

**PROPOSTE FORMATIVE
PER IMPRENDITORI, FAMILIARI E DIPENDENTI
OTTOBRE 2011-MAGGIO 2012**

**CORSI DI ALTA SPECIALIZZAZIONE
Settore Metalmeccanico**

| TITOLO | COSTO | PROGRAMMA |
|--|---|---|
| <p>TEMPI E METODI (20 ore)</p> | <p>Associati CNA: € 324,00 (IVA inclusa)</p> <p>Non Associati CNA: € 336,00 (IVA inclusa)</p> | <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 (20 ore)</p> | <p>Associati CNA: € 324,00 (IVA inclusa)</p> <p>Non Associati CNA: € 336,00 (IVA inclusa)</p> | <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 (20 ore)</p> | <p>Associati CNA: € 324,00 (IVA inclusa)</p> <p>Non Associati CNA: € 336,00 (IVA inclusa)</p> | <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 |