



Corso di Alta Formazione
**GESTIRE E TRASMETTERE LA PICCOLA E
MEDIA IMPRESA**

con la collaborazione e il contributo di
Camera di Commercio di Modena

Indice

- I. **Obiettivi didattici.**
- II. **Destinatari**
- III. **Programma: contenuti, sequenza, ore**
- IV. **Orari**
- V. **Durata e data di inizio**
- VI. **Metodi didattici**
- VII. **Gli strumenti applicativi proposti**
- VIII. **Corpo docente**
- IX. **Costo e modalità di iscrizione**

Modena, Ottobre 2014.

I. OBIETTIVI DIDATTICI.

Il tratto peculiare della globalizzazione con la quale le piccole e medie imprese devono saper convivere, è l'aumento della complessità della gestione aziendale. Per affrontarla al meglio occorre che l'imprenditore sappia:

- individuare e anticipare **nove problemi** (vedi moduli) cruciali per lo sviluppo dell'impresa;
- applicare **gli strumenti gestionali idonei** per risolverli nel modo più efficiente.

Su questa assunto è stato concepito il corso. La sua progettazione privilegia quattro criteri:

- *la semplicità*, che si traduce nell'individuare i **nove problemi ineludibili e prioritari** da analizzare nel corso;
- *la concretezza* che si estrinseca nella scelta dei **dieci strumenti più idonei** da applicare per la risoluzione dei nove problemi prioritari;
- *l'interdisciplinarietà* che si riflette nell'analizzare i nove problemi gestionali distinti in modo **interfunzionale e integrato**, poiché si riferiscono in modo unitario all'impresa;
- *l'autoanalisi* individuale che si realizza da parte di ciascun partecipante applicando i dieci strumenti alla propria realtà di impresa in modo da disporre di spunti di riflessione sia sull'utilità degli strumenti proposti sia sulla diagnosi e sullo stato della gestione della propria impresa che essi forniscono.

Il corso si propone di:

- illustrare, analizzare e risolvere i nove problemi della gestione ritenuti fondamentali e dunque da presidiare;
- fornire i dieci strumenti indispensabili e necessari all'imprenditore per gestire in modo consapevole ed efficiente un'impresa di piccola e media dimensione.

Gli strumenti proposti durante il corso che i partecipanti dovranno applicare sono consolidati, di uso diffuso nelle imprese e riflettono modelli teorici validati nella realtà empirica.

L'ultimo modulo è dedicato al problema specifico della trasmissione dell'impresa per agevolare in modo efficace il processo del ricambio generazionale.

II. DESTINATARI.

Il corso si rivolge a:

- **imprenditori** che intendano ripensare in modo critico all'assetto gestionale della propria impresa;
- **figli o parenti di imprenditori** che si vogliono prepararsi per assumere la successione e la leadership dell'impresa;
- **collaboratori dell'imprenditore** (familiari, dirigenti e quadri) di alto potenziale destinati a ricoprire in futuro ruoli di primo piano nella gestione aziendale.

III. PROGRAMMA: CONTENUTI DEL CORSO E ORE.

Il programma si articola **in 9 moduli** e nel convegno di fine corso per complessive **120 ore**.

MODULI	Ore Attività	Ore Modulo
1 La pianificazione e il controllo economico della gestione		14
La pianificazione e il controllo di gestione: i contenuti e le nozioni base Lo strumento applicativo: il business plan , come si costruisce.	11	
Analisi e discussione dei <i>business plan</i> presentati dai partecipanti	3	
2 Il fabbisogno finanziario e la domanda di credito alle banche		14
Il fabbisogno finanziario: le sue determinanti (la lunghezza del ciclo di gestione, la politica di vendita e dei pagamenti, ecc). La strategia finanziaria: la composizione delle fonti di finanziamento Lo strumento applicativo: il bilancio riclassificato , il budget finanziario e le informazioni qualitative per la domanda di finanziamento bancario.	11	
Analisi e discussione dei <i>budget finanziari</i> presentati dai partecipanti	3	
3 Il marketing e il piano di marketing		14
L'analisi della domanda e del mercato, la gestione del prezzo e la scelta dei canali di vendita: le tecniche della segmentazione. Lo strumento applicativo: il <i>piano di marketing</i>	11	
Analisi e discussione del <i>piano di marketing</i> dei partecipanti	3	
4 Le prestazioni aziendali e la creazione di valore		14
Il patrimonio strategico dell'impresa. Le misure delle prestazioni tangibili ed intangibili: il controllo della prestazione (<i>performance management</i>) e le misure (<i>la balance score card, key performance indicators - KPI</i>) Lo strumento applicativo: la <i>scheda di valutazione bilanciata (la balance score card)</i>	11	
Analisi e discussione della <i>balance score card</i> compilata dai partecipanti	3	
5 I contratti di lavoro non standard e la gestione degli appalti		14
L'evoluzione della legislazione del lavoro: il decreto Poletti, le opportunità delle tipologie contrattuali disponibili (standard e non standard) Lo strumento applicativo: la <i>check list</i> di certificazione dei contratti di lavoro in essere (a progetto, apprendistato ecc.) e di appalto dei servizi	11	
Analisi e discussione dei contratti di lavoro non standard e di appalto dei servizi adottati dai partecipanti	3	
6 La gestione delle relazioni sindacali in impresa.	7	7
I diritti e le prerogative sindacali nelle piccole imprese. L'evoluzione: la contrattazione di II livello (aziendale e territoriale). La contrattazione in deroga.		
7 La prevenzione dei rischi non di mercato e l'integrazione tra il sistema della qualità e della sicurezza del lavoro (SGSL)		21
I rischi da stress lavoro correlato: gli approcci alternativi. I costi sociali di non prevenzione; la politica degli investimenti in sicurezza. L'integrazione tra i sistemi di qualità e di gestione e di sicurezza del lavoro (SGSL).	11	

