



Set di strumenti per formatori di educazione
fisica che lavorano con gruppi di adulti misti e
misti

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Il supporto della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un avallo del contenuto che riflette solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Autori

Marius Ignatonis Rima Baciulyte
Ilona Kojelytė-Čepurnienė
Marijus Vaisėta
Ramune Vadeikyte
Ahmet Okan Yavuz
Ercan KÜÇÜKARSLAN
Céu Branco
Carlo Smaldone Villani
Francesca Pastorino Smaldone Villani
Pierre TrotonJean-Marc Hetsch

Contenuto

Autori	2
Contenuto	3
IO. introduzione	4
II. Questionari sull'imprenditorialità	7
III. Compiti per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali	9
III.1. Idea imprenditoriale: ricerca, valutazione di opportunità e proprie possibilità	9
III.2. Sviluppo del business plan	17
III.3. Costituzione di un'impresa	24
III.4. Gestire un'impresa: gestione del marketing	31
III.5. Gestire un'impresa: gestione delle vendite e degli acquisti	41
III.6. Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane	47
III.7. Gestire un'impresa: gestione finanziaria e contabile	55
III.8. Rivedere i risultati dell'impresa	65
Appendici	71
Questionario n. 1. Competenze imprenditoriali	71
Questionario n. 2. Intenzione imprenditoriale	77
Questionario n. 3. Valutazione dell'imprenditorialità	79
Questionario n. 4. Atteggiamento imprenditoriale	82
Risorse utili	84
Conclusioni	94

I. introduzione

Questa guida è il risultato del progetto Erasmus+ realizzato dal seguente consorzio di partenariato:



Set di strumenti per formatori di educazione fisica che lavorano con gruppi di adulti misti e mistimira a introdurre il gruppo target - formatori di educazione fisica, organizzatori di pratiche e insegnanti (affari, marketing, gestione, materie economiche) nell'IFP o nell'istituto di istruzione superiore, istruzione generale, al metodo dell'impresa pratica (PE) e al compito di modellare e insegnare all'interno del proprio PE. Questo materiale aiuterà i formatori a pianificare, organizzare e valutare le capacità imprenditoriali acquisite dagli studenti. Il materiale creato descrive i compiti (cosa fare), gli approcci (come fare) e i risultati (come acquisire competenze imprenditoriali).

Set di strumenti per formatori di educazione fisica che lavorano con gruppi di adulti misti e misti fornisce:

- esempi di questionari, che possono essere utilizzati per scoprire dove si trova il tirocinante prima della sua formazione nella Practice Enterprise e dove sarà alla fine della formazione (crescita personale).
- insieme di esempi di compiti (in base alle competenze selezionate di ENTRECOMP) e spiegazioni su come farlo. Tutti i compiti sono orientati all'obiettivo degli studenti di raggiungere queste abilità. In primo luogo, vengono formulati compiti riguardanti la creazione di un ambiente di apprendimento ottimale, in secondo luogo, motivare direttamente l'apprendimento a sfruttare le opportunità di apprendimento; e in terzo luogo,

aumentare la consapevolezza dell'apprendimento sull'importanza delle capacità imprenditoriali e creare un sistema di conoscenza ottimale per aumentare le capacità imprenditoriali tra i discenti. Gli studenti saranno incoraggiati a vedere l'EP da tre diverse prospettive:

- come discenti, riflettendo sulla Practice Enterprise come luogo di apprendimento;
 - come dipendenti di un'impresa che applicano le loro conoscenze teoriche in un ambiente aziendale, e
 - come futuri creatori di affari, studiando la creazione e il mantenimento di tale simulazione aziendale.
- risorse utili sono fornite nel testo.

L'insieme degli strumenti per i formatori di educazione fisica che lavorano con gruppi di adulti misti e misti è disponibile sui siti web dei partner in inglese, francese, italiano, lituano, portoghese e turco. Sarà facilmente trasferito ad organizzazioni al di fuori del consorzio del progetto, poiché sarà disponibile online in 6 lingue; facilmente adattabile ad altre scuole di formazione professionale; in altre lezioni di business (compiti, link, ecc.); la metodologia può essere utilizzata e ulteriormente sviluppata come strumento pratico per la diagnosi delle competenze degli adulti in altre aree, quali: Economia, Management, Marketing, Sviluppo aziendale, Gestione delle risorse umane, Contabilità, ecc.

II. Questionari sull'imprenditorialità

Le capacità imprenditoriali sono essenziali per il successo del business. Le aziende che possiedono risorse umane con competenze eccezionali hanno un focus a lungo termine ed è più probabile che utilizzino le proprie competenze per sfruttare le opportunità emergenti. L'imprenditorialità implica la ricerca e la sperimentazione di nuovi modi per sviluppare e migliorare le imprese di successo. L'imprenditorialità implica concentrarsi sull'innovazione, valutare i rischi e i benefici di una nuova impresa, cercare opportunità e cercare nuove informazioni.

Secondo vari scienziati, la competenza imprenditoriale consiste in conoscenza, motivazione, capacità e caratteristiche (qualità personali). Le competenze imprenditoriali sono costituite da attributi personali, conoscenze e abilità o caratteristiche e abilità personali o competenze personali e competenze funzionali. Le competenze imprenditoriali comprendono conoscenze, abilità e attitudini, sotto le quali si nascondono le caratteristiche personali. Ogni classificazione afferma che le qualità personali fanno parte delle competenze imprenditoriali. La competenza imprenditoriale personale è un insieme di qualità che aiutano a delineare l'atteggiamento e il comportamento degli imprenditori. In altre parole, le caratteristiche personali sono tratti che rendono le persone più o meno capaci di imprenditorialità.

Questo manuale fornisce quattro esempi di questionari che potrebbero essere applicati agli studenti di educazione fisica dai loro formatori per aiutarli a identificare quali competenze imprenditoriali hanno e cosa vogliono ottenere in futuro. L'utente può scegliere il questionario che preferisce e stamparlo o trasferirlo su moduli Google o altri strumenti di questionario online.

Tutti i questionari si trovano nelle appendici (Pagina 68).

III. Compiti per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali

Il capitolo fornisce esempi di compiti per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali.

Gli argomenti delle attività coprono tutte le aree del PE e riflettono aree/dipartimenti aziendali reali. Si tratta di un insieme di esperienze di successo utilizzate dagli insegnanti nei paesi partner del progetto. Le competenze da sviluppare utilizzando questi compiti sono state scelte da "EntreComp - the European Entrepreneurship Competence Framework" per consentire agli studenti di diventare imprenditori. La durata del corso è di 200 ore complessive, e si compone delle seguenti 8 aree tematiche:

1. Idea imprenditoriale: ricerca, valutazione di opportunità e proprie possibilità.
2. Sviluppo del business plan.
3. Costituzione di un'impresa.
4. Gestire un'impresa: gestione del marketing.
5. Gestire un'impresa: gestione delle vendite e degli acquisti.
6. Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane.
7. Gestire un'impresa: gestione finanziaria e contabile.
8. Rivedere i risultati dell'impresa.

III.1. Idea imprenditoriale: ricerca, valutazione di opportunità e proprie possibilità

Idea imprenditoriale: ricerca, valutazione di opportunità e proprie opportunità

Introduzione e
motivazione

Panoramica dell'attività: Molti di noi si trovano ad affrontare regolarmente opportunità di business. Decidere cosa vale la pena abbracciare, però, può essere difficile. Sia che tu stia avviando una nuova attività o che tu stia cercando di espandere la tua attività attuale con una nuova opportunità, è fondamentale sapere come valutarla in modo appropriato. Per quanto riguarda il futuro, ecco alcune cose da considerare quando si decide se vale la pena cogliere un'opportunità di business.

Scopo principale: Per cercare il mercato, valutare le opportunità per creare e sviluppare un'idea di business.

Contenuto: Gli studenti condurranno ricerche di mercato; valutare la rete attuale; comprendere la propria capacità personale di controllare il mercato e gestire il flusso di cassa; capire quali capacità di gestione sono essenziali per creare un business.

Organizzazione e durata del lavoro	20 ore totali: Ricerca di contenuti e testimoni/testimonianze (6 ore) Lavoro dello studente indipendente con il supporto del formatore (11 ore) Valutazione (3 ore)
Attrezzature e risorse	Un computer o un laptop, una stampante, una connessione Internet, un mouse e hardware domestico: tavolo, sedie, documenti, sala riunioni, sala di lavoro o angolo di lavoro.
Metodi apprendimento	<p>di</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificare tutti o il maggior numero possibile di potenziali rischi o perdite per l'attività presentata. Ad esempio, il completamento della prima fase del progetto potrebbe richiedere un mese in più del previsto, con conseguenti sanzioni finanziarie e costi di manodopera aggiuntivi per l'azienda. 2. Stimare la probabilità che si verifichi la perdita. Etichetta su un foglio di carta o foglio elettronico tre colonne con percentuali di probabilità. Etichettali "25%" (basso), "50%" (medio) e "75%" (alto), quindi posiziona ogni potenziale rischio in una delle tre categorie in base alla probabilità di accadimento stimata. Ad esempio, se la possibilità che la fase uno del progetto scada di un mese è bassa, inseriscila nella colonna "25%". (Gruppo di lavoro con il tutoraggio del formatore). 3. Decidere se l'azienda può sopportare la perdita e se vale la pena correre il rischio. Sottrarre la potenziale perdita dalle entrate generate dal progetto nel suo complesso. Ad esempio, il progetto avvantaggia l'azienda con un guadagno di € 50.000 alla fine dell'anno fiscale, meno una perdita per l'azienda di € 6.000 alla fine dell'anno fiscale se la fase uno non viene completata in tempo. (Valutazione dell'idea) 4. Escogitare un modo per ridurre al minimo o eliminare il rischio. Nell'esempio, ridurre al minimo o eliminare il rischio della perdita di 6.000 € di sanzioni e dell'aumento del costo del lavoro da una scadenza mancata aggiungendo più manodopera dall'inizio per garantire il rispetto della scadenza, o negoziando per spostare la scadenza e dare alla fase uno un mese aggiuntivo per il completamento. (Processo decisionale)
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1: Capire qual è la dimensione del mercato e se vale la pena entrarci o meno.</p> <p>OBIETTIVO 2: Conoscere e capire se esistono relazioni utili e utili per avviare una nuova attività.</p> <p>OBIETTIVO 3: Comprendere la capacità personale di controllare il mercato e gestire il flusso di cassa.</p> <p>OBIETTIVO 4: Comprendere quali capacità di gestione sono essenziali per creare un business.</p>

Risultati e competenze acquisite.	Risorse: alfabetizzazione finanziaria; In azione: <ul style="list-style-type: none">• Apprendere attraverso l'esperienza;• Lavorare con gli altri;• Pianificazione e gestione;
Linee guida per formatori per AIM 1 Dimensioni del mercato	Uno dei fattori più importanti nella valutazione di un'opportunità di business è la dimensione del mercato. Fai una piccola ricerca di mercato. Scopri se esiste un mercato per l'opportunità e quanto è grande quel mercato. Prima di andare avanti, vuoi essere sicuro che la domanda sia lì. Non è necessario fare appello a un mercato enorme, ma è utile capire il mercato. Inoltre, sapere quanto è impegnato il mercato e quanto è probabile che paghino per ciò che viene venduto può aiutare. Chiedi agli studenti di fare una piccola ricerca di mercato e scoprire se c'è una richiesta per una nuova attività nella zona. https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-ricerca/
Linee guida per formatori per AIM 2 Relazioni	L'opportunità di business arriva con alcune relazioni? Ad esempio, hai un "di persona" che può aiutarti a sfruttare l'opportunità? Se conosci qualcuno che ha una mentalità tecnica, questo può aiutarti con alcuni aspetti dell'opportunità. Quali sono i tuoi rapporti con potenziali investitori o clienti? Quando hai più relazioni, è probabile che l'opportunità funzioni più agevolmente. https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/
Linea guida per formatori AIM 3 Capacità di gestire il flusso di cassa	Successivamente, è necessario esaminare la capacità di gestire il flusso di cassa. Ci sono finanziamenti per l'avvio dell'impresa? Che dire dei modi per continuare a finanziare l'attività ogni mese. Scopri come verrà gestito il flusso di cassa e dai un'occhiata al business plan. Vuoi assicurarti che sia probabile che l'azienda si mantenga dopo un periodo di tempo. https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.html
Linea guida per i formatori OBIETTIVO 4 Competenze gestionali	Quali sono le competenze delle persone coinvolte? Se stai valutando la tua opportunità di business, devi essere onesto su ciò che porti in tavola e su cosa devi compensare. Quando cerchi un'opportunità di business in cui investire o espanderti, guarda il management. Che abilità hanno? Sono appropriati e diversificati? Ti fidi della competenza dei presidi per rendere l'opportunità un successo? https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-abilità

Valutazione della
descrizione della
competenza

Come valutare la tua idea di business?

Autoanalisi

Prima ancora di iniziare a ricercare la fattibilità della tua idea e il mercato in cui intendi entrare, valuta i tuoi talenti, desideri e obiettivi. Considera la tua disponibilità a correre dei rischi, nonché la quantità di tempo ed energia di cui avrai bisogno per rendere l'attività un successo. Esamina le tue capacità finanziarie, del personale e di marketing e assicurati di avere il background necessario per realizzare con successo la tua nuova impresa.

Componenti finanziarie

Dopo aver appreso l'investimento necessario per acquistare l'attività esistente o il franchising o i costi di avviamento di cui avrai bisogno inizialmente, valuta le tue risorse. Parte di una valutazione finanziaria include l'importo che hai in risparmi personali da aggiungere all'investimento iniziale. Le banche in genere richiedono agli imprenditori di presentare una parte dell'investimento per dimostrare buona fede e disponibilità a correre un rischio con il prestatore. Valuta i finanziamenti disponibili attraverso il venditore, gli investitori e gli istituti di credito quando valuti le tue possibilità di successo.

Ricerca di mercato

Per capire a fondo in cosa ti stai cacciando, esegui un ampio progetto di ricerca di mercato per determinare la fattibilità della tua attività. Oltre a raccogliere statistiche sulle tendenze e sugli attuali modelli di acquisto dei clienti, devi sapere chi sono i tuoi clienti, dove si trovano e che tipo di concorrenza esiste nella tua zona. Considera le ricerche di mercato come i primi passi nell'analisi delle opportunità che ti aiutano a capire esattamente come venderai prodotti o servizi a un mercato specifico.

Valutazione del rischio

Una valutazione completa di un'opportunità di business include una valutazione del rischio. Una valutazione onesta dei potenziali rischi inerenti alla tua nuova attività può aiutarti a prepararti a possibili problemi e a decidere se i rischi valgono l'investimento. I dettagli che devi considerare nel processo di valutazione del rischio includono fattori che potrebbero influire negativamente sulla tua attività, come lo stato generale dell'economia, gli eventi meteorologici e la competitività della concorrenza. Le considerazioni interne dovrebbero includere la tua salute, il livello di credito a tua disposizione e il numero e il tipo di dipendenti che dovrai assumere per gestire l'attività in modo efficiente.

Supporto

Infine, valuta la quantità di supporto che ti aspetti di ricevere dalla tua famiglia e dalla comunità. Molto probabilmente trascorrerai una quantità eccessiva di tempo nelle fasi iniziali dell'apertura della tua nuova attività, il che potrebbe influenzare i tuoi rapporti familiari. La valutazione

dell'opportunità richiede considerazioni professionali e personali. Potrebbe essere necessario ridurre gli hobby e gli impegni esterni per un po' di tempo. Gli atteggiamenti e le preferenze culturali nella tua comunità possono influire sulla tua capacità di crescere e sostenere la tua attività. Valuta la tua posizione su tutti questi fronti per assicurarti di avere il supporto necessario per avere successo.

Esempi di strumenti di valutazione

Alcuni punti proposti utili per la valutazione

Flusso finanziario attualizzato

Un flusso di cassa scontato (DCF) è un metodo di valutazione delle opportunità di business più adatto a progetti di investimento, come lo sviluppo immobiliare. Il metodo utilizza il valore temporale del denaro, che è spesso impostato sul rendimento attuale dei titoli di Stato, per calcolare il valore attuale di un insieme di flussi di cassa futuri. In particolare, per trovare il valore attuale scontato, scontare il flusso di cassa nel primo periodo, nel primo anno dividendo il flusso di cassa nel primo anno per il valore temporale del denaro più 1. Trovare il flusso di cassa scontato nel secondo periodo per dividendo il flusso di cassa del secondo periodo per il valore temporale del denaro più 1, al quadrato. Dividi il flusso di cassa nel terzo periodo per il valore temporale del denaro più 1, al cubo e così via. Sommando tutti i flussi di cassa scontati in ciascun periodo si ottiene il valore attuale scontato del progetto imprenditoriale. Quindi, confronta tutti i DCF di tutte le tue potenziali opportunità di business. L'opportunità con il DCF più grande rappresenta l'investimento più redditizio.

Esempio: progetto immobiliare

Si consideri un progetto di investimento immobiliare che costa € 100.000 da costruire. Il rendimento attuale dei titoli di stato statunitensi è del 3%. Aggiungi 1 per ottenere un valore temporale del 4 per cento. Nei primi quattro anni si stima che lo sviluppo porterà a € 20.000, € 30.000 e € 40.000 di affitto. La conversione del 4 per cento in un decimale e l'aggiunta di 1 dà 1,04. Dividendo 100.000 € negativi per 1,04 si ottiene un DCF di 96.153,85 € negativi nel primo anno. Dividendo € 20.000 per 1.042 si ottiene un DCF di € 18.491,12 nel secondo anno. Dividendo € 30.000 per 1.043 si ottiene un DCF di € 26.669,89 nel terzo anno. Dividendo € 30.000 per 1.044 si ottiene un DCF di € 25.644,13 e dividendo € 40.000 per 1.045 si ottiene un DCF di € 32.877,08. Sommando tutti i DCF in ciascun periodo si ottiene un valore attuale scontato di € 7.528,37 per i primi cinque anni.

Valutazione imprenditoriale

Se sei un imprenditore e stai considerando una nuova attività che non prevede progetti di investimento, la valutazione delle opportunità di business è un po' più complessa e dipende interamente dalla natura della tua nuova azienda. Le specifiche da considerare includono la concorrenza, l'ubicazione, i costi di avviamento, i costi di gestione dell'attività, il mercato attuale dei prodotti e le fonti di finanziamento. Mentre un piccolo minimarket a conduzione familiare deve preoccuparsi dei nuovi concorrenti che si

trasferiscono nell'area, un'azienda basata su Internet deve preoccuparsi maggiormente del marketing e della creazione di una presenza sui motori di ricerca. Sebbene una consulenza per il reclutamento possa avere pochi costi di avviamento, prospererà solo se il manager ha una buona rete di connessioni commerciali. In alternativa,

Esempio: consulenza gestionale

Prendiamo ad esempio una società di consulenza gestionale. Una piccola azienda avrà bisogno solo di una quantità limitata di capitale finanziario per forniture e macchinari, poiché la consulenza gestionale è principalmente un settore legato all'ufficio. Avrai, tuttavia, bisogno di un numero di dipendenti con talento di alto livello. Queste persone porteranno un costo elevato sotto forma di stipendi. Fondamentalmente, dovresti anche avere già una vasta rete professionale di imprenditori che possono utilizzare la tua esperienza di consulenza gestionale. Il tuo potenziale di profitto dipende dalla tua capacità di attirare clienti. Pertanto, l'ostacolo principale per un'agenzia di consulenza gestionale è assicurarsi potenziali clienti prima di iniziare l'attività.

Esempio: fabbrica di orsacchiotti

Contrariamente all'agenzia di consulenza gestionale, una fabbrica di orsacchiotti è ad alta intensità di capitale, poiché hai bisogno di macchinari per darti un uso efficiente di tempo e risorse. Contrariamente alle reti aziendali e al talento delle persone, la chiave del tuo successo è trovare i giusti tipi di macchinari a un prezzo competitivo e posizionarti in una posizione ideale nella rete della catena di approvvigionamento. Quest'ultimo offre vantaggi in termini di costi per i materiali. La manodopera conveniente riduce ulteriormente i costi di produzione. Un buon acume di vendita ti aiuta a portare i tuoi prodotti nei negozi.

