



COMM4.0

**ALTRI CORSI**

**E SEMINARI**

powered by





## Il ruolo del commercialista nelle ipotesi di start-up, crescita e crisi aziendale

### Cod. az1fad

1 ora di formazione a distanza (video registrato) per avvicinarsi alle tematiche trattate durante il corso di formazione di 32 ore:

Metodologie e strumenti innovativi, analitici e decisionali, che siano di supporto allo sviluppo aziendale o per affrontare uno stato di crisi

**Gratuito per gli iscritti ANC  
a partire da novembre  
2019**

## 1 CNDCEC

**C.4.10. Il contributo del commercialista nella creazione (start-up) e sviluppo delle imprese.**

**C.13.7. La centralità del ruolo del commercialista nella crescita della PMI italiana: un modello di marketing mix.**

**D.4.5. Il ruolo del commercialista nel nuovo codice della crisi e dell'insolvenza.**

1 ora



## Il ruolo del commercialista nelle ipotesi di start-up, crescita e crisi aziendale

### Metodologie e strumenti per la creazione del valore nelle imprese

#### Cod. az4.1

Seminario di 4 C.F.P.C per un rapido avvicinamento alla consulenza aziendale. L'intervento formativo prende spunto dal fabbisogno di assistenza specialistica richiesta oggi dagli imprenditori e dai suggerimenti emersi dalla nostra categoria: gestione della crisi, consulenza aziendale e finanza, sono le aree su cui puntare per il futuro della professione del commercialista.

## 4 CNDCEC

**C.4.10. Il contributo del commercialista nella creazione (start-up) e sviluppo delle imprese: 1 ora**

**C.13.7. La centralità del ruolo del commercialista nella crescita delle PMI. Un modello di trade marketing: 2 ore**

**D.4.5. Il ruolo del commercialista nel nuovo codice della crisi e dell'insolvenza: 1 ora**





## Il ruolo del commercialista nel processo di trasformazione digitale e nella creazione del valore delle PMI

### Cod. az2.1

Seminario di 2 C.F.P.C per un rapido orientamento del commercialista verso le conoscenze e gli strumenti necessari per rispondere alle necessità dell'imprenditore che richiede assistenza e strumenti (analitici e decisionali) concreti per sostenere lo sviluppo aziendale o per avviare un piano di risanamento aziendale alla luce del CCII

In particolare il corso intende approfondire gli strumenti di programmazione e controllo a supporto delle scelte strategiche dell'imprenditore, secondo un nuovo modello organizzativo che vede il commercialista sempre più vicino all'imprenditore non solo nei momenti decisionali più importanti per il suo futuro, ma anche nel momento delle decisioni tattiche molto più frequenti ma non meno rilevanti.

**2 ore**  
**gruppo B materie non caratterizzanti**

**B.2.16 C.3.1. Analisi di attendibilità e ragionevolezza delle assunzioni e ipotesi dei piani aziendali - gruppo B materie non caratterizzanti**



## La sottile linea di demarcazione tra crisi e crescita: il ruolo del commercialista nella prevenzione della crisi nella nuova legge fallimentare

### Cod. cr2.1

Seminario di 2 ore per un rapido avvicinamento agli strumenti utilizzabili per analizzare, in termini immediati, il modello di business applicato dall'impresa al fine di individuare le aree di miglioramento ed eliminare eventuali disfunzioni aziendali che possono sfociare nella crisi d'impresa, attività predittiva resa obbligatoria in capo alle imprese individuali e collettive (art. 3 doveri del debitore) dal nuovo Codice della Crisi e dell'Insolvenza.

**2 ore**

**gruppo A materie caratterizzanti - MEF**

### **A.1.4. Valutazione e gestione dei rischi da parte dell'azienda:**

- **Gli elementi di criticità strutturali nelle PMI**
- **Le cause delle disfunzioni aziendali e l'impatto dell'art. 3 del CCI sulle imprese;**
- **Limiti del bilancio di esercizio come strumento di prevenzione della crisi d'impresa;**
- **Gli alert nel nuovo CCI e gli indicatori predittivi della crisi di impresa secondo un approccio economico-aziendale.**



**Moduli di approfondimento del  
corso di formazione di 24/32 ore**

# Il nuovo codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza: strumenti per il risanamento dell'impresa

## Cod. cr4.1

Il modulo formativo crisi d'impresa e Turnaround (Risanamento) è il frutto di un lavoro di analisi approfondita della crisi aziendale, del default e del risanamento delle aziende, la cui finalità è quella di comprendere come effettuare in modo efficace un turnaround.

Le aziende in crisi ad un certo punto del loro ciclo di vita si trovano ad un bivio: da una parte il default e dall'altra la salvezza, possibile solo nella misura in cui si riesce ad attivare un'efficace strategia di turnaround che possa riportare l'azienda in carreggiata.

4 ORE CNDCEC

D.4.30 Utilizzo degli strumenti di composizione della crisi alternativi alla liquidazione giudiziale: il concordato preventivo.

D.4.45 L'accordo di ristrutturazione del debito

D.4.28 Il piano attestato di risanamento e il recupero di una normale situazione economico-finanziaria che consenta la conservazione della continuità aziendale.

