale realistico
- Presentazione del progetto ad una giuria o mentore
- Discussione di casi di studio.
- Valutazione finale dell'apprendimento e feedback.