Domande guida

La tua idea soddisfa un'esigenza?
Il prodotto o servizio è in linea con i tuoi obiettivi di vita?
In che modo l'avvio di questa attività avrà un impatto sulla tua vita?
Hai le capacità per realizzare le tue idee?
Quanto è unica la tua soluzione aziendale?
Hai verificato il rischio nell'apertura di una nuova attività per la tua potenziale attività?
Hai molti concorrenti in questo momento o sei il primo?
Pensi di avere un mercato locale o internazionale?
Pensi che la tua attività funzionerà da un negozio, un ufficio o completamente online?
Pensi alla forza lavoro di cui hai bisogno per aprire l'attività senza perdere forze e denaro?
Hai pensato a quanto velocemente i concorrenti possono copiare la tua idea?
Hai bisogno di un grande capitale per entrare nella tua attività?
Sei pronto per avviare un'impresa da solo o hai bisogno di partner per condividere il capitale e il rischio?

Raccolta feedback

1. Determinare il grado in cui un problema è stato correttamente identificato e definito. Si consideri se è stato concettualizzato in modo tale da supportare l'identificazione di un numero di possibili cause profonde. Ad esempio, la definizione del problema "una diminuzione delle vendite" supporta l'identificazione di una serie di cause profonde, tra cui un aumento del numero di concorrenti, la necessità di aumentare la pubblicità e la mancanza di una formazione adeguata per il personale di vendita.
 2. Determina se il problema alla radice è stato identificato correttamente. Considera se, piuttosto che un sintomo, è stato affrontato dalla soluzione. Ad esempio, se il problema alla radice è la qualità del prodotto e il sintomo è una diminuzione delle vendite, una soluzione di strumenti di vendita aggiuntivi sarà inefficace nell'affrontare il problema alla radice.
 3. Riesaminare i dati del progetto per determinare se i fatti pertinenti sono stati considerati nel processo decisionale. Considerare l'affidabilità delle fonti di dati e la completezza dei dati raccolti.
 4. Valutare le risorse impiegate per identificare la soluzione appropriata. Scopri se il personale chiave è stato selezionato in base alle competenze piuttosto che alla posizione del personale. Determinare se è stato identificato uno sponsor del progetto appropriato, se hanno partecipato le parti interessate appropriate, se sono stati utilizzati esperti di terze parti e/o se il personale interno non disponeva delle competenze appropriate.
 5. Rivedere la soluzione concordata per valutarne la fattibilità. Determinare che la soluzione scelta fosse "la migliore della categoria" alla luce di altre possibili alternative. Considerare se è stato valutato un numero sufficiente di soluzioni per sviluppare una soluzione di qualità.
 6. Valuta se le potenziali soluzioni sono state assegnate in modo appropriato alla priorità. Ad esempio, determinare se la soluzione è stata selezionata semplicemente sulla base dei tempi o dei costi di implementazione.
 7. Scopri se l'insieme di opzioni è stato valutato in modo equo. Determinare se gli esperti sono stati consultati nel processo decisionale e se i vantaggi o gli svantaggi delle soluzioni alternative sono stati considerati in modo completo ed equo.
 8. Determinare se il processo decisionale ha supportato la tempestiva individuazione di una soluzione adeguata. Valutare le scadenze decisionali intermedie e considerare i costi operativi risultanti dai ritardi nel processo.
 9. Considera le responsabilità del progetto. Scopri se alle persone appropriate è stata assegnata la responsabilità di condurre particolari elementi della soluzione.
-

10. Valutare le misure di successo stabilite per la soluzione. Scopri se la soluzione è stata implementata correttamente entro un periodo di tempo designato e secondo i piani e se ha risolto il problema senza effetti collaterali indesiderati.

Sviluppo di un business plan



III.2. Sviluppo del business plan

Sviluppo di un business plan	
Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività:Un business plan è un documento in cui si determinano i propri obiettivi e i passaggi e i tempi necessari per raggiungerli. La preparazione di un business plan, che è una delle mosse più importanti per avviare un'impresa, gioca un ruolo fondamentale per ottenere i migliori risultati utilizzando risorse limitate nel modo più efficiente.</p> <p>Scopo principale:elaborare l'idea di business dal punto di vista del marketing e preparare un business plan.</p> <p>Contenuto:Gli studenti esamineranno i dettagli della preparazione di un business plan valido e utile e prepareranno il proprio business plan.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>25 ore totali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccolta di informazioni per l'analisi dei bisogni (6h) • Organizzazione dei dati in linea con l'idea di business (6h) • Documentazione del business plan (10h) • Processo di valutazione (3h)
Attrezzature e risorse	L'hardware e il software per beneficiare degli strumenti ICT e web 2.0.
Metodi di apprendimento	<p>Studio della letteratura consigliata e delle risorse Internet; Conversazione-discussione-gruppo di discussione; Dimostrazione; Apprendimento basato su progetti; Casi studio; Brainstorming; Autovalutazione; Valutazione tra pari.</p>
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1: Elaborazione dell'idea di business dal punto di vista del marketing</p> <p>OBIETTIVO 2: Analisi SWOT</p> <p>OBIETTIVO 3: Pianificazione del tempo, strategie finanziarie e di marketing</p> <p>OBIETTIVO 4: Documentazione efficace</p>
Risultati e competenze acquisite.	<p>Idee e possibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorizzare le idee; • Visione; • alfabetizzazione finanziaria ed economica; • Prendere l'iniziativa; • Pianificazione e gestione.
Linee guida per formatori per AIM 1 (Elaborazione di un'idea imprenditoriale)	<p>Fai una presentazione sul ruolo fondamentale di formare un'idea di business fattibile e accessibile per il business plan.</p> <p>Consenti a tutti di spiegare le proprie idee di business in modo rapido e chiaro con l'aiuto del gioco dell'ascensore.</p> <p>Chiedi agli studenti di indagare su idee simili alle loro e di confrontarle.</p> <p>Condurre una discussione sulla struttura, la fattibilità, la creatività, ecc. dell'idea imprenditoriale.</p>

	<p>Chiedi agli studenti di ricercare in primo luogo come sono nate idee di business che hanno avuto molto successo nel loro campo.</p> <p>Mostra loro le vecchie storie (dei loro primi anni) di noti imprenditori/uomini d'affari.</p>
Linee guida per formatori per AIM 2 (Analisi SWOT)	<p>Fai una presentazione sull'importanza dell'analisi SWOT. Dettaglia la tua presentazione con i vantaggi di SWOT e i possibili danni che potrebbero verificarsi se non esistesse.</p> <p>Conduci una discussione su ogni elemento.</p> <p>Mostra loro un campione ben strutturato per sottolineare i punti principali.</p> <p>Chiedi agli studenti di fare un'analisi di esempio usando esempi di vita reale e poi chiedi loro di fare la stessa analisi all'interno del loro piano aziendale.</p> <p>Spiegare l'impatto dell'analisi SWOT in termini di futuro del business.</p>
Linea guida per formatori AIM 3 (Pianificazione del tempo, strategie finanziarie e di marketing)	<p>Fai una presentazione sui punti cruciali dell'uso efficiente di tutti i tipi di risorse. Evidenzia l'importanza della realtà durante la pianificazione.</p> <p>Conduci una discussione sugli obiettivi a breve, medio e lungo termine.</p> <p>Incoraggiare gli studenti a utilizzare le cifre del mondo del marketing reale.</p> <p>Chiedi agli studenti di indagare sui processi legali e sulle scartoffie.</p> <p>Organizzare visite alle camere/imprenditori/uomini d'affari per dettagliare il piano.</p>
Linea guida per i formatori OBIETTIVO 4 (Documentazione efficace)	<p>Presenta le parti obbligatorie del business plan e mostra come compilare queste parti da un campione.</p> <p>Evidenzia i punti chiave, in particolare il sommario esecutivo, la descrizione dell'azienda, i risultati delle ricerche di mercato, le strategie finanziarie, gli obiettivi a termine.</p> <p>Condurre una discussione sul modo più efficace di presentare e introdurre un business plan.</p>
Valutazione della descrizione della competenza	<p>La situazione del mercato, determinando con precisione gli obiettivi, il tempo e la gestione finanziaria,</p>
Esempi di strumenti di valutazione	<p>Fogli di controllo degli elementi essenziali del business plan di base:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viene spiegato lo scopo principale del business plan? • Sono stati specificati i prodotti/servizi che l'imprenditore intende offrire e il loro potenziale di miglioramento? • Il riassunto del business plan è conciso, copre l'intero obiettivo e convince il lettore che il business plan è ben preparato? • Si fa menzione degli obiettivi a breve e lungo termine dell'azienda, delle strategie che ha sviluppato per raggiungere questi obiettivi e dell'analisi della concorrenza? • Sono stati analizzati gli sviluppi del prodotto/servizio (sociale, economico, politico e tecnologico) e le tendenze relative ai clienti e ai mercati target? <p>Strumenti di autovalutazione con ridimensionamento lineare</p>
Domande guida	<p>Qual è lo scopo principale della preparazione di un business plan?</p> <p>Quali parti del tuo piano sono essenziali?</p> <p>Come trovare dati reali e utili?</p>

Quali sono le tue priorità per il tuo piano?
 Hai un piano B?
 Il tuo piano soddisfa le esigenze dell'azienda?
 Il tuo piano include il ruolo dei dipendenti?
 Il tuo piano è fattibile nel mondo reale?
 Come organizzate le procedure legali?
 Come decidi il tipo di obiettivi in termini di tempo?
 Quali sono i punti più deboli e più forti del tuo piano?
 Come copre la gestione del rischio?
 Le parti finanziarie sono sufficientemente chiare e dettagliate?
 Il tuo piano è breve ma copre tutte le informazioni richieste?
 In quali modi pensi che saranno i migliori per promuovere la tua attività?
 Il tuo piano è in linea con la tua idea di business?
 Ritieni che il tuo piano sia innovativo o tradizionale?

Raccolta feedback Gli strumenti TIC sono davvero straordinari e aiutano ad aumentare la ritenzione dell'apprendimento. Puoi beneficiare degli strumenti web 2.0 in ogni fase.

ARGOMENTO:Sviluppo di un business plan

Nome	Formato	Descrizione	Collegamento:	Lingua
Scrivi il tuo business plan	Articolo	Il tuo business plan è la base della tua attività. Scopri come scrivere un business plan in modo rapido ed efficiente con un modello di business plan.	https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan	IT
Piano dal vivo	Strumento Web	Questo strumento web aiuta gli imprenditori a scrivere un piano aziendale, ottenere finanziamenti e ottenere informazioni utili per raggiungere i propri obiettivi. Ha una versione di prova per sperimentare come si può trarre vantaggio dallo strumento.	https://www.youtube.com/watch?v=i1b0_UdeOTI	IT

<p>11 Elementi del business plan di esempio che devi conoscere</p>	<p>video</p>	<p>Presentazione di 11 elementi di un piano aziendale di esempio per i proprietari di piccole imprese. Non puoi avere successo senza conoscere i diversi elementi di un piccolo piano aziendale. Un business plan è la chiave per avere successo in qualsiasi azienda e in qualsiasi settore. Quindi, se gestisci un'azienda senza avere un business plan di successo, allora stai andando verso un grande fallimento. Perderai anche il tuo tempo. Bene, i piani aziendali di esempio e la loro struttura ti aiutano a determinare i migliori elementi e informazioni del piano aziendale con le idee giuste.</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI</p>	<p>ING</p>
<p>Come scrivere un business plan per avviare un'attività in proprio</p>	<p>video</p>	<p>9 passaggi per scrivere un business plan - Passaggi necessari per scrivere un business plan per la tua azienda o servizio.</p> <p>Passaggio 1: definisci la tua visione</p> <p>Passaggio 2: imposta i tuoi obiettivi e obiettivi per l'impresa</p> <p>Passaggio 3: definisci la tua proposta di vendita unica</p> <p>Passaggio 4: conosci il tuo mercato</p> <p>Passaggio 5: conosci il tuo cliente</p> <p>Passaggio 6: ricerca la domanda per la tua attività</p> <p>Passaggio 7: imposta i tuoi obiettivi di marketing</p> <p>Passaggio 8: definisci la tua strategia di marketing</p> <p>Passaggio 9: agire!</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=Fqch5OrUPvA</p>	<p>IT</p>

Tutti questi passaggi sono molto importanti durante la stesura del business plan per avviare la propria attività.

Guida allo sviluppo del business plan	Guida	Lo scopo di questa guida alla preparazione del business plan è garantire che il business plan sia preparato in modo accurato e completo specificando i punti da considerare durante la preparazione del business plan da presentare per le domande all'istituto di sostegno per l'agricoltura e lo sviluppo rurale.	https://www.tkd.k.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruPaketiHazirlamaDokumanlari/IsPlaniHazirlamaRehberi/IsPlaniHazirlamaRehberi.pdf	TR
---------------------------------------	-------	---	---	----

<p>Guida alla preparazione di un business plan di successo. Che cos'è un business plan?</p>	<p>Guida</p>	<p>Perché un business plan ha un'importanza vitale? Cosa dovrebbe/non dovrebbe avere dentro? Quali sono i passaggi? Questo documento risponde a tutte le domande supportate dai dati visivi.</p>	<p>https://www.tobb.org.tr/TOBBGencGirisimcilerKurulugu/SiteAssets/Sayfalar/EgitimSunu/Ba%C5%9Far%C4%B1%C4%B1%20bir%20i%C5%9F%20plan%C4%B1%20haz%C4%B1rlama%20klavuzu.pdf</p>	<p>TR</p>
<p>Esempio di piano aziendale KOSGEB 2021</p>	<p>Guida + Pagina di simulazione</p>	<p>Nella pagina KOSGEB esempio di business plan 2021, ti abbiamo mostrato come preparare un progetto imprenditoriale, con un video. Tuttavia, affinché tu possa creare il tuo progetto, ti abbiamo fornito la possibilità di scaricarlo in formato Word con un PDF vuoto. In questo modo, sarai in grado di creare facilmente le fasi del business plan. Abbiamo anche incluso le aziende che preparano per loro i progetti di business plan KOSGEB più affidabili.</p>	<p>https://www.kosgebkrediler.com/kosgeb-is-plani-ornegi/</p>	<p>TR</p>
<p>Il gioco che scompare con il business plan più ridicolo del mondo!</p>	<p>video</p>	<p>A volte devi guardare il mondo da finestre diverse. Può essere utile rivedere esempi di come appare un buon business plan. Ma a volte è necessario esaminare anche l'aspetto di un cattivo piano aziendale. Questo video ti offre una prospettiva diversa su come un piano scadente ha cambiato le cose.</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=MSyVTqsZkVA</p>	<p>TR</p>

Costituzione di un'impresa



III.3. Costituzione di un'impresa

Costituzione di impresa	
Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività: comprendere i concetti delle strutture legali aziendali e le implicazioni della proprietà e della pianificazione aziendale, con particolare attenzione ai tipi di struttura aziendale, alle implicazioni fiscali, agli obblighi di conformità e agli elementi legali.</p> <p>Scopo principale: esaminare i pro e contro di ogni tipo e struttura di attività e scoprire quale lo studente ritiene sia la migliore per la propria idea imprenditoriale, oltre a presentare i passaggi necessari per registrare la propria attività online.</p> <p>Contenuti: Confronto delle strutture giuridiche aziendali; scelta di una struttura aziendale; implicazioni fiscali delle strutture giuridiche aziendali; dettagli legali per l'assunzione - regole/regolamenti contrattuali e registrazione dell'attività online.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>Durata totale: 25 ore, così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10h contatto diretto con insegnanti/formatori - 15 ore di lavoro individuale e/o di gruppo che includa sessioni di consulenza con insegnanti/formatori secondo necessità
Attrezzature e risorse	Computer, risorse Internet, manuale, ecc.
Metodi di apprendimento	<ul style="list-style-type: none"> - Studio della letteratura consigliata e delle risorse Internet - Conversazioni e discussioni basate sulla letteratura e sulle risorse internet con il docente/tutor - Processo decisionale basato sui risultati di conversazioni e discussioni con l'insegnante/tutor - Lavoro individuale/di gruppo - Valutazione della presentazione
Scopo/obiettivi di apprendimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificare i tipi di strutture di proprietà aziendale e i fattori richiesti 2. Identificare la migliore struttura legale per una determinata idea imprenditoriale 3. Comprendere i requisiti fiscali per le diverse strutture legali 4. Identificare i documenti legali necessari per assumere personale 5. Identificare i passaggi e i documenti necessari per registrare un'impresa online
Risultati e competenze acquisite	<p>Idee e opportunità:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visione 2. Valorizzare le idee 3. Pensiero etico e sostenibile <p>Risorse:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mobilitazione delle risorse 2. Alfabetizzazione finanziaria ed economica 3. Mobilitare gli altri <p>In azione:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prendendo l'iniziativa 2. Pianificazione e gestione 3. Affrontare l'incertezza, l'ambiguità e il rischio
Linee guida per i formatori: OBIETTIVI da 1 a 2	<p>Presentare i diversi tipi di strutture di proprietà aziendale e i fattori richiesti nella scelta di una struttura giuridica aziendale. Fornire agli studenti un manuale che contenga definizioni, esercizi e bibliografia/riferimenti suggeriti (letteratura e risorse Internet).</p> <p>Chiedi agli studenti di identificare la struttura aziendale che ritengono sia la migliore per loro e le regole di formazione che l'azienda richiederà, oltre a identificare altri fattori che potrebbero essere importanti.</p> <p>Alla fine di questo compito gli studenti dovrebbero essere in grado di giustificare il tipo di proprietà aziendale che ritengono sia migliore per la loro idea imprenditoriale e la forma di organizzazione che utilizzeranno.</p>
Linee guida per i formatori: OBIETTIVO 3-4	<p>Presentare i requisiti fiscali per le diverse strutture giuridiche e gli atti legali necessari per assumere personale. Fornire inoltre agli studenti un manuale che contenga definizioni, spieghi requisiti e restrizioni e bibliografia e riferimenti suggeriti (letteratura e risorse Internet).</p> <p>Chiedere agli studenti di identificare i vantaggi e gli svantaggi fiscali della loro struttura aziendale, i tipi di moduli fiscali che dovranno presentare, oltre ai documenti legali richiesti se decidono di assumere personale.</p> <p>Al termine di questo compito gli studenti dovrebbero essere in grado di comprendere le implicazioni fiscali per la loro struttura aziendale, i moduli fiscali richiesti e identificare i documenti legali richiesti se hanno bisogno di assumere personale.</p>
Linea guida per i formatori: OBIETTIVO 5	<p>Fai una presentazione che indichi i siti ufficiali per la registrazione delle imprese, i documenti legali richiesti e il costo della registrazione.</p> <p>Al termine gli studenti dovrebbero essere in grado di identificare i passaggi e i documenti necessari per registrare la propria attività online.</p>
Valutazione della descrizione della competenza	<p>Valutazione continua attraverso l'osservazione e la valutazione del portfolio trasversale per determinare la scelta della struttura giuridica dell'impresa da parte degli studenti (proprietà e responsabilità); risvolti fiscali e modulistica, documenti legali per l'assunzione del personale (se richiesto) e guida passo passo per la registrazione on-line delle società che include il costo della quota di iscrizione</p>
Esempi di strumenti di valutazione	<p>Griglie di osservazione e griglie trasversali di valutazione del portafoglio.</p>
Domande guida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quali sono i diversi tipi di strutture societarie legali?