Gli strumenti applicativi: il <i>questionario VARP</i> , l' <i>analisi SHIELD</i> , la <i>scheda di integrazione</i> dei sistemi di qualità e SGS		
Analisi e discussione della valutazione del rischio stress lavoro correlato, dei costi sociali e dell'integrazione dei sistemi di qualità e sicurezza delle imprese partecipanti derivanti dall'applicazione del <i>questionario VARP</i> , del metodo <i>SHIELD</i> e della <i>scheda di integrazione</i>	10	
8 La modifica dei confini aziendali: il calcolo di convenienza delle esternalizzazioni e delle forme a rete		11
L'esternalizzazione: vantaggi, limiti e calcoli di convenienza. Le forme a rete (burocratica, sociale e proprietaria). Il contratto di rete di impresa Lo strumento applicativo: il calcolo dei costi di produzione e di transazione nelle scelte <i>to make or to buy</i> e della forma a rete prescelta (incluso il contratto di rete di impresa).	7	
Analisi e discussione delle attività esternalizzate e/o delle forme a rete esistenti (o previste) nelle imprese dei partecipanti mediante il calcolo dei costi di transazione	4	
9 La trasmissione dell'impresa e il passaggio generazionale	7	7
Sistema di impresa e della famiglia. I modelli di successione. Il processo di successione: attori e ruoli, la formazione, l'ingresso in impresa, a delega, i conflitti e la loro risoluzione		
10 Convegno finale di corso (da decidere con i discenti)	4	4
TOTALE ORE		120

IV. ORARI DEL CORSO

Stante la specificità dei destinatari l'orario proposto è:

- giovedì dalle ore 17,00 alle ore 20,00,
- venerdì dalle ore 16,00 alle ore 20,00,
- sabato dalle ore 09,00 alle ore 13,00.

Ciò consentirebbe di:

- illustrare ciascun problema nelle 11 ore di una settimana;
- assegnare il progetto sul campo e discuterlo in plenaria il giovedì (o il sabato) della settimana successiva.

Ogni modulo durerebbe due settimane rendendo l'impegno in aula compatibile con l'orario di lavoro e sostenibile per i nove moduli e il convegno finale.

V. LA DURATA E L'INIZIO DEL CORSO.

L'orario proposto consentirebbe lo svolgimento di due moduli per ogni mese, ovvero 5-6 mesi per gli interi dieci moduli. L'inizio del corso, condizionato **dalla partecipazione di almeno 20 partecipanti**, è previsto per la metà del **gennaio 2015**.

VI METODI DIDATTICI.

In coerenza con le aspettative e con i vincoli di tempo dei destinatari, il corso presenta un **taglio applicativo**, che richiede il ricorso ad una varietà di metodologie didattiche:

- **le lezioni e le discussioni** in aula per illustrare i concetti e gli strumenti proposti;
- **il progetto individuale sul campo**, (*project work*) consistente nella applicazione e verifica nella propria impresa degli strumenti proposti da parte di ciascun partecipante (*autoanalisi individuale*);
- **il confronto di gruppo** ovvero la condivisione delle esperienze personali via via acquisite (con il docente e gli altri partecipanti) in aula al termine delle varie applicazioni.

VII GLI STRUMENTI APPLICATIVI DI GESTIONE PROPOSTI AI PARTECIPANTI PER CIASCUN MODULO

Moduli	Strumenti applicativi
1 La pianificazione e il controllo di gestione	1 Il <i>business plan</i>
2 La pianificazione del fabbisogno finanziario e la domanda di credito alle banche	2 Il Bilancio riclassificato 3 Il budget finanziario
3 Il marketing e il piano di marketing	4 Il piano di marketing
4 Le prestazioni aziendali e la creazione di valore	5 La scheda di valutazione bilanciata (la <i>balance score card e i kpi</i>)
5 La gestione dei contratti di lavoro	6 la <i>check list</i> della certificazione dei Contratti di lavoro e di appalto
6 La gestione delle relazioni sindacali	
7 La prevenzione dei rischi e l'integrazione tra i sistemi di sicurezza e la qualità	7 Il questionario VARP 8 L'analisi cb SHIELD 9 La <i>check list</i> di integrazione dei sistemi di qualità e di SGSL
8 La modifica dei confini aziendali	10 Il calcolo dei costi di transazione
9 La trasmissione dell'impresa	

VIII IL CORPO DOCENTE

È composto dai docenti del Dipartimento di Economia «Marco Biagi» e della Fondazione universitaria «Marco Biagi» che hanno maturato una specifica competenza sul tema trattato e anche abilità nella didattica attiva con gli adulti operanti in impresa

IX IL COSTO.

La camera di Commercio e la Fondazione hanno deciso di finanziare la quasi totalità del costo del corso. Ciò spiega l'esigua quota di partecipazione che è di

- Euro 150,00 per i nove moduli e il convegno finale;
- Euro 50,00 per ciascun modulo nel caso della partecipazione parziale, limitata a uno o più moduli.



Le modalità di iscrizione sono riportate **nel sito della Fondazione.**

Fondazione universitaria Marco Biagi
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Largo Marco Biagi n. 10, 41121 Modena
Tel. + 39 059/2056031 - fax +39 059/2056068
e-mail: fondazionemarcobiagi@unimore.it
sito internet: www.fmb.unimore.it

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Modena
Via Ganaceto 134, 41121 Modena
Tel. + 39 059/208224 - fax +39 059/ 208208
e-mail: info@mo.camcom.it
sito internet: www.mo.camcom.it