



Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili

**ANALISI STRATEGICO-COMPETITIVA DELL'IMPRESA: ANALISI
INTERNA ED ESTERNA**

Componenti fondamentali di un piano aziendale

A CHI SI RIVOLGE

Supervisor, manager, sviluppatori di prodotti

OBIETTIVI

Non capisco perché sia necessario un piano di business. Andiamo a parlare al capo della nostra idea. Sono sicuro che ci darà il suo consenso! Suona familiare? Molti di noi hanno già sentito queste parole. Forse le abbiamo dette proprio noi. La verità è che al giorno d'oggi una semplice proposta orale ha ben poche chance di riuscire a persuadere i decisori della tua società ad implementare una tua idea di un nuovo prodotto o servizio. Il motivo? I supervisor, i manager e gli altri decisori vogliono VEDERE (e non solo ASCOLTARE) le ragioni per cui sviluppare nuovi prodotti e il modo MIGLIORE per convincerli è presentare un piano di business ben congegnato! Scoprirai che esistono ottime ragioni per preparare piani di business e che valgono tutto il tempo e gli sforzi che implicano. Capirai come individuare esattamente quale sarà il tuo pubblico: di solito, non sono solo manager! Osserverai i modi per presentare in maniera adeguata e appropriata il tuo prodotto o servizio al pubblico. Infine, analizzerai i modi per effettuare la ricerca di background che sarà parte integrante del tuo piano di business vincente.

- Perché preparare un piano di business?
- determinare i benefici di un piano di business ben congegnato
- definire un piano di business
- identificare i decisori che dovranno approvare i nuovi prodotti/servizi
- riconoscere le quattro fasi principali per la verifica di un'idea di business
- specificare le risorse interne necessarie a implementare una nuova idea/prodotto.
- Il pubblico del piano di business
- riconoscere il valore di una corretta identificazione del pubblico del piano di business
- specificare i possibili decisori di un piano di business
- determinare il pubblico che userà il piano di business per implementare il prodotto
- elencare i metodi di persuasione dei decisori dubbiosi sulla fattibilità di un nuovo prodotto/servizio
- determinare le cose da dire e da non dire quando si utilizza un linguaggio d'affari appropriato.

TEST INTERMEDI

All'interno di ogni modulo vi sono dei momenti di verifica dell'apprendimento non vincolati che consentono all'utente di interagire con l'animazione verificando l'apprendimento dei concetti presentati.

SUPERAMENTO

Al termine del corso è previsto un test finale che verifica l'apprendimento con domande a risposta singola e multipla riguardo l'intero contenuto del corso suddiviso per i moduli fruiti.

CERTIFICAZIONI

Il corso prevede il rilascio di **4 Crediti Formativi Professionali (CFP)**. Il corso è accreditato dal CNDCEC attraverso l'ODCEC di Cassino, secondo il Regolamento per la formazione professionale continua del Consiglio Nazionale.

L'attestato è rilasciato da Interattiva

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempo e costi
- Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali, utilizzabile in modalità strutturata o semi-strutturata
- Accessibilità ovunque e in ogni momento
- Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso



DURATA

3,5 ore

TIPOLOGIA DI EROGAZIONE

courseware multimediale



FRUIZIONE

6 mesi



CODICE CORSO

40419



REQUISITI

CPU Pentium II 400 MHz

Ram 32 Mbytes

Scheda video SVGA 800x600

Scheda audio 16 bit

Amplificazione audio

Web browser Internet Explorer 8.0 o Firefox 7.0 o superiori

Plug-in Shockwave Player, Flash Player, Java