-
2. Qual è il capitale sociale minimo necessario per avviare un'impresa? Quali vincoli devo superare per spostare il capitale dal conto corrente associato alla società appena costituita (es. posso ritirarlo il giorno successivo)? Qual è la differenza tra Capitale e Capitale? Quali sono le alternative alla ricezione di uno stipendio per i miei servizi (es: stipendio vs dividendi)?
 3. Come posso e quando devo registrare l'azienda/il marchio? Qual è la differenza tra azienda (= nome dell'azienda) e marchio? Quanto costa registrare l'azienda/il marchio? Posso cambiare il nome dell'azienda dopo averla creata? Che tipo di informazioni dovrebbe divulgare un'azienda? Che tipo di obblighi fiscali ha un'azienda?
 4. Quali tipi di contratto ci sono per l'assunzione di dipendenti? Quali sono le regole e le principali restrizioni? Dove posso trovare esempi? A quali obblighi formativi sono soggetto come imprenditore? A quali condizioni l'azienda può recedere dal contratto di lavoro di un dipendente? Ci sono vantaggi nell'assumere dipendenti?
 5. Quali sono gli statuti della società, che tipo di informazioni hanno ea cosa servono? Dove posso vedere esempi di statuti per definire quelli della mia azienda?
 6. Quali sono i servizi statali legati alle aziende e come posso utilizzarli su Internet? Qual è il mezzo ufficiale di comunicazione dello Stato con le aziende (ad es. lettera raccomandata, e-mail, ...)? Qual è il più comune?
 7. Dove posso registrare legalmente la mia azienda? Posso registrarli online? Quali servizi online sono disponibili per le aziende? Esiste un documento legale che identifichi lo stato legale dell'azienda?

Raccolta feedback

Esamina i tipi di strutture legali aziendali e fornisci esempi di ex studenti che hanno avviato un'attività in proprio. Collaborare con gli incubatori locali per fornire agli studenti informazioni pratiche.

ARGOMENTO: Costituzione di un'impresa

Nome	Formato	Descrizione	Collegamento:	Lingua
Tipologie di società e struttura aziendale	Piattaforma in linea	Questa piattaforma online è stata creata dal progetto Ifempower cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea e mira a promuovere le donne nell'imprenditorialità e l'innovazione nelle capacità imprenditoriali, lavorare con un approccio pratico e innovativo e aiutare nello sviluppo della capacità imprenditoriale attraverso un simulatore di progetti modellati con situazioni reali che si verificano in diversi scenari aziendali.	https://toolkit.ifempower.eu/	IT
Partnership e requisiti di capitale sociale	Articolo	Le attività a scopo di lucro sono generalmente di tre forme legali primarie, comprese le società prive di personalità giuridica, le società e le società a responsabilità limitata. Esistono anche altre forme di attività, ad esempio senza scopo di lucro, franchising, società di proprietà del governo, cooperative, società a responsabilità limitata ("L3C"), ecc.	https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135	IT
Obblighi fiscali e contabili	Articolo	Gli individui e gli imprenditori hanno spesso più di un modo per completare una transazione imponibile. La pianificazione fiscale valuta varie opzioni fiscali per determinare come condurre transazioni commerciali e personali al fine di ridurre o eliminare la responsabilità fiscale.	https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal	IT

Definire la squadra: regole contrattuali	sito web	Sai come identificare i dipendenti più intelligenti e versatili per la tua azienda? Utilizza queste risorse di reclutamento e personale per apprendere le migliori pratiche per la pianificazione, l'assunzione, il colloquio, la selezione e l'assunzione dei dipendenti.	Migliori pratiche di reclutamento, assunzione e cessazione (thebalancecareers.com)	IT
Statuti aziendali	Articoli	Chi può redigere gli Statuti della mia Società? Il regolamento sullo Statuto di una società europea introduce una forma giuridica europea per la costituzione di società per azioni all'interno del territorio dell'UE, nota con il nome latino Societas Europaea — da cui il loro acronimo, SE. Crea un quadro giuridico unico all'interno del quale le imprese di diversi paesi dell'UE	https://nikolse.com/en/articles/who-can-draft-statutes-my-company https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A126016	IT
	Sito web	possono pianificare e realizzare la riorganizzazione della propria attività su scala europea nonché nei paesi appartenenti al <u>Spazio economico europeo (SEE)</u>	https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher-a-forma-legal-da-sua-empresa	
Collegamento elettronico ai servizi statali		Ogni Paese ha il suo spazio specifico per stabilire il collegamento con i servizi statali. Pertanto, il sito di ogni paese deve essere fornito per mostrare ogni risorsa e i servizi forniti dal paese.	<u>Portogallo:</u> https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa <u>Tacchino:</u>	

			https://en.kosgeb.gov.tr/ https://www.tade.gov.tr/
			https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLlFA0ilO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/ IT
Moltiplicazione e aziendale/franchising	corso	<p>Il franchising implica un accordo contrattuale tra un franchisor e un franchisee al dettaglio. Il franchisor può essere un produttore, un grossista o uno sponsor di servizi. Un franchising o l'accordo contrattuale consente all'affiliato di condurre affari con un nome consolidato e secondo un determinato modello di attività. Per ottenere un franchising, un franchisee deve pagare una quota iniziale al franchisor.</p> <p>Successivamente, l'affiliato paga una percentuale mensile delle vendite lorde in cambio dei diritti di vendita di beni e servizi dell'affiliante in una particolare area e località.</p>	

Gestire un'impresa: gestione del marketing



III.4. Gestire un'impresa: gestione del marketing

Gestire un'impresa: gestione del marketing.

Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività:La gestione del marketing, in quanto divisione di un'organizzazione, gestisce tutte le funzioni di marketing di un'azienda. Un piano di marketing è un insieme di passaggi aziendali che delinea i passaggi necessari per occupare con successo il segmento o la nicchia di mercato giusti. È il piano di marketing che descrive le modalità di posizionamento del servizio o del prodotto, le opportunità pubblicitarie, le idee pratiche, i prezzi e altri importanti punti prestabiliti.</p> <p>Scopo principale:Consolidare e migliorare le competenze di marketing, sviluppare la capacità di condurre ricerche di mercato, formare un assortimento, fissare prezzi e organizzare la vendita di beni.</p> <p>Contenuto:Il Dipartimento Marketing Management svolge ricerche di mercato (ricerca, raccolta, elaborazione delle informazioni e analisi dell'ambiente e dell'azienda necessarie per la soluzione dei problemi di gestione del marketing). La gestione del marketing richiede le seguenti informazioni da questi studi per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutare la situazione del mercato e anticipare i cambiamenti attesi, • Definire gli obiettivi da raggiungere con le azioni di marketing, • Sviluppare strategie di marketing, • Sviluppare strumenti di marketing, • Controllare le azioni di marketing.
Organizzazione e durata del lavoro	<p>25 ore totali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orario di contatto (10 ore) • Lavoro indipendente degli studenti con consultazioni di formatori (12 ore) • Valutazione (3 ore)
Attrezzature e risorse	<p>Programmi di marketing. Documenti/modelli standard. Letteratura metodica della descrizione del lavoro del dipartimento marketing PE.</p>
Metodi di apprendimento	<p>Studio della letteratura raccomandata e delle risorse Internet, esempi di documenti; Conversazione-discussione; Esecuzione individuale o di gruppo di un compito; Valutazione dello strumento dell'idea; Il processo decisionale.</p>
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1 Esplorare come vengono ricercati i diversi mercati utilizzando diversi modelli e strumenti. OBIETTIVO 2 Esplorare gli approcci al marketing dei prodotti a livello nazionale e internazionale. Sviluppare un piano per una campagna di marketing per un nuovo prodotto</p>

<p>Risultati e competenze acquisite.</p>	<p>Idee e possibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensiero etico e sostenibile, • creatività, • visione; <p>Risorse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivazione e perseveranza; • autocoscienza e autoefficacia, • mobilitazione delle risorse; <p>In azione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificazione e gestione; • lavorare con gli altri; • imparare attraverso l'esperienza, • prendendo l'iniziativa.
<p>Linee guida per formatori per AIM 1 (Esplora come vengono ricercati i diversi mercati utilizzando diversi modelli e strumenti)</p>	<p>Il ruolo del marketing</p> <p>Metodi di ricerca di mercato</p> <p>Modelli di business utilizzati nel marketing</p> <p>Fare una presentazione: delineare gli obiettivi di apprendimento dell'unità, come verrà valutata e la metodologia utilizzata per fornire il contenuto. La presentazione dovrebbe includere anche le aspettative richieste dagli studenti, in particolare per quanto riguarda le attività di ricerca individuali/indipendenti.</p> <p>Discussione principale: coprire i diversi metodi utilizzati per commercializzare prodotti e servizi, anche se è probabile che cambino nel prossimo futuro. Aiuta gli studenti a identificare le tendenze verso il mobile marketing e l'impatto dei social media sul marketing.</p> <p>Fai una presentazione: Panoramica di "Cos'è il marketing?", compresi i collegamenti a ricerche di mercato, al comportamento dei consumatori e al marketing e al mix promozionale.</p> <p>Gli studenti identificano alcune aziende ampiamente riconosciute ed effettuano ricerche su Internet per indagare su come queste aziende commercializzano i loro prodotti.</p> <p>Visita: gli studenti visitano un centro commerciale o un centro commerciale locale per acquisire una comprensione di base dei diversi modi in cui le attività commerciali e i prodotti vengono commercializzati. Gli studenti dovrebbero concentrarsi sulla ricerca di prodotti e attività con una presenza internazionale.</p> <p>Conduci una discussione: discuti la differenza tra mercati di massa e di nicchia e introduci il concetto di segmentazione del mercato. Discutere come segmentare i mercati.</p> <p>Fai una presentazione: cosa sono la personalità e l'immagine del marchio e come vengono stabilite? Fornisci agli studenti una serie di esempi, come prodotti alimentari o bevande di marca.</p> <p>Realizza un'attività di ricerca individuale: gli studenti ricercano una gamma di marchi globali riconosciuti provenienti da diversi mercati globali. Per ogni marchio, dovrebbero identificare l'immagine del marchio, il segmento di clientela mirato e le esigenze e i desideri del cliente che sono soddisfatti dal marchio. In alternativa, questo potrebbe essere trasformato in un gruppo o in un'attività</p>

accoppiata in cui gli individui ricercano due marchi e quindi il gruppo condivide la loro ricerca, in modo da avere un'ampia gamma di dati per un uso futuro.

Fai una presentazione: Metodi di ricerca di mercato. Sulle caratteristiche di un piano di ricerca. Includere i tempi, l'identificazione dell'argomento, la selezione e la registrazione delle prove e il trarre conclusioni sulla base delle prove della ricerca. Coprire le caratteristiche di ricerca della segmentazione del mercato differenziate da fattori demografici, geografici, psicografici e comportamentali.

Attività abbinata: gli studenti mettono insieme un breve piano di ricerca di mercato per un nuovo prodotto/servizio a loro scelta. Gli studenti considerano la validità dei loro dati e come potrebbero essere migliorati. Dovrebbero testarlo per affidabilità, valuta e sufficienza.

Fai una presentazione: presenta i fattori interni ed esterni che influenzano una campagna di marketing. Considera fattori interni come:

- dimensione del budget di marketing e disponibilità dei finanziamenti
- dimensione, cultura, etica e valori dell'organizzazione aziendale
- costo relativo delle diverse tecniche di marketing
- disponibilità di personale specializzato.

Quindi considerare i fattori esterni utilizzando l'analisi STEEPLE (Sociale, Tecnologico, Economico, Ambientale, Politico, Legale ed Etico).

Applicazione in una campagna di marketing del marketing mix (le 4P: prodotto, prezzo, luogo, promozione)

Il marketing mix esteso (le 7P: persone, processo e ambiente fisico)

Conduci una discussione: Discuti cosa è incluso nel marketing mix (le 4P: prodotto, prezzo, luogo, promozione). Discutere gli elementi aggiuntivi che compongono il marketing mix esteso (le 7P: persone, processo e ambiente fisico). Spiegare l'uso del marketing mix in un'azienda che stabilisce i propri piani di marketing.

Attività in piccoli gruppi: gli studenti esaminano una gamma di prodotti e applicano a ciascuno i 7 elementi del marketing mix esteso. Quindi selezionano una nuova attività in proprio e stabiliscono un marketing mix esteso per questa attività, fornendo giustificazioni dettagliate per le loro scelte.

Visita: visita un centro commerciale locale per vedere l'applicazione del marketing mix esteso in un ambiente pratico.

Fai una presentazione: spiega il ruolo e le caratteristiche dell'analisi della concorrenza e le implicazioni per le aziende. Ruolo e caratteristiche dell'analisi della concorrenza e implicazioni.

Modello di analisi delle cinque forze di Porter.

Attività in piccoli gruppi: offri agli studenti diversi mini case study per una serie di aziende. Ci si dovrebbe aspettare che gli studenti prendano decisioni di marketing ragionate applicando le Cinque Forze di Porter.

Fare una presentazione: Spiegare il concetto di ambiente esterno in cui operano le imprese. Considera l'ambiente politico, economico, sociale, tecnologico, ambientale e legale.

Attività in piccoli gruppi/discussione di gruppo: gli studenti considerano come un'azienda dovrebbe rispondere al suo ambiente esterno. Gli studenti creano due tabelle per elencare alcune possibili influenze esterne: una per una grande

azienda e una per una piccola impresa. Questi dovrebbero contenere i seguenti titoli:

- politico
- politiche economiche, fiscali, monetarie e di altro tipo
- sociale
- tecnologico
- ambientale
- legale.

Fare una presentazione: presentare i componenti del mix promozionale (pubblicità, pubbliche relazioni, promozione delle vendite pubblicitarie, marketing diretto e vendita personale) e la loro applicazione in una campagna di marketing.

Condurre una discussione: Discutere esempi di posizionamento del prodotto: il suo scopo e il contributo allo sviluppo di una campagna di marketing rivolta a gruppi target specifici.

Attività in piccoli gruppi: gli studenti selezionano un'azienda, ricercano il posizionamento del suo prodotto e condividono le loro scoperte con il gruppo.

Attività individuale: condurre alcune ricerche locali raccogliendo volantini dalle aziende locali dei loro materiali promozionali, identificando le loro caratteristiche comuni e valutando il loro impatto sul fatturato, sulla fidelizzazione dei clienti, ecc.

Fare una presentazione: spiegare l'ambiente aziendale esterno in un contesto globale. Spiega perché è importante per un'azienda essere in grado di comprendere l'ambiente in cui intraprende affari internazionali e coprire i fattori PEST e PESTLE.

Attività in coppia: gli studenti identificano alcuni dei diversi fattori che possono sorgere quando intraprendono un'analisi ambientale di un'impresa nazionale rispetto a una internazionale.

Conduci una discussione: su un'analisi PEST/PESTLE/STEEPLE.

Attività abbinata: Guidare gli studenti nella selezione di un'impresa internazionale su cui intraprendere un'analisi ambientale. Assegna compiti a coppie diverse, che devono intraprendere approcci diversi all'analisi ambientale (PEST/PESTLE/STEEPLE).

Presentazioni degli studenti: Gli studenti presentano alla classe i risultati della loro analisi ambientale.

Fai una presentazione: analisi SWOT.

Attività in coppia: chiedere agli studenti di scegliere un'attività con cui hanno familiarità ed eseguire un'analisi SWOT sull'attività. Dovrebbero presentare i loro risultati a tutto il gruppo per creare una banca di analisi delle imprese.

Presentazioni degli insegnanti di educazione fisica e discussione in classe: sulle tecniche dei dati di ricerca per sostenere l'analisi situazionale (SWOT STEEPL e come applicare l'analisi delle cinque forze di Porter).

Attività individuale: offrire agli studenti diversi mini case study per determinare un mercato target, condurre un'analisi della concorrenza e applicare l'analisi delle cinque forze di Porter a ciascuno, consentendo loro di vedere l'applicazione delle cinque forze di Porter in contesti diversi.

Fai una presentazione: spiega l'uso di diverse strategie di prezzo per soddisfare i diversi obiettivi di marketing. Fornisci agli studenti esempi di prodotti diversi con

fasce di prezzo diverse e chiedi loro di pensare al motivo per cui è stata selezionata una fascia di prezzo particolare.

Discussione in classe: Discutere come selezionare una strategia di prezzo appropriata per una gamma di prodotti o servizi, in cui le risposte dovrebbero essere giustificate.

Conduci una discussione: fornisci agli studenti alcuni esempi di contenuti chiave di diverse campagne di successo. Discuti gli obiettivi di ciascuna campagna (ad es. consapevolezza del marchio, generazione o conversione di lead, fedeltà o upselling). Chiedi agli studenti di considerare se il messaggio è chiaro o confuso e se la campagna è creativa e/o memorabile.

Conduci una discussione: ricapitoli il marketing mix esteso.

Attività abbinata: gli studenti ricercano i fattori chiave che influenzano un marketing mix integrato, ricercano il marketing mix esteso e applicano i concetti a due prodotti contrastanti e un servizio.

Condurre una discussione: su come le organizzazioni aziendali selezionano i media più appropriati per le loro campagne di marketing.

Gli studenti studiano un'ampia gamma di media diversi, ad esempio televisione, radio, stampa, Internet, segnaletica, inserimento di prodotti, dispositivi mobili, sponsorizzazioni e altre opportunità come le ricevute di cassa.

Presentazione: Gli studenti presentano i risultati della loro ricerca all'intero gruppo, rispondendo a domande su ciò che hanno ricercato.

Fare una presentazione: introdurre i costi da considerare, ad esempio i costi creativi, i costi di stampa/esposizione e i costi tecnici come la codifica del sito Web e il tempo di gestione.

Attività abbinata: gli studenti ricercano i costi individuali di una campagna di marketing utilizzando Internet e altre fonti di informazione.

Fai una presentazione: come misurare il successo o il fallimento di una campagna di marketing e come valutare il ritorno sull'investimento del marketing.

Discussione in classe: Discutere come verranno acquisiti i dati di valutazione della campagna, ad esempio numeri di telefono e social media.

Condurre una discussione in classe su come valutare l'adeguatezza di una campagna di marketing.

Attività in coppia: fornire agli studenti un caso di studio di una campagna di marketing per valutare se è appropriata o meno.

