



## ITS NUOVE TECNOLOGIE PER IL MADE IN ITALY

**Settore: Meccanico/Navalmecanico - Cantieristica e Nautica da diporto**

<b>TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE</b>	
<b>OBIETTIVI</b>	Il percorso ITS "Tecnico Superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese" intende formare tecnici altamente qualificati per i servizi dell'impresa specializzati nei processi di internazionalizzazione sia in termini di processi commerciali che di controllo produttivo e gestionale interno
<b>ATTESTATO RILASCIATO</b>	<b>Diploma di Tecnico Superiore legalmente riconosciuto a livello nazionale, corrispondente al 5° livello Europeo EQF con certificazione.</b> Al termine del corso è prevista l'assegnazione di crediti universitari secondo quanto previsto dal DPCM 25.01.2008 e dal decreto attuativo di cui all'art. 14 comma 3 Legge del 30/12/2010 n. 240. L'eventuale riconoscimento, la natura e l'ammontare di tali crediti saranno oggetto di delibera da parte degli organi competenti delle singole Università
<b>DESTINATARI</b>	n° 20 giovani / adulti in possesso di diploma di Istruzione Secondaria Superiore alla scadenza del bando
<b>DURATA</b>	4 semestri – 2000 ore di cui 1180 ore di teoria (almeno il 50% tenute da docenti provenienti dal mondo del lavoro e delle professioni) e 820 ore di stage in azienda
<b>LA FIGURA PROFESSIONALE</b> (sintesi)	<b>II "TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE"</b> È una figura polivalente che, pur essendo impiegato, nella promozione dei prodotti del "Made in Italy" è in grado di integrare le informazioni del proprio processo di produzione e quello di altri committenti nazionali e internazionali, è in grado di gestire i processi amministrativi e quelli di controllo gestionale dell'impresa, allo scopo di migliorare le performance aziendali. E' esperto nei processi di internazionalizzazione d'impresa e opera per lo più nelle piccole/medie imprese per poter avere un approccio professionale sui mercati internazionali, per valorizzare e rinnovare il modo di operare nel contesto nazionale, comunitario ed internazionale.



## Figura professionale

# TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

La figura di riferimento, inserita nell'elenco delle figure nazionali, che il corso si propone di formare è sinteticamente di seguito descritta: **“TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE”**.

Il Tecnico superiore per i servizi d'impresa è una figura polivalente che, pur essendo impiegato, nella promozione dei prodotti del “Made in Italy” è in grado di integrare le informazioni del proprio processo di produzione a quello di altri committenti nazionali ed internazionali, inoltre, è in grado di gestire i processi amministrativi e quelli di controllo gestionale dell'impresa, allo scopo di migliorare le performances aziendali. E' esperto nei processi di internazionalizzazione d'impresa e opera per lo più nelle piccole/medie imprese per poter avere un approccio professionale sui mercati internazionali, per valorizzare e rinnovare il modo di operare nel contesto nazionale, comunitario ed internazionale.

Conosce quindi le strategie per l'ingresso nei mercati esteri, ha competenze in ambito di contrattualistica e di fiscalità, ha competenze specifiche in ambito dei processi produttivi, processi amministrativi e processi di marketing

### DETTAGLIO DEI MODULI DIDATTICI

## TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

### PIANIFICAZIONE DIDATTICA

### COMPETENZE DI BASE E TRASVERSALI

<u>1° MODULO</u>		COMPETENZE BASE e TRASVERSALI	1° anno	2° anno
1	<i>Linguistiche, comunicative e relazionali</i>	1.1 Inglese nei rapporti internazionali	60	
2	<i>Scientifiche e tecnologiche</i>	1.2 Transizione Digitale - Strumenti per la gestione della produttività personale	40	
3	<i>Giuridiche</i>	1.3 Compliance normativa - Incidenza delle normative sull'organizzazione del lavoro	40	
<u>2° MODULO</u>		SOFT SKILL		



