

LAYOUT OF COURSE

Lesson plan 1: Organization and management

Aprire un'impresa: aspetti amministrativi e legali

Aprire un'impresa comporta la necessità attivare procedure amministrative e legali che vanno capite e padroneggiate da ogni aspirante imprenditore. Il corso, tenuto da professionisti di pluriennale esperienza, illustra in modo semplice e chiaro tali formalità.

Aprire un'impresa in un incubatore

Gli incubatori di impresa sono strutture che forniscono servizi di supporto e tutoraggio alle nuove imprese. Questo modulo vuole portare chiarezza sul ruolo svolto dagli incubatori nel sistema imprenditoriale con particolare dettaglio a livello italiano.

Organizzazione aziendale per principianti: vendite, acquisti, produzione, ricerca e sviluppo

Ogni azienda, anche se piccola, deve scegliere e darsi una propria organizzazione, per essere efficiente, non sprecare tempo e budget e raggiungere puntualmente gli obiettivi. Come fare? Lo spiegano le voci di quattro imprenditori che hanno imparato dalla propria diretta esperienza.

Gestire le relazioni con le persone, attrarre talenti, creare team affiatati

Un'impresa cammina sulle "gambe" dei propri collaboratori: l'imprenditore è quindi prima di tutto un conduttore di donne e uomini, chiamati a dare il meglio di sé. Come ci si pone in relazione con loro? Come si motivano? Come si evita lo scoraggiamento?

Lesson plan 2: Strategy

La formula imprenditoriale

Il modulo illustra un modello di analisi delle scelte di posizionamento aziendale, capace di illustrare le fonti del vantaggio competitivo e la sua sostenibilità. La didattica propone l'applicazione del modello ad alcune realtà aziendali.

Strategie competitive

Il modulo illustra il tema delle strategie competitive, cioè delle grandi scelte di fondo compiute dalle aziende per configurare il proprio vantaggio. Il corso propone un approccio incentrato sulle attività e, come in precedenza, la trattazione teorica sarà arricchita dall'analisi di alcune concrete fattispecie aziendali.

Modelli di business oggi: chi usa cosa? Chi paga cosa? Chi vende cosa?

Un tempo il "modello di business" era chiaro: l'azienda offriva al cliente il prodotto e riceveva da questi in cambio il prezzo. Oggi non è più così: aziende di trasporto senza mezzi di trasporto, aziende di distribuzione senza magazzini, aziende che offrono servizi gratuiti a milioni di clienti eppure incassano centinaia di milioni di euro. Come è possibile? Gli allievi scopriranno i segreti del moderno business modelling, attraverso l'illustrazione di casi come Amazon, Uber e AirBnB e utilizzando lo strumento del Business Model Canvas.

Lesson plan 3: Finance, accounting and budgeting

Il modello economico-finanziario

Il modulo illustra il modello economico-finanziario, cioè l'insieme dei valori che danno contenuto al bilancio, mostrando sia la semplicità di tale strumento, sia fornendo una "chiave di lettura" incentrata sulla distinzione tra valori "stock" e "dinamici".

I prospetti gestionali: conto economico e stato patrimoniale

Il modulo sviluppa il tema dello strumento proprio di bilancio e in particolare le tecniche di riclassificazione delle sintesi. In particolare, si propone un percorso metodologico che permette di riordinare il prospetto patrimoniale secondo il criterio della decrescente liquidità e il prospetto economico per "gestioni".

La costruzione del preventivo economico

Il modulo illustra le tecniche di costruzione di un preventivo economico, incentrato soprattutto sul reddito operativo della gestione caratteristica. La metodologia è incentrata sulla distinzione tra componenti variabili (cioè legate da una elevata proporzionalità ai volumi di produzione e vendita) e componenti fisse.

La costruzione del preventivo patrimoniale

Il modulo illustra le tecniche di costruzione del preventivo patrimoniale, con particolare attenzione sia alla parte attiva (piano degli investimenti e proiezione del capitale circolante netto), sia alle fonti di finanziamento (identificazione del mix tra fonti esterne onerose e auto-finanziamento).