<p>Linee guida per formatori per AIM 2</p> <p>(Esplora gli approcci al marketing dei prodotti a livello nazionale e internazionale.</p> <p>Sviluppare un piano per una campagna di</p>	<p>Ricerca le caratteristiche di un mercato</p> <p>Campagne di marketing di ricerca</p> <p>Ricerca l'applicazione del mix promozionale</p> <p>Scopi e obiettivi di marketing</p> <p>Sviluppare la logica</p> <p>L'applicazione del marketing mix</p> <p>Le campagne di marketing</p> <p>Condurre una discussione: definire il concetto di mercato target e dei suoi segmenti. Fornisci esempi dei mercati target di alcune note organizzazioni imprenditoriali.</p> <p>Discussione di gruppo: considera quali metodi di marketing sono i migliori per i diversi mercati target e perché.</p> <p>Fai una presentazione: Ricerca campagne di marketing.</p>
--	---

<p>marketing per un nuovo prodotto.)</p>	<p>Conduci una discussione: ricapitoli il marketing mix e il marketing mix esteso.</p> <p>Attività in piccoli gruppi: offri agli studenti un case study di una campagna di marketing per un'azienda nota. Chiedi loro di valutare l'efficacia di quella campagna. Dovrebbero considerare i risultati della campagna mappati rispetto a obiettivi, misure quantitative e qualitative e metriche di Internet.</p> <p>Fai una presentazione: dai una panoramica del mix promozionale.</p> <p>Condurre una discussione: discutere di come il ruolo di Internet, nella promozione di prodotti e servizi, si sia evoluto nel tempo.</p> <p>Fare una presentazione: Spiegare l'uso di diversi metodi e tecniche di ricerca in cui un'azienda promuove i propri prodotti o servizi nel proprio mercato di riferimento, in relazione a pubblicità, pubbliche relazioni o pubblicità, promozione delle vendite, marketing diretto, vendita personale.</p> <p>Discussione in classe: Discutere come selezionare, con giustificazione, un metodo di ricerca appropriato.</p> <p>Fare una presentazione: delineare una serie di attività promozionali, ad esempio pubblicità a pagamento, offerte promozionali di vendita, attività di pubbliche relazioni, vendita personale, sponsorizzazioni, sponsorizzazioni di celebrità, inserimenti di prodotti in TV e cinema, uso di nuovi media, marketing digitale e marketing di guerriglia.</p> <p>Attività individuale: gli studenti ricercano esempi di ogni tipo di attività promozionale e compilano una tabella che mostra i vantaggi e gli svantaggi di ogni tipo.</p>
<p>Valutazione della descrizione della competenza</p>	<p>Osservazione dell'insegnante di educazione fisica (iniziale, continua, finale).</p> <p>Rapporto sulle capacità del team degli studenti con processi di marketing presentati in modo chiaro, creazione di documenti corretti, conclusioni e suggerimenti per il miglioramento.</p> <p>Autovalutazione degli studenti (iniziale, continua, finale).</p>
<p>Esempi di strumenti di valutazione</p>	<p>Autovalutazione. Questo è un modo positivo e costruttivo per coinvolgere gli studenti di educazione fisica nel processo di valutazione e osservare le abilità che hanno sviluppato e i progressi che hanno raggiunto. Questo può essere fatto in un processo in due fasi: compilazione dei questionari e discussione faccia a faccia con l'insegnante di educazione fisica. Entrambi questi modi possono essere combinati e uno studente può compilare il questionario dopo o durante la discussione</p> <p>Profilo di lavoro autonomo. Questa è una strategia di carriera elaborata e definisce una visione per il futuro. Gli studenti di educazione fisica possono mettere le idee in un formato di visione concreto che mette in evidenza gli elementi importanti.</p> <p>Osservazione dell'esecuzione di un compito per identificare, descrivere ed elencare i bisogni e le aspirazioni degli studenti di educazione fisica a breve, medio e lungo termine, i punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo e le risorse interne/esterne che utilizzeranno.</p> <p>Dimostrazione di abilità/capacità per elencare i diversi tipi di risorse che gli studenti utilizzeranno, avranno già e dovranno cercare. Inoltre, si osserva se gli studenti possono mettere in relazione le proprie risorse individuali e di gruppo con opportunità e prospettive se dimostrano il desiderio di usare i propri punti di forza e capacità per sfruttare al meglio le opportunità per creare valore.</p>

	<p>In questo modo, gli insegnanti di educazione fisica possono osservare il lavoro e il modo in cui gli studenti affrontano i compiti e possono fornire feedback positivi e costruttivi e valutare e vedere il potenziale per ruoli diversi. Può essere fatto in diversi intervalli di tempo:</p> <p>Valutazione dell'Osservazione Iniziale - All'inizio delle attività di PE.</p> <p>Valutazione dell'osservazione continua - Questo viene fatto attraverso l'osservazione continua del lavoro dello studente nell'ambiente dell'educazione fisica.</p> <p>Osservazione finale - Alla fine delle attività di educazione fisica - Questo identifica la conoscenza olistica dei problemi degli studenti di educazione fisica e può tracciare l'evoluzione e la conoscenza durante la formazione. Può servire come test di base delle competenze chiave.</p> <p>Rapporto sull'abilità della squadra. Ciò comprende le preferenze lavorative individuali e la soddisfazione lavorativa complessiva degli studenti di educazione fisica. Potrebbe anche esaminare come idee diverse all'interno del team possono creare valore e come il team può farne un uso efficace.</p>
Domande guida	<p>Che cos'è la ricerca di mercato?</p> <p>Qual è lo scopo della ricerca di mercato?</p> <p>Quali aree di ricerca di mercato conosci?</p> <p>Identificare quale potrebbe essere l'oggetto della ricerca di mercato?</p> <p>Quale formula per il successo si trova nel complesso del marketing?</p> <p>Qual è l'impatto dei fattori di marketing sul comportamento dei consumatori?</p> <p>La campagna rafforza i valori del marchio e, in caso affermativo, come?</p> <p>Le attività di marketing sono sostenibili nel tempo con giustificazione?</p> <p>La campagna può essere modificata se cambiano le influenze interne o esterne?</p> <p>La campagna soddisfa gli obiettivi dichiarati?</p> <p>Usa esempi per giustificare le risposte.</p> <p>La campagna raggiunge il pubblico target giusto?</p> <p>Ci sono considerazioni etiche o legali che devono essere affrontate?</p>
Raccolta feedback	<p>Gli obiettivi del modulo sono chiaramente definiti, la teoria si basa su esempi pratici. I compiti di valutazione offrono l'opportunità di dimostrare le conoscenze e le abilità acquisite durante gli studi del modulo. Viene fornito un feedback sul lavoro svolto (vengono discussi i risultati delle valutazioni, il lavoro indipendente, ecc.). Consultazioni tempestive con gli insegnanti.</p>

ARGOMENTO: Gestire un'impresa: gestione del marketing

Nome	Formato	Descrizione	Collegamento:	Lingua
Il ruolo del marketing	Articolo video	Che cos'è il marketing? Nel mondo di oggi, il ruolo del marketing nelle organizzazioni è troppo importante per essere ignorato. Grandi e piccole organizzazioni oggi competono per lo stesso mercato e le più innovative e proattive sono emerse vincitrici.	https://courses.lumenlearning.com/wmpen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/	IT
Metodi di ricerca di mercato	Articolo video,	Vuoi sapere perché, come e quando applicare le ricerche di mercato? Vuoi scoprire perché i tuoi consumatori non acquistano i tuoi prodotti? Sei interessato a lanciare un nuovo prodotto, servizio o anche una nuova campagna di marketing, ma non sei sicuro di ciò che vogliono i tuoi consumatori?	https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/ https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfYcaXI	IT
Modelli di business utilizzati nel marketing	Articolo , video	Precisamente, un modello di business è una struttura olistica per definire, comprendere e progettare l'intera attività nel settore. Spesso gli imprenditori alle prime armi non capiscono il significato dei modelli di business.	https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/ https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5FItul	IT
Ricerca le caratteristiche di un mercato	Articolo , video	La ricerca di mercato è una delle funzioni importanti della gestione del marketing. È anche uno dei componenti di MIS. Sappiamo che l'informazione è l'input fondamentale nel prendere decisioni. Ogni manager ha bisogno di informazioni pertinenti, affidabili, adeguate e tempestive per prendere decisioni relative a qualsiasi area di marketing.	https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws	IT
Campagne di marketing di ricerca	Articolo , video	Che cos'è una campagna di marketing? Le campagne di marketing sono sforzi organizzati e strategici per promuovere un obiettivo aziendale	https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-campaigns	IT

		specifico, come aumentare la consapevolezza di un nuovo prodotto o acquisire il feedback dei clienti.	https://www.ted.com/talks/teresa_heart_wareing_how_social_media_is_changing_the_face_of_marketing	
Ricerca l'applicazione del mix promozionale	Articolo	Condurre il giusto tipo di ricerca per analizzare come il marketing mix si applica al tuo prodotto o servizio ti aiuterà a perseguire le giuste strategie per la tua azienda.	https://edwardlowe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/ https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/	IT
Scopi e obiettivi di marketing	Articolo	Qual è l'obiettivo principale del marketing? Lo scopo del marketing è generare entrate per un marchio, un'azienda o un'organizzazione.	https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing	IT
Sviluppare la logica	Articolo	La logica dell'utilizzo di diverse strategie di marketing è quella di ottenere una migliore comprensione delle esigenze del mercato e di soddisfarle in modo più completo. Le aziende che sviluppano strategie di marketing efficaci ottengono volumi di vendita elevati con i margini di profitto desiderati.	https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy	IT
L'applicazione del marketing mix	Articolo, video,	Qual è il marketing mix? Ogni mercato target richiede un marketing mix unico per soddisfare le esigenze dei clienti target e raggiungere gli obiettivi dell'azienda. Una strategia deve essere costruita per ciascuna delle 4P e tutte le strategie devono essere fuse con le strategie degli altri elementi.	https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/ https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_94.htm	IT
Le campagne di marketing	video	La creazione di un piano di marketing richiede creatività, ma fare affidamento sul proprio istinto e sui sentimenti visceri può portare a supposizioni che non si concretizzano quando si aprono le porte. Il marketing mix consiste in strategie di sviluppo, prezzi,	https://www.youtube.com/watch?v=4tiuK60nLk https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4	IT

promozioni e distribuzione
correlate che dovrebbero essere
basate su una ricerca approfondita.

Gestire un'impresa: gestione delle vendite e degli acquisti



III.5. Gestire un'impresa: gestione delle vendite e degli acquisti

Gestire un'impresa: gestione delle vendite e degli acquisti	
Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività:L'ufficio commerciale comprende le funzioni di vendita attive e allo stesso tempo gestisce la fornitura della merce: i gestori ricercano costantemente nuovi clienti, sono responsabili dell'intero processo di comunicazione con loro, sono responsabili della qualità del prodotto, della tempestività delle consegne, gestiscono l'esecuzione dei contratti e Compiti.</p> <p>Scopo principale:L'obiettivo principale delle vendite è garantire il massimo delle vendite per soddisfare le esigenze dei consumatori e ottenere il massimo profitto possibile.</p> <p>Contenuto:Al fine di gestire sistematicamente le vendite di un determinato cliente, il processo di vendita si compone di alcune fasi: selezione del cliente, mantenimento di una relazione costante con i clienti, assistenza alla loro decisione quando acquistano prodotti o beni regolari, mentre offrono prodotti o beni complementari. Fornire una proposta di valore per un prodotto o servizio (un insieme di diverse offerte di vantaggi) ai consumatori. Fornire all'acquirente/cliente informazioni dettagliate sul prodotto/servizio, eliminare le obiezioni, convincere l'acquirente che la transazione di vendita e acquisto è vantaggiosa per lui/lei.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>25 ore totali: Orario di contatto (10 ore) Lavoro indipendente degli studenti con consultazioni di formatori (12 ore) Valutazione (3 ore)</p>
Attrezzature e risorse	<p>Tecniche di vendita e programmi di processo. Documenti/modelli standard. Letteratura metodica della descrizione del lavoro del reparto vendite di PE.</p>
Metodi di apprendimento	<p>Studio della letteratura consigliata e delle risorse Internet, esempi di documenti; Conversazione-discussione; Esecuzione individuale o di gruppo di un compito; Valutazione dello strumento dell'idea; Il processo decisionale.</p>
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1. Comprendere la preparazione e le pratiche professionali richieste nel processo di vendita. Esplora i principi e le procedure coinvolti nel portare a termine una vendita di successo. OBIETTIVO 2. Rivedere l'efficacia delle tecniche utilizzate per svolgere le attività di vendita</p>
Risultati e competenze acquisite.	<p>Idee e possibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensiero etico e sostenibile, • creatività,

- visione.

Risorse:

- motivazione e perseveranza;
- autocoscienza e autoefficacia,
- mobilitazione delle risorse.

In azione:

- pianificazione e gestione;
- lavorare con gli altri;
- imparare attraverso l'esperienza,
- prendendo l'iniziativa.

<p>Linee guida per formatori per AIM 1 (Capire la preparazione e le pratiche professionali richieste nel processo di vendita. Esplora i principi e le procedure coinvolti nel portare a termine una vendita di successo)</p>	<p>Preparazione per il processo di vendita. Contatto professionale con i clienti. Pratiche di vendita etiche. Direzione vendite. Processi di incontro post-acquisizione. Monitoraggio e problematiche post vendita. Fare una presentazione: stabilire un contatto. Il venditore deve capire che è lì per risolvere i problemi del cliente. Condurre una discussione: Chiarimento delle esigenze del cliente. La chiave non è chiedere, ma ascoltare ciò che il cliente dice sulle reali aspettative. Gli studenti partecipano alla discussione "Selezione - l'acquirente è giusto per noi?" La selezione è importante per il venditore stesso in modo che si senta bene e poi si diverta nel processo di vendita. Visita: gli studenti visitano un centro commerciale o un centro commerciale locale per acquisire una comprensione di base dei diversi modi in cui le attività e i prodotti vengono commercializzati. Fai una presentazione: Gestione delle contraddizioni. Non è necessario superare le obiezioni; hanno bisogno di essere gestiti. Conduci una discussione: Cattive reazioni del venditore: cos'è una contraddizione? Questo è solitamente associato al dubbio o alla paura del cliente, ma l'obiezione è il desiderio del cliente di aiutarlo a scoprirlo. Attività in coppia: gli studenti analizzano quali convinzioni deve affrontare un venditore. Qual è il valore del prodotto? Qual è la ricompensa del venditore? Fare una presentazione: Principi di comunicazione efficace con il cliente: auto-presentazione e comprensione degli altri. Atteggiamento positivo e rispetto per il cliente. Conduci una discussione: cosa porta il pensiero positivo nella comunicazione, in che modo influisce sulle relazioni? Attività in coppia: gli studenti analizzano i tipi di clienti e le loro aspettative e desideri. Presentazioni degli studenti: Incontro con il cliente. Chiarimento del bisogno. Fare una presentazione: gestione di situazioni di servizio clienti conflittuali e complesse. Trattare con un cliente insoddisfatto, risposta a un reclamo. Cliente difficile. Lavorare con i clienti durante i periodi di punta. Condurre una discussione: Peculiarità ed errori di comunicazione telefonica. Video che illustrano conversazioni telefoniche. Fai una presentazione: una questione etica negli affari. Condurre una discussione: Il ruolo dei responsabili delle vendite.</p>
--	---

Relatore ospite: "Business ed etica? Non c'è etica qui". E ancora?

Fai una presentazione: Servizio clienti post vendita. Quando gli acquirenti sono soddisfatti della qualità di un prodotto o servizio, tornano dal venditore precedente per acquistare sempre più nuovi beni o servizi. Tali clienti diventano clienti fedeli e sono molto vantaggiosi per l'azienda. Più clienti fedeli ha un'azienda, meno soldi ha bisogno di spendere per trovare nuovi clienti e fare pubblicità.

Attività di ricerca individuale: intervistare i manager di diverse aziende, perché è importante servire l'acquirente non solo durante il processo di acquisto, ma anche dopo un certo periodo di tempo dopo la transazione?

Attività in piccoli gruppi: cosa dovrebbe fare il venditore in una situazione del genere e quali misure dovrebbero essere prese per eliminare le obiezioni dell'acquirente e vorrebbe concludere una transazione di vendita e acquisto?

Fai una presentazione: perché fidelizzare i clienti?

Condurre una discussione: in che modo la perdita di clienti fedeli può essere dannosa per le operazioni e la redditività dell'azienda? Ogni azienda presta molta attenzione ad attirare nuovi clienti, ma le aziende dimenticano che è necessario prendersi cura adeguatamente dei clienti abituali e delle loro esigenze.

Attività accoppiata: gli studenti discutono del motivo per cui i clienti fedeli sono così importanti per un'azienda e perché quando le aziende perdono tali clienti, subiscono perdite significative?

Linee guida per formatori per AIM 2 (Rivedere l'efficacia delle tecniche utilizzate per svolgere le attività di vendita)

Tecniche e gestionali di vendita.

Misure di successo.

Revisione dell'andamento delle vendite personali.

Fai una presentazione: L'importanza delle vendite. Vendite e dei beni e servizi ivi contenuti. Cosa è importante sottolineare quando si parla di loro?

Attività in piccoli gruppi: quando si tratta di consegnare un prodotto a un acquirente, un errore comune commesso dai venditori è ridurre il prezzo. Sei d'accordo con l'affermazione?

Fare una presentazione: Compiti del processo di vendita. Ricezione e accettazione degli ordini. Esecuzione degli ordini. Supporto alle vendite.

Conduci una discussione: cerca potenziali acquirenti. Per trovare tali clienti, le organizzazioni utilizzano determinati sistemi e strumenti per aiutare a informare il pubblico sui vantaggi dei beni o servizi che forniscono.

Fai una presentazione: Gestione delle vendite. La gestione delle vendite è la gestione e il controllo delle attività di vendita in un'organizzazione.

Conduci una discussione: pianificazione, scelta di strategie e tattiche per ottenere vendite efficaci.

Attività in piccoli gruppi: formulare un obiettivo di vendita e selezionare i dipendenti giusti che sarebbero in grado di svolgere perfettamente i compiti relativi alle attività di vendita.

Condurre una discussione: monitorare l'andamento delle vendite, aumentare la qualificazione dei dipendenti e incoraggiare i dipendenti a lavorare meglio per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione.

Attività accoppiata: monitoraggio, valutazione e controllo dei risultati. Ciò significa analizzare quali obiettivi PE ha raggiunto in termini di vendite.

	<p>Attività in piccoli gruppi: gli studenti scelgono un altro PE e cercano offerte utili nelle vendite.</p> <p>Fai una presentazione: storie di successo (ad es. Bill Gates, Ingvar Kamrad e altri)</p> <p>Attività in coppia: trova storie di successo interessanti e presentale al gruppo.</p> <p>Fai una presentazione: cosa determina il successo delle vendite?</p> <p>Attività in piccoli gruppi:</p> <p>Argomenti: "Atteggiamenti del venditore: si concentra sulle vendite attive?" "Come è organizzato il processo di vendita dell'azienda?", "Il venditore conosce bene il prodotto o servizio venduto?", "Diverse tecniche e metodi di vendita", "Gestione della qualità del reparto vendite".</p> <p>Conduci una discussione: riassumere le intuizioni da cui dipende il successo delle vendite.</p> <p>Condivisione delle migliori pratiche con un rappresentante aziendale: quali vendite sono considerate efficaci?</p> <p>Fai una presentazione: Vendita personale: obiettivi e funzioni.</p> <p>Attività in piccoli gruppi: la vendita personale è una forma di pubblicità molto esclusiva. Come mai?</p> <p>Fai una presentazione: come creare piani di vendita? Sviluppare una strategia di marketing di successo, trovare opportunità per vendere prodotti e servizi e comunicare meglio con i clienti esistenti e potenziali è un compito arduo.</p> <p>Attività in piccoli gruppi: posiziona i tuoi prodotti o servizi: a chi vendi? Di cosa hanno bisogno questi clienti? In che modo il tuo prodotto o servizio è diverso da un concorrente? Quando e con quale frequenza dovresti applicare gli strumenti di marketing?</p>
Valutazione della descrizione della competenza	<p>Osservazione dell'insegnante di educazione fisica (iniziale, continua, finale).</p> <p>Rapporto sulle capacità del team degli studenti con processi di marketing presentati in modo chiaro, creazione di documenti corretti, conclusioni e suggerimenti per il miglioramento.</p> <p>Autovalutazione degli studenti (iniziale, continua, finale).</p>
Esempi di strumenti di valutazione	<p>Autovalutazione. Questo è un modo positivo e costruttivo per coinvolgere gli studenti di educazione fisica nel processo di valutazione e osservare le abilità che hanno sviluppato e i progressi che hanno raggiunto. Questo può essere fatto in un processo in due fasi: compilazione dei questionari e discussione "faccia a faccia" con l'insegnante di educazione fisica. Entrambi questi modi possono essere combinati e uno studente può compilare il questionario dopo o durante la discussione.</p> <p>Profilo di lavoro autonomo. Questa è una strategia di carriera elaborata e definisce una visione per il futuro. Gli studenti di educazione fisica possono mettere le idee in un formato di visione concreto che mette in evidenza gli elementi importanti.</p> <p>Osservazione dell'esecuzione di un compito per identificare, descrivere ed elencare i bisogni e le aspirazioni degli studenti di educazione fisica a breve, medio e lungo termine, i punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo e le risorse interne/esterne che utilizzeranno.</p>

Dimostrazione di abilità/capacità per elencare i diversi tipi di risorse che gli studenti utilizzeranno, avranno già e dovranno cercare. Inoltre, si osserva se gli studenti possono mettere in relazione le proprie risorse individuali e di gruppo con opportunità e prospettive se dimostrano il desiderio di usare i propri punti di forza e capacità per sfruttare al meglio le opportunità per creare valore.

In questo modo, gli insegnanti di educazione fisica possono osservare il lavoro e il modo in cui i compiti vengono affrontati dagli studenti e possono fornire feedback positivi e costruttivi e valutare e vedere il potenziale per i diversi ruoli. Può essere fatto in diversi intervalli di tempo: Valutazione dell'Osservazione Iniziale. All'inizio delle attività di PE.