4	<b>Sviluppo soft skill</b>	2.1	Leadership e Teamworking	40	
			Tecniche di negoziazione		
			Analisi delle situazioni e problem solving		
			Flessibilità di pensiero ed innovazione		
<b>3° MODULO</b>			<b>TRANSIZIONE DIGITALE - DIGITAL SKILL</b>		
5	<b>Framework DigComp 2.1 - Livello 6 - avanzato</b>	3.1	Ricerca ed elaborazione di dati e informazioni	40	
			Trasmissione e gestione dei dati		
			Comunicazione con utilizzo di social networking		
			Creazione di contenuti multimediali		
			Sicurezza e protezione dei dispositivi digitali		
<b>4° MODULO</b>			<b>TRANSIZIONE DIGITALE: SEMINARI TECNOLOGIE ABILITANTI I4.0</b>		
6	<b>Seminari tematici specifici - Processi produttivi Industria 4.0</b>	4.1	Cloud manufacturing	40	
			Additive manufacturing / 3D printing		
			Realtà aumentata		
			Internet of Things		
			Wearable technologies		
			Big data e Analytics		
			Horizontal & vertical integration		

### COMPETENZE PROFESSIONALI SPECIALISTICHE

<b>5° MODULO</b>						<b>COMPETENZE SPECIALISTICHE - PROCESSI PRODUTTIVI</b>	
7	<b>GESTIONE DELLA PRODUZIONE</b>	5.1	Il prodotto ed i processi di gestione della produzione	32			
8		5.2	Project management	32			
9		5.3	Sistema qualità e miglioramento continuo - STD ISO	16			
1		5.4	Il processo e la gestione degli Acquisti	16			
11		5.5	Transizione Digitale: Sistemi ERP per la gestione dei processi aziendali	40			
<b>6° MODULO</b>			<b>COMPETENZE SPECIALISTICHE - PROCESSI AMMINISTRATIVI</b>				
12	<b>GESTIONE PROCESSI FINANZIARI E AMMINISTRATIVI</b>	6.1	Principi contabili e CO.GE. e Bilancio di esercizio	40			
13		6.2	Sistema fiscale e tributario	32	8		
14		6.3	Gestione e Amministrazione del personale	40			
15		6.4	Rapporti con gli istituti di credito	24			
16		6.5	Transizione Digitale: Applicazioni ERP per la contabilità generale	40			
<b>7° MODULO</b>			<b>COMPETENZE SPECIALISTICHE - PROCESSI DI MARKETING E INTERNAZIONALIZZAZIONE</b>				
17	<b>COMUNICAZIONE, MARKETING E INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE</b>	7.1	Comunicazione aziendale, social media e MKTG digitale	40			
18		7.2	Concetti di MKTG strategico e MKTG Internazionale	60			
19		7.3	Processi di internazionalizzazione	60			



20		7.4	Tecniche del commercio internazionale	100	
21		7.5	Education to Export -Strategie a supporto dell' internazionalizzazione	40	
22		7.6	Management internazionale e Business Etiquettes	40	
		<b>8° MODULO</b>			
		<b>COMPETENZE SPECIALISTICHE - PROCESSI DI CONTROLLO GESTIONALE</b>			
23	<b>ANALISI DEI DATI E CONTROLLO DI GESTIONE</b>	8.1	Processi organizzativi e smart working	16	
24		8.2	Budget aziendale	32	
25		8.3	Strumenti matematico-statistici per il controllo di gestione		24
26		8.4	La gestione dei dati aziendali a supporto delle decisioni strategiche		40
27		8.5	Finanza aziendale, fonti di finanziamento e valutazione investimenti	40	
28		8.6	Contabilità analitica per il controllo gestionale		60
29		8.7	Transizione Digitale: Applicazioni ERP per la contabilità analitica e controllo di gestione		48
<b>ATTIVITA' FORMATIVA D'AULA</b>				<b>1.000</b>	<b>180</b>
<b>COMPETENZE PROFESSIONALI PRATICHE</b>					
28	<b>9° MODULO</b>	<b>TIROCINIO CURRICOLARE / STAGE AZIENDALE</b>		<b>820</b>	
<b>TOTALE</b>				<b>2.000</b>	



