

CORSO: DIREZIONE E STRATEGIA D'IMPRESA

Durata: 240 ore

N. **20 posti** disponibili. **Titolo di studio minimo** per l'accesso al corso: **Diploma di Scuola Secondaria Superiore**. Il corso è aperto sia a diplomati che lavoratori, per loro esigenze di specializzazione, che laureati in scienze economiche, giuridiche, psicologia del lavoro e simili.

OBIETTIVI FORMATIVI:

Gestire un'organizzazione risulta sempre più complesso per le variabili insite in scenari sempre più turbolenti. Il corso intende fornire ai partecipanti gli strumenti per acquisire sia gli atteggiamenti più consoni a questi scenari, sia una completa metodologia per gestire l'organizzazione aziendale e la sua capacità di generare valore.

CONTENUTI:

Moduli didattici

Titolo	Contenuto	Durata
LA LEADERSHIP	La definizione di leadership Le principali caratteristiche della leadership La definizione e le tipologie di ruolo I diversi stili di leadership La legittimità nella titolarità del ruolo I principi della leadership situazionale Il concetto di delega La centralità e la percezione organizzativa del cliente Valutazione di maturità degli interlocutori Il coaching: motivare i collaboratori al miglioramento Il conflitto nelle relazioni professionali Il comportamento negoziale	10
SVILUPPO MANAGERIALE	Self management I nuovi mercati e la concorrenza La matrice del "consenso" La gestione delle risorse umane Il Modello di Valutazione La gestione dei collaboratori Costruzione di un impianto di valutazione Il coaching Self empowerment Time management La consapevolezza di ruolo La comunicazione assertiva L'arte del negoziato Tecniche di motivazione Le 5 fasi di crescita di un team La leadership nei gruppi Change management Public speaking	20
LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	La direzione dei propri collaboratori Tecniche di gestione delle risorse umane Il modello delle competenze Selezionare efficacemente i candidati Sviluppo delle risorse umane Gestire le risorse umane, gestire le prestazioni Osservare e registrare per valutare Valutazione del personale Il sistema premiante La comunicazione nelle organizzazioni Motivare i collaboratori Formare e gestire un team affiatato	20
SVILUPPO DEL RUOLO	Diventare consapevole del ruolo di capo Il profilo di competenze del manager Dare e ricevere feed-back Time management Managerialità e leadership Vivere il cambiamento Piano d'azione	10
LE COMPETENZE	Stili di negoziazione La definizione e il mantenimento della relazione di qualità La creazione del quadro di accordo nella prospettiva aziendale La raccolta delle	20

Titolo	Contenuto	Durata
	informazioni: i negoziatori, le posizioni, gli obiettivi L'analisi delle proposte La gestione del riscontro (feed-back) e gestione dell'accordo finale Le direzioni della critica Il conflitto Meccanismi psicologici coinvolti nella critica Le tipologie di pensiero che favoriscono l'evoluzione Gestire lo stress	
EVOLUZIONE DEL RUOLO	La pratica dell'assertività nell'ambiente di lavoro Il tempo Le decisioni nelle organizzazioni Processi mentali coinvolti nella soluzione di problemi Le fasi del problema Innovazione e creatività La creatività nelle organizzazioni Psicologia e finanza Costo del capitale e scelte di struttura finanziaria M&A Decisioni riguardanti rischio e rendimento Corporate governance	12
LA MISURAZIONE E LA GESTIONE DELLA PERFORMANCE AZIENDALE	Introduzione alla gestione della performance Il processo strategico Il sistema di gestione della performance I processi di business e le risorse intangibili Rischio e performance Collegare la compensazione ed il riconoscimento alla performance	8
ASPETTI ECONOMICI I	STRUTTURA E LOGICA DEL BILANCIO D'ESERCIZIO Il bilancio d'esercizio: contenuto, finalità, funzioni Il quadro normativo di riferimento La gestione aziendale e la rilevazione dei fatti aziendali LETTURA E INTERPRETAZIONE DEI DOCUMENTI DI BILANCIO Il bilancio consolidato LA STRUTTURA DEL SISTEMA FISCALE ANALISI E INTERPRETAZIONE DEGLI EFFETTI FISCALI DI ALCUNE OPERAZIONI AZIENDALI Gli elementi del bilancio d'impresa: casistica e problemi Le operazioni straordinarie d'impresa	30
ASPETTI ECONOMICI II	Obiettivi aziendali e obiettivi di controllo I costi Tecniche e formazione dei costi del prodotto Il margine di contribuzione Punto di pareggio (break even point) Analisi delle varianze nelle vendite Il credito nel marketing mix Make or buy Il budget I budget settoriali Il risultato aziendale Il reporting e il tableau de bord	30
PROJECT WORK	All'interno di ciascun modulo formativo saranno svolti dei WORK-PROJECT operativi, consistenti in esercitazioni e simulazioni basati su casi e dati reali. Tali attività di Project Work possono quantificarsi in 80 ore.	80

Ai corsisti saranno rilasciate le seguenti **certificazioni** finali:

- **Attestato di specializzazione professionale**, rilasciato dalla Regione ai sensi della normativa vigente a seguito di superamento dell'esame finale.
- **Attestato frequenza proficua** (frequenza di almeno il 70% del corso), rilasciato dall'organismo di formazione.

N.B. – Il corso non costituisce attività formativa finanziata, bensì attività ammessa ad un catalogo di offerta formativa fruibile anche attraverso la richiesta di un **Voucher**, la cui assegnazione è

subordinata alla verifica dei requisiti del richiedente e all'immissione in graduatoria da parte della Regione di competenza.

Data di avvio prevista: 03/11/2009

Scadenza iscrizioni: 23/10/2009

Sede di svolgimento:

Studio Moccia Sala Naiadi

Via San Francesco, 24

85025 MELFI (PZ)