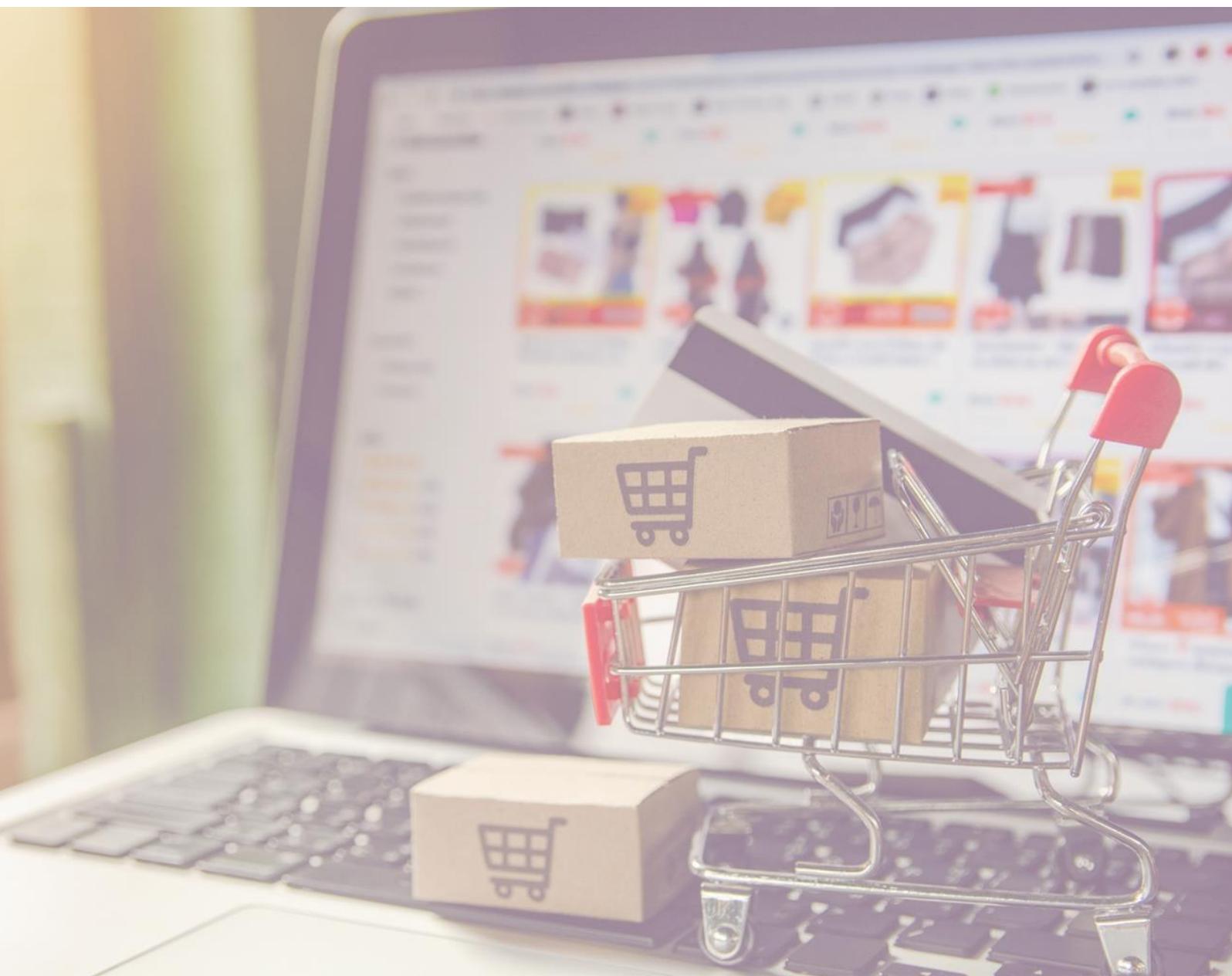
Valutazione dell'osservazione continua. Ciò avviene attraverso l'osservazione continua del lavoro dello studente nell'ambiente di educazione fisica.

Osservazione finale. Al termine delle attività di PE. Questo identifica la conoscenza olistica dei problemi dello studente di educazione fisica e può tracciare l'evoluzione e la conoscenza durante la formazione. Può servire come test di base delle competenze chiave.

Rapporto sull'abilità della squadra. Ciò comprende le preferenze lavorative individuali e la soddisfazione lavorativa complessiva degli studenti di educazione fisica. Potrebbe anche esaminare come idee diverse all'interno del team possono creare valore e come il team può farne un uso efficace.

Domande guida	<p>Perché il comportamento etico è importante e vantaggioso per l'azienda?</p> <p>Perché, oltre alle solite cose come la pianificazione delle vendite, i prezzi, la pubblicità, si parla dell'importanza dell'etica?</p> <p>Perché i professionisti delle vendite devono sentirsi moralmente e socialmente responsabili nei confronti degli stakeholder e delle proprie convinzioni?</p>
Raccolta feedback	<p>Gli obiettivi del modulo sono chiaramente definiti, la teoria si basa su esempi pratici. I compiti di valutazione offrono l'opportunità di dimostrare le conoscenze e le abilità acquisite durante gli studi del modulo. Viene fornito un feedback sul lavoro svolto (vengono discussi i risultati delle valutazioni, il lavoro indipendente, ecc.). Consultazioni tempestive con gli insegnanti.</p>

Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane



III.6. Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane

Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane

Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività:La gestione delle risorse umane come dipartimento di un'organizzazione gestisce tutti gli aspetti dei dipendenti, come la pratica di reclutamento, assunzione, distribuzione e gestione dei dipendenti di un'organizzazione.</p> <p>Scopo principale:preparare gli studenti a gestire i processi relativi alle funzioni di gestione delle risorse umane come la pianificazione, l'organizzazione, la direzione e il controllo.</p> <p>Contenuto:La gestione delle risorse umane ha varie funzioni come la pianificazione delle risorse umane, la conduzione dell'analisi del lavoro, il reclutamento e la conduzione di colloqui di lavoro, la selezione delle risorse umane, l'orientamento, la formazione, la compensazione, la fornitura di benefici e incentivi, la valutazione, il mantenimento, la pianificazione della carriera, la qualità della vita lavorativa, i dipendenti disciplina, controllo delle risorse umane, mantenimento delle relazioni industriali, benessere dei dipendenti e questioni di sicurezza, comunicazione con tutti i dipendenti a tutti i livelli e mantenimento della consapevolezza e del rispetto delle leggi sul lavoro.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>25 ore totali: Orario di contatto (10 ore) Gli studenti indipendenti lavorano con la consultazione del formatore (12 ore) Valutazione (3 ore)</p>
Attrezzature e risorse	<p>Programmi di gestione del personale. Standard/modelli di documenti. Letteratura metodica della descrizione del lavoro del dipartimento di ricorso umano di PE. Esempi dei documenti.</p>
Metodi di apprendimento	<p>Studio della letteratura raccomandata e delle risorse Internet, dei documenti e degli esempi; Conversazione-discussione; Esecuzione individuale o di gruppo di un compito; Valutazione dello strumento dell'idea; Il processo decisionale.</p>
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1 Pianificare e organizzare le risorse umane OBIETTIVO 2 dirigere e controllare le risorse umane.</p>

<p>Risultati e competenze acquisite.</p>	<p>Idee e possibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensiero etico e sostenibile; <p>Risorse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivazione e perseveranza; • autocoscienza e autoefficacia; <p>In azione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificazione e gestione; • lavorare con gli altri; • apprendimento attraverso l'esperienza.
<p>Linee guida per formatori per AIM 1 (pianificare e organizzare le risorse umane)</p>	<p>Fai una breve presentazione sulle risorse umane:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La pianificazione, come il processo attraverso il quale la direzione si assicura di avere il personale giusto, in grado di completare quei compiti che aiutano l'organizzazione a raggiungere i suoi obiettivi. Implica la previsione del fabbisogno di risorse umane e la prevista corrispondenza delle persone con le offerte di lavoro previste. 2. Organizzazione, come il processo attraverso il quale il management assicura reclutamento e personale, compensi e benefit, formazione e apprendimento, rapporti di lavoro e dipendenti, sviluppo aziendale. <p>Condurre una discussione su quali potrebbero essere i requisiti del personale? Chiedi agli studenti di lavorare in piccoli gruppi per svolgere ricerche sui requisiti di salute e sicurezza per gli spazi di lavoro dei dipendenti, ecc. e condividere i loro risultati con la classe.</p> <p>Spiegare tutti i processi importanti: linee guida/regole interne; registrazione dell'orario di lavoro; calcolo della retribuzione; detrazione dei servizi sociali; tasse (PAYE); procedura per l'assunzione; avvertimenti di lavoro; interviste personali; riunioni del personale; preparazione e distribuzione dell'agenda della riunione; verbalizzazione delle riunioni.</p> <p>Invita un relatore ospite: specialista delle risorse umane.</p> <p>Descrizione del lavoro redatto della gestione delle risorse umane con obiettivo e compiti; che tipo di lavoro (funzioni, procedure) sarà svolto presso il dipartimento/ufficio; quali documenti possono essere utilizzati.</p> <p>Fornisci agli studenti esempi di documenti ed esercizi da completare, individualmente o in gruppo.</p> <p>Spiegare le leggi, le decisioni del governo che controllano il lavoro del dipartimento delle risorse umane: assistenza sanitaria, leggi sul lavoro e sull'occupazione, pensionamento, infortuni e indennità dei lavoratori, disoccupazione, permessi retribuiti e altre leggi e regolamenti che influiscono sull'occupazione.</p> <p>Fare una presentazione su riunioni e rapporti. Discutere lo scopo delle riunioni e la frequenza con cui dovrebbero essere tenute. Spiega la differenza tra riunioni formali, con verbali, e riunioni informali di gruppo. Chiedi agli studenti</p>

	<p>di considerare l'importanza di tenere un diario di lavoro che mostri quando dovrebbero tenere tali riunioni e per quali scopi.</p>
<p>Linee guida per formatori per AIM 2 (dirigere e controllare le risorse umane)</p>	<p>Spiegare il ruolo e le funzioni del capo del dipartimento risorse umane. La testa a destra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • assiste il direttore del PE nell'organizzazione o nel rinnovamento dell'attività d'impresa, nella pianificazione e nel coordinamento dell'azione dei dipendenti di funzione, nella rappresentanza dell'impresa in diversi eventi e riunioni, nonché nell'organizzazione di eventi. • coordina le proprie azioni con il Direttore del PE, • fornisce compiti ai dipendenti e ne controlla le prestazioni, coordina le decisioni, • organizzerà diversi eventi PE, • presenta una relazione sull'attività svolta dalla funzione nelle riunioni; • verifica e sottoscrive i contratti e gli altri documenti attinenti all'attività della funzione (secondo le deleghe conferite dal direttore/docente PE); • deve pianificare in anticipo le modalità di miglioramento dell'attività aziendale. <p>Preparare i campi di orientamento dei compiti per il capo del dipartimento delle risorse umane.</p> <p>Chiedere al capo di pensare e preparare documenti per dirigere e controllare le risorse umane e consigliare come raggiungere l'obiettivo.</p>
<p>Valutazione della descrizione della competenza</p>	<p>Osservazione del docente (iniziale, continua, finale).</p> <p>Gli studenti riportano le capacità del team con processi di gestione delle risorse umane presentati in modo chiaro, creano documenti corretti, conclusioni e suggerimenti per il miglioramento.</p> <p>Autovalutazione degli studenti (iniziale, continua, finale).</p>
<p>Esempi di strumenti di valutazione</p>	<p>Autovalutazione. Questo è un modo positivo e costruttivo per coinvolgere gli studenti di educazione fisica nel processo di valutazione e per osservare le abilità che hanno sviluppato e i progressi che hanno raggiunto. Questo può essere fatto in un processo in due fasi: compilazione dei questionari e discussione faccia a faccia con l'insegnante di educazione fisica. Entrambi questi modi possono essere combinati e uno studente può compilare il questionario dopo o durante la discussione.</p> <p>Profilo di lavoro autonomo. Questa è una strategia di carriera elaborata e definisce una visione per il futuro. Gli studenti di educazione fisica possono mettere le idee in un formato di visione concreto, che mette in evidenza gli elementi importanti.</p> <p>Osservazione dell'esecuzione di un compito per identificare, descrivere ed elencare i bisogni e le aspirazioni degli studenti di educazione fisica a breve, medio e lungo termine, i punti di forza e di debolezza individuali e di gruppo e le risorse interne/esterne che utilizzeranno.</p> <p>Dimostrazione di abilità/capacità per elencare i diversi tipi di risorse che gli studenti utilizzeranno, avranno già e dovranno cercare. Inoltre, si osserva se gli</p>

studenti possono mettere in relazione le proprie risorse individuali e di gruppo con opportunità e prospettive se dimostrano il desiderio di usare i propri punti di forza e capacità per sfruttare al meglio le opportunità per creare valore.

In questo modo, gli insegnanti di educazione fisica possono osservare il lavoro e il modo in cui i compiti vengono affrontati dagli studenti e possono fornire feedback positivi e costruttivi e valutare e vedere il potenziale per i diversi ruoli. Può essere fatto in diversi intervalli di tempo:

Valutazione dell'osservazione iniziale. All'inizio delle attività di PE.

Valutazione dell'osservazione continua. Ciò avviene attraverso l'osservazione continua del lavoro dello studente nell'ambiente di educazione fisica.

Osservazione finale. Al termine delle attività di PE. Questo identifica la conoscenza olistica dei problemi degli studenti di educazione fisica e può tracciare l'evoluzione e la conoscenza durante la formazione. Può servire come test di base delle competenze chiave.

Rapporto sull'abilità della squadra. Ciò comprende le preferenze lavorative individuali e la soddisfazione lavorativa complessiva degli studenti di educazione fisica. Potrebbe anche esaminare come idee diverse all'interno del team possono creare valore e come il team può farne un uso efficace.

Domande guida	<p>Qual è il principale obiettivo fondante del dipartimento delle risorse umane?</p> <p>Quali sono le principali funzioni del dipartimento delle risorse umane?</p> <p>Enumerare tutti i documenti che il lavoratore forma durante l'accettazione al lavoro?</p> <p>Quali sono i principali documenti che devono essere creati dall'addetto alle risorse umane in fase di accettazione?</p> <p>Quali leggi – decisioni del governo – controllano il lavoro dei dipartimenti delle risorse umane?</p> <p>Quali suggerimenti o consigli daresti a qualcuno che intervista al Dipartimento delle Risorse Umane?</p> <p>Quali giornali di registrazione vengono utilizzati nel dipartimento delle risorse umane?</p> <p>Quali sono le maggiori sfide che devono affrontare i dipartimenti delle risorse umane?</p> <p>Come creare un manuale di procedura?</p> <p>Come fare un'analisi del lavoro?</p> <p>Come fornire un riconoscimento che motiva i tuoi studenti?</p> <p>Come licenziare un dipendente?</p> <p>Cosa puoi chiedere in una revisione dell'autovalutazione dei dipendenti?</p> <p>Quali possono essere i rischi per le risorse umane e le loro cause?</p> <p>Quali elementi includono la strategia per le risorse umane?</p>
---------------	--

Raccolta feedback	<p>Diversi modi per raccogliere il feedback dei dipendenti:</p> <p>Cassetta dei suggerimenti dei dipendenti. In un mondo di innovazione digitale, una cassetta dei suggerimenti per i dipendenti vecchio stile ha ancora un posto importante. I dipendenti potrebbero essere cauti nel condividere un feedback</p>
-------------------	--

onesto con altri mezzi, per paura di ritorsioni. Una casella dei suggerimenti consente loro di lasciare un feedback anonimo senza un'impronta digitale.

I sondaggi sul coinvolgimento dei dipendenti sono un ottimo modo per raccogliere grandi quantità di feedback dei dipendenti contemporaneamente. Questi sono spesso abbastanza completi e si concentrano su tutto ciò che potrebbe avere un impatto sulla soddisfazione, sul coinvolgimento e sulla fidelizzazione dei dipendenti.

I sondaggi Pulse sono molto più brevi e veloci da completare rispetto ai sondaggi sul coinvolgimento dei dipendenti e possono essere eseguiti più frequentemente. Alcuni PE condurranno sondaggi Pulse settimanali con 1-3 domande, mentre altri potrebbero condurli mensilmente con 4-5 domande. Questa può essere una grande opportunità per avere un impulso regolare sulla soddisfazione dei dipendenti e ascoltare un feedback tempestivo.

ARGOMENTO: Gestire un'impresa: gestione delle risorse umane

Nome	Formato	Descrizione	Collegamento:	Lingua
Cosa fanno effettivamente le risorse umane? 11 responsabilità chiave	Articolo	Ecco una descrizione approfondita di ciò che il dipartimento delle risorse umane fa (o cosa dovrebbe fare) per soddisfare le esigenze dei dipendenti.	https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do	IT
La guida completa alle risorse umane per le piccole imprese nel 2021	Articolo, video, modelli	Che cos'è la gestione delle risorse umane? Perché le risorse umane per le piccole imprese sono necessarie? Nozioni di base sulle risorse umane: errori da evitare. Manuale delle risorse umane per le piccole imprese.	https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/	IT
Gestione delle risorse umane: pianificazione delle risorse umane	video	La fase di pianificazione della gestione delle risorse umane prevede la conduzione di un'analisi del lavoro, la previsione dell'offerta e della domanda di lavoro e l'abbinamento dell'offerta di lavoro con la domanda dei consumatori. In questo breve video viene descritto ciascuno di questi elementi.	https://www.youtube.com/watch?v=L_aiqSRL-j8	IT
5 Esempi di diagrammi di flusso del	Articolo, diagrammi di flusso	Diagrammi di flusso per questi processi: reclutamento e selezione dei	https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-	IT

processo HR e perché utilizzarli		dipendenti; Integrazione di nuovi dipendenti; richiesta di viaggio; Rimborso delle spese; Processo di licenziamento dei dipendenti.	process-flowchart-examples/	
Strategia per le risorse umane (Strategia per le risorse umane)	Articolo	Cosa contiene e cos'è la strategia HR?	https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy	IT
Impostazione degli orari di lavoro dei dipendenti: una guida per manager	Articolo, video, esempi	Che cos'è un programma di lavoro? Perché la pianificazione del lavoro dei dipendenti è importante? 10 esempi di orari di lavoro dei dipendenti Come creare orari di lavoro dei dipendenti. Migliori pratiche per l'impostazione dei programmi di lavoro	https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules	IT
Esempio di descrizione del lavoro del responsabile delle risorse umane	Articolo	Modello per soddisfare i doveri e i requisiti specifici del lavoro esatto per il responsabile delle risorse umane. Idee per creare la migliore descrizione del lavoro del manager delle risorse umane.	https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/	IT
Lista di controllo per la valutazione dei dipendenti	Esempio	Ecco una checklist di valutazione dei dipendenti da parte di un supervisore.	https://www.workforce.com/news/employee-evaluation-checklist	IT
Modelli, esempi e suggerimenti per l'autovalutazione dei dipendenti	Articolo, video, modelli	Ecco un modello e una descrizione di autovalutazione del dipendente di esempio Perché è necessaria l'autovalutazione.	https://www.profit.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/	IT
Gestione del rischio delle risorse umane: le 8 principali fonti	Articolo	I rischi per le risorse umane e le loro cause sono presenti in ogni fase dei processi di assunzione, fidelizzazione e operazioni quotidiane.	http://blog.treadstonerisk.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-	IT

di rischio per le
risorse umane

human-resource-
risk

Gestire un'impresa: gestione finanziaria e contabile



III.7. Gestire un'impresa: gestione finanziaria e contabile

Gestire un'impresa: gestione finanziaria e contabile	
Introduzione e motivazione	<p>Panoramica dell'attività: Il candidato deve valutare il costo e il budget del suo progetto di creazione di impresa e definire le esigenze di finanziamento, quindi stabilire e specificare le modalità di finanziamento del progetto.</p> <p>Scopo principale: preparare gli studenti a gestire i processi relativi alle finanze e alla gestione contabile.</p> <p>Contenuto: L'ufficio di gestione finanziaria e contabile si occupa dell'apertura di un conto corrente bancario e dei rapporti con la banca;</p> <p>Contabilità: contabilità giornaliera, conto economico, stato patrimoniale, inventario; scelta di un software di contabilità: ERP, registratore di cassa, cassa, fatturazione, digitalizzazione contabile; obblighi di status: registrazione della società e limite di responsabilità finanziaria; aspetto fiscale e sociale: tasse, contributi sociali dell'impresa, imprenditore individuale. Aspetti sociali dell'impresa datore di lavoro; aspetti ereditari, personali, professionali e familiari: dal privato creatore alla persona giuridica indipendente dall'impresa.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>30 ore totali:</p> <p>Orario di contatto (15 ore)</p> <p>Gli studenti indipendenti lavorano in consultazione con il formatore (12 ore)</p> <p>Valutazione (3 ore)</p>
Attrezzature e risorse	<p>Programmi di contabilità,</p> <p>Materiali del corso,</p> <p>Esempi/modelli online di tabelle excel di budget e risorse, tabelle dei flussi di cassa,</p> <p>Consiglio Appuntamenti Condiviso,</p> <p>Creazione e animazione del tutoraggio per il capo progetto,</p> <p>Impostazione di canali di messaggistica per le relazioni tra i vettori,</p> <p>Rubrica condivisa (banca, servizio di assistenza e finanziamento pubblico, consulenti fiscali, commercialisti, assicuratore ecc.)</p>
Metodi di apprendimento	<p>Articolo di letteratura;</p> <p>Esercizi tipici e rendering;</p> <p>Accesso condiviso alle risorse online: Piano Finanziamento, dossier di finanziamento, dossier individuale, esempio di contabilità, dossier assicurativo, aspetti fiscali, aspetti sociali, ecc.;</p> <p>Modelli Excel di finanziamento e risorse;</p> <p>Colloquio di follow-up settimanale individuale o collettivo (avanzamento del progetto, follow-up degli incontri e debriefing);</p> <p>Modello di file standard: assicurazione, prestito, modello di contratto legale, dichiarazioni di attività obbligatorie (Condizioni Generali di Vendita);</p> <p>Scenario educativo in cui il creatore subappalta questi aspetti per potenziare l'attività commerciale del suo progetto di creazione di impresa;</p>

 Concetto del comitato di tutoraggio.