## **COMPETENZE DI BASE E TRASVERSALI**

**260 ORE**

### **1° MODULO - COMPETENZE BASE e TRASVERSALI**

**140 ORE**

#### **1.1. INGLESE NEI RAPPORTI INTERNAZIONALI**

**60 ore**

- La comunicazione in lingua inglese
  - Strutture grammaticali
  - Terminologia
  - Espressioni ricorrenti
- La conversazione telefonica
  - Il linguaggio telefonico
  - Verbi frasali
  - Terminologia per la comunicazione telefonica
- La conversazione
  - Forme di cortesia
  - Termini colloquiali
  - Espressioni formali
- La corrispondenza
  - La terminologia ricorrente nella stesura di e-mail lettere
  - Modalità di stesura di documenti in lingua

#### **1.2. ICT – STRUMENTI PER LA GESTIONE DELLA PRODUTTIVITÀ INDIVIDUALE**

**40 ORE**

- Architetture hardware e software dei sistemi di elaborazione
- Le operazioni in ambiente windows
- Elaborazione di testi – Panoramica su Word
- Foglio Elettronico –Panoramica su Excel
- Basi di dati – Panoramica su Access
- Internet – posta elettronica

#### **1.3. COMPLIANCE NORMATIVA**

**40 ORE**

- Sicurezza sui luoghi di lavoro - D.Lgs. 81/2008
- Gestione pratiche ambientali - D.Lgs. 152/2006
- Modelli Organizzativi Gestionali – D.Lgs. 231/2001
- Privacy GDPR UE 2016/679 – D.Lgs. 101/2018
- Codice crisi d'impresa e insolvenza - D.Lgs. 14/2019



ITS  
LA SPEZIA

## **2° MODULO – SVILUPPO SOFT SKILL**

**40 ORE**

### **2.1 SOFT SKILL**

**40 ORE**

- Leadership e Teamworking
  - Teambuilding e teamworking: due competenze diverse
  - Gruppo e team
  - Ruoli delle risorse all'interno del team
  - Obiettivo: definizione chiara e caratteristiche
  - Comunicazione e strategia vs obiettivo
  - Atteggiamento assertivo nel team
  - Punti di forza ed aree di miglioramento dei membri del team
- Tecniche di negoziazione
  - Comunicazione efficace come primo strumento relazionale
  - Assertività negoziale
  - Grafico negoziazione: relazione e contenuto
  - Conflitto, contrasto e divergenza
  - Win win come risoluzione del conflitto
  - Tecnica del brainstorming e dei 6 cappelli per pensare e negoziare
- Analisi delle situazioni e problem solving
  - Osservazione e giudizio
  - Capacità di analizzare come skill
  - Mappe mentali come strumento di gestione ed analisi
  - Definizione personale di "problema"
  - Tecniche e strumenti di problem solving analitiche e creative
- Flessibilità di pensiero ed innovazione
  - Definizione ed uso del "6 cappelli per pensare"
  - Il pensiero laterale
  - Flessibilità di pensiero e basi di neuroscienze
  - Innovazione e motivazione
  - Capacità di pensiero creativo: esercitazioni

## **3° MODULO – TRANSIZIONE DIGITALE: DIGITAL SKILL**

**40 ORE**

### **3.1 DIGITAL SKILL**

**40 ORE**

- Ricerca ed elaborazione di dati e informazioni
- Trasmissione e gestione dei dati
- Comunicazione con utilizzo di social networking
- Creazione di contenuti multimediali
- Sicurezza e protezione dei dispositivi digitali

## **4° MODULO – PROCESSI PRODUTTIVI INDUSTRIA 4.0**

**40 ORE**

### **4.1 TRANSIZIONE DIGITALE - SEMINARI TECNOLOGIE ABILITANTI I4.0**

**40 ORE**

- Cloud manufacturing
- Additive manufacturing / 3D printing
- Realtà aumentata
- Internet of Things
- Wearable technologies



