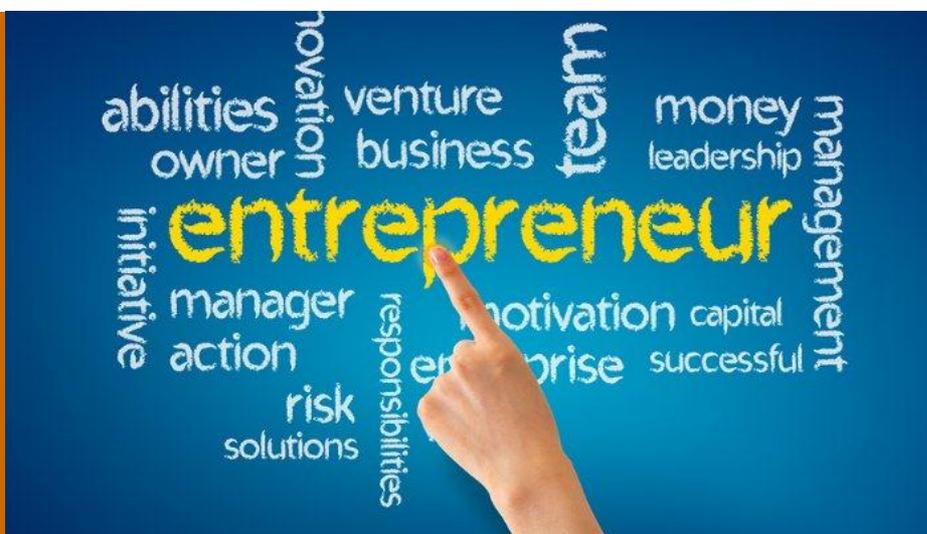


Il progetto SC2BC & Curriculum sull'Imprenditoria

SC2BC è un progetto finanziato dal programma Erasmus+ e sviluppato in collaborazione con scuole ed enti di formazione di Bulgaria, Islanda, Olanda, Slovenia, Italia. L'obiettivo principale è creare nuovi strumenti che favoriscano lo sviluppo dello spirito imprenditoriale e della creatività imprenditoriale nella scuola e creare strumenti informativi per avvicinare il mondo dell'impresa a quello della scuola.

Il presente manuale contiene lezioni e materiali utili ad approfondire le principali tematiche legate alla realizzazione e sviluppo di impresa ed in generale alla conoscenza dei molteplici aspetti dell'economia, del mercato e del lavoro.



SC2BC From School Class to Business Class

n° 2014-1-NL01-KA200-001185



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



Indice

Introduzione	3
Il Portfolio, cosa è e a cosa serve.....	5
1. Competenze del XXI° Secolo	8
2. Introduzione all'imprenditorialità	10
3. Analisi SWOT.....	14
4. Vantaggi e svantaggi nell'avviare una propria impresa.....	20
5. Tipologia di società d'impresa	23
6. Marketing.....	28
7. Il Prodotto (I).....	32
8. Il Prodotto (II).....	36
9. Il Prodotto (III).....	39
10. Politica Logistica (I)	43
11. Politica Logistica (II)	47
12. Politica di promozione (I).....	51
13. Politica di promozione (II).....	55
14. Evidenza Fisica	59
15. Politica del personale II.....	68
17. Politica del prezzo	76
18. Politica del prezzo (II).....	83
19. Budget (I)	86
20. Budget (II)	91
20. Budget (III)	96
21. Budget (IV)	105
22. Piano imprenditoriale	110
23. Presentazione del piano imprenditoriale	114
Valutazione e Punteggio, un modello per gli insegnanti e per i tutor aziendali	116

Introduzione

I cambiamenti che si stanno verificando nella struttura dell'economia e del lavoro hanno posto il tema dell'imprenditorialità sotto i riflettori della politica economica (ciò si riflette anche nelle comunicazioni dell'UE *"Imprenditorialità 2020 - piano d'azione dell'UE"*). Le autorità comunitarie e nazionali rilevano la necessità di rafforzare lo spirito imprenditoriale in quanto l'aumento del numero di aziende e iniziative imprenditoriali, come più volte dimostrato dalla ricerca economica, determina la creazione di posti di lavoro e un incremento dell'occupazione.

Il progetto *SC2BC From School Class to Business Class*, finanziato nell'ambito dell'Azione Chiave 2 - Partenariati Strategici del Programma ERASMUS+, intende rivolgersi a gruppi target nell'ambito dell'istruzione ai quali non sono state ancora indirizzate iniziative specifiche di promozione dell'imprenditorialità. L'approccio promosso da *SC2BC* intende condurre alla creazione di nuove opportunità per i giovani che si trovano nel mercato del lavoro in seguito alla conclusione del proprio percorso scolastico. Per fare questo il progetto ha l'obiettivo di creare nuovi strumenti che favoriscano lo sviluppo dello spirito e della creatività imprenditoriale a livello di scuole ed istituti tecnici e professionali e di creare strumenti informativi per avvicinare il mondo dell'impresa al mondo della scuola.

Tra questi strumenti anche il presente manuale il cui obiettivo è delineare e fornire materiali e spunti di attività didattiche per aiutare gli studenti ad approcciare il mondo del lavoro e apprendere gli elementi utili ad avviare iniziative imprenditoriali in un ambiente ben supportato coinvolgendo, oltre agli insegnanti, team di manager aziendali ed esperti che prenderanno parte attiva nel processo di formazione sul campo.

L'obiettivo è inoltre quello di aumentare le opportunità per gli studenti di dar vita ad una propria attività attraverso una preparazione mirata e inclusa nella loro formazione professionale e rendere questa opzione più praticabile, soprattutto per i gruppi che fino ad ora sono stati esclusi da tali iniziative.

Di seguito vengono presentati contenuti didattici specifici volti a promuovere l'imprenditorialità e ad approfondire le principali tematiche legate alla realizzazione e allo sviluppo di impresa ed in generale alla conoscenza dei molteplici aspetti dell'economia, del mercato e del lavoro.

Nota sulla struttura del presente manuale:

Il primo capitolo intitolato *'Il Portfolio, cosa è e a cosa serve'* ha l'obiettivo di guidare all'utilizzo di uno strumento online (Sub-Script) messo a disposizione degli studenti che lavorano alla costruzione del proprio piano imprenditoriale, in gruppo con i propri compagni, nel corso delle lezioni descritte nei capitoli successivi.

I capitoli successivi sono suddivisi in due parti:

1. un 'Piano di lezione' che presenta al docente quali sono i contenuti della lezione e ne delinea la struttura. Il piano fornisce una tabella che il docente potrà utilizzare ai fini della pianificazione di dettaglio delle lezioni riferite ai diversi argomenti (data, ora, insegnante, numero allievi, etc).
2. una 'Lettera – lezione' contenente istruzioni e domande che il docente può rivolgere agli studenti. Nella lettera si possono infatti trovare spiegazioni, esercizi e indicazioni che l'insegnante potrà fornire agli studenti per guidarli nella creazione del proprio piano imprenditoriale.

Alcune lezioni sono corredate da link a siti web e video disponibili per uso libero.

Il progetto SC2BC è realizzato in Italia sotto il coordinamento della **Fondazione Hallgarten Franchetti Centro Studi Villa Montesca**.

Il partenariato europeo del progetto è costituito inoltre da:

Fioretti College (Olanda)

Stichting Reflexion (Olanda)

European Center for Quality (Bulgaria)

Center for Vocational Training Znanie (Bulgaria)

SN Rehabilitation Centre (Islanda)

Anmelin (Olanda)

Zavod Prava poteza (Slovenia)

Il Portfolio, cosa è e a cosa serve

In questa lezione si intende aiutare gli studenti a capire cosa significa 'Portfolio' e a costruirne uno proprio. Un Portfolio è una cartella personale (spesso digitale) in cui si descrive ciò che si è in grado di fare (e per cui si fornisce evidenza) e come si desidera sviluppare ulteriormente le proprie competenze. Nel proprio Portfolio è possibile memorizzare tutti i propri successi (come ad esempio i risultati di compiti svolti) e qualsiasi tipo di documento a supporto di essi. Un Portfolio aiuta a riflettere su se stessi e ad apprendere da queste riflessioni. È possibile mostrare il proprio Portfolio ad istituti scolastici in cui si andrà in futuro, e a datori di lavoro. Esso dà loro una visione chiara delle proprie conoscenze così come delle proprie capacità e qualità.

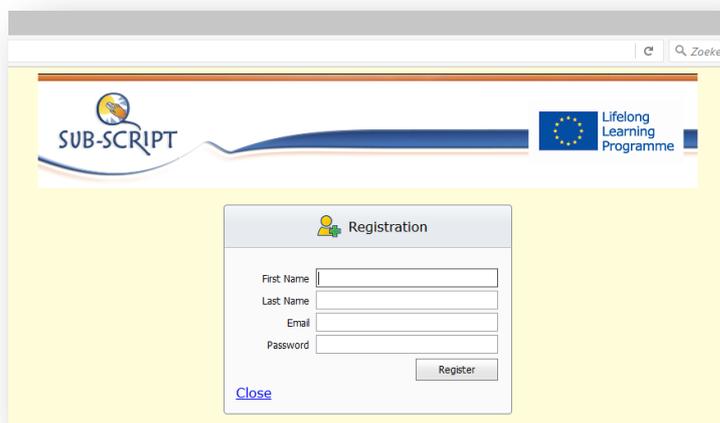
Le conoscenze e le competenze che si acquisiranno nell'ambito di questo progetto possono essere riassunte facendo riferimento alle *Competenze del XXI° Secolo* (che sono spiegate nella lezione successiva).

Si può notare come il Portfolio sia un elemento importante nella propria formazione professionale.

