

DETTAGLIO CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

TITOLO	DURATA	QUOTA	PROGRAMMA
<p>ORGANIZZAZIONE AZIENDALE</p> <p><u>Rimborsato interamente da EBAV</u></p>	20 ore	Euro 433.92 (IVA inclusa)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ analisi del mercato di riferimento ➤ posizionamento ➤ analisi dei concorrenti ➤ individuazione della strategia aziendale ➤ individuazione dei piani di azione ➤ predisposizione organigramma aziendale ➤ monitoraggio delle risorse ➤ verifica dello stato di efficienza (eliminazione delle sovrapposizioni) ➤ strumenti di comunicazione tra persone - dipartimenti ➤ sistemi di crescita ➤ predisposizione strumenti di verifica dell'andamento aziendale - indicatori di performance
<p>TEMPI E METODI</p> <p><u>Rimborsato interamente da EBAV</u></p>	21 ore	Euro 325.23 (IVA inclusa)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ classificazione e codifica materie prime/semi lavorati ➤ classificazione e codifica strumenti di lavorazione ➤ determinazione dei cicli di lavorazione ➤ determinazione distinta base per prodotto/commissa ➤ analisi cicli di lavorazione: tempi - costi ➤ organizzazione della manodopera ➤ gestione e ottimizzazione della produttività aziendale ➤ gestione magazzino carichi - scarichi ➤ gestione e ottimizzazione degli approvvigionamenti ➤ determinazione di strumenti excel per l'organizzazione e il monitoraggio dell'azienda
<p>CONTROLLO DI GESTIONE</p> <p><u>Rimborsato interamente da EBAV</u></p>	21 ore	Euro 325.33 (IVA inclusa)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ principi di contabilità generale ➤ principi di contabilità analitica ➤ classificazione costi aziendali ➤ analisi costi aziendali ➤ determinazione dei centri di costo aziendali ➤ classificazione dei ricavi aziendali ➤ imputazione dei costi ai singoli prodotti - commesse ➤ analisi redditività per prodotto/commissa ➤ sistemi di pianificazione - budget aziendali ➤ determinazione di strumenti excel per l'analisi aziendale
<p>MARKETING</p> <p><u>Rimborsato interamente da EBAV</u></p>	21 ore	Euro 433.92 (IVA inclusa)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Catalogazione e analisi dei beni-servizi offerti ➤ Analisi del target cliente ➤ Analisi dei mercati di riferimento ➤ Individuazione e analisi delle aziende concorrenti ➤ Individuazione dei punti di forza e debolezza interni, delle opportunità e delle possibili minacce ➤ Predisposizione della corretta strategia di marketing ➤ Analisi dei principali strumenti di comunicazione aziendale: campagne pubblicitarie, stampa istituzionale. ➤ Pubbliche relazioni: fiere, eventi. ➤ Misurazione della soddisfazione del cliente ➤ Gestione della politica commerciale legata alla strategia di marketing