- Big data e Analytics
- Horizontal & vertical integration

<b>COMPETENZE PROFESSIONALI SPECIALISTICHE</b>	<b>920 ORE</b>
--	----------------

<b>5° MODULO - PROCESSI PRODUTTIVI</b>	<b>136 ORE</b>
--	----------------

<b>5.1 IL PRODOTTO E I PROCESSI DI GESTIONE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>32 ORE</b>
--	---------------

- Programmazione e controllo della produzione
- Distinta base e cicli di lavorazione
- Pianificazione aggregata
- Piano principale di produzione (MPS) ed MRP
- Problematiche legate al conto lavoro
- Testimonianze e visite aziendali
- La fabbrica integrata
- Il modello WORLD CLASS MANUFACTURING
- Industry 4.0:- Concetti base - Advanced Manufacturing solution, la Realtà Aumentata, Robotica e Automazione Avanzata
- Caratteristiche e modelli di applicazione
- Casi di eccellenza

<b>5.2 PROJECT MANAGEMENT</b>	<b>32 ORE</b>
-------------------------------	---------------

- Il concetto di Project Management
- Campi di utilizzo del Project Management
- Il sistema organizzativo per la gestione dei progetti/commesse
- Le tipologie di progetto/commesse
- La pianificazione del progetto: PBS, WBS, OBS
- La programmazione e controllo dei tempi
- La pianificazione reticolare Pert/CPM/DPM
- L'analisi e l'utilizzo di software applicativi (Win Project)
- La preventivazione e il controllo dei costi
- Il flusso finanziario del progetto

<b>5.3 SISTEMA QUALITA' E MIGLIORAMENTO CONTINUO-STD ISO</b>	<b>16 ORE</b>
--	---------------

- La politica, gli obiettivi il manuale per la Qualità
- Il Sistema Qualità: ruoli e responsabilità
- Le Norme della serie UNI EN ISO 9000 e la normativa tecnica
- Il percorso per l'ottenimento della Certificazione
- Sistemi per la gestione della Qualità
- Il controllo dei processi produttivi per la realizzazione dei prodotti



- Il monitoraggio dei prodotti e dei processi
- La soddisfazione del cliente
- Le verifiche ispettive interne

#### **5.4 IL PROCESSO E LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI**

**16 ORE**

- Il processo degli acquisti
- Le fasi del processo degli acquisti
- I ruoli del processo
- Gli acquisti e la strategia aziendale
- La gestione delle scorte e il controllo del magazzino
- Le strategie di sourcing
- Strategie di allocazione delle forniture
- I modelli di fornitura
- Il parco fornitori e la ricerca di nuovi fornitori
- Il marketing d'acquisto
- L'analisi ABC
- La matrice di Kraljic
- Le strategie di approvvigionamento
- Il monitoraggio dei dati

#### **5.5 TRANSIZIONE DIGITALE: SISTEMI ERP PER LA GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI**

**40 ORE**

- Le Engineering Change Order per la gestione delle funzioni aziendali
- I Cicli di Lavorazione - funzionalità e verifica di Capacità legata al sistema Produttivo aziendale
- Applicazione del Piano principale di Produzione MPS (Master Production Scheduling)
- Applicazione della pianificazione dei Materiali con il sistema MRP (Material Requirement Planning)
- Previsioni di Vendita e Calcolo della Domanda
- Pegging, ATP (Available to Promise)
- Conto Lavoro
- Gestione della produzione conto Terzi
- Produzione su commessa e gestione dei progetti (Engineer to order)

### **6° MODULO - PROCESSI AMMINISTRATIVI**

**184 ORE**

#### **6.1 PRINCIPI CONTABILI, CO.GE. E BILANCIO DI ESERCIZIO**

**40 ORE**

- I principi contabili
- Gli obiettivi della contabilità generale e l'oggetto della rilevazione
- Il metodo della partita doppia
- Rilevazioni contabili d'esercizio
- Il bilancio previsto dal Codice Civile
- I principi di redazione del bilancio
- La Nota Integrativa e i criteri di valutazione dettati dal C.C.
- Esercitazioni



<b>6.2 SISTEMA FISCALE E TRIBUTARIO</b>	<b>40 ORE</b>
---	---------------

- Determinazione del reddito d'impresa: dall'utile civilistico al reddito imponibile fiscale
- L'imposta sul valore aggiunto: aspetti normativi, gli adempimenti ed esempi di compilazione
- L'imposta regionale sulle attività produttive: concetti base