Nel progetto SC2BC viene messo a disposizione un programma specifico per la gestione del proprio Portfolio online: Sub-Script <http://efolio.nuimo.si>

Si invita a selezionare la bandiera corrispondente alla propria lingua e a leggere con molta attenzione la pagina iniziale (motivi per creare un tuo e-Portfolio). Ora esamineremo alcuni dei passaggi principali per registrarsi ed iniziare a creare un proprio Portfolio:

1. Fare clic su 'nuovo utente'. Assicurarsi che la lingua non cambi nei vari passaggi. Se necessario cliccare ancora sulla bandiera della lingua desiderata. Ecco come dovrebbe apparire lo schermo:

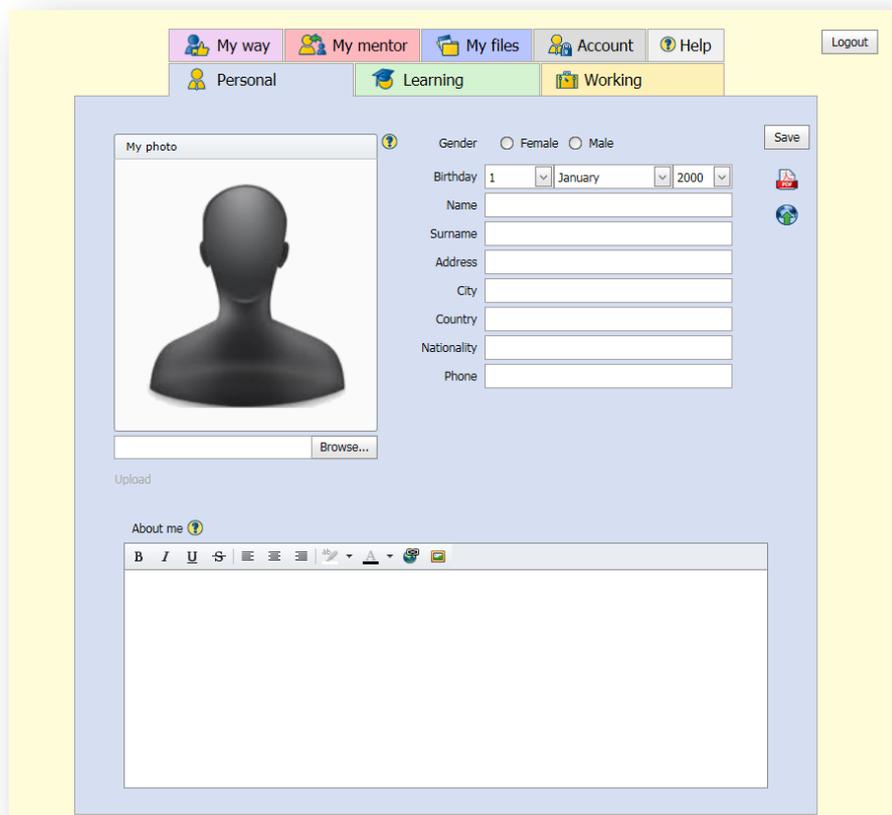
The image shows a web browser window displaying the registration page of the Sub-Script system. At the top, there is a header with the 'SUB-SCRIPT' logo on the left and the 'Lifelong Learning Programme' logo on the right. Below the header, a central box titled 'Registration' contains a form with four input fields: 'First Name', 'Last Name', 'Email', and 'Password'. A 'Register' button is located at the bottom right of the form, and a 'Close' link is at the bottom left. The browser's address bar shows a search icon and the text 'Zoeken'.

2. Completare i campi della tabella. Immettere il proprio indirizzo email e scegliere una password. Se non si dispone di un account di posta elettronica, è possibile registrarne uno gratuitamente (ad esempio Gmail <https://www.google.com/gmail> o Live <https://www.live.com>). È necessario fornire un indirizzo e-mail, dato che è l'unico modo in cui il sistema è in grado di memorizzare i dati come utente!

3. Cliccare sul link che si riceve alla mail inserita durante la registrazione. Il sistema rimanda automaticamente alla pagina in cui è possibile inserire i propri dati personali. Vedere la pagina successiva e riempire tutti i campi aperti (è utile inserire anche una propria fotografia selezionandola tramite l'opzione 'Sfoggia'). Per il momento si può lasciare intanto vuoto il campo 'Chi sono' e riempirlo

successivamente. È pensato per raccontare le cose più personali: membri della famiglia, animali domestici, hobby e cose che si fanno quando non si è a scuola. Fornisce un quadro completo di chi siamo.

4. Mentre si sta facendo questo, non lasciare la pagina prima di aver salvato i dati con il pulsante nell'angolo in alto a destra (sotto il menu).



5. Dopo aver salvato i dati si può passare alla scheda 'Il mio Tutor'. Riempire l'indirizzo e-mail del proprio Tutor (che deve essersi già registrato precedentemente). Avere un Tutor consente di inviare domande e chiedere aiuto nella costruzione della propria impresa.

6. Nella scheda 'I miei file' è possibile salvare tutti i documenti che risultano dal lavoro sui compiti assegnati nelle varie lezioni presentate in questo manuale. Questi compiti sono costituiti da: 1) compiti per ogni lezione 2) valutazioni di gruppo e riflessione individuale.

7. Il punto successivo è **molto importante**: al fine di avere una struttura chiara dei documenti nel vostro Portfolio, dovranno essere utilizzati i seguenti nomi per i file:

Esercizi delle lezioni:

- 1-lezione_2.docx
- 1-lezione_3.docx

Valutazioni di gruppo e riflessione individuale:

- 2-valutazione-gruppo-[data].docx
- 2-riflessione-individuale-[data].docx

Assicurarsi che i documenti che si desidera caricare siano in una cartella del proprio computer in cui sarà possibile trovarli facilmente quando si naviga in Sub-Script.

Quando si utilizza la rete della scuola, chiedere prima al proprio insegnante dove si devono archiviare i documenti per poterli poi caricare nel proprio Portfolio.

I documenti inseriti nel Portfolio saranno riesaminati (valutati) da due prospettive: contributo al prodotto che deve essere creato e contributo al processo che verrà realizzato. Se non si consegnano nei tempi prefissati i documenti, c'è il rischio di rallentare il progresso dei propri compagni di lavoro! È importante assumersi la propria responsabilità e assicurarsi che tutto avvenga entro i tempi: questo è sicuramente quello che farebbe un imprenditore!

Alla fine del programma presentato in questo manuale dovranno essere scritte delle conclusioni generali su quanto è stato appreso. Per queste conclusioni si utilizzeranno i documenti che appartengono alla serie "valutazione di gruppo e riflessione individuale".

Dovrà essere inserita anche questa valutazione finale nel proprio Portfolio.

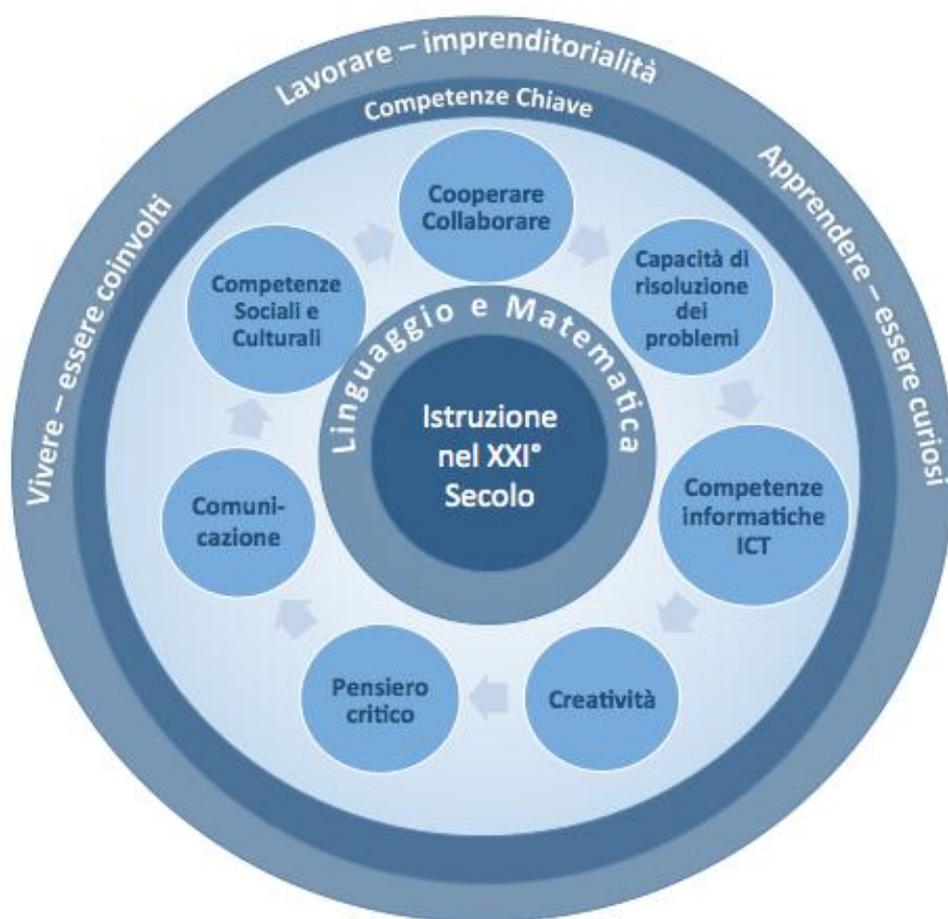
Ora si dispone anche di un account su 'Sub-Script' e si può passare alla lezione successiva.

1. Competenze del XXI° Secolo

Questa lezione si incentra sulle competenze che è necessario acquisire (nel prossimo futuro) per essere capaci di lavorare nella società moderna. Le possedete? Quali possono essere sviluppate ancora di più? Come potete migliorarle? Scoprirete di più su questo nel corso delle successive lezioni.

Obiettivo: gli allievi sono in grado di collegare le competenze del XXI° Secolo con le istruzioni ed i compiti forniti nella seconda parte di ogni lezione.

La nostra società è in continuo mutamento. In passato le persone rimanevano (e si radicavano) nel loro paese o città di origine con aspirazioni piuttosto limitate. Oggigiorno tutto si è velocizzato, Skype permette di contattarsi tra un capo e l'altro del pianeta, i computer sono sempre più rapidi e gli smartphone sempre più semplici da usare. Nessuno può sapere con esattezza come sarà il futuro ma possiamo comunque cercare di andare avanti con lo sviluppo ed i miglioramenti.



Lo schema qui sopra rappresenta le capacità e le competenze che vi saranno necessarie nel momento in cui vorrete prepararvi al mercato del lavoro o al vostro futuro in generale. Già utilizzate i social media giornalmente (pensiamo a Facebook, Twitter, Pinterest); sappiamo molte cose gli uni degli altri con tutti i vantaggi e gli svantaggi che ciò comporta. È possibile ormai raggiungere chiunque in ogni momento della giornata grazie ad internet o al telefono cellulare, il che rappresenta un'enorme differenza se rapportata ad appena due decenni fa, e in campo tecnologico emergono costantemente nuovi sviluppi (innovazioni). L'operato dell'uomo viene ormai sempre più soppiantato dai macchinari e dai robot e

dunque quale può essere il vostro futuro? Quali capacità e competenze dovrete sviluppare? Quali caratteristiche sono richieste per l'impiego ideale che avete in mente?

Lo schema qui sopra mostra come il sistema educativo tenti di prepararvi al vostro futuro ruolo nella società. Utilizzerete spesso i vari elementi di tale schema nel corso di questo progetto. Ogni lezione collegherà attività e compiti alle *Competenze del XXI° Secolo*.

In ogni lezione vi verrà chiesto, e talvolta anche per diverse parti di una lezione, di descrivere e spiegare quali competenze dello schema avete utilizzato (in modo individuale, non per il vostro intero gruppo). E naturalmente questa descrizione andrà ad integrare il vostro Portfolio. Durante le valutazioni settimanali le *Competenze del XXI° Secolo* saranno un elemento ricorrente e individuerete quali avete messo in pratica nel corso di ogni lezione. Si analizzeranno 7 competenze e alla fine del progetto intendiamo avere una visione d'insieme sul loro sviluppo:

1. *Creatività*
2. *Pensiero critico*
3. *Comunicazione*
4. *Competenze sociali e culturali*
5. *Cooperare/collaborare*
6. *Pensare e lavorare con un atteggiamento risolutivo dei problemi*
7. *Competenze informatiche (ICT)*

Date un'occhiata a questo sito:



ISTRUZIONE E FORMAZIONE
Sostenere l'istruzione e la formazione in Europa e nel mondo

European Commission > Education and training > Politica scolastica > Competenze chiave

Homepage Politiche Iniziative Aggiornamenti Risorse Contatti

Competenze chiave

Sintesi

Competenze chiave

Insegnamento nella prima infanzia

Competenze di base

Abbandoni scolastici

Immigrazione e diversità etnica

Le professioni dell'insegnamento

Di cosa si tratta?

La Commissione europea collabora con i paesi dell'UE per rafforzare le cosiddette "competenze chiave", vale a dire l'insieme delle conoscenze, abilità e attitudini che possono aiutare gli studenti a realizzarsi e, in una fase successiva, trovare un lavoro e partecipare alla vita sociale. Tali competenze includono abilità "tradizionali", come la comunicazione nella lingua materna, la conoscenza delle lingue straniere, le competenze digitali, la capacità di lettura e scrittura e conoscenze basilari di matematica e scienze, nonché competenze trasversali, come la capacità di imparare, la responsabilità sociale e civica, lo spirito d'iniziativa e imprenditoriale, la consapevolezza dell'importanza dell'espressione culturale e la creatività.

Per promuovere le competenze chiave si punta a:

- fornire un insegnamento di qualità a tutti gli studenti sulla base di adeguati programmi di studio
- ridurre gli abbandoni scolastici
- moltiplicare le scuole della prima infanzia
- aumentare il sostegno a insegnanti, capi istituto e formatori del corpo docente

2. Introduzione all'imprenditorialità

Piano di Lezione: Introduzione all'Impreditorialità					
Insegnante	Data	Ora	Lezione	Numero di Allievi	
Argomento	Introduzione all'imprenditorialità				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Introduzione"				
Situazione di partenza	Gli allievi iniziano questa lezione (e modulo) senza alcuna preparazione.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono coscienti degli scopi del progetto (questo modulo o parte del curriculum) e di ciò che comporta in termini di compiti e investimento del tempo.				
Obiettivi di apprendimento (processi)	Gli allievi imparano a collaborare Gli allievi imparano a mostrare le loro peculiarità (esibiscono la loro creatività) Gli allievi imparano a ragionare in modo critico Gli allievi imparano a comunicare				
Ora	Fase di Lezione	Obiettivo d'apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione alla lezione, spiegazioni Quali conoscenze possedete già?	Gli allievi discutono su cosa significhi avere una propria attività	Crea una mappa mentale sull'argomento dell'imprenditorialità	Gli allievi forniscono i loro suggerimenti per la mappa mentale relativa alla conduzione di un'azienda	Scoprire e trovare
	Compito Cosa volete apprendere?	Gli allievi sono coscienti degli scopi del progetto (questo modulo o parte del curriculum) e ciò che comporta in termini di compiti e investimento del tempo	Distribuisce l'introduzione e fornisce spiegazioni ove necessario	Gli allievi leggono i compiti e pongono domande ove non risulti chiaro	Analizzare, applicare ed elaborare informazioni con un atteggiamento mentale critico, collaborare
	Valutazione Cosa avete realmente appreso?	Gli allievi sanno cosa ci si aspetta da loro e sono pronti ad iniziare il proprio lavoro	Verifica se gli allievi hanno appreso cosa ci si aspetta da loro	Gli allievi affermano di aver appreso cosa venga richiesto oppure pongono domande per chiarire alcuni punti	Valutare, diagnosticare, aggiustare e riflettere

Lettera-Lezione 'Introduzione'

Vi sono molti cambiamenti in atto nell'Istruzione e Formazione Professionale di base, in particolare rispetto alle parti preparatorie di istruzione professionale del programma. Un nuovo aspetto che qui emerge è l'"imprenditorialità", ovvero apprendere la capacità di creare un buon progetto imprenditoriale ma anche capire cosa occorre per divenire un buon imprenditore. Per quale motivo un'azienda ha successo mentre un'altra va in bancarotta?

Obiettivo: chiarire gli argomenti affrontati all'interno del modulo relativo all'imprenditorialità.

Creare un buon *business plan* è già abbastanza difficile, ma cosa serve per diventare un buon imprenditore? Perché alcune società hanno successo mentre altre no?

Daremo uno sguardo alle caratteristiche di un buon imprenditore, studiando argomenti quali il "marketing" e dovrete essere in grado di redigere un piano finanziario e di marketing. Analizzeremo le cosiddette 'P' (prodotto, luogo, personale, etc) (dall'inglese: product, place, personnel, etc) per utilizzarle al fine di rendere la vostra un'azienda di successo. Riceverete diverse "lettere-lezione" che vi aiuteranno a costruire il vostro piano imprenditoriale. Tutto ciò che faremo in questo modulo si concentrerà sui concetti di imprenditorialità e di marketing che voi avete sviluppato!

Il risultato finale sarà il piano imprenditoriale che andrete a scrivere. Ogni "lettera-lezione" punta al raggiungimento di questo obiettivo finale. Tutte le lettere nel complesso devono contribuire a modellare il vostro business plan.

Collaborerete in gruppo e potrete sceglierne voi stessi i membri. È importante creare una buona organizzazione di lavoro al suo interno in modo tale che ognuno si senta responsabile dei buoni risultati da raggiungere e responsabile dell'azienda.

Per ogni lettera-lezione ognuno di voi si farà le seguenti domande:

1. Cosa conosco già riguardo l'argomento?

Discuterete ciò con il vostro gruppo e fornirete la vostra risposta e il vostro commento all'insegnante, sia in forma scritta che, in alternativa, oralmente.

2. Cosa voglio apprendere riguardo l'argomento?

Troverete in gruppo una risposta a questa domanda, con la guida e l'assistenza dell'insegnante.

3. Cosa ho imparato sull'argomento?

Elaborerete le risposte all'interno del vostro gruppo e rifletterete con il vostro insegnante/tutor riguardo tutte le risposte.

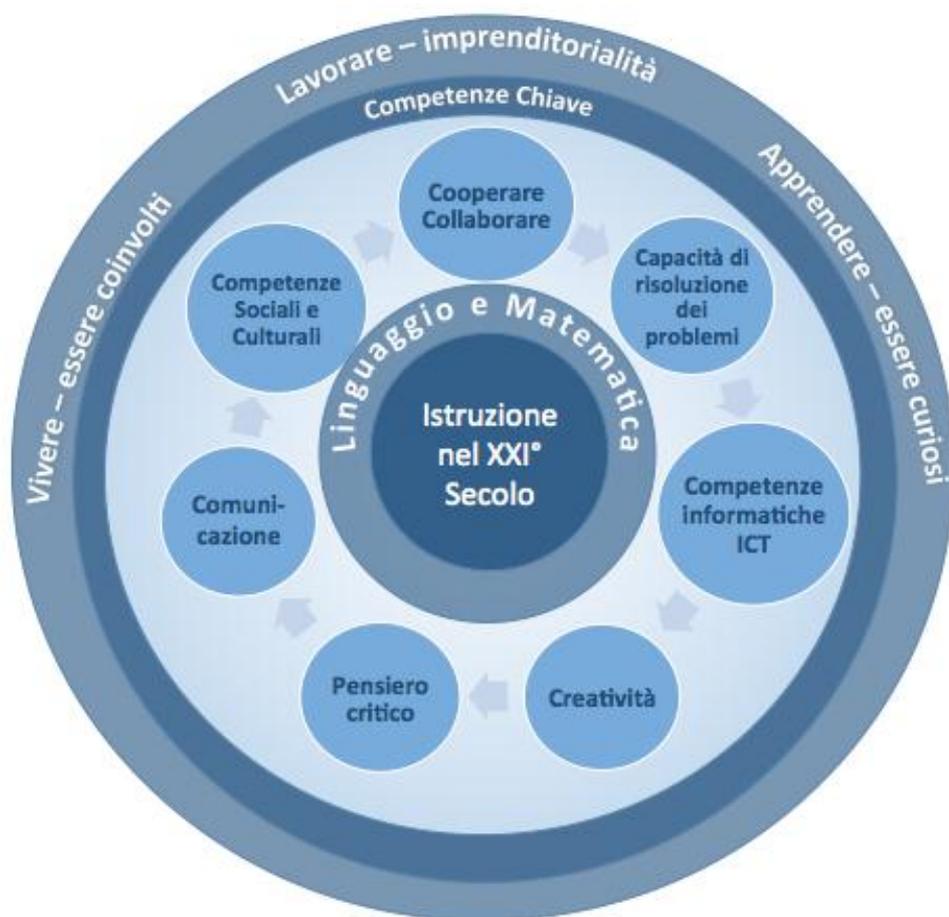
4. Quali competenze appartenenti alle "Competenze del XXI° secolo" avete utilizzato per questa lezione?

Saprete individuare da soli quali delle *Competenze del XXI° secolo* avete messo in pratica in questa lezione (fare riferimento al cerchio in fondo a questa lezione). Annotate tutto ciò nel vostro Portfolio. Vi verrà chiesto di spiegare i vostri commenti durante il processo di valutazione individuale.

Dopo aver preso in considerazione ogni parte della lezione, valuterete i risultati con il vostro insegnante che vi darà eventualmente la sua approvazione a procedere con la prossima lettera: la cosiddetta decisione “stop o avanti”. Prendete visione della tabella che si trova alla fine di ogni lettera - lezione.

Non lavorerete da soli nell’elaborare i vari aspetti del piano imprenditoriale ma avrete il supporto degli insegnanti della vostra scuola e anche degli imprenditori provenienti da aziende della vostra area geografica. Questi imprenditori vi aiuteranno in certi compiti assegnati tramite le lettere-lezione basandosi sull’esperienza maturata nel loro specifico settore o ramo, non solo analizzando il risultato del vostro lavoro (lettera - lezione e piano imprenditoriale), ma anche vigilandone le varie fasi di sviluppo. Alla fine illustrerete il vostro piano ad un pubblico di imprenditori, insegnanti, compagni di corso, genitori ed una giuria!

La nuova struttura schematica del VET di base in Europa



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

3. Analisi SWOT

Piano di lezione: analisi SWOT					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di Allievi	
Argomento	Analisi SWOT				
Materiale richiesto	Lettera - lezione "analisi SWOT".				
Situazione di Partenza	Gli allievi conoscono alcune caratteristiche dell'imprenditorialità.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi iniziano a considerarsi in relazione all'imprenditorialità.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a riflettere sulle proprie caratteristiche.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione alla lezione, spiegazioni Quali conoscenze possedete già?	Gli allievi conoscono il significato del termine analisi SWOT	Spiegazione all'intera classe su cosa si intenda per analisi SWOT	Gli allievi ascoltano ed elaborano attivamente ponendo anche dei quesiti	Raccolta di informazioni
	Compito Cosa volete apprendere?	Gli allievi applicano l'analisi SWOT alla loro situazione	Guidano ed assistono ogni singolo allievo	Gli allievi portano a termine un'analisi SWOT sulle proprie idee imprenditoriali	Applicare l'analisi su se stessi, riflessione e autocritica.
	Valutazione Cosa avete realmente appreso?	Gli allievi hanno acquisito conoscenze tramite l'analisi SWOT delle loro caratteristiche.	Valutare assieme agli allievi e formulare una decisione del tipo fermati/avanti	Valutano l'analisi da loro applicata. Riflettono e fanno una diagnosi di loro stessi.	Valutazione delle diagnosi degli allievi assieme all'insegnante/tutor.

Lettera-Lezione 'Analisi SWOT'

Senza leggere prima questa lezione, iniziate a discutere con il vostro gruppo su cosa significa (secondo voi) il termine "analisi SWOT".

Obiettivo: Citare le caratteristiche che pensate siano necessarie per essere un buon imprenditore.

Ora leggete la presente lettera - lezione e cercate di rispondere (così come con qualsiasi altra lettera sulla lezione) alla seconda domanda standard: cosa volete apprendere su questo argomento?

Il termine "analisi SWOT" consiste nell'acronimo di queste parole: Forze, Debolezze, Opportunità e Minacce. Potete usare questa idea per analizzare molte questioni differenti – diamo un'occhiata a qualche esempio (fittizio):

Esempio 1: Football Club Barcellona

S (Forze): le forze del Barcellona sono: l'enorme stadio e le infrastrutture (semplice da raggiungere in macchina o con il trasporto pubblico), buon terreno di gioco (alta qualità dell'erba), una lunga e ricca tradizione, divise riconoscibili. Appetibile per gli sponsor.

W (Debolezze): un budget alto e non sostenibile, enorme debito, molti giocatori costosi, grandi aspettative da parte del pubblico e degli sponsor.

O (Opportunità): ogni anno un candidato per un prestigioso premio nazionale e internazionale, una buona gestione, ricavi dai diritti televisivi, merchandising conosciuto universalmente, centri di formazione per giovani calciatori.

T (Minacce): Real Madrid ed altre società blasonate, squadre internazionali di primo livello (Bayern, Milan) in Champions League, necessità di ristrutturare il budget e i debiti, partenze dei giocatori migliori.

Può anche essere realizzato uno SWOT per aziende: risulterà differente per ogni società ed inoltre lo stesso elemento potrà risultare un punto di forza per un'azienda ed un punto di debolezza per un'altra. Si veda questo esempio:

Analisi SWOT di un'azienda:

S: punti di forza possono essere: assortimento, posizione, posti di parcheggio, prezzi, qualità...

W: punti di debolezza possono essere: l'immagine pubblica, il servizio, scarse riserve finanziarie ...

O: opportunità possono essere: crescita delle vendite e del profitto, sviluppo di nuovi prodotti, nuovo packaging, pubblicità ...

T: minacce possono essere: competizione, perdita di quote di mercato, prodotti obsoleti, macchinari e tecniche di produzione superate, cambio delle richieste da parte del consumatore ...

È buona cosa per un'azienda conoscere quali siano i suoi punti di forza: questi sono gli elementi da sviluppare per il futuro. Per esempio: quando si ha un prodotto di buona qualità che giustifica un prezzo elevato, se questo viene modificato peggiorandone il livello pur mantenendo il prezzo immutato, la clientela può divenire insoddisfatta e cominciare a ricercare altri prodotti con un miglior rapporto qualità-prezzo.

Non è solamente importante conoscere i propri punti di forza, ma è altrettanto utile conoscere i propri limiti e debolezze per cercare di migliorarsi e quindi diventare più appetibili agli occhi di potenziali nuovi clienti. Naturalmente occorre chiedersi se i propri desideri siano realistici. Avere ad esempio un negozio in una strada frequentata da molte persone ma di difficile accesso con l'auto renderebbe poco plausibile e logico progettare la costruzione di un parcheggio per 20 macchine. Sarebbe invece più utile lasciarlo così com'è o magari inventarsi un'idea che renda più attraente il proprio esercizio commerciale (come per esempio dare vita ad un negozio online).

In questo senso può essere applicata un'analisi di tipo SWOT con punti di forza e di debolezza per cogliere ogni possibilità ed evitare minacce.

Come sottolineato in precedenza, è possibile ricorrere ad un'analisi SWOT in diverse situazioni. Provate ad elaborarne una che riguardi la vostra (personale) imprenditorialità:

Fornite per ogni parte dell'analisi nello schema qui sotto 5 punti che si riferiscano a voi stessi. Ad esempio: un punto di forza potrebbe essere la vostra motivazione o spinta ed uno di debolezza la vostra impazienza, un'opportunità può essere colta nel fatto che si parli diverse lingue ed una minaccia la sempre maggiore diffusione di computer e robot a sostituire con straordinaria velocità l'operato dell'uomo rendendo l'essere umano sempre più superfluo.

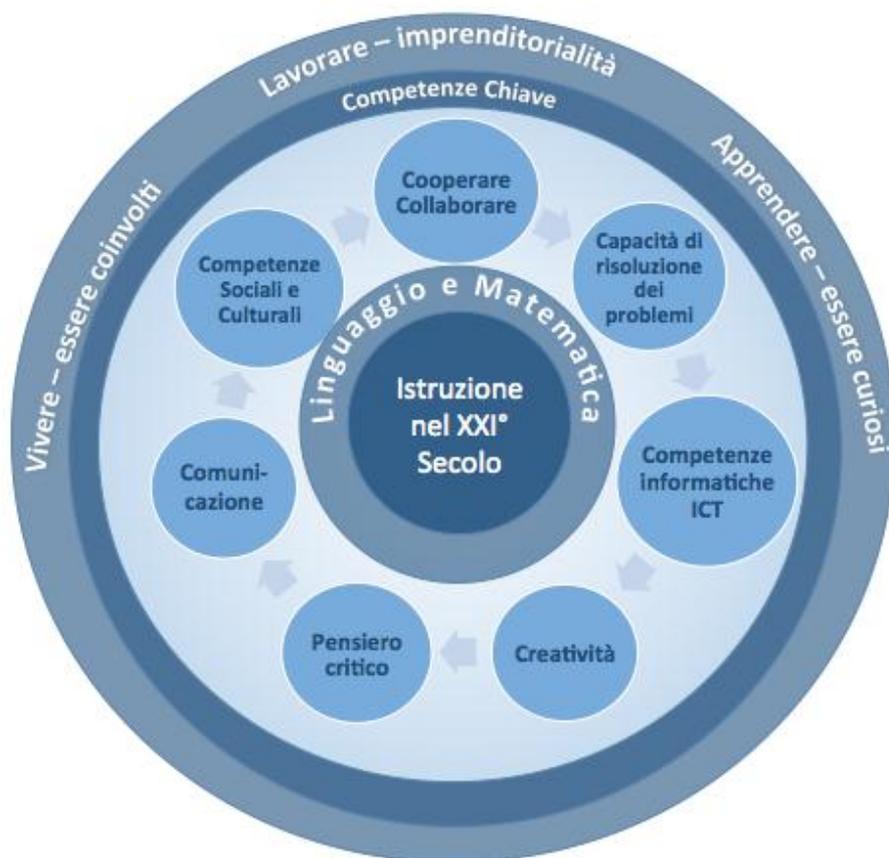
Punti di forza	Debolezze
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
Opportunità	Minacce
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Comandare | <input type="checkbox"/> Ordinare | <input type="checkbox"/> Accettare |
| <input type="checkbox"/> Produrre | <input type="checkbox"/> Copiare | <input type="checkbox"/> Intervistare |
| <input type="checkbox"/> Installare | <input type="checkbox"/> Raccogliere | <input type="checkbox"/> Convincere |
| <input type="checkbox"/> Visualizzare | <input type="checkbox"/> Controllare | <input type="checkbox"/> Lavorare |
| <input type="checkbox"/> Disegnare | <input type="checkbox"/> Parlare | <input type="checkbox"/> Agire |
| <input type="checkbox"/> Crescere | <input type="checkbox"/> Classificare | <input type="checkbox"/> Sorteggiare |
| <input type="checkbox"/> Scrutinare | <input type="checkbox"/> Risparmiare | <input type="checkbox"/> Analizzare |
| <input type="checkbox"/> Parlare | <input type="checkbox"/> Creare | <input type="checkbox"/> Percepire |
| <input type="checkbox"/> Adattare | <input type="checkbox"/> Formulare | <input type="checkbox"/> Costruire |
| <input type="checkbox"/> Dipingere | <input type="checkbox"/> Budget | <input type="checkbox"/> Implementare |
| <input type="checkbox"/> Forzare | <input type="checkbox"/> Presentare | <input type="checkbox"/> Visualizzare |
| <input type="checkbox"/> Sentire | <input type="checkbox"/> Dire | <input type="checkbox"/> Formulare |
| <input type="checkbox"/> Giocare | <input type="checkbox"/> Drammatizzare | <input type="checkbox"/> Cavalcare |
| <input type="checkbox"/> Interpretare | <input type="checkbox"/> Fare | <input type="checkbox"/> Comandare |
| <input type="checkbox"/> Anticipare | <input type="checkbox"/> Eliminare | <input type="checkbox"/> Ascoltare |
| <input type="checkbox"/> Avvisare | <input type="checkbox"/> Reagire | <input type="checkbox"/> Manipolare |
| <input type="checkbox"/> Iniziare | <input type="checkbox"/> Provare | <input type="checkbox"/> Riassumere |
| <input type="checkbox"/> Divertire | <input type="checkbox"/> Viaggiare | <input type="checkbox"/> Insegnare |
| <input type="checkbox"/> Insegnare | <input type="checkbox"/> Predire | <input type="checkbox"/> Consigliare |
| <input type="checkbox"/> Esaminare | <input type="checkbox"/> Progettare | <input type="checkbox"/> Interrogare |
| <input type="checkbox"/> Revisionare | <input type="checkbox"/> Giudicare | <input type="checkbox"/> Sperimentare |
| <input type="checkbox"/> Condurre | <input type="checkbox"/> Classificare | <input type="checkbox"/> Determinare |
| <input type="checkbox"/> Curare | <input type="checkbox"/> Stabilire | <input type="checkbox"/> Raccomandare |
| <input type="checkbox"/> Organizzare | <input type="checkbox"/> Teorizzare | <input type="checkbox"/> Sostituire |
| <input type="checkbox"/> Ispirare | <input type="checkbox"/> Decidere | <input type="checkbox"/> Coordinare |
| <input type="checkbox"/> Riparare | <input type="checkbox"/> Pubblicare | <input type="checkbox"/> Motivare |
| <input type="checkbox"/> Adattare | <input type="checkbox"/> Svolgere | <input type="checkbox"/> Guidare |
| <input type="checkbox"/> Ricercare | <input type="checkbox"/> Improvvisare | <input type="checkbox"/> Rappresentare |
| <input type="checkbox"/> Comprare | <input type="checkbox"/> Leggere | <input type="checkbox"/> Mediare |
| <input type="checkbox"/> Categorizzare | <input type="checkbox"/> Unificare | <input type="checkbox"/> Scrivere |
| <input type="checkbox"/> Dividere | <input type="checkbox"/> Allenare | <input type="checkbox"/> Valutare |
| <input type="checkbox"/> Rischiare | <input type="checkbox"/> Servire | <input type="checkbox"/> Riconciliare |
| <input type="checkbox"/> Registrare | <input type="checkbox"/> Ristabilire | <input type="checkbox"/> Intraprendere |
| <input type="checkbox"/> Stimare | <input type="checkbox"/> Negoziare | <input type="checkbox"/> Inventariare |
| <input type="checkbox"/> Cantare | <input type="checkbox"/> Fornire | <input type="checkbox"/> Istruire |

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Comunicare | <input type="checkbox"/> Realizzare | <input type="checkbox"/> Sistematizzare |
| <input type="checkbox"/> Selezionare | <input type="checkbox"/> Tradurre | <input type="checkbox"/> Ottenere |
| <input type="checkbox"/> Rifiutare | <input type="checkbox"/> Vendere | <input type="checkbox"/> Integrare |
| <input type="checkbox"/> Istruire | <input type="checkbox"/> Archiviare | <input type="checkbox"/> Progettare |
| <input type="checkbox"/> Consigliare | <input type="checkbox"/> Discutere | <input type="checkbox"/> Illustrare |
| <input type="checkbox"/> Finanziare | <input type="checkbox"/> Programmare | <input type="checkbox"/> Innovare |
| <input type="checkbox"/> Proteggere | <input type="checkbox"/> Studiare | <input type="checkbox"/> Identificare |
| <input type="checkbox"/> Aiutare | <input type="checkbox"/> Organizzare | <input type="checkbox"/> Segnalare |
| <input type="checkbox"/> Fotografare | <input type="checkbox"/> Servire | <input type="checkbox"/> Dirigere |
| <input type="checkbox"/> Dispensare | <input type="checkbox"/> Valutare la priorità | <input type="checkbox"/> Incontrare |
| <input type="checkbox"/> Formare | <input type="checkbox"/> Influenzare | <input type="checkbox"/> Determinare |
| <input type="checkbox"/> Inventare | <input type="checkbox"/> Spiegare | <input type="checkbox"/> Esporre |
| <input type="checkbox"/> Ristabilire | <input type="checkbox"/> Decorare | <input type="checkbox"/> Scoprire |
| <input type="checkbox"/> Ricevere | <input type="checkbox"/> Pesare | <input type="checkbox"/> Mantenere |
| <input type="checkbox"/> Cooperare | <input type="checkbox"/> Governare | <input type="checkbox"/> Calcolare |

Fate inoltre completare questa tabella per voi da un membro della vostra famiglia (madre, padre, fratello o sorella), da un compagno di classe e dal vostro tutor.

Avete ricevuto diverse valutazioni da svariate persone riguardo le Caratteristiche della vostra persona. Cosa vi indicano questi dati? Scrivetelo e sottoponete la vostra relazione all'insegnante / tutor. Redigete un report finale con quello che avete scoperto e con il feedback fornito dal vostro insegnante e, mentre fate ciò, concentratevi sulla vostra opinione personale. Inserite poi il risultato nel vostro Portfolio. Date ancora uno sguardo al cerchio sottostante contenente le skills del ventunesimo secolo: segnate quali delle skills avete messo in pratica durante questa lezione e inserite anche questi appunti nel Portfolio. Torneremo su questo punto durante le sessioni di valutazione.



	Annotate la vostra scelta	Tutor
STOP		
AVANTI		

4. Vantaggi e svantaggi nell'avviare una propria impresa

Piano di lezione: vantaggi e svantaggi dell'avere una propria impresa					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	I pro e i contro nella conduzione di un'impresa.				
Materiale richiesto	Lettera - lezione "Vantaggi e svantaggi nell'avviare una propria impresa".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno conoscenze limitate su come avviare una propria attività di impresa.				
Obiettivi di apprendimento (risultati)	Gli allievi saranno capaci di evidenziare i vantaggi e gli svantaggi che implica l'apertura di una nuova impresa. Impareranno a raccogliere informazioni tramite il colloquio con un informatore.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a comunicare. Sviluppano capacità culturali e sociali.				
Ora	Fase di lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzione	Gli allievi conosceranno i vantaggi e gli svantaggi di aprire e condurre una propria attività.	Avvia una discussione di apprendimento per stimolare le conoscenze già acquisite sull'argomento ed aggiungere nuovi elementi.	Ascoltano tutti i partecipanti alla discussione: partecipano e contribuiscono attivamente.	Orientamento, focalizzazione dei concetti individuare le relazioni.
	Compiti	Gli allievi acquisiranno conoscenze ed informazioni da un colloquio con il loro tutor aziendale (dirigente d'azienda): svilupperanno delle cognizioni più approfondite riguardo i pro e i contro della propria attività d'impresa.	Guida e sostiene l'azione.	Gli allievi nomineranno 5 punti a favore e 5 contro di un'azienda privata e indipendente. Prenderanno in considerazione il significato di divenire imprenditori e le ragioni per cui farlo o meno sulla base di quanto emerso dal colloquio sostenuto.	Analizzare, applicare ed elaborare dati con un approccio critico, selezionare.
	Valutazione	Gli allievi hanno deciso se desiderano diventare imprenditori.	Valuta i compiti e decide se si può procedere o ci si debba fermare.	Consegnano il compito, migliorano dove necessario ed attendono la decisione da parte dell'insegnante se procedere o meno.	Diagnosi (riflessione), modifiche e valutazione.

Lettera-Lezione 'Vantaggi e svantaggi nell'avviare una propria impresa'

Prima di iniziare a leggere questa lezione, si discuterà con il proprio gruppo di quali siano i vantaggi e gli svantaggi del far nascere una propria impresa.

Obiettivo: gli allievi acquisiscono una visione di quanto sia interessante o meno iniziare una nuova attività.

Guidati da questa lezione si proverà a comprendere cosa renda interessante iniziare una nuova attività di impresa valutandone i vantaggi e gli svantaggi. Innanzitutto, visionare i seguenti video:



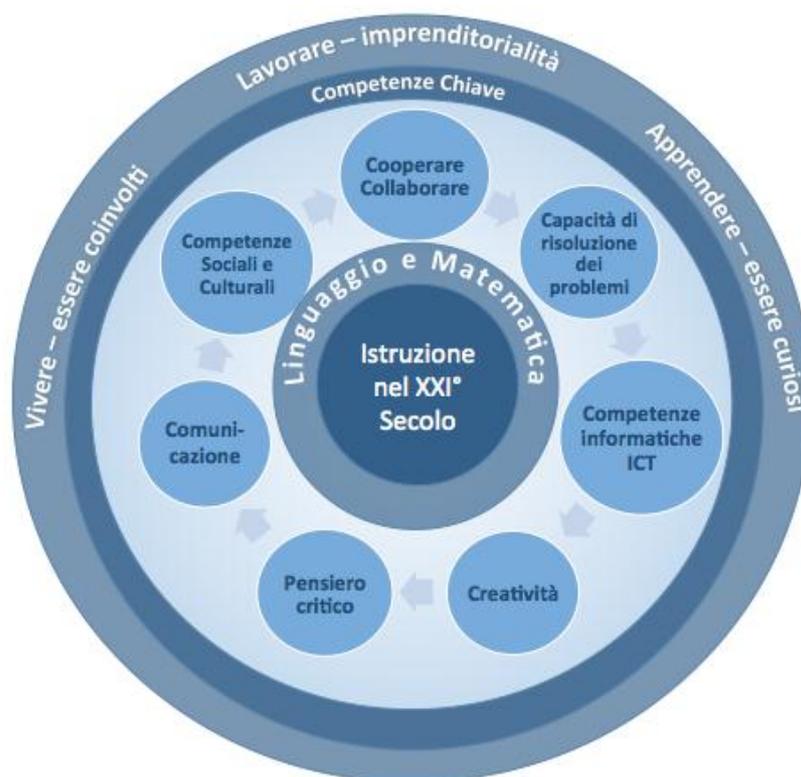
Perché si dà inizio ad una propria attività? Quali potrebbero essere le ragioni per cui lo facciamo?

Quando si gestisce una propria azienda, si hanno responsabilità che riguardano diversi aspetti: denaro, il gruppo, le forniture ecc., e la necessità di avere molto tempo a disposizione per affrontare ogni questione è più che comprensibile. Ogni giorno lavorativo può essere lungo ed allo stesso tempo noi stessi siamo responsabili di come esso venga impiegato. Molti dirigenti d'azienda considerano questo aspetto come un grande vantaggio. Si è a capo dell'impresa e si decide a quale ora iniziare il lavoro e quando andare in vacanza. Un altro vantaggio molto spesso citato sono i profitti: molti imprenditori hanno dei lauti guadagni che però richiedono un duro lavoro ed inizialmente non sono poi affatto alti. I primi anni sono infatti sempre vissuti con molta difficoltà. Intraprendere un'attività d'impresa implica diversi quesiti in quanto non tutto è semplice e chiaro: come e dove reperire clientela, quali sono i prezzi da applicare, ho dei concorrenti, sto facendo la cosa giusta, come dovrei impiegare il mio tempo e su cosa? Ci sono molte domande come queste che possono nascere nella mente di chi si appresta ad iniziare un'attività di impresa.

Cercate di citare 5 vantaggi nell'iniziare una propria impresa, quindi pensate a cinque svantaggi. Cosa ne pensate? Vi piacerebbe avere una vostra azienda? Cercate di fornire una risposta ben argomentata e dettagliata. Parlate con il vostro tutor aziendale. Quali sono i vantaggi e gli svantaggi che lui identifica nell'essere un imprenditore? Scrivete le riflessioni e le esperienze scambiate nel gruppo. Coincidono più o meno con quelle espresse dal vostro tutor aziendale?

Scrivete un rapporto di tutto questo e caricatelo nel vostro Portfolio.

E quali competenze dell'immagine sulle *Competenze del XXI° Secolo* avete notato in questa lezione? Spiegatele nel report che caricherete nel vostro Portfolio.



	Segnate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

5. Tipologia di società d'impresa

Piano di lezione: Tipologia di società d'impresa					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di Allievi	
Argomento	Tipologie di società di impresa.				
Materiale richiesto	Lettera - lezione "Tipologie di società di impresa".				
Situazione di Partenza	Gli allievi potrebbero aver sentito parlare di varie categorie di società di impresa ma non conoscono né i dettagli né le conseguenze che implica la scelta di una determinata forma giuridica della stessa.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi acquisiscono conoscenze sulle varie forme di società d'impresa e delle differenze che intercorrono tra di esse e riescono anche ad evidenziarne per ognuna i vantaggi e gli svantaggi. Sono in grado di spiegare quale tipo di forma giuridica sarebbe più adatto per la società che intendono avviare.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a pensare con un approccio critico. Imparano a comunicare tra di loro.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione alla lezione, istruzioni	Gli allievi conoscono la terminologia riferita alle differenti tipologie di società.	L'insegnante nomina e spiega le tipologie di società tra le quali gli imprenditori possono scegliere.	Ascoltano la spiegazione, pongono le domande e partecipano alla discussione.	Orientamento.
	Compito	Oltre alla terminologia, gli allievi saranno anche in grado di elencare le caratteristiche delle varie tipologie giuridiche delle società e di individuare quale tipo di strutturazione giuridica abbiano alcune società della loro area.	Guida e sostiene.	Studiano gli argomenti trattati, raccolgono informazioni sulla rete o da interviste e colloqui con imprenditori, le analizzano e stilano una relazione scritta sui risultati raggiunti.	Raccogliere e strutturare i dati, applicare le informazioni e trovarne le relazioni.

Lettera-Lezione 'Tipologie di società di impresa'

Che tipo di aziende conosciamo? Discutetene con il vostro gruppo.

Obiettivo: Vi apprestate a scegliere la forma (entità giuridica) della vostra azienda.

La presente lezione tratta le differenti strutture o entità giuridiche tra le quali poter scegliere quando si avvia un'impresa. Prendetevi del tempo per leggere la lettera e discutete la teoria nel vostro gruppo.

Che tipo di azienda avete in mente? Forse un negozio di abbigliamento, un bar tavola calda, un negozio di dischi, un'officina meccanica per riparazioni auto o qualcosa di completamente diverso?

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Avete parlato con altri studenti, fatto un'analisi SWOT per scoprire quali sono i vostri punti di forza e di debolezza. Ora dovete decidere insieme al vostro gruppo di brainstorming il tipo di società che desiderate fondare. Dovreste pensare anche al nome. Il passo successivo sarà rispondere alle seguenti domande e utilizzare le descrizioni a cui siete arrivati per il vostro piano imprenditoriale.

Che tipo di azienda creerete?

Perché avete fatto questa scelta?

Pensate ad un nome adatto.

Descrivete brevemente l'obiettivo dell'azienda (cercate in internet il termine 'missione aziendale' e usate il risultato come esempio).

Descrivete il cliente target della vostra azienda in modo più dettagliato possibile.

Discutete di tutto ciò nel vostro gruppo: tutti devono approvare le scelte che sono state fatte, dato che tutti metterete il vostro cuore e la vostra anima nell'azienda.

La scelta del tipo di attività all'inizio della vostra carriera di imprenditori è molto importante.

Sarà un'azienda con responsabilità unica o avrete piuttosto una collaborazione con una serie di soci? Ci sono varie alternative disponibili che in parte andremo ad analizzare.

Azienda con un'unica proprietà: un solo proprietario è responsabile dell'impresa e di tutto ciò che è collegato ad essa ma lo è anche per i debiti contratti. La responsabilità del titolare (passività) include persino qualsiasi suo introito o capitale personale nel momento in cui debbano essere saldati eventuali debiti, pertanto conti di risparmio, oggetti di valore ecc. Ad esempio: la vostra azienda purtroppo finisce in bancarotta lasciando un debito di €20.000 mentre a voi restano €30.000 in un conto. In questo caso, i €20.000 possono essere attinti dal vostro conto personale da parte dei creditori con cui si è generato il debito.

Collaborazione in una proprietà congiunta: assieme ad altri imprenditori con cui aprite l'azienda, ovvero i vostri soci. Ogni socio è responsabile dell'azienda ed anche in questo caso ognuno di loro è passibile dei debiti eventualmente contratti dall'impresa. I membri della società d'impresa decideranno sin dall'inizio quali saranno i loro ruoli al suo interno, in che misura contribuiranno al capitale e quanto percepiranno in sede di divisione dei profitti.

Ad esempio: Jamil, Esther e Ellen sono sul punto di formare un'impresa collettiva. Jamil contribuisce con €20.000, Esther €50.000 ed Ellen €10.000. Concordano 30 ore di lavoro settimanali per Jamil, 20 per

Esther, 40 per Ellen e anche che ognuno di loro avrà diritto ad 1/3 dei profitti. Se questa azienda andasse in bancarotta, ogni socio sarebbe personalmente responsabile per l'intero debito. In caso fosse di €13.000 i creditori potrebbero reclamare questo importo da un qualsiasi socio/possessore.

Società privata con responsabilità limitata (Srl): Srl si riferisce ad un'azienda di proprietà di un cosiddetto azionista o gruppo di azionisti. Essi hanno un documento scritto comprovante il numero di azioni da loro possedute, ovvero il capitale in denaro che hanno investito nell'azienda. In una Srl privata il numero di azionisti viene stabilito e limitato in anticipo e le azioni vengono emesse a nome dell'azionista, pertanto non possono essere vendute liberamente ad altri azionisti (azione nominale). In questa entità giuridica la responsabilità ricade sulla società e non sui singoli azionisti, e questa è la sostanziale differenza dalle imprese collettive o società individuali. Gli azionisti hanno il diritto di ricevere una quota proporzionale dei profitti e spesso una Srl assume un direttore generale ed un consiglio di amministrazione che gestiscano la società.

Società pubblica con responsabilità limitata (Srl): questa struttura legale è simile a quella della Srl privata, nella quale gli azionisti sono anche i possessori, ma in questo caso il loro numero non viene limitato sin dall'inizio e le azioni emesse non sono nominative ma appartengono a colui (chiunque sia) che le ha acquistate (azioni al portatore). Quando si sente parlare di negoziazione di azioni in borsa, ciò riguarda questo tipo di azioni (pubbliche). Se si acquistasse ad esempio un'azione della Philips diverremmo in questo modo uno dei possessori dell'azienda con il diritto a ricevere in misura proporzionale una parte del profitto nel momento in cui i ricavi vengano distribuiti tra gli azionisti. Una Srl pubblica è una persona giuridica che può avere proprietà e debiti. Come azionisti non si è tenuti a rispondere con i propri beni privati per eventuali debiti maturati ma si può correre il rischio di perdere il denaro investito (nel caso in cui ad esempio la società andasse in bancarotta).

Oltre alle entità giuridiche per società d'impresa descritte sopra, esistono anche forme differenti, come fondazioni (senza fini di lucro), associazioni o unioni, ditte, cooperative. Consultate internet per il significato di questi termini.

Riempite **individualmente** la seguente tabella (non con il vostro gruppo):

Tipo di società	Proprietario	Gestione	Responsabilità	Forma legale	Capitale
Ditta con singola proprietà					
Impresa collettiva					
Srl Privata					
Srl pubblica					
Fondazione					

Associazione					
Ditta					
Cooperativa					

Cercate nella vostra città o regione, società con queste strutture differenti e chiedete quali siano i vantaggi e gli svantaggi della loro struttura d'impresa o entità giuridica.

Struttura d'impresa	Nome dell'azienda	Vantaggi	Svantaggi
Ditta con singola proprietà			
Impresa collettiva			
Srl privata			
Srl pubblica			
Fondazione			
Associazione			
Ditta			
Cooperativa			

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

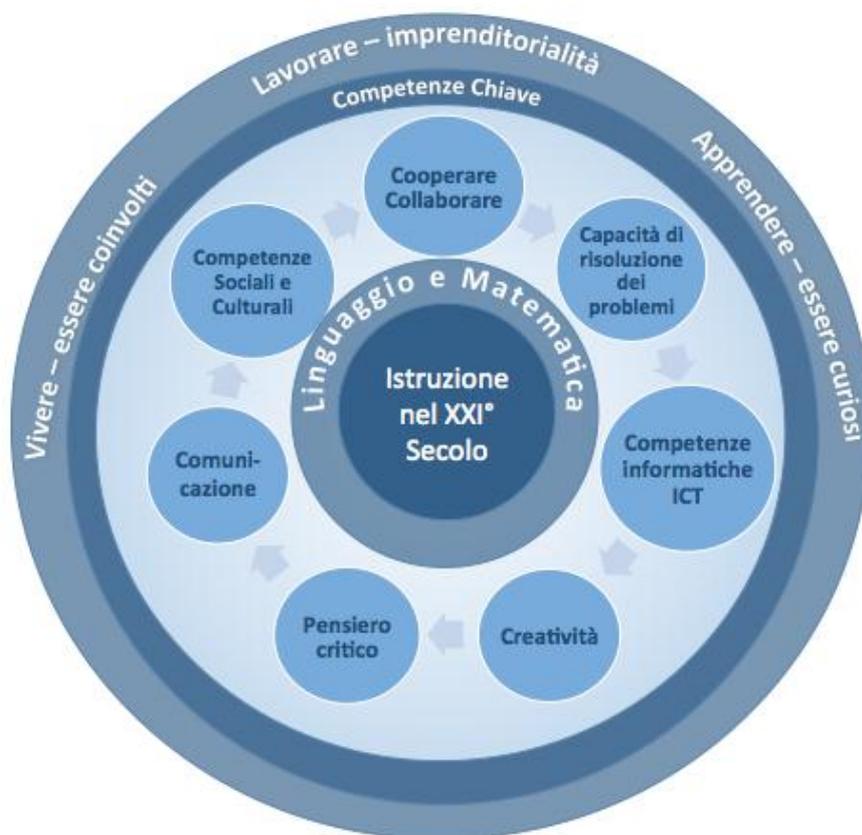
Confrontate le differenti risposte fornite dal gruppo. Considerate quale tipologia di società scegliereste per la vostra impresa. Per fare ciò, dovrete rispondere alle seguenti domande, perché le risposte vi aiuteranno a sviluppare il vostro piano imprenditoriale:

- Che tipologia/persona giuridica sceglieresti per la tua azienda?
- Per quali ragioni hai fatto questa scelta?
- Si prega di motivare questa scelta e le sue argomentazioni in dettaglio.

Discutete in maniera approfondita e prendetevi il vostro tempo. Analizzate i risultati all'interno del vostro gruppo e con il vostro tutor. Tutti devono essere d'accordo con le scelte che sono state fatte perché, come detto precedentemente, avere la propria azienda significa che tutti devono impegnarsi e dedicarsi ad essa al massimo.

Fate una breve relazione delle vostre discussioni e del lavoro fatto, in modo da poter archiviare i risultati nel vostro Portfolio.

Quali delle *Competenze del XXI° Secolo* avete utilizzato in questa lezione? Riportatelo nella relazione per il Portfolio. Il contenuto del Portfolio sarà riesaminato durante la vostra valutazione.



	Annotare la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

6. Marketing

Piano di lezione: Marketing					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di Allievi	
Argomento	Marketing				
Materiale richiesto	Lettera sulla lezione "Marketing", guida alla conduzione di interviste.				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno una conoscenza intuitiva del marketing, ovvero senza conoscere cos'è il marketing).				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono in grado di spiegare cos'è il marketing (in riferimento alle 6 'P') Sapranno condurre un'indagine (un questionario via mail) e utilizzare gli strumenti per ottenere le informazioni di cui necessitano.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a cooperare. Osano differenziarsi da altri (mostrano la loro creatività). Osano criticarsi vicendevolmente (Ragionamento critico). Imparano a condurre un'inchiesta digitale (alfabetizzazione informatica).				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione alla lezione, istruzioni	Gli allievi sanno cosa sia il marketing e hanno familiarità con i vari elementi del marketing mix. Comprendono il valore della ricerca di mercato.	Inizia una discussione dell'argomento orientata all'apprendimento nella quale si attivano conoscenze già acquisite e si aggiungono nuovi elementi.	Ognuno ascolta l'altro e aggiunge il proprio punto di vista alla discussione.	Orientare, specificare e collegare le informazioni.
	Compito	Gli allievi sanno cosa rende buona una ricerca di mercato e sono in grado di interpretarne i risultati. Il compito assegnato stimola un atteggiamento mentale di collaborazione tra gli allievi.	Guida e supporta gli sforzi nella ricerca ma migliora anche il processo di collaborazione.	Creare il questionario, spedirlo e raccogliere i dati.	Specificare, applicare ed elaborare dati critici, cooperare con i compagni.
	Valutazione	Gli allievi sanno cosa ci si aspetta dalla loro impresa e sono coscienti dei bisogni e delle richieste dei clienti nella loro regione.	Raccoglie i compiti, decide se poter procedere o fermarsi, valuta il processo di collaborazione.	Gli allievi consegnano i loro lavori relativi al compito assegnato e attendono il giudizio per procedere o fermarsi. Valutano il loro lavoro di gruppo	Valutare, diagnosticare, aggiustare e riflettere.

Lettera-Lezione 'Marketing'

Innanzitutto dovrete discutere ancora con il vostro gruppo su cosa pensiate si intenda con il termine di "marketing".

Obiettivo: gli allievi utilizzeranno una ricerca di mercato per definire la loro impresa.

Possedendo una propria attività imprenditoriale, sarà necessario vendere il più possibile per massimizzare i profitti. Questo è ciò che significa esattamente dirigere un'impresa commerciale. Si può guadagnare denaro vendendo beni (tangibili) o servizi (non tangibili). Che tipo di impresa sarà la vostra? È ovviamente importante sapere se esiste una vera domanda per i vostri prodotti e servizi. I clienti saranno disposti a pagarli? Come calcolerete il prezzo di ciò che venderete? Quale luogo sceglierete come sede della vostra azienda? Che tipo di servizio offrirete ai vostri clienti? E riguardo all'aspetto della vostra azienda: come si presenterà? Chi sono i vostri concorrenti e cosa vi differenzierà da loro?

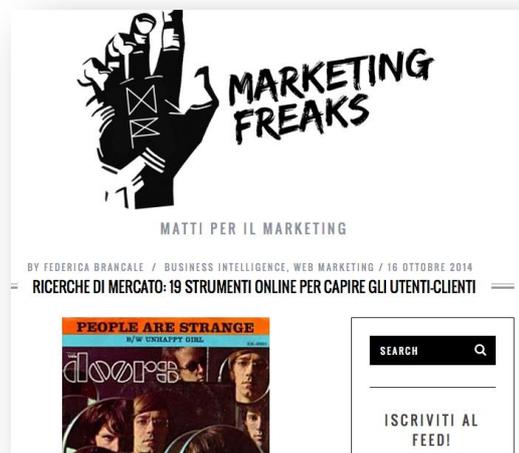
Il Marketing consiste in tutte quelle attività che potreste intraprendere per vendere i vostri prodotti e servizi. Possono essere suddivise in: **politica del prodotto** (termine che da ora in poi includerà "servizi"), politica del prezzo, politica della posizione (luogo), politica promozionale, politica del personale (staff) e politica della presentazione. Le chiamiamo le 6 'P'.

Utilizzeremo le prossime lettere sulla lezione per analizzare più in dettaglio queste 6 'P' e voi le prenderete in considerazione con maggior attenzione strada facendo in relazione alla vostra azienda.

È molto importante assicurarsi che le vostre 'P' siano coerenti. Certamente potreste acquistare o affittare dei bei locali posizionati centralmente in una zona di primo livello ma ciò sarebbe commisurato alle vostre finanze e al vostro budget? Sarebbe adatto/invitante per il vostro cliente tipo? Davvero delle domande difficili.

Quindi, prima di fare qualsiasi cosa, è necessario svolgere alcune ricerche essenziali: quali sono le richieste della vostra clientela? Cosa ricercano? Siete in grado di fornirglielo? Questo è ciò che si intende per **ricerca di mercato**. Creerete per iscritto un questionario che vi permetterà (alla vostra azienda) di comprendere di cosa ha bisogno o cosa desidera il mercato. Formulate il questionario in un modo ben strutturato e chiaro.

Date uno sguardo ai seguenti siti web (sempre riguardanti ricerche di mercato):



Svolgerete una ricerca di mercato. Dovranno essere inclusi i seguenti elementi:

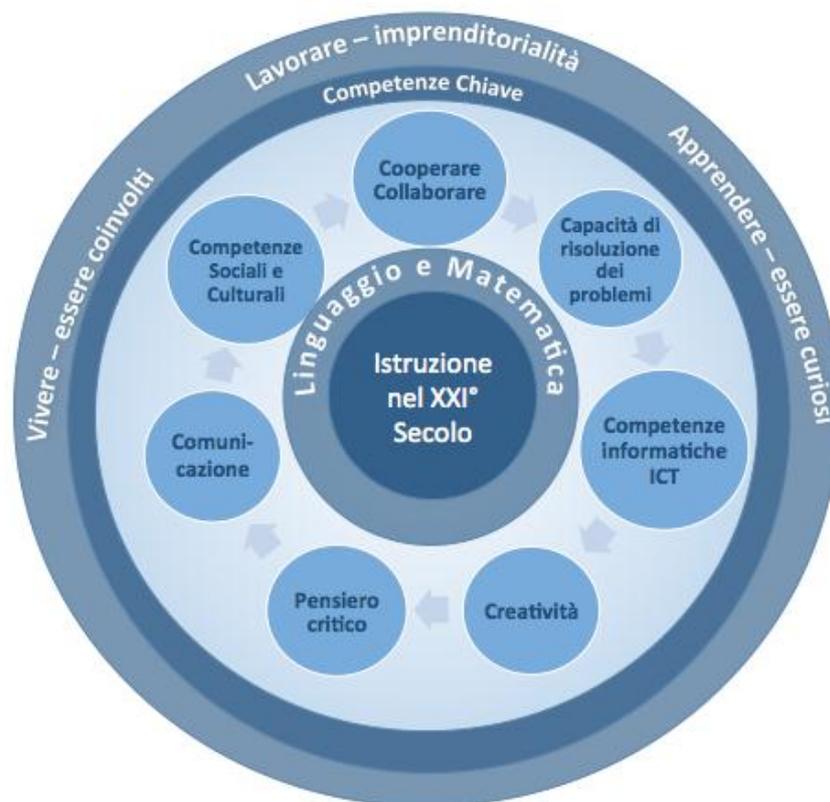
- Cosa richiede la mia clientela (Tipo di prodotto, prezzo, luogo, servizio ecc)
- Chi sono i miei concorrenti (Nome delle loro aziende, qualità del prodotto e prezzi)
- Come posso far emergere la mia azienda nei confronti di quelle dei miei concorrenti
- Come si prospetta il futuro

La ricerca di mercato non è semplice; prendetevi il vostro tempo per ragionarci in maniera approfondita.

La domanda chiave è: cosa voglio sapere io, come imprenditore, riguardo ai miei futuri clienti.

Avviate una buona ricerca che permetta a voi e alla vostra azienda di procedere. Innanzitutto lavorerete sul vostro questionario; fatelo revisionare dal vostro tutor aziendale. Dopo che avrete ottenuto l'“AVANTI” sottoponetevi le vostre domande ad almeno 50 persone in modo da ottenere un quadro esaustivo del settore di mercato nel quale intenderete collocarvi con la vostra azienda. Assicuratevi che qualcuno nel gruppo faccia delle foto mentre svolgete la vostra ricerca!

Discutete i risultati con il vostro gruppo e il vostro tutor. Scrivete quindi le vostre conclusioni sulla ricerca di mercato svolta nel modo più chiaro possibile!



	Annotare la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

7. Il Prodotto (I)

Piano di lezione: Prodotto I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Prodotto I				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Prodotto I".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno svolto la loro ricerca di mercato e si apprestano a decidere quali prodotti/servizi venderanno.				
Obiettivi di apprendimento (risultati)	Gli allievi sono in grado di distinguere i prodotti in base alle categorie e sanno riconoscere un assortimento/collezione ampio, profondo, limitato ecc.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a cooperare. Imparano a distinguersi dagli altri (creatività) Imparano ad apprendere in modo critico. Imparano a comunicare.				
Ora	Fase di lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni Cosa so già?	Discutendo in piccoli gruppi, gli allievi apprendono il significato di "politica del prodotto".	Guida le discussioni di gruppo degli allievi.	Discutono in gruppo i criteri della politica del prodotto senza che questo termine sia stato spiegato in precedenza.	Orientamento.
	Compiti Cosa voglio sapere?	Gli allievi sanno dividere i prodotti in categorie e conoscono le differenti modalità per strutturare un assortimento. Sanno se produrranno i loro prodotti (e ciò che è necessario per farlo) oppure se li acquisteranno già pronti per la rivendita.	Distribuisce i compiti e guida il processo di gruppo.	Gli allievi scelgono un prodotto da vendere e confrontano negozi che sono attivi nello stesso campo o settore di mercato. Svolgono una ricerca sui fornitori e fanno una relazione.	Specificare, applicare, elaborare dati rilevanti, collaborare con i compagni.
	Valutazione Cosa avete appreso?	Gli allievi sanno quale (tipo di) prodotto vogliono vendere e se produrlo o acquistarlo pronto per la vendita. Hanno fatto un confronto tra i fornitori.	Raccoglie i compiti, decide se si può proseguire o fermarsi, verifica il processo di cooperazione.	Consegnano i compiti ed attendono la decisione dell'insegnante. Valutano il processo di gruppo.	Valutare, diagnosticare, adeguare, riflettere.

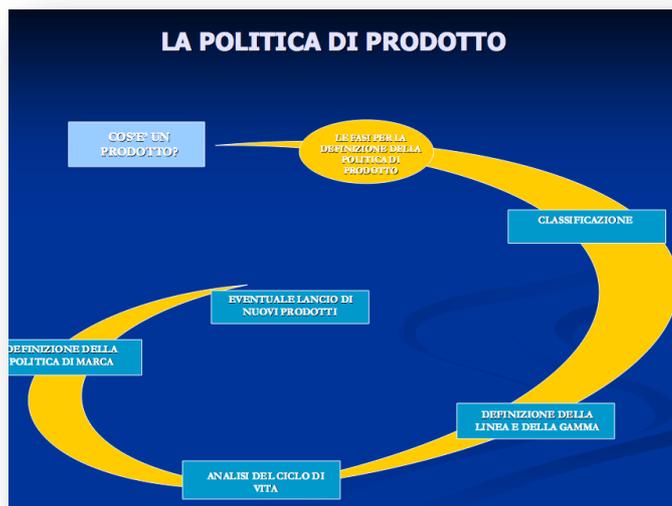
Lettera-Lezione 'Prodotto I'

Nella lezione precedente sono stati analizzati alcuni aspetti essenziali relativi al termine marketing. Avete anche svolto un'indagine di mercato per conto della vostra azienda.

In questa lezione prenderemo in esame la "politica del prodotto". Che cosa vi viene in mente quando parliamo di questo? Sedetevi e discutetene assieme al vostro gruppo prima di procedere nella lettura di questa lezione.

Obiettivo: gli allievi sanno quale prodotto venderanno e ricercano informazioni.

Consultate questo documento:



Già state lavorando con i vari aspetti del marketing e avete analizzato le differenti **P**. A questo punto ci concentriamo sulla politica del prodotto, un aspetto piuttosto difficile. State pensando di proporre un bene o un servizio per i quali esiste un'elevata domanda e quindi esistono anche delle vendite importanti (pensiamo al pane), o piuttosto volete concentrarvi su un prodotto a bassa richiesta, ma che genera degli alti profitti per ogni unità acquistata? Giungerete con la vostra azienda ad una scelta. Perché questa? Per quale ragione vorrete vendere quel particolare prodotto o servizio? Avete considerato quale richiesta abbiano nel mercato?

I prodotti possono essere divisi in categorie:

1. Prodotti già pronti: sono prodotti correnti che i clienti acquistano "automaticamente", cioè senza particolari cautele e senza ricercare ulteriori informazioni al riguardo. Il cliente acquista con tranquillità. Esempi di prodotti pronti sono il latte, le uova, il pane, le patatine fritte.
2. Prodotti commerciali: sono prodotti che i clienti acquistano dopo aver prima considerato cosa occorre loro o cosa loro desiderino. In questo caso il cliente entra in diversi negozi, ma si tratta comunque di prezzi piuttosto ridotti ed è un acquisto che si ripete solo poche volte all'anno. Esempi di prodotti commerciali sono: vestiti, scarpe, accessori per la casa ecc.
3. Prodotti speciali: per acquistare questi prodotti si impiega del tempo e ci si sforza di fare la scelta giusta. Parliamo di beni piuttosto costosi come auto, gioielleria, strumentazione audio e video ecc.

Qual è la categoria di prodotto che tratterete? Prodotti correnti, commerciali o speciali? Quali sono le ragioni della vostra scelta? Siete in grado di dedicarvi anima e corpo alla gestione e vendita di questo prodotto? È ciò che realmente volete?

Discutete con il vostro gruppo quale categoria di prodotto venderete ed elencate i vantaggi e gli svantaggi che implica trattarlo.

Oltre che considerare il prodotto da vendere, occorre anche pensare al tipo di assortimento in generale. Venderete un singolo prodotto o una serie di prodotti? Prodotti che siano in relazione tra loro (tipo CD musicali e strumenti audio, biciclette e scooter) o preferite lavorare con uno singolo ma di differenti marche ed in differenti versioni (ad esempio solo biciclette ma di differenti tipologie, da bambino, da uomo, da donna e per differenti utilizzi come sport o spostamenti per lavoro o tempo libero)?

Gamma di assortimento: Se vendete molti prodotti differenti o invece ne avrete una scelta limitata allora si parla di vasta gamma di assortimento o viceversa di assortimento ristretto.

Profondità di assortimento: se vendete molte versioni e marche di poche o anche di una sola categoria di prodotto allora si parla di assortimento profondo, altrimenti di assortimento breve.

**Avete scelto il vostro prodotto. Uscite a visitare almeno quattro negozi differenti (concorrenti) che vendano la stessa tipologia di prodotto e completate la tabella qui sotto.
La tabella completa comparirà nel vostro Portfolio!**

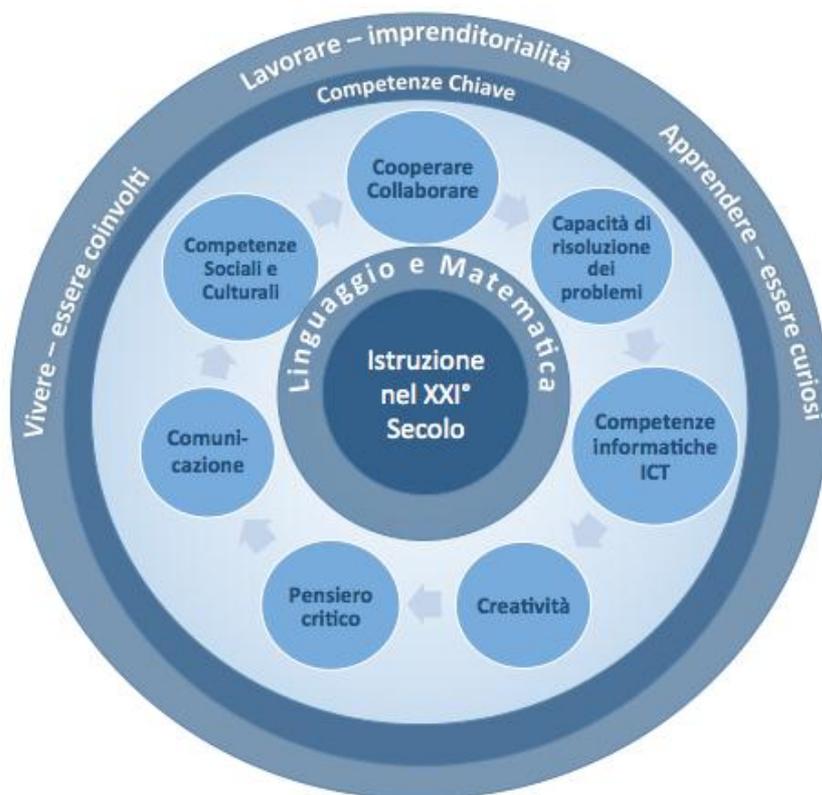
Nome dell'azienda	Assortimento Ampio/ristretto	Assortimento Profondo/Breve

Avete esaminato in profondità il tipo di prodotto che venderete. Lo produrrete voi stessi o ne sarete dei rivenditori? A questo punto uscite per effettuare una ricerca approfondita tra i fornitori della materia prima di cui avrete eventualmente bisogno per realizzarlo voi stessi. Se invece acquisterete dei beni per rivenderli allora dovrete sapere chi sarebbe in grado di consegnarvi.

Mettete per iscritto i risultati delle vostre ricerche in una relazione completa ed esaustiva che riporti tutte le informazioni importanti per la vostra azienda riguardanti il fornitore, le materie prime e il prodotto finale. Discutetene poi con il vostro tutor e scambiate le vostre opinioni sulle informazioni raccolte con i vostri compagni di gruppo.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Scrivete un rapporto completo sulla vostra ricerca e includete tutti i dati sul vostro prodotto, e che hanno una certa rilevanza per la vostra azienda. Discutete il vostro rapporto con il vostro tutor. Fornite un feedback gli uni agli altri per quanto riguarda le informazioni che avete raccolto. Inoltre spiegherete quale competenze del XXI° secolo avete utilizzato durante questa lezione. Fate un rapporto completo e caricate il risultato nel vostro Portfolio.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

8. Il Prodotto (II)

Piano di lezione: Prodotto II					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di Allievi	
Argomento	Prodotto II				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Il Prodotto II".				
Situazione di Partenza	Gli allievi sanno quale tipo di prodotto/servizio venderanno con la loro azienda. Hanno svolto una ricerca tra fornitori e concorrenti.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi elaboreranno la loro politica del prodotto guidati dalle domande nella lettera – lezione.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a comunicare. Sviluppano la loro alfabetizzazione informatica. Imparano a collaborare. Imparano a distinguersi dagli altri (creatività).				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione e istruzioni Cosa so già?	Attraverso una discussione all'interno del loro gruppo, gli allievi individuano quale tipo di accorgimenti occorrono riguardo ad una politica del prodotto e i compiti vengono divisi tra i membri.	Guida la discussione di gruppo degli allievi.	Discutono in gruppo i criteri della politica del prodotto e si accordano sul design e il confezionamento. Stabiliscono inoltre i compiti per ogni singolo membro.	Analizzare, specificare, selezionare, elaborare informazioni con una mente critica.
	Compiti Cosa voglio sapere?	Gli allievi hanno elaborato le condizioni specifiche per lavorare con il loro prodotto utilizzando differenti software per elaborare le informazioni.	Guida il processo di creazione e supporta l'utilizzo del software informatico.	Gli allievi elaborano le condizioni specifiche per lavorare con il loro prodotto utilizzando diversi programmi informatici. Confezionamento, servizi, nomi.	Specificare, applicare, processare dati rilevanti, collaborare con i compagni, capacità ICT.
	Valutazione Cosa avete imparato?	Gli allievi hanno specificato la politica del loro prodotto ed hanno collaborato positivamente per raggiungere il risultato.	Riceve i compiti e decide se si può proseguire o se ci si deve fermare. Verifica il processo di collaborazione.	Consegnano i compiti ed attendono il responso. Valutano il processo di gruppo.	Valutare, diagnosticare, adeguare, riflettere.

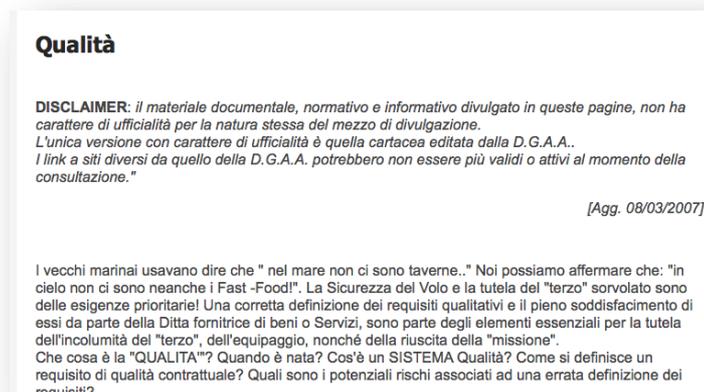
Lettera-Lezione 'Il Prodotto II'

Nella lezione precedente abbiamo analizzato alcuni aspetti della politica del prodotto. Da questo momento inizierà il vero lavoro sul vostro prodotto.

Obiettivo: disegnare il vostro prodotto.

A questo punto, voi e la vostra azienda sapete che tipo di prodotto o servizio immetterete nel mercato. Lavorando sulla lettera - lezione riguardante il prodotto (nr. I) avete esaminato le società, i concorrenti in relazione alla vostra politica d'impresa. Ora dovrete rispondere alle seguenti domande assieme al vostro gruppo, pertanto sostenete una valida discussione e annotatevi ciò che sarà concordato e organizzato. Assicuratevi che tutti contribuiscano al dibattito in modo che vi sia un chiaro accordo su come sviluppare il progetto e affinché siano ben delineate le ragioni per cui si attueranno determinate scelte.

1. Quali sono i requisiti qualitativi necessari per il prodotto che avete scelto? Per quanto riguarda la realtà italiana risulterà utile il seguente documento:



2. Descrivete la funzionalità (uso) del/i vostro/i prodotto/i?
3. Quali sono le caratteristiche richieste (necessarie) per il vostro prodotto?
4. Proporrrete il prodotto in differenti versioni?
5. Che tipo di immagine vorreste aggiungere al prodotto?
6. Come sarà il confezionamento?
7. Che colore, forma ecc.. darete al vostro prodotto?
8. Che nome gli darete?
9. Offrirete anche una sotto-linea di prodotti (derivati)?
10. Vorrete vendere il prodotto con una qualche forma di garanzia?
11. Come tratterete l'aspetto del servizio?
12. Cosa rende il vostro prodotto unico?

Come vedete, possono essere poste molte domande riguardo la politica del vostro prodotto.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