# L'internazionalizzazione delle PMI

## Cod. az4.2

Il modulo formativo intende offrire una guida pratico-operativa per l'implementazione di una strategia export pianificata, facilmente implementabile e adattabile a qualsiasi contesto aziendale, indipendentemente dalle dimensioni e dal settore di appartenenza dell'impresa.

Durante il corso verranno utilizzati gli strumenti di B.I. a sostegno delle scelte strategiche relative all'attività di export management (sostenibilità della politica dei prezzi, redditività dei canali prescelti, ecc..).

144 pagine di e-book

**4 ORE CNDCEC**

### **C.13.9 IL MARKETING INTERNAZIONALE**

#### **PARTE I. Il management dell'internazionalizzazione (CENNI)**

1. L' internazionalizzazione delle imprese: origini del fenomeno
2. Definizione di delocalizzazione e sub-contrattazione: vantaggi e rischi
3. Quando e come delocalizzare

#### **PARTE II. L'export Management**

1. Definizione di export management
2. La gestione dell'export
  - 2.a) Identificare i prodotti da esportare (product)
  - 2.b) Distribuzione (place)
    - 2.b.1) Grossisti e dettaglianti
    - 2.b.2) I Canali di vendita
    - 2.b.3) Channel management
    - 2.b.4) Criteri di scelta di un intermediario all'estero
      - 2.b.4.1) Costi dell'intermediario
      - 2.b.4.2) Controllo sull'intermediario
    - 2.c) I prezzi export (price)
    - 2.d) La comunicazione (promotion)
    - 2.e) Il marketing mix
    - 2.g) Export Risk Management
    - 2.h) Trasporto, imballaggio ed etichettatura delle merci



NICOLÒ CASTELLO

# EXPORT MANAGEMENT

## UN METODO PRATICO / 3DSPLUS

GUIDA PRATICO-OPERATIVA PER L'IMPLEMENTAZIONE DELLE  
STRATEGIE COMMERCIALI EXPORT DELLE PMI, INDIPENDENTEMENTE  
DALLE DIMENSIONI E DALL'ATTIVITÀ SVOLTA

  
edizioni arianna

## INDICE

- 7 Premessa
  - approccio generalizzato
  - 2.d.4) Promozione on line, secondo un approccio individualizzato
- 9 **Capitolo I. Il management dell'internazionalizzazione**
  - 1. L'internazionalizzazione delle imprese: origini del fenomeno
  - 2. Definizione di delocalizzazione e sub-contrattazione: vantaggi e rischi
  - 3. Quando e come delocalizzare
  - 4. Management dell'internazionalizzazione: una definizione
    - 2.e) Il marketing mix
    - 2.f) Analizzare gli aspetti burocratici (licenze) connessi all'esportazione e le problematiche fiscali e doganali
    - 2.g) Export Risk Management
    - 2.h) Trasporto, imballaggio ed etichettatura delle merci
    - 2.i) Politica commerciale
      - 2.l) Piano organizzativo e piano degli investimenti
      - 2.m) Piano finanziario
- 15 **Capitolo II. L'export Management**
  - 1. Definizione di export management
  - 2. La gestione dell'export
    - 2.a) Identificare i prodotti da esportare (product)
    - 2.b) Distribuzione (place)
      - 2.b.1) Grossisti e dettaglianti
      - 2.b.2) I Canali di vendita
      - 2.b.3) Channel management
      - 2.b.4) Criteri di scelta di un intermediario all'estero
        - 2.b.4.1) Le caratteristiche del mercato e la compatibilità con le scelte di politica commerciale
        - 2.b.4.2) Costi dell'intermediario
        - 2.b.4.3) Controllo sull'intermediario
    - 2.c) I prezzi export (price)
    - 2.d) La comunicazione (promotion)
      - 2.d.1) La promozione personale
      - 2.d.2) La promozione personale
        - 2.d.2.1) La forza di vendita
          - 2.d.2.1.a) L'agente di commercio in Europa
          - 2.d.2.2) La promozione delle vendite
        - 2.d.2.3) Le fiere
        - 2.d.2.4) Partnership e affiliazioni
      - 2.d.3) Promozione on line, secondo un
- 88 **Capitolo III. Il network marketing**
  - 1. Il network marketing
  - 2. Schema di Ponzi
  - 3. Il sistema 3DSPLUS o schema di Castello
- 96 **Capitolo IV. L'Export Network Management**
  - 1. L'export network management: una procedura operativa
    - Case history: trasporti groupage Durres-Bari
    - Case history: fazzoletti di carta
    - Case history: pomodoro fresco
    - Contratto di agenzia secondo lo schema 3DSPLUS

144  
PAG



COPYRIGHT

ISBN 978-88-98351-92-3

SIAE 011413 - D010526

I diritti e i copyright relativi a MPHIM+, la documentazione elettronica e l'eventuale materiale stampato accluso e qualsiasi copia del Prodotto Software sono di proprietà di Nicolò Castello CF: cstncl69m25d907i. Il titolo e i diritti sulla proprietà intellettuale relativi a contenuti cui l'Utilizzatore può accedere mediante l'utilizzo di MPHIM+ è di proprietà del Titolare e possono essere tutelati dal copyright o da altre leggi e trattati sulla proprietà intellettuale.

MPHIM+  
Via Libertà, 103  
90143 Palermo  
091588140  
[info@mphimplus.com](mailto:info@mphimplus.com)  
[www.mphimplus.com](http://www.mphimplus.com)