<b>6.3 GESTIONE E AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE</b>	<b>40 ORE</b>
---	---------------

- Cenni di principali contratti di lavoro
- Costi del lavoro
- La busta paga
- I C.C.N.L.: disamina dei principali contenuti

<b>6.4 RAPPORTI CON GLI ISTITUTI DI CREDITO</b>	<b>24 ORE</b>
---	---------------

- Le principali forme di finanziamento a breve termine
- Le principali forme di finanziamento a medio lungo termine
- Gli strumenti di copertura del rischio cambio e del rischio tassi
- La banca on line

<b>6.5 TRANSIZIONE DIGITALE: APPLICAZIONE ERP PER LA CONTABILITA' GENERALE</b>	<b>40 ORE</b>
--	---------------

- Archivi di contabilità generale (clienti, fornitori, saldi, causali contabili, modelli contabili)
- Piano dei conti e strutture di bilancio
- Gestione finanziaria: cash flow
- Contabilizzazioni
- Operazioni periodiche (libro giornale, registri iva, liquidazione iva, ecc..)
- Operazioni annuali (bilancio, chiusura, apertura, ecc..)
- Gestione lettere d'intento
- Gestione ritenute
- Tesoreria
- Contabilità analitica
- Archivi (Anagrafica Cespiti, Causali cespiti, Saldi Cespiti)
- Piani Ammortamento
- Generazione Accantonamenti
- Operazioni Annuali (Registro Cespiti, Inventario Fisico, Controllo, Manutenzione)

<b>7° MODULO - PROCESSI DI MARKETING E INTERNAZIONALIZZAZIONE</b>	<b>340 ORE</b>
---	----------------

<b>7.1 COMUNICAZIONE AZIENDALE, SOCIAL MEDIA E MKTG DIGITALE</b>	<b>40 ORE</b>
--	---------------

- Introduzione alla Comunicazione Aziendale
  - Cos'è la comunicazione aziendale
  - Perché le aziende devono comunicare sul web
  - Il brand positioning oggi
  - Il Piano di Comunicazione efficace
  - Casi di successo



- Introduzione al Social Media Marketing
- Come funzionano e come sfruttare al meglio Facebook, Instagram, Youtube e LinkedIn
  - Facebook
  - Instagram
  - Youtube
  - LinkedIn
- L'importanza del blog aziendale
- Strumenti per il tracciamento e l'analisi dei risultati, lettura dei risultati e della reportistica

<b>7.2 CONCETTI DI MKTG STRATEGICO E MKTG INTERNAZIONALE</b>	<b>60 ORE</b>
--	---------------

- Principi base del marketing
- Strategia e pianificazione
- Strumenti e modalità di comunicazione nonché adattamento del comportamento gestionale
- Ricerche di mercato
- Gestione ed organizzazione della forza vendita
- Tecniche di vendita
- Budget e strumenti di controllo

<b>7.3 PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE</b>	<b>60 ORE</b>
---	---------------

- Scenari macroeconomici e la globalizzazione dei mercati
- La scelta dei sistemi Paese di interesse commerciale
- Le strategie d'internazionalizzazione
- Gli organismi internazionali di regolazione degli scambi internazionali
- Le istituzioni e gli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione
- Visite aziendali / testimonianze di settore

<b>7.4 TECNICHE DI COMMERCIO INTERNAZIONALE</b>	<b>100 ORE</b>
---	----------------

- Identificazione delle specificità culturali del Paese ospitante (elementi di maggior rilievo di carattere sociale, economico e giuridico)
- Il piano operativo commerciale
- La contrattualistica internazionale
- Normativa doganale
- I trasporti internazionali
- Finanza ed assicurazioni per l'export
- Aspetti fiscali legati all'export
- Fonti informative di supporto all'export

<b>7.5 EDUCATION TO EXPORT</b>	<b>40 ORE</b>
--------------------------------	---------------

- Supporto alle scelte strategiche dell'impresa
- Assicurazione crediti
- Finanziamenti e investimenti
- Cauzioni
- Protezione Costruzioni