Scopo/obiettivi di apprendimento	OBIETTIVO 1: Valutare il costo e il budget di un progetto di creazione di impresa OBIETTIVO 2: Definire le esigenze di finanziamento OBIETTIVO 3: Stabilire un piano di finanziamento
Risultati e competenze acquisite.	Idee e possibilità: <ul style="list-style-type: none"> • autocoscienza e autoefficacia; • motivazione e perseveranza; • mobilitazione delle risorse; • alfabetizzazione finanziaria ed economica.
Linee guida per formatori per AIM 1	Fai una presentazione su: <ul style="list-style-type: none"> - Materiali del corso - Finanziamento della creazione di impresa - La redditività ricercata dalla creazione di un'impresa - L'esame critico del monitoraggio dei flussi di cassa. - Il concetto di saldo contabile - Il rapporto bancario - Il rapporto di contabilità fiduciaria - Il contesto materiale, umano, finanziario, familiare... del progetto - Dettagli dei costi e delle risorse materiali, umani, finanziari, ecc. del progetto - Argomenti per trovare, ottenere e raccogliere risorse finanziarie utili o altre risorse (donazioni e contributi materiali, beni industriali o know-how) <p>Padroneggia la progettazione del piano di finanziamento in Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestisci una tabella di monitoraggio del flusso di cassa giornaliero e trova il punto e l'ora del punto neutro e superalo - Scopri i concetti e le pratiche contabili del monitoraggio dei flussi di cassa (termini di pagamento: contanti, su ordinazione, credito cliente, gestione degli incassi e deposito fondi in banca, rimessa degli assegni giornalieri, factoring, sconto, credito di campagna, scoperto, credito analisi dei costi saldo, margine, redditività, ritorno sull'investimento, profitto, risparmio, capitalizzazione di cassa, ecc...) - Saper trovare informazioni e risorse specifiche per questo ambiente - Gestisci un tavolo di monitoraggio giornaliero di questo ambiente e controllalo in modo positivo - Apprendere i concetti e le pratiche specifiche dell'ambiente bancario e fiduciario - Esempi di documenti sociali, contabili, fiscali, aziendali. <p>Conduci una discussione. Lavorare sulla bozza del piano di finanziamento e del rendiconto finanziario con il candidato e analizzarli per fasi.</p>

Parti da un budget iniziale e perfezionalo gradualmente, in 2 o 3 giorni.

Completare giorno per giorno e aggiornare la bozza del Piano di Finanziamento rendendola più dettagliata, integrando i concetti di punto di pareggio, soglia e data di pareggio così pianificati e poi verificati (proiezione tempi di spesa e risorse, saldo contabile, avanzo di cassa).

Apertura di un conto corrente bancario e rapporto con la banca per l'assunzione di prestiti, prestiti, investimenti, sconti, analisi o conferma di esigenze finanziarie immediate all'avvio, esigenze a medio termine, esigenze a lungo termine, ritorno sull'investimento, fatturato e margine in vendita ...

- Contabilità: contabilità giornaliera, conto economico, stato patrimoniale, inventario.
- Scelta di un software di contabilità: ERP, registratore di cassa, cassa, fatturazione, digitalizzazione contabile
- Fisco e aspetto sociale: quali tasse e costi per l'impresa, aspetto sociale del datore di lavoro
- Aspetti ereditari, personali, professionali e familiari: come conciliare affari e vita privata.

Completa e dettaglia il piano gradualmente, nel miglior modo possibile

Scomporre le somme in bisogni materiali, umani e finanziari.

Analizza i vari concetti di punto di pareggio, redditività, margine, profitto e ritorno sull'investimento.

Pianifica le esigenze nel tempo e i ritardi, nell'arco di un anno, nell'arco di 2 anni, dettagliando le esigenze di avvio immediato, le esigenze a medio termine, le esigenze a lungo termine, il ritorno sull'investimento, il fatturato e il margine di vendita.

Saper definire e apprezzare questo ambiente e le relazioni sociali che esso impone o toglie.

Analizzare il fabbisogno di cassa, definire il finanziamento necessario e pianificarlo (aumentare il capitale? Giocare sui periodi di ammortamento? Pianificare stipendi fissi e variabili (bonus) in base alla redditività definita.

Redditività lineare, puntuale, stagionale, annuale,

Fatturato di un'offerta commerciale, costo di un prodotto fuori moda (stoccaggio, riciclo), concetto di costi (fissi e variabili) controllo e riduzione.

Analizzare le conseguenze della redditività controllata e i suoi effetti sul fabbisogno di finanziamento (rimborso prestiti, aiuti, tasso negoziato, garanzie offerte, ecc.)

Chiedi agli studenti di:

- Lavora sul loro progetto
 - Analizzare e approfondire il loro progetto, piano di budget, tabella delle risorse e calcolo della redditività
-

- Misurare il tempo dedicato al progetto, quantificare e valutare il costo del proprio lavoro e dell'investimento di tempo e apprezzarne la redditività.

Pianificare il budget e le risorse e le spese associate.

Costruire gradualmente un rendiconto finanziario in base alle esigenze pianificate nel tempo del progetto (avvio, fine primo mese, fine secondo mese, fine 1° trimestre, fine 1° semestre, oltre un anno...)

Confronta i progetti tra gli studenti, scambia buone idee e buone pratiche

Organizza una visita. Incontro con una banca, un fiduciario o un contabile, una camera di commercio, un'unità di creazione di impresa, un'agenzia pubblica di creazione di impresa.

Spiegare il corso e il materiale del corso.

Fornire esempi di budget tipici che integrano l'aspetto della redditività e dell'eccesso di flusso di cassa e commentare.

Fornisci esempi concreti di mantenimento del conto, gestione di un conto bancario, gestione fiscale e dichiarazioni dei redditi.

Analizzare individualmente e collettivamente il monitoraggio dell'ambiente.

Analizzare collettivamente in gruppo e poi individualmente i budget proposti.

Fare affidamento sugli esempi forniti ai candidati.

Invita i giovani imprenditori a presentare il proprio progetto e la propria carriera.

Invita e federa una rete di ex creatori di imprese, mentori e sponsor.

La richiesta ai discenti di confrontare il loro progetto tra loro su questi elementi finanziari, bancari, sociali, statutari, contabili.

Prevenire il fallimento o la demotivazione dei candidati e proporre soluzioni alternative (raggruppamento tra creatori, franchising, progetto salariale, progetto meno ambizioso, società ombrello/società di servizi gestiti, autoimprenditorialità, incubatore di imprese...)

Linee guida per formatori per AIM 2

Fai una presentazione su:

Il corso e forniti esempi di tabelle finanziarie.

Presentazione collettiva e poi individuale con i capi progetto.

Raccogli buone idee e commenti sulle migliori presentazioni di budget, piano di finanziamento e tabelle standard di monitoraggio del flusso di cassa.

Memorizza questi documenti campione di creazione come risorse didattiche.

Chiedi agli studenti di confrontare il loro progetto finanziario e contabile.

Trova mentori professionisti.

Incontra una banca e richiedi i budget degli studenti, i punti di pareggio calcolati.

Suggerimenti per raggiungere l'obiettivo.

Esercitati con Excel.

Definire una pedagogia della gestione del tempo e della pianificazione della creazione.

Saper supportare e padroneggiare l'euforia e le delusioni degli studenti.

Costruire una logica di perseveranza e di lavoro continuo e sostenitivo.

Mantieni una mente agile.

Accetta che la redditività può essere inferiore o ritardata.
Accettare, se necessario, la dimensione umana del progetto, la sua condivisione con terzi.
Proteggi la tua idea il suo margine e la sua redditività.
Sfrutta sia i successi che i fallimenti.
Misura e gioca sull'assunzione di rischi, sull'ambizione, sulla prudenza e sull'intuizione.

Linee guida per formatori per AIM 3

Fai una presentazione
Il materiale del corso iniziale
La tabella finanziaria fornita e utilizzata e gli esempi del piano di flusso di cassa.
Le modalità di follow-up per gli incontri con i creatori.
Le norme contabili, fiscali e contributive che incidono sul piano di finanziamento e il monitoraggio e la redditività dei flussi di cassa... (soglie di imposta sulle società, soglia di imposta personale per il creatore o lavoratore autonomo, soglia di imposta IVA...
Garantire la riservatezza delle informazioni fornite e scambiate con i creatori.

Conduci una discussione. Tra candidati. Aprire un forum/canale di discussione tra di loro.
Affidati a mentori e/o tutor.
Critica costruttiva del budget finanziario e proposte di creazione (alcuni progetti non sono fattibili né realistici, altri lo sono o lo diventano a determinate condizioni).

Chiedi agli studenti di farlo
Definisci il loro obiettivo, il loro programma di rendering e il loro piano di lavoro aziendale.
Accettare le regole e i vincoli finanziari (contabilità, onestà contabile, concetto di margine del creatore, realtà e tenendo conto delle tasse e dei contributi sociali (il margine dovuto al creatore è spesso inferiore al margine fiscale), guadagnare uno stipendio, reddito, ammortamento, ecc.) Essere consapevoli di dover decidere rapidamente pur essendo pazienti.
Analizzare le conseguenze di una ricerca di maggiore redditività (tempo di consegna, lavoro personale, assunzione di rischi, investimenti aggiuntivi, assicurazioni più costose, tasso bancario più elevato, assunzione di dipendenti di terze parti).

Per fare bilanci a 3, 6, 12 mesi oltre al follow-up contabile giornaliero.

Inoltre aggiornare e rivedere regolarmente l'efficienza della politica dei prezzi commerciali.

Organizza una visita
Incontri ricorrenti con tutor, tra candidati, e successivamente, all'avvio del progetto, con banche partner, associati, famiglia, servizi tributari e sociali, coniugi, figli.

Visita gli spazi di creazione di imprese, i campus, gli spazi di co-working per i creatori di imprese.

Visita e rendi accessibili modelli fisici da visitare e modelli contabili da analizzare e riprodurre.

Spiegare

Spiegare sempre le osservazioni, le proposte degli insegnanti (Il formatore non porta il progetto di creazione al posto dell'imprenditore ma lo istruisce e arricchisce il progetto con proposte).

Non drammatizzati il fallimento o le difficoltà o i rinvii di pianificazione o le possibili delusioni.

Niente è acquisito o impossibile, accetta e comprendi altri progetti di creazione e costruzioni concorrenti o complementari per imparare da loro per raggiungere un punto di pareggio e una redditività sostenibile.

Suggerimenti per raggiungere l'obiettivo

Gestisci il tempo, muoviti e vai avanti ma senza affrettare gli orari e saltare i passaggi necessari per trovare e consolidare il progetto di business.

Saper apprezzare i concetti di punto di pareggio e redditività, margine, salario, guadagni desiderati e raggiunti.

Apprezzare la continuazione o la correzione di un progetto di creazione di impresa in relazione ai suoi concetti di bilancio.

Accetta la necessità contabile e di bilancio.

Accetta il concetto di contabilità e redditività di bilancio.

Accetta che la redditività si verifica solo a medio termine.

Quantifica il valore finanziario del tuo tempo e tienilo sempre in considerazione

Confronta i costi tra la creazione di un'impresa e il mantenimento della posizione di un dipendente.

Valutazione della descrizione della competenza	Descrizione dell'approccio Approccio secondo un piano aziendale Competenza nel rispetto del business plan e dei suoi elementi di bilancio Capacità di condividere e discutere sul progetto Pazienza Autocontrollo Conosci o impara a riassumere e spiegare semplicemente il tuo business plan Gestione dell'euforia e dello sconforto Contabilità, capacità finanziarie Rispetto del lavoro, mantenimento degli impegni (monitoraggio bancario, monitoraggio di cassa) Calendario previsto Onestà e correttezza contabile nei confronti di fornitori, banca, dipendenti terzi, finanziatori Gestione della vita privata vs vita aziendale
--	---

Idea presentata in modo chiaro, necessità del mercato, potenziali clienti, ecc.

Budget del progetto di creazione, fabbisogno e piano di finanziamento, tabella delle risorse

Follow-up del flusso di cassa del progetto

Punto di pareggio in un piano di flusso di cassa

Ammortamento delle risorse e ritorno sull'investimento

Ambiente finanziario per avviare un'impresa

Apertura di un conto corrente bancario e rapporto con la banca

Contabilità: contabilità giornaliera, conto economico, stato patrimoniale, inventario

Scelta del software di contabilità: ERP, registratore di cassa, cassa, fatturazione, digitalizzazione contabile

Aspetto statutario

Aspetti fiscali e sociali: persona fisica imprenditore, aspetto datore di lavoro

Aspetti ereditari, personali, professionali e familiari: dal creatore alla persona giuridica indipendente dell'azienda

Esempi di
 strumenti di
 valutazione

Suggerimento di strumenti concreti:

Excel esercizi finanziari

Business plan e modellazione di un business redditizio

Tabella delle spese e dei costi di un progetto tipico e poi adattata al progetto dell'ideatore

Tabelle di finanziamento e monitoraggio della misurazione della redditività

Tabella delle risorse

Tabella e dashboard di monitoraggio del flusso di cassa

Pianificazione del pareggio e della redditività

Ammortamento risorse e tabella ROI

Progetto di pianificazione finanziaria

Progetto Stato giuridico

Fascicolo bancario

Fascicolo sociale

Fascicolo fiscale

dossier ereditario

Estratto conto bancario, leggi l'analisi

Collegamento bancario

Criteri per la scelta del software di contabilità ERP

Utilizzo online o utilizzo di software di contabilità

Esercizio di contabilità

Riferire in merito

In linea su Internet

Sulle risorse condivise

Su brevi resoconti di ogni appuntamento o visite dei candidati creativi (valutazione del colloquio, il positivo, il negativo, il riassunto, cosa dovrebbe essere fatto ora, cosa è convalidato, il progressivo accatastamento di conoscenze e progressi rispetto al piano aziendale e al budget , orari ...

Valutazione della redditività costruttiva del progetto

Punto di pareggio e redditività per quanto riguarda i costi fissi e variabili

Valutazione della sostenibilità e redditività consolidate del progetto
Assicurazione fornita per questa sostenibilità (Assicurazione, capitalizzazione, sviluppo del business, ciclo economico ...)
Considerando nel breve, medio e lungo termine gli aspetti ereditari, personali, professionali e familiari dell'ideatore d'impresa come contesto associato: dalla creazione si considerano i ponti tra l'individuo creatore e il passaggio all'impresa, persona giuridica autonoma.

Domande guida	<p>La tua idea soddisfa un'esigenza? Il prodotto o servizio corrisponde ai tuoi obiettivi di vita? Il budget del progetto è accettabile per il creatore? Chi sono i finanziatori? Il budget del progetto è accettabile per i co-fondatori di terze parti? Il punto di pareggio è compreso e accettabile per il creatore? E se la redditività non fosse accettata? Il punto di pareggio è accettabile per i co-fondatori di terze parti? Quale argomento finanziario e contabile può convincere i fondatori? Il creatore può creare senza investire se stesso? Come può una banca aiutare il progetto? Il rapporto con la banca è compreso e accettato per il creatore? Quali altri aiuti finanziari possono partecipare? Chi contattare per convalidare il business plan finanziario del progetto? Che senso ha lavorare con un contabile? Quando iniziare a conoscerlo? Quali sono i rischi finanziari del progetto, i rischi legali, fiscali, sociali e patrimoniali? Come proteggere il creatore dai rischi finanziari? Come proteggere il creatore dell'ambiente del progetto? Quali buoni partner scegliere come notaio, avvocato, commercialista, banchiere? Chi sono e cosa fanno questi partner? Il creatore può creare senza di loro? Quali ausili possono intervenire in relazione all'ambiente specifico del progetto? Chi contattare per validare l'aspetto ambientale del progetto? Perché e quando incontrare un servizio pubblico di assistenza alla creazione di impresa? Che posto e ruolo ha un assicuratore nella creazione di un'impresa? Gli aspetti amministrativi sono previsti nel progetto di creazione? Come verificare il contesto fiscale del progetto imprenditoriale? Quale supporto è possibile da parte dell'amministrazione fiscale? Come vengono considerate l'IVA e le imposte sulle società nel progetto di creazione? In che modo la redditività considera l'IVA e le imposte sulle società? Come verificare il contesto fiscale della redditività? Qual è l'impatto sulla redditività del progetto? Come si pone la questione del lavoro quotidiano in azienda? Il creatore dovrebbe assumere dipendenti, perché e quando?</p>
---------------	--

	<p>Qual è l'impatto degli stipendi nel progetto? Quali sono i beni del progetto, la loro origine, il loro ammortamento, il loro rinnovo? In che modo l'avvio di questa attività avrà un impatto sulla tua vita? Equilibrio tra affari e vita privata. Controllo delle spese e separazione dell'attività commerciale dal patrimonio privato o familiare Come posso coinvolgere la mia famiglia? Quanto è unica la tua soluzione aziendale? Quale sarà il futuro della proposta commerciale nel medio termine? Perché stai avviando un'impresa?</p>
Raccolta feedback	<p>Consigli e consigli???</p> <p>Conosci e accetta la redditività riscontrata nel tuo progetto Saper abbandonare un progetto non redditizio Conoscere e accettare di essere aiutati e accompagnati Saper accettare ogni critica costruttiva e tenerne conto Essere perseveranti Conoscere e accettare il contesto e l'ambiente specifico dell'intero progetto Comprendere che un modello deve adattarsi a un contesto e un ambiente specifici Impara a essere tanto intraprendente quanto attento</p>

Rivedere i risultati dell'impresa



III.8. Rivedere i risultati dell'impresa

Rivedere i risultati dell'impresa	
Introduzione e motivazione	<p>Panoramica del compito. Dovrai assicurarti che gli studenti siano preparati a presentare i risultati della loro impresa ai loro coetanei, alla comunità degli istituti di istruzione, alle società di tutoraggio o ai potenziali clienti.</p> <p>Scopo principale: redigere un report che includa dati finanziari e feedback dei clienti, valutare l'impresa, valutare le prestazioni dell'azienda, evidenziare i punti di forza e le aree che potrebbero essere migliorate e suggerire le azioni necessarie per implementare i miglioramenti.</p> <p>Contenuto: Gli studenti devono imparare a sintetizzare i risultati raggiunti in un'impresa durante le attività dell'impresa, descritti negli argomenti n. 3-7 e ad utilizzare i dati finanziari, i feedback dei clienti e a preparare il rapporto finale. Un report aziendale è un insieme di dati che fornisce informazioni storiche relative alle operazioni, alla produzione, alle informazioni dettagliate di un reparto specifico di un'azienda e crea una base per futuri processi decisionali o approfondimenti fattuali necessari per organizzare le funzioni aziendali.</p>
Organizzazione e durata del lavoro	<p>25 ore totali: Orario di contatto (10 ore) Gli studenti indipendenti lavorano con la consultazione del formatore (12 ore) Valutazione (3 ore)</p>
Attrezzature e risorse	<p>Programma di contabilità Standard/modelli di documenti. Letteratura metodica di PE. Esempi dei documenti compilati.</p>
Metodi di apprendimento	<p>Studio della letteratura consigliata e delle risorse Internet, esempi di documenti; Conversazione-discussione/ forum di discussione online; Esecuzione individuale o di gruppo di un compito; Argomento di studio; Valutazione della relazione e della presentazione.</p>
Scopo/obiettivi di apprendimento	<p>OBIETTIVO 1: condurre l'analisi dei clienti e valutare le prestazioni dell'azienda rispetto ai suoi obiettivi chiave. OBIETTIVO 2: completare e presentare la relazione sugli esiti dell'impresa.</p>
Risultati e competenze acquisite.	<p>Idee e possibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • valorizzare le idee; • pensiero etico e sostenibile; <p>Risorse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • alfabetizzazione finanziaria ed economica; • mobilitare gli altri; <p>In azione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • affrontare l'incertezza, l'ambiguità e il rischio.