L'analisi per indici e i modelli per le decisioni

Il modulo illustra un secondo strumento proprio delle analisi di bilancio, rappresentato dall'analisi per indici. Si propone un percorso conoscitivo in cui si presentano dapprima le principali famiglie di indici e successivamente si analizza, attraverso casi concreti, come avviene il calcolo e l'interpretazione dei quozienti più significativi. Si introducono anche i principali modelli per le decisioni e in particolare la "break even analysis" e la "what if analysis".

Lesson plan 4: Marketing

Introduzione al marketing: bisogno, clienti e mercato

Un'azienda sopravvive e prospera solo se produce qualcosa che interessa a molti clienti - perché risolvere un problema o soddisfare un bisogno. È molto importante saper valutare quanto i clienti siano davvero interessati alla nostra offerta, prima di impegnarsi in percorsi difficili. Il modulo illustrerà agli allievi le basi del marketing.

Cosa vuol dire vendere

Nessun prodotto si vende veramente "da solo". Per avere successo è necessario essere instancabili nel proporre sistematicamente i nostri prodotti ai clienti che possono essere interessati ad acquistarli: in una parola, è necessario vendere. Il modulo illustrerà agli allievi come si deve fare.

Dal marketing tradizionale al marketing digitale

Il modulo illustra gli strumenti principali del marketing tradizionale, incentrato attorno al modello delle 4P, e successivamente si introducono le innovazioni apportate dal marketing digitale.

Il modulo si concluderà con una testimonianza di uno studio di comunicazione attivo sia in ambito di comunicazione tradizionale che digitale.

Lesson plan 5: Innovation management

Identificare e capire i macro-trend

Un'azienda innovativa per definizione propone al mercato prodotti che nessun altro ha pensato di proporre prima. Per poter di fare questo efficacemente è necessario avere le "antenne" sempre pronte a captare i segnali di cambiamento, per anticiparli. Con l'analisi dei macro-trend gli allievi potranno identificare e scegliere le migliori direzioni verso cui rivolgersi.

Validare e realizzare un'idea innovativa

Ho avuto un'idea imprenditoriale che mi sembra molto buona: come posso fare per verificarla? E che percorso seguire per realizzarla?

Protezione della proprietà intellettuale: a cosa porre attenzione

Un'idea è facile da "rubare": basta conoscerla e realizzarla prima di tutti gli altri. Come si fa a proteggere un'idea in modo che non possa essere sfruttata da altri? I brevetti, il copyright, i segreti industriali e i marchi aziendali sono tra gli strumenti che gli allievi impareranno a conoscere.

Lesson plan 6: Managing partnerships

Perché fare rete

Collaborare con altre imprese è ormai sempre più indispensabile per proporre prodotti e servizi innovativi sul mercato. Il modulo sarà dedicato alla tematica della collaborazione declinata in diverse modalità: da quella per progetti specifici sino alla collaborazione strutturata in reti di impresa.

Le reti di impresa

Il modulo illustra il concetto di reti di impresa e le diverse forme contrattuali possibili a livello italiano. Il modulo si concluderà con l'esperienza di una rete soggetto (con partita IVA), evidenziando criticità e vantaggi del percorso di costituzione della rete.

Creare partnership di ricerca on-line

Oggi tutti i risultati della ricerca scientifica e tecnologica sono accessibili liberamente in rete. Questo, unito all'efficacia ed economicità dei mezzi di comunicazione digitali, permette a una azienda di identificare e formare collaborazioni internazionali direttamente on-line, senza muoversi dalla sede aziendale. Il modulo illustrerà agli allievi gli strumenti e le applicazioni che rendono possibile raggiungere questo obiettivo.