- Advisory Clienti&Mercati – Rischi e opportunità
- Casi aziendali specifici

## 7.6 MANAGEMENT INTERNAZIONALE E BUSINESS ETIQUETTES

40 ORE

- Motivazione e basi per la comunicazione interculturale in ambito d'affari
  - ❑ “Manners” ed “International Business Etiquette”: basi sociologiche e culturali
  - ❑ Comunicazione aziendale in Italia: come siamo percepiti dagli stranieri in ambito di business
  - ❑ Rispettare le specifiche culture: come prepararsi ad un viaggio di lavoro o ad accogliere ospiti
  - ❑ Culture ad alto e basso contesto - collettiviste ed individualiste
- Situazioni specifiche e atteggiamenti da adottare: protocollo internazionale
  - ❑ Presentazioni, saluti e rispetto delle gerarchie
  - ❑ Fisicità ed abbigliamento- Inviti, ringraziamenti e regali - Riunioni ed eventi - Cibo e tavola
- Nozioni specifiche e curiosità per aree e paesi specifici



## **8° MODULO - PROCESSI DI CONTROLLO GESTIONALE**

**260 ORE**

### **8.1 PROCESSI ORGANIZZATIVI E SMART WORKING**

**16 ORE**

- Struttura aziendale e modelli organizzativi
- Processi Operativi
- Il sistema qualità in azienda
- Visita Il flusso informativo in azienda
- Come organizzarsi il lavoro in SW
- Come creare e gestire Team di lavoro in SW
- Tecnologie a supporto delle SW

### **8.2 BUDGET AZIENDALE**

**32 ORE**

- Budget di funzione
- Budget consolidati
- Flussi di cassa
- Budget finanziario
- Analisi dell'andamento aziendale tramite indicatori
- Valutazione delle decisioni d'investimento
- Analisi del valore

### **8.3 STRUMENTI MATEMATICO-STATISTICI PER IL CONTROLLO DI GESTIONE**

**24 ORE**

- Data Management e strumenti di supporto alle decisioni aziendali
- Introduzione statistica
  - Indici statistici
  - Misura di variabilità dei dati
- Principi di probabilità
  - Introduzione agli eventi
  - Assiomi della teoria della probabilità
- Introduzione a variabili casuali
  - Misurabilità e teorema di Kolmogorov
  - Distribuzione di probabilità e variabile casuale multipla
- Le più comuni variabili casuali
  - Variabili casuali
  - Applicazioni e approssimazione
  - Standardizzazione di una variabile casuale
- Relazioni tra variabili casuali
  - Correlazione
  - Indice di correlazione lineare ed applicazioni
- Introduzione ai modelli predittivi
  - Relazione tra variabili ed introduzione ai modelli di regressione
  - Ipotesi sui modelli di regressione
- Analisi di regressione
  - Tecniche di regressione



ITS  
LA SPEZIA

#### 8.4 LA GESTIONE DEI DATI AZIENDALI A SUPPORTO DELLE DECISIONI STRATEGICHE 40 ORE

- Concetti di dati e informazioni
- Concetto di Big Data
- Applicazioni operative per le aziende di piccole dimensioni
- Business Intelligence (BI) per raccogliere dati ed analizzare informazioni strategiche
- Strumenti informatici immediati di gestione di dati
- Approccio agli strumenti informatici per ottenere informazioni dai dati archiviati
- Creazione e modifica di schemi di database. Inserimento, modifica e gestione dei dati memorizzati
- Interrogazione dei dati memorizzati
- Creazione e gestione di strumenti di controllo e di accesso ai dati
- Tecniche di reperimento, comprensione e analisi dei dati
- Accesso ai dati tramite strumenti di office automation
- Integrazione tra gli applicativi di office automation per la gestione strategica dei dati