Linee guida per formatori per AIM 1	<p>Discutere con gli studenti con quanta efficacia i beni e i servizi dell'azienda corrispondano alle esigenze dei clienti. Se non sono del tutto sicuri di quali siano queste esigenze, gli studenti devono effettuare un'ulteriore analisi del cliente.</p> <p>Fai una presentazione sui metodi (questionari, sondaggi online, commenti da una pagina di social media, focus group e così via) che possono essere utilizzati per ottenere feedback dai clienti.</p> <p>Chiedere agli studenti di creare i propri moduli di feedback e utilizzare la revisione tra pari per migliorarli, organizzare il processo di raccolta del feedback.</p> <p>In base al feedback dei clienti, chiedi agli studenti di identificare dove è possibile apportare miglioramenti a prodotti o servizi, livelli di personale o procedure aziendali.</p>
Linee guida per formatori per AIM 2	<p>Discutere con gli studenti i metodi su come rivedere la posizione finanziaria dell'azienda e perché dovrebbe essere inclusa una revisione finanziaria quando si riportano i risultati di un'impresa a un pubblico.</p> <p>Fornire una presentazione su come analizzare i dati finanziari dell'azienda (inclusi flussi di cassa, analisi della varianza, conto economico, situazione patrimoniale-finanziaria, analisi dei rapporti, ecc.).</p> <p>Fornisci agli studenti diversi esempi di un rapporto formale buono e uno scadente e discuti cosa deve essere incluso in un rapporto formale.</p> <p>Preparare il modello del rapporto formale da mostrare agli studenti dopo le discussioni.</p> <p>Trova esempi di presentazione buoni e cattivi e mostrali agli studenti. Chiedi loro di discutere che cosa rende una buona presentazione e di preparare la propria presentazione per un pubblico di loro coetanei, mentori, manager di banche locali per piccole imprese, genitori che potrebbero essere proprietari di piccole imprese o imprenditori locali.</p>
Valutazione della descrizione della competenza	<p>Un rapporto scritto con la spiegazione dei risultati che utilizza i dati finanziari dell'azienda e il feedback dei clienti, il problema identificato, la situazione o la valutazione dei problemi dei risultati e dell'impatto sulle aree target chiave, l'insieme di azioni per migliorare i risultati dell'azienda.</p> <p>Presentazione – con l'obiettivo principale di presentare a un pubblico esterno.</p>
Esempi di strumenti di valutazione	<p>Il rapporto commerciale scritto viene valutato in base alle sezioni particolari di un rapporto commerciale.</p> <p>La presentazione della relazione deve essere professionale, strutturata in modo logico e contenere una terminologia finanziaria corretta che possa essere valutata secondo i seguenti criteri:</p>

Esempio di criteri di valutazione della presentazione	voto massimo
Capacità di trasmettere il contenuto di un argomento entro i tempi di presentazione.	1
Linguaggio espressivo e libero: lo stile, il ritmo, il linguaggio, i pensieri e le idee sono spiegati in modo coerente.	3
Risposte alle domande: argomentativa, chiara, sicura.	2
Diapositive (PowerPoint, ecc.): strutturate in modo logico, nessun errore grammaticale o stilistico, terminologia finanziaria corretta, fatti accurati, frasi brevi e specifiche, selezione e corrispondenza dei caratteri, sfondo, effetti moderati; visualizzazione, integrità nel colore e nell'immagine.	2

Gestione del pubblico: saluti, introduzione coinvolgente, mantiene il pubblico concentrato (usa varie domande, citazioni, storie, fatti, registrazioni, confronti, guarda il pubblico, ecc.) Conclusione fluida, postura.	2
Totale	10

Domande guida	<p>Come si valuta la performance di un'impresa?</p> <p>Come si misura la soddisfazione del cliente?</p> <p>Quali cambiamenti nelle esigenze dei clienti sono identificabili?</p> <p>Quali dei prodotti e servizi stanno avendo successo? Quali non si comportano come previsto?</p> <p>Come valuta la performance finanziaria dell'azienda?</p> <p>In che modo le aziende esaminano i bilanci?</p> <p>L'attività è redditizia?</p> <p>Quale percentuale del prezzo di vendita copre il costo di fornitura o produzione del prodotto o servizio?</p> <p>Quale percentuale del prezzo di vendita copre i costi fissi dell'attività?</p> <p>Quali sono i vantaggi della rendicontazione finanziaria?</p> <p>Quali sono gli elementi chiave di un report aziendale?</p> <p>Dov'è l'attività ora e dove sta andando?</p> <p>Quali passi segui per valutare i risultati dell'azienda?</p> <p>Come migliorare questo processo? ...questo prodotto?</p> <p>Come ottenere più clienti?</p>
Raccolta feedback	<p>Un modo efficace per valutare l'apprendimento e ottenere feedback dagli studenti è porre domande. Usa "Kahoot" per raccogliere diverse risposte sull'argomento 8.</p>

ARGOMENTO: 8. Rivedere i risultati dell'impresa.

Nome	Formato	Descrizione	Collegamento:	Lingua
16 tipi di esigenze dei clienti (e come risolverle) Scritto da Allie Bresch	Articolo	In questo articolo imparerai: la definizione delle esigenze del cliente. I tipi di esigenze del cliente; Come identificare le esigenze dei clienti. Che cos'è un'analisi dei bisogni del cliente. Come risolvere le esigenze dei clienti; Tipi di servizio clienti.	https://blog.hubspot.com/service/customer-needs	IT
Indagini e ricerche sulla soddisfazione dei clienti: come misurare il CSAT Scritto da Nick Hague e Paul Hague	Articolo	Tutto sulla conduzione di un'indagine sulla soddisfazione dei clienti, come un modo per iniziare a misurare la tua posizione in termini di fedeltà dei clienti.	https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/	IT
Profitti e perdite e bilanci	Articolo	Esistono due rendiconti finanziari di base rilevanti per le piccole imprese: profitti e perdite, bilancio. Descrizione degli indicatori e delle formule finanziarie.	https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances	IT
6 passaggi per un'analisi di bilancio efficace Di Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A Pubblicato: 3/9/2018	Articolo	Ci sono generalmente sei passaggi per sviluppare un'analisi efficace dei rendiconti finanziari.	https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/articles/Details/6-steps-to-an-effect-financial-statement-analysis	IT
L'importanza della rendicontazione e dell'analisi finanziaria: la tua guida essenziale Di Bernardita Calzon in Dashboarding, 17 marzo 2021	Articolo	La guida che risponde a queste domande: Che cos'è la rendicontazione e l'analisi finanziaria? Tutte le aziende lo fanno allo stesso modo? Qual è l'importanza della rendicontazione finanziaria? Qual è lo scopo della rendicontazione finanziaria? Quali sono alcuni casi in cui si	https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/	IT

		tratta di prendere decisioni aziendali? Qual è il ruolo di questo tipo di reportage nel mondo reale?		
Come scrivere un rapporto aziendale formale (con esempi)	Articolo	In questo articolo viene spiegato cos'è un report aziendale formale, come scriverne uno (guida passo passo per creare un report aziendale professionale), con un esempio fornito.	https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example	IT
RELAZIONI AZIENDALI. Autore: Eggins, M.	Guida	Le raccomandazioni pratiche: come produrre report aziendali chiari e correttamente strutturati	https://library.unimelb.edu.au/_data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf	IT
Come scrivere e progettare un ottimo rapporto annuale per il 2020 (+10 suggerimenti rapidi) Di Brenda Barron 31 agosto 2020	Guida	Poiché un ottimo rapporto annuale è l'occasione perfetta per condividere informazioni sull'azienda e promuoverne il marchio e l'identità, in questa guida l'autore condivide come scegliere la giusta configurazione per un rapporto annuale, i passaggi per scrivere e progettare il rapporto annuale e consigli utili lungo il percorso.	https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671	IT
6 modi per misurare il successo delle piccole imprese. Mike Kappel	Articolo	Qui ci sono solo alcuni metodi per misurare le prestazioni aziendali.	https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491	IT
Come raccontare una grande storia nel tuo rapporto annuale (più esempi) di Katy francese	Articoli/ materiali video	La chiave per un ottimo rapporto annuale è trasformare le informazioni che stai includendo in una storia interessante, utilizzando tutti gli strumenti di narrazione a tua disposizione. Guida passo passo per aiutarti a creare un rapporto coinvolgente.	https://www.columnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report	IT

Appendici



Appendici

Questionario n. 1. Competenze imprenditoriali

Scopo: valutare le capacità imprenditoriali di base e avanzate dello studente, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale.

Gentile intervistato,

Vorremmo chiedere la vostra collaborazione rispondendo a questo questionario. Le tue risposte saranno utili per conoscere il livello di educazione all'imprenditorialità, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale. La tua risposta verrà utilizzata solo a scopo di indagine. Vorremmo esprimere la nostra massima gratitudine per la vostra partecipazione.

Dati demografici

La mia email: _____

Il mio nome è: _____

Il mio sesso è:

- Femmina
- Maschio
- Non voglio indicare

La mia età è:

- 14-18
- 18-25
- 25-30
- 30-35
- Più di 35

La mia casa si trova in un:

- Villaggio
- Cittadina
- Città
- Capitale

Il mio grado più alto è:

- Istruzione elementare
- Educazione secondaria
- Laurea triennale
- Master
- Dottorato di ricerca
- Altro

Tra 10 anni mi vedo:

- Vivere e lavorare all'estero come dipendente in un'azienda/organizzazione
 - Vivere e lavorare all'estero come manager di un'azienda/organizzazione (capo dipartimento, ecc.)
-

-
- Vivere e lavorare all'estero come CEO/presidente di una società/organizzazione
 - Vivere e lavorare all'estero come titolare di un'azienda
 - Vivere e lavorare all'estero come lavoratore autonomo
 - Ho intenzione di rimanere dove vivo ora e di essere assunto da un'azienda/organizzazione locale
 - Ho intenzione di rimanere dove vivo ora e avviare un'attività in proprio
 - Ho intenzione di rimanere dove vivo ora e di essere un lavoratore autonomo
 - Sto progettando di trasferirmi in una città più grande/la capitale e lavorare per un'azienda come dipendente
 - Altro
-

Spiega la tua scelta/scelte:

Cosa ti motiverebbe a diventare un imprenditore?

- Vedo possibilità nella mia zona
 - Voglio provare me stesso
 - Ho buone idee
 - La mia famiglia ha già un'attività
 - Non mi piacciono gli investitori stranieri
 - Voglio essere il capo di me stesso
 - Altro:
-

Cosa ti demotiva ad essere un imprenditore? *

- Burocrazia e mancanza di fondi
 - Mancanza di infrastrutture
 - Mancanza di conoscenze in termini di gestione aziendale
 - Mancanza di conoscenza in termini di requisiti legali
 - Mancanza di conoscenza in termini di sovvenzioni
 - Mancanza di buone idee
 - Mancanza di autostima
 - Possibilità di fallire
 - Costi operativi elevati (tasse, ecc.)
 - Altro:
-

Spiega la tua scelta/scelte:

Matrice autocognitiva				
	Sempre	Di frequente	Qualche volta	Mai
Mi piace anticipare gli eventi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi interessa tutto ciò che è nuovo o diverso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi considero una persona vitale ed energica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi adatto facilmente ai cambiamenti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono entusiasta di fronte a nuove sfide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi motiva ad affrontare i rischi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accetto i fallimenti e ne approfitto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono metodico e autodisciplinato quando lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunico facilmente con altre persone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pianifico, nel dettaglio, tutte le attività che devo svolgere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stimo le spese e i profitti del mio lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono chiaramente orientato al risultato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono consapevole dei possibili rischi e so come affrontarli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Competenze imprenditoriali di base *				
	Verissimo	Parzialmente vero	Vero ma con carenze	Non è affatto vero
Sono in grado di vendere qualsiasi cosa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ho una buona conoscenza della pianificazione finanziaria e della contabilità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho buone capacità di negoziazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il mio livello di inglese è soddisfacente per intrattenere negoziati con partner stranieri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho buone capacità di presentazione (sia nella mia lingua madre che in inglese)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conosco le strategie di marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho una buona conoscenza generale dei concetti finanziari ed economici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ho una buona comprensione generale degli affari e delle politiche dell'UE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conosco le procedure e gli strumenti di Project Management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
So cos'è la gestione dell'innovazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conosco il significato del pensiero creativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi considero una persona multiculturale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se hai selezionato "Vero ma con carenze" o "Per niente vero", spiega perché.				

Abilità e competenze avanzate *				
	Verissimo	Parzialmente vero	Vero ma con carenze	Non è affatto vero
Sono abbastanza sicuro di me stesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
So come stabilire le priorità per poter portare a termine il mio lavoro prima delle scadenze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quando sorge un conflitto, so come affrontare la situazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono fortemente orientato alla soluzione quando si tratta di problemi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso facilmente motivare gli altri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non ho paura di correre rischi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In generale, mi considero una persona positiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi piace prendere l'iniziativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In genere sono flessibile quando si tratta di lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono desideroso di crescere professionalmente e continuare ad imparare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono autodisciplinato quando lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunico facilmente con altre persone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pianifico in dettaglio tutte le attività che devo svolgere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stimo le spese e i profitti del mio lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono chiaramente orientato al risultato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sono consapevole dei possibili rischi e so come affrontarli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso prendere decisioni facilmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso condurre una riunione in modo efficace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cerco di non rimandare le attività e di finire tutto in tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rispetto le scadenze durante l'esecuzione di un lavoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mi piace gestire le squadre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavoro in team	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionario n. 2. Intenzione imprenditoriale

Scopo: valutare l'educazione all'imprenditorialità e l'intenzione imprenditoriale degli studenti.

Gentile intervistato,

Vorremmo chiedere la vostra collaborazione rispondendo a questo questionario. Le tue risposte saranno utili per conoscere il livello di educazione all'imprenditorialità, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale. La tua risposta verrà utilizzata solo a scopo di indagine. Vorremmo esprimere la nostra massima gratitudine per la vostra partecipazione.

Hai un'idea di progetto? *

- sì
- No

Che tipo di aiuto avresti bisogno per iniziare? *

- Corsi di formazione
- Finanziamento
- Infrastruttura
- Idee
- Partner
- Altro:

Se avessi tutto ciò di cui hai bisogno, che tipo di attività vorresti avviare? *

- Vorrei vendere i miei prodotti
- Fornirei servizi ad altre aziende/persone
- Ho qualcosa di completamente nuovo e diverso
- Altro:

Vedi qualche opportunità di business nel tuo paese, città e comunità? *

- sì
- No

In caso affermativo, fornire i dettagli.

La tua risposta

Quanto è importante per un imprenditore: *						
	Non lo so	Non importante	Leggermente importante	Moderatamente importante	Molto importante	Molto importante
Comprendere la natura dell'imprenditorialità	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essere in grado di identificare e sviluppare un'idea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendere l'ambiente aziendale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendere le questioni personali che un imprenditore deve affrontare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendere e identificare le forze trainanti di nuove iniziative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essere in grado di condurre ricerche su questioni aziendali e gestionali, individualmente o come parte di un team	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essere in grado di pensare in modo creativo e critico quando necessario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essere in grado di valutare e gestire i rischi aziendali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essere in grado di utilizzare le capacità di PR/marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionario n. 3. Valutazione dell'imprenditorialità

Scopo: valutare l'educazione all'imprenditorialità, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale degli studenti.

Gentile intervistato,

Vorremmo chiedere la vostra collaborazione rispondendo a questo questionario. Le tue risposte saranno utili per conoscere il livello di educazione all'imprenditorialità, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale. La tua risposta verrà utilizzata solo a scopo di indagine. Vorremmo esprimere la nostra massima gratitudine per la vostra partecipazione.

Indicazioni (indicare il proprio livello di accordo o disaccordo con ciascuna di queste affermazioni apponendo un segno di spunta (✓) in una delle caselle fornite nel presente questionario. Fortemente in disaccordo (DS) = 1. In disaccordo (D) = 2. Neutrale (N) = 3. D'accordo (A) = 4. Completamente d'accordo (SA) = 5

Parte I. - Educazione all'imprenditorialità					
Elemento	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 L'imprenditorialità crea posti di lavoro					
2 Imprenditorialità significa essere lavoratori autonomi					
3 L'imprenditorialità può rendere qualcuno indipendente					
4 L'imprenditorialità contribuisce allo sviluppo economico					
5 Gli imprenditori raccolgono risorse per creare ricchezza					
6 Gli imprenditori partecipano alle funzioni per incontrare i partner commerciali					
7 Gli imprenditori utilizzano la propria capacità creativa per pubblicizzare					
8 Gli imprenditori vedono opportunità dove altri no					
9 Gli imprenditori governano l'economia mondiale					

Seconda parte. Componente comportamentale dell'atteggiamento imprenditoriale					
Elemento	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 Mi piacciono le lezioni sull'imprenditorialità					
2 Le lezioni sull'imprenditorialità a cui ho partecipato hanno accresciuto il mio interesse a intraprendere una carriera imprenditoriale					
3 Considero l'imprenditorialità un argomento molto importante quando si tratta di argomenti importanti					
4 La formazione all'imprenditorialità che ho seguito mi ha preparato a prendere decisioni informate quando mi diplomerò					
5 Sono felice di apprendere abilità imprenditoriali					
6 Considero l'imprenditorialità un'opzione di carriera					
7. La formazione imprenditoriale che ho ricevuto mi ha interessato ad avventurarmi nell'imprenditorialità dopo SHS					
8 I miei docenti di imprenditorialità mi hanno aiutato a incontrare e interagire con imprenditori di successo.					
9 L'insegnante di materia mi ha aiutato a incontrare imprenditori di successo che hanno fornito la motivazione per diventare un possibile imprenditore.					

