

**CORSO FORMAZIONE AZIENDALE, programmi****CONTROLLO GESTIONALE****Ore 8 – lezioni di 4 ore – 2 gg di seguito****Mettere in relazione costi aziendali e scelte manageriale**

Gli strumenti per la valutazione dei costi associati ai processi aziendali. Struttura organizzativa, sistemi di controllo e misurazione delle performance
Le nuove frontiere del costing: Activity Based Costing. Time driven activity, costi drive, balanced scorecard

I Centri dei COSTI - Quadro controllo Costi

Direct costing vs full costing. I prezzi di trasferimento
Come determinare il costo di prodotto. Il margine di sicurezza

Stimare il livello di analiticità dei costi utile per prendere le decisioni necessarie Strutture di costo a confronto. Il punto di pareggio e la leva operativa. La logica differenziale Make or buy

Commesse

Adattare il sistema di controllo ad esigenze specifiche: commesse, progetti, etc.

Il margine di commessa

Budget

Definizione, scopi e processo

Il budget delle vendite

Il budget di produzione e le scorte

Il budget di commessa

Il budget degli acquisti

Il budget degli investimenti

Il budget economico

Il budget patrimoniale

Business Plan

La valutazione degli investimenti

GESTIONE FINANZIARIA**Ore 4**

Differenze fra gestione economica e finanziaria

La determinazione e il monitoraggio dei flussi finanziari, foglio lavoro del Rendiconto Finanziario Le determinanti gestionali che influenzano i flussi finanziari, cash flow, capitale circolante
Le scelte di finanziamento dell'attività aziendale: fonti di breve e lungo termine, capitale circolante netto e capitale fisso

Il budget finanziario e il controllo dei flussi finanziari, ratios finanziario, equilibrio della liquidità, leva finanziaria

Il rapporto con le banche, titoli di credito, quietanza di pagamento, conciliazione bancaria, mutuo, finanziamenti

Il ruolo della direzione finanza e come le funzioni influenzano i flussi finanziari

MARKETING INTERNAZIONALE**Ore 4**

Come fare Sistema – Contratto Rete Imprese per realizzare Progetti a low cost, L 122/10 Art 42

Come fare un piano di Marketing Le principali strategie del Marketing Le decisioni di marketing internazionale. I principali elementi del piano di marketing internazionale: La strategia di prodotto. La strategia di prezzo. La pubblicità internazionale. I canali di distribuzione. Analisi del Mercato Business plan

Conoscere il mercato di riferimento in cui si opera. Analisi forze concorrenziali. Pianificazione controllo

Valutazione dell'attrattività dei Paesi esteri: o Fonti di informazione e attività di ricerca.

Stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale.

Sistemi di controllo della performance

Commercio Internazionale: Decisione di esportare.

Tecniche di redazione dei Contratti Internazionali.

Strumenti di sostegno all'Internazionalizzazione delle

Imprese. Agevolazioni Finanziarie

Focus Brasile quale Paese ponte dell'America Latina

Costo a Partecipante € 580 + IVA, minimo 3 partecipanti, anche di Imprese conosciute**SEDE – Data da definire con Partecipanti.****REFERENZE****T 348 230 71 77**

RAFFAELE COLONNA, amministratore e consulente della società **AUDITING sas**. **DOCENTE FORMAZIONE**
Esperienze avviate nel 1970 in **FIAT**, Contabilità Generale. 1978 **REVISORE** Bilanci. 1982 avvio **CONSULENTE**, a supporto di Commercialisti per servizi in PMI di Contabilità e Revisione Bilanci. 1985 costituita società **AUDITING sas**, 1988 Associati a **CONFINDUSTRIA ASSOCOCONSULT**, membri del settore Internazionalizzazione e del Collegio Revisori. 1996 **DOCENZA FORMAZIONE**, Corsi svolti a: Aosta, Ivrea, Novara, Torino, Cuneo, Alessandria, Genova, Pavia, Varese, Busto Arsizio, Cantù, Seregno, Lecco, Monza, Milano, Brescia, Verona, Bolzano, Padova, Venezia, Rovigo, Parma, Modena, Ferrara, Ravenna, Rimini, Bologna, Firenze, Piombino, Pescara, Barletta, Fasano, Lecce. 1997 Consiglieri vari **CONSORZI EXPORT**, per promozione business di PMI dei settori: meccanica, tecnologia, alimentare, turismo, in: Argentina, Uruguay, Brasile, Perù, Centro America, Burkina Faso, Costa D'Avorio, Marocco, Tunisia, Russia, Svizzera, CE.
CLIENTI: Commercialisti, Randstad, Elea, Casa di Carità, Forema, Keyco, Soges, PMI ogni settore, dimensione, zona.

INFORMAZIONI T **011 779 42 55** – auditing@fastwebnet – www.auditingitalia.it