#### 8.5 FINANZA AZIENDALE, FONTI DI FINANZIAMENTO E VALUTAZIONE INVESTIMENTI 40 ORE

- L'analisi finanziaria
  - La redditività aziendale
  - ROA – ROI - ROE e leva finanziaria
- La liquidità aziendale
  - Current e quick ratio
  - Margine di tesoreria e margine di struttura
- La solvibilità aziendale
  - Il rapporto di indebitamento
  - L'Interest cover ratio
  - Il rapporto PFN/MOL
  - L'efficienza aziendale
  - Gli indici di rotazione - Gli indici di durata
- La leva operativa
  - Il calcolo del break-even point operativo
  - I "caveat" dell'analisi finanziaria
- Strumenti per un'analisi finanziaria più efficace
  - La "Time-series analysis"
  - L'utilizzo di grafici
  - L'analisi per settori d'attività
  - La "Common-size analysis"
- Elementi di valutazione degli investimenti
  - Il "Discounted Cash Flow" (DCF)
  - L'investimento iniziale, i flussi di cassa operativi, il valore residuale
  - Il valore finanziario del tempo ed il tasso di attualizzazione
  - I flussi di cassa operativi "irregolari"
  - Il DCF e la valutazione d'azienda
- Altri criteri
  - Il "Payback" (puro ed attualizzato)
  - L'"Internal Rate of Return" (IRR) ed il "Net Present Value" (NPV)
  - L'"Economic Value Added" (EVA)
- Il costo del capitale
  - Il costo dei mezzi propri: il CAPM



- Il costo del debito
- Il "Weighted Average Cost of Capital" (WACC)
- Il processo di valutazione degli investimenti
  - L'analisi
  - Il controllo ex-post
  - La scelta tra investimenti succedanei
  - Lo studio di settore: metodo top-down e metodo bottom-up
  - Il ciclo di vita del settore

<b>8.6 CONTABILITA' ANALITICA PER IL CONTROLLO DI GESTIONE</b>	<b>60 ORE</b>
--	---------------

- Obiettivi della contabilità industriale
- Classificazione dei costi aziendali
- Criteri di impostazione della contabilità industriale
- Impostazione di un sistema di controllo
- Confronto fra preventivo e consuntivo
- Metodi di riclassificazione del sistema di controllo
- Controllo costi: problematica ed utilizzo di software appropriato

<b>8.7 TRANSIZIONE DIGITALE: APPLICAZIONI ERP – CONTABILITA' ANALITICA E CONTROLLO DI GESTIONE</b>	<b>48 ORE</b>
--	---------------

- Analisi di Bilancio: Estrazione dati contabili e analitici, Analisi dati contabili e analitici
- Movimenti Extra Contabili
- Manutenzione Ratei
- Strutture di bilancio contabili ed analitiche
- Gestione bilancio contabile e analitico, bilancio previsionale
- Costruzione indici, confronto indici
- Confronto fra bilanci contabili e analitici, proiezione di bilanci contabili e analitici

<b>COMPETENZE PROFESSIONALI PRATICHE</b>	<b>820 ORE</b>
--	----------------

<b>9° MODULO – TIROCINIO CURRICOLARE</b>	<b>820 ORE</b>
--	----------------

Inserimento individuale dei partecipanti al corso in aziende interessate ad esplorare strategie di internazionalizzazione e/o partecipazione a reti d'impresa (global sourcing).

Di seguito si ipotizzano le principali aree di potenziale inserimento degli allievi in tirocinio curricolare. La loro differente collocazione dipenderà molto dalle dimensioni dell'impresa ospitante e dalla loro differente organizzazione:

- Area Amministrazione
- Area Finanza aziendale
- Area Pianificazione e controllo di gestione
- Area Marketing
- Area Export
- Area Pratiche commerciali
- Area Pianificazione e logistica
- Area Gestione e assistenza clienti
- Altre aree aziendali

Inoltre, per le imprese interessate sarà possibile far effettuare allo studente una esperienza professionale ospitata presso una unità estera del MISE / I.C.E., in tale contesto l'allievo effettuerà un'analisi di mercato del settore ed elaborerà un report strategico funzionale a prefigurare un'ipotesi di penetrazione commerciale per conto dell'azienda nella quale sta svolgendo il tirocinio curricolare.