Parte III. Altitudine imprenditoriale – Componente cognitiva					
Elemento	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. L'educazione all'imprenditorialità mi ha permesso di identificare opportunità legate al business.					
2. La formazione all'imprenditorialità mi ha insegnato a creare servizi e/o prodotti in grado di soddisfare le esigenze dei clienti.					
3. L'educazione all'imprenditorialità mi ha insegnato a sviluppare piani aziendali con successo.					
4. Grazie all'educazione all'imprenditorialità, ora ho le capacità per creare una nuova attività.					
5. Con la formazione all'imprenditorialità che ho seguito, ora posso identificare con successo la finanza aziendale.					
6. L'educazione all'imprenditorialità mi ha insegnato a svolgere studi di fattibilità.					
7. Le attività di educazione all'imprenditorialità hanno stimolato il mio interesse per l'imprenditorialità.					
8. Attraverso l'educazione all'imprenditorialità, le mie capacità, conoscenze e interesse per l'imprenditorialità sono tutti migliorati.					
9. Nel complesso, sono molto soddisfatto di come viene insegnata l'educazione all'imprenditorialità.					

Parte IV. Altitudine imprenditoriale – Componente efficace					
Elemento	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Voglio disperatamente lavorare per me stesso.					
2. L'idea di possedere un'attività in proprio è piacevole.					
3. Considero davvero il lavoro autonomo come qualcosa di molto importante/desiderabile.					
4. L'educazione all'imprenditorialità mi ha effettivamente aiutato a sentirmi soddisfatto del lavoro di vendita.					
5. Mi piace l'educazione all'imprenditorialità.					
6. Le lezioni sull'imprenditorialità mi rendono ansioso.					
7. L'idea di avere un'educazione all'imprenditorialità mi eccita.					
8. Mi frustra che l'imprenditorialità faccia parte delle materie curriculari offerte.					
9. L'insegnante della materia ha aiutato a variare il mio sentimento generale nei confronti della materia.					

Parte V. Intenzione imprenditoriale					
Elemento	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Il mio obiettivo professionale è diventare un imprenditore.					
2. Farò ogni sforzo per avviare e gestire un'attività in proprio.					
3. Sono determinato a creare un'attività in futuro.					
4. Sto seriamente considerando di avviare un'impresa in futuro.					
5. Sono pronto a fare qualsiasi cosa per essere un imprenditore.					
6. Aprirò un'attività. Ho la possibilità di avere successo.					
7. Essere un imprenditore mi renderebbe grande.					
8. Ho idee su come avviare un'impresa in futuro.					
9. Sarebbe difficile per me sviluppare idee imprenditoriali.					

Questionario n. 4. Atteggiamento imprenditoriale

Scopo: valutare l'educazione all'imprenditorialità e l'atteggiamento imprenditoriale degli studenti.

Gentile intervistato,

Vorremmo chiedere la vostra collaborazione rispondendo a questo questionario. Le tue risposte saranno utili per conoscere il livello di educazione all'imprenditorialità, l'atteggiamento imprenditoriale e l'intenzione imprenditoriale. La tua risposta verrà utilizzata solo a scopo di indagine. Vorremmo esprimere la nostra massima gratitudine per la vostra partecipazione.

Scala:

1	2	3	4	5
Per niente fiducioso	Un po' fiducioso	Moderatamente fiducioso	Abbastanza fiducioso	Estremamente fiducioso

Insieme di abilità					
1	Sono in grado di vedere me stesso avviare e gestire un'impresa in futuro.	2	3	4	5
2	Sono fiducioso di sviluppare un prodotto utilizzando tecniche di identificazione dei bisogni.	2	3	4	5
3	Comprendo la mentalità dei consumatori e come proporre loro il mio prodotto/servizio.	2	3	4	5
4	Sono in grado di comunicare le mie idee di business ad altre persone come mentori, potenziali clienti e potenziali partner commerciali.	2	3	4	5
5	Sono in grado di condurre ricerche di mercato da solo.	2	3	4	5
6	So come presentare e vendere idee e prodotti alle persone.	2	3	4	5
7	Sono in grado di determinare strategie di prezzo e canali di marketing appropriati.	2	3	4	5
8	Sono fiducioso di poter elaborare un budget per la mia attività.	2	3	4	5
9	Comprendo i requisiti finanziari e le considerazioni per avviare e gestire un'impresa.	2	3	4	5
10	Sono in grado di valutare i punti di forza e di debolezza della mia idea imprenditoriale rispetto ai prodotti/servizi esistenti sul mercato.	2	3	4	5
11	Capisco come sviluppare e analizzare i conti economici.	2	3	4	5
Mentalità					
1	Capisco che avviare un'impresa significa assumersi e gestire i rischi.	2	3	4	5

2	Capisco che anche se l'obiettivo della gestione di un'impresa è guadagnare denaro, dovrei essere guidato da principi morali.	2	3	4	5
3	Mi rendo conto che avviare e gestire un'attività redditizia richiede molto duro lavoro e sacrificio.	2	3	4	5
4	Capisco che avviare e gestire un'impresa implica affrontare molti problemi e doverli affrontare quando si presentano.	2	3	4	5

Risorse utili

Titolo	Formato	Descrizione	Collegamento:	Riferimento modulo
Studi di dimensionamento del mercato	Piattaforma in linea	Attraverso interviste, data mining, analisi della concorrenza e consulenza, studi di dimensionamento del mercato possono aiutarti a comprendere le dimensioni e le opportunità di vendita realistiche di mercati nuovi e potenziali.	https://www.b2biternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-ricerca/	1, 2
Relazioni d'affari	Articolo	L'articolo rivela l'importanza delle relazioni d'affari, Metriche delle relazioni: ROI vs ROR, come calcolare il ritorno sulla relazione, legame delle relazioni commerciali con la tecnologia, fidelizzazione dei clienti, fedeltà al marchio.	https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/	1
Le migliori storie	Sito web	Il sito Web Inc. fornisce vari articoli che presentano storie di imprese e imprenditori.	https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.htm	1, 7
Tipologie di società e struttura aziendale	Piattaforma in linea	Questa piattaforma online è stata creata dal progetto Ifempower cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea e mira a promuovere le donne nell'imprenditorialità e l'innovazione nelle capacità imprenditoriali, lavorare con un approccio pratico e innovativo e aiutare nello sviluppo della capacità imprenditoriale attraverso un simulatore di progetti modellati con situazioni reali che si verificano in diversi scenari aziendali.	https://toolkit.ifempower.eu/	3
Partnership e requisiti di capitale sociale	Articolo	Le attività a scopo di lucro sono generalmente di tre forme legali primarie, comprese le società prive di personalità giuridica, le società e le	https://managementhelp.org/organizations/structure	3

		<p>società a responsabilità limitata. es.htm#anchor1631135</p> <p>Esistono anche altre forme di attività, ad esempio senza scopo di lucro, franchising, società di proprietà del governo, cooperative, società a responsabilità limitata ("L3C"), ecc.</p>	
Obblighi fiscali e contabili	Articolo	<p>Gli individui e gli imprenditori hanno spesso più di un modo per completare una transazione imponibile. La pianificazione fiscale valuta varie opzioni fiscali per determinare come condurre transazioni commerciali e personali al fine di ridurre o eliminare la responsabilità fiscale.</p>	<p>https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal 3, 5, 7</p>
Definire la squadra: regole contrattuali	Sito web	<p>Sai come identificare i dipendenti più intelligenti e versatili per la tua azienda? Utilizza queste risorse di reclutamento e personale per apprendere le migliori pratiche per la pianificazione, l'assunzione, il colloquio, la selezione e l'assunzione dei dipendenti.</p>	<p>Migliori pratiche di reclutamento, assunzione e cessazione (thebalancecareers.com) 3, 6</p>
Statuti aziendali	<p>Articoli</p> <p>Sito web</p>	<p>Chi può redigere gli Statuti della mia Società?</p> <p>Il regolamento sullo Statuto di una società europea introduce una forma giuridica europea per la costituzione di società per azioni all'interno del territorio dell'UE, nota con il nome latino Societas Europaea — da cui il loro acronimo, SE. Crea un quadro giuridico unico all'interno del quale le imprese di diversi paesi dell'UE possono pianificare e realizzare la riorganizzazione della propria attività su scala europea nonché nei paesi appartenenti allo spazio economico europeo (SEE)</p>	<p>https://nikolsen.com/en/article/who-can-draft-statutes-my-company 3</p> <p>https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A126016</p> <p>https://eportugal.gov.pt/en/inicio/e</p>

			spaco- empresa/escolher -a-forma-legal- da-sua-empresa	
Collegamento elettronico ai servizi statali		Ogni Paese ha il suo spazio specifico per stabilire il collegamento con i servizi statali. In questo modo, il sito di ogni paese deve essere fornito per mostrare ogni risorsa e servizio fornito dal paese.	Portogallo: https://eportugal.gov.pt/en/inicio/e-spaco-empresa	3
Moltiplicazione aziendale/franchising	Corso	il franchising implica un accordo contrattuale tra un franchisor e un franchisee al dettaglio. Il franchisor può essere un produttore, un grossista o uno sponsor di servizi. Un franchising o l'accordo contrattuale consente all'affiliato di condurre affari con un nome consolidato e secondo un determinato modello di attività. Per ottenere un franchising, un franchisee deve pagare una quota iniziale al franchisor. Successivamente, l'affiliato paga una percentuale mensile delle vendite lorde in cambio dei diritti di vendita di beni e servizi dell'affiliante in una particolare area e località.	https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLE-Ti5olaXLIfA0iO17-b6cq8f85ytFTkSK-WXiZg81srGRG2p-TVzB hQagKQ0b/	3, 7
Il ruolo del marketing	Articolo video	Che cos'è il marketing? Nel mondo di oggi, il ruolo del marketing nelle organizzazioni è troppo importante per essere ignorato. Grandi e piccole organizzazioni oggi competono per lo stesso mercato e le più innovative e proattive sono emerse vincitrici.	https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/	4

Metodi di ricerca di mercato	Articolo video,	Vuoi sapere perché, come e quando applicare le ricerche di mercato? Vuoi scoprire perché i tuoi consumatori non acquistano i tuoi prodotti? Sei interessato a lanciare un nuovo prodotto, servizio o anche una nuova campagna di marketing, ma non sei sicuro di ciò che vogliono i tuoi consumatori?	https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/ https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfycaXI	4
Modelli di business utilizzati nel marketing	Articolo, video	Precisamente, un modello di business è una struttura olistica per definire, comprendere e progettare l'intera attività nel settore. Spesso gli imprenditori alle prime armi non capiscono il significato dei modelli di business.	https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/ https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5Fltul	4
Ricerca le caratteristiche di un mercato	Articolo, video	La ricerca di mercato è una delle funzioni importanti della gestione del marketing. È anche uno dei componenti di MIS. Sappiamo che l'informazione è l'input fondamentale nel prendere decisioni. Ogni manager ha bisogno di informazioni pertinenti, affidabili, adeguate e tempestive per prendere decisioni relative a qualsiasi area di marketing.	https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws	4
Campagne di marketing di ricerca	Articolo, video	Che cos'è una campagna di marketing? Le campagne di marketing sono sforzi organizzati e strategici per promuovere un obiettivo aziendale specifico, come aumentare la consapevolezza di un nuovo prodotto o acquisire il feedback dei clienti.	https://blog.hubspot.com/marketing/campaigns https://www.ted.com/talks/teresa-heath_wareing_how_social_media_is_changing_th	4

			<u>e face of marketing</u>	
Ricerca l'applicazione del mix promozionale	Articolo,	Condurre il giusto tipo di ricerca per analizzare come il marketing mix si applica al tuo prodotto o servizio ti aiuterà a perseguire le giuste strategie per la tua azienda.	https://edwardlowe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/ https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/	4
Scopi e obiettivi di marketing	Articolo	Qual è l'obiettivo principale del marketing? Lo scopo del marketing è generare entrate per un marchio, un'azienda o un'organizzazione.	https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing	4
Sviluppare la logica	Articolo	La logica dell'utilizzo di diverse strategie di marketing è quella di ottenere una migliore comprensione delle esigenze del mercato e di soddisfarle in modo più completo. Le aziende che sviluppano strategie di marketing efficaci ottengono volumi di vendita elevati con i margini di profitto desiderati.	https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy	4
L'applicazione del marketing mix	Articolo, video,	Qual è il marketing mix? Ogni mercato target richiede un marketing mix unico per soddisfare le esigenze dei clienti target e raggiungere gli obiettivi dell'azienda. Una strategia deve essere costruita per ciascuna delle 4P e tutte le strategie devono essere fuse con le strategie degli altri elementi.	https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/ https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR94.htm	4
Le campagne di marketing	video	La creazione di un piano di marketing richiede creatività, ma fare affidamento sul proprio istinto e sui sentimenti visceri può portare a supposizioni che non si concretizzano quando si aprono	https://www.youtube.com/watch?v=4ti_uK60nLk	4

		le porte. Il marketing mix è costituito da strategie di sviluppo, prezzo, promozioni e distribuzione interconnesse che dovrebbero essere basate su una ricerca approfondita.	https://www.youtube.com/watch?v=RXY2JbS9K4	
Cosa fanno effettivamente le risorse umane? 11 responsabilità chiave	Articolo	Ecco una descrizione approfondita di ciò che il dipartimento delle risorse umane fa (o cosa dovrebbe fare) per soddisfare le esigenze dei dipendenti.	https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do	6
La guida completa alle risorse umane per le piccole imprese nel 2021	Articolo, video, modelli	Che cos'è la gestione delle risorse umane? Perché le risorse umane per le piccole imprese sono necessarie? Nozioni di base sulle risorse umane: errori da evitare. Manuale delle risorse umane per le piccole imprese.	https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/	6
Gestione delle risorse umane: pianificazione delle risorse umane	video	La fase di pianificazione della gestione delle risorse umane prevede la conduzione di un'analisi del lavoro, la previsione dell'offerta e della domanda di lavoro e l'abbinamento dell'offerta di lavoro con la domanda dei consumatori. In questo breve video viene descritto ciascuno di questi elementi.	https://www.youtube.com/watch?v=L_aiqSRL-j8	6
5 Esempi di diagrammi di flusso del processo HR e perché utilizzarli	Articolo, diagrammi di flusso	Diagrammi di flusso per questi processi: reclutamento e selezione dei dipendenti; Integrazione di nuovi dipendenti; richiesta di viaggio; Rimborso delle spese; Processo di licenziamento dei dipendenti.	https://www.hefl.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/	6
Strategia per le risorse umane (Strategia per le risorse umane)	Articolo	Cosa contiene e cos'è la strategia HR?	https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy	6

Impostazione degli orari di lavoro dei dipendenti: una guida per manager	Articolo, video, esempi	Che cos'è un programma di lavoro? Perché la pianificazione del lavoro dei dipendenti è importante? 10 esempi di orari di lavoro dei dipendenti Come creare orari di lavoro dei dipendenti. Migliori pratiche per l'impostazione dei programmi di lavoro	https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules	6
Esempio di descrizione del lavoro del responsabile delle risorse umane	Articolo	Modello per soddisfare i doveri e i requisiti specifici del lavoro esatto per il responsabile delle risorse umane. Idee per creare la migliore descrizione del lavoro del manager delle risorse umane.	https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/	6
Lista di controllo per la valutazione dei dipendenti	Esempio	Ecco una checklist di valutazione dei dipendenti da parte di un supervisore.	https://www.workforce.com/news/employee-evaluation-checklist	6
Modelli, esempi e suggerimenti per l'autovalutazione dei dipendenti	Articolo, video, modelli	Ecco un modello e una descrizione di autovalutazione del dipendente di esempio Perché è necessaria l'autovalutazione.	https://www.prof-it.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/	6
Gestione del rischio delle risorse umane: le 8 principali fonti di rischio per le risorse umane	Articolo	I rischi per le risorse umane e le loro cause sono presenti in ogni fase dei processi di assunzione, fidelizzazione e operazioni quotidiane.	http://blog.treadsonerisk.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk	6

16 tipi di esigenze dei clienti (e come risolverle) Scritto da Allie Bresch	Articolo	In questo articolo imparerai: la definizione delle esigenze del cliente. I tipi di esigenze dei clienti; Come identificare le esigenze dei clienti. Che cos'è un'analisi dei bisogni del cliente. Come risolvere le esigenze dei tuoi clienti; tipi di servizio clienti.	https://blog.hubspot.com/service/customer-needs	8
Indagini e ricerche sulla soddisfazione dei clienti: come misurare il CSAT Scritto da Nick Hague e Paul Hague	Articolo	Tutto sulla conduzione di un'indagine sulla soddisfazione dei clienti, come un modo per iniziare a misurare la tua posizione in termini di fedeltà dei clienti.	https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/	8
Profitti e perdite e bilanci	Articolo	Esistono due rendiconti finanziari di base rilevanti per le piccole imprese: profitti e perdite, bilancio. Descrizione degli indicatori e delle formule finanziarie.	https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances	7, 8
6 passaggi per un'analisi di bilancio efficace Di Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A Pubblicato: 3/9/2018	Articolo	Ci sono generalmente sei passaggi per sviluppare un'analisi efficace dei rendiconti finanziari.	https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/articles/Details/6-steps-to-an-effect-financial-statement-analysis	7, 8
L'importanza della rendicontazione e dell'analisi finanziaria: la tua guida essenziale Di Bernardita Calzon in	Articolo	La guida che risponde a queste domande: Che cos'è la rendicontazione e l'analisi finanziaria? Tutte le aziende lo fanno allo stesso modo? Qual è l'importanza della rendicontazione finanziaria? Qual è lo scopo della rendicontazione finanziaria? Quali sono alcuni casi d'uso quando si tratta di	https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/	7, 8

Dashboarding, 17 marzo 2021		prendere decisioni aziendali? Qual è il ruolo di questo tipo di reportage nel mondo reale?		
Come scrivere un rapporto aziendale formale (con esempi)	Articolo	In questo articolo viene spiegato cos'è un report aziendale formale, come scriverne uno (guida passo passo per creare un report aziendale professionale) e fornito un esempio.	https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example	8
RELAZIONI AZIENDALI. Autore: Eggins, M.	Guida	I consigli pratici su come produrre report aziendali chiari e correttamente strutturati	https://library.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf	8
Come scrivere e progettare un ottimo rapporto annuale per il 2020 (+10 suggerimenti rapidi) DiBrenda Barron31 agosto 2020	Guida	Poiché un ottimo rapporto annuale è l'occasione perfetta per condividere informazioni sull'azienda e promuoverne il marchio e l'identità, in questa guida l'autore condivide come scegliere l'impostazione giusta per il tuo rapporto annuale, i passaggi per scrivere e progettare il rapporto annuale e informazioni utili consigli lungo la strada.	https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671	8
6 modi per misurare il successo delle piccole imprese. Mike Kappel	Articolo	Qui ci sono solo alcuni metodi per misurare le prestazioni aziendali.	https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491	8
Come raccontare una grande storia nel tuo rapporto	Articoli/materiali video	La chiave per un ottimo rapporto annuale è trasformare le informazioni che stai includendo in una storia interessante, usando ogni strumento di	https://www.colu mnfivemedia.com/7-ways-	8

annuale (più esempi) di Katy francese	narrazione a tua disposizione. Guida passo passo per aiutarti a creare un rapporto coinvolgente.	compelling- annual-report
--	--	------------------------------

Conclusioni

Set di strumenti per formatori di educazione fisica che lavorano con gruppi di adulti misti e misti offre metodologia e idee di lezioni per il volume di 200 ore. Il set di strumenti è composto da otto moduli, creati per fornire le conoscenze e le competenze necessarie per creare la propria attività: dallo sviluppo di un'idea imprenditoriale a un piano aziendale, i passaggi principali dalla creazione alla gestione di un'impresa, sebbene i formatori di educazione fisica possano utilizzare moduli separati o l'intero set, in base alle loro esigenze. Inoltre, l'insieme degli strumenti fornisce esempi di questionari, che possono essere utilizzati dai tirocinanti prima e dopo il tirocinio in Practice Enterprise per pianificare e valutare la propria crescita personale.

La flessibilità e l'accessibilità del modello PE, l'opportunità di testare l'idea di business nella pratica nella rete PE nazionale e internazionale, consente agli studenti adulti di acquisire conoscenze, abilità pratiche e fiducia in se stessi nella creazione della propria attività.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Il supporto della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un avallo del contenuto che riflette solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.