Gestire le relazioni con organizzazioni e istituzioni: influencing

Un'impresa moderna è strettamente collegata a molte altre organizzazioni con le quali deve interagire: clienti, fornitori, investitori, istituzioni pubbliche che determinano il contesto di regolamentazione e standardizzazione ecc. Gli allievi impareranno come un'impresa, singola o in collaborazione con altre, possa influire su questo contesto per renderlo gradualmente più efficace al raggiungimento degli obiettivi di crescita.

Lesson plan 7: Creativity process

Strumenti e metodi per la generazione di nuove idee

Un'impresa innovativa deve necessariamente creare idee nuove. Purtroppo, da un lato le idee nuove non si possono creare a comando e dall'altro non si può rimanere in attesa della possibile ispirazione, mentre intorno il mondo procede a ritmo serrato. Esistono però dei metodi e degli strumenti che possono essere utilizzati per favorire la generazione della nuova idea che ci serve. Il modulo allenerà gli allievi ad utilizzarli.

Lesson plan 8: Feasibility study

Presentare un'idea di progetto convincente: il caso H2020

L'imprenditore innovativo è convinto che la propria idea sia quella giusta. Ma deve anche convincere gli altri della sua ragionevolezza e della fattibilità, per esempio per ottenere finanziamenti e supporto. Questo modulo illustra quali siano gli elementi cruciali di un "piano di fattibilità", declinandolo sui requisiti che devono soddisfare le richieste di finanziamento al programma H2020 della Commissione Europea. Un buon modo per imparare anche come accedere ai finanziamenti comunitari.

MVP: lo studio di fattibilità "che si tocca"

Meglio lavorare a lungo e aggiungere ogni possibile funzione e opzione al prodotto, prima di proporlo ai clienti? E se ci si accorge tardi che i clienti desideravano funzioni e opzioni diverse? La soluzione è il "Minimum Viable Product" illustrato da questo modulo: un modo efficace per verificare rapidamente cosa interessi davvero al cliente e costruire il prodotto su misura per lui.

Cloud computing: l'infrastruttura che serve, da 20 a 500 €/anno

Per proporre rapidamente al mercato prodotti che permettano di sperimentare l'interesse e le attitudini dei clienti è necessario disporre di un'infrastruttura a costo quasi nullo. Nel caso delle tecnologie dell'informazione questo è oggi possibile: gli allievi apprenderanno come attraverso esempi reali.

Lesson plan 9: Project management

Project Management per principianti

Portare sul mercato un'idea innovativa, basata sulle scoperte del sistema della ricerca, è un percorso progettuale che richiede un'attenta pianificazione prima ancora di iniziare. Occorre prevedere le risorse necessarie, le modalità per gestire rischi e imprevisti, le tempistiche, le relazioni con i finanziatori ecc. Il modulo illustrerà agli allievi le tecniche basilari che è necessario conoscere.

Lesson plan 10: Fundraising

Finanziamenti tradizionali

Il modulo illustra le possibilità di finanziamento disponibili a livello nazionale: dal finanziamento per progetti specifici (a fondo perduto), fino al finanziamento tradizionale tramite istituti bancari.

Venture capital ed equity crowdfunding

Il modulo è dedicato al tema dei business angels e venture capitals, ovvero quei soggetti privati che forniscono capitale per lo sviluppo in cambio di una quota societaria. Il modulo tratterà anche il tema dell'equity crowdfunding.

I segreti del crowdsourcing

Il modulo illustra il fenomeno del crowdfunding, la sua evoluzione nel corso del tempo e le possibilità percorribili a livello italiano.

Finanziamenti pubblici: il Research Participant Portal della CE

Negli ultimi decenni le istituzioni pubbliche hanno riconosciuto l'importanza delle imprese innovative per la crescita e la prosperità dei territori e dei Paesi e hanno avviato molteplici iniziative volte a finanziare gli imprenditori più coraggiosi. Questo modulo esemplifica il tema attraverso l'illustrazione di un caso concreto, il Research Participant Portal della Commissione Europea, che gli allievi potranno iniziare a utilizzare da subito per esplorare le possibilità di sostegno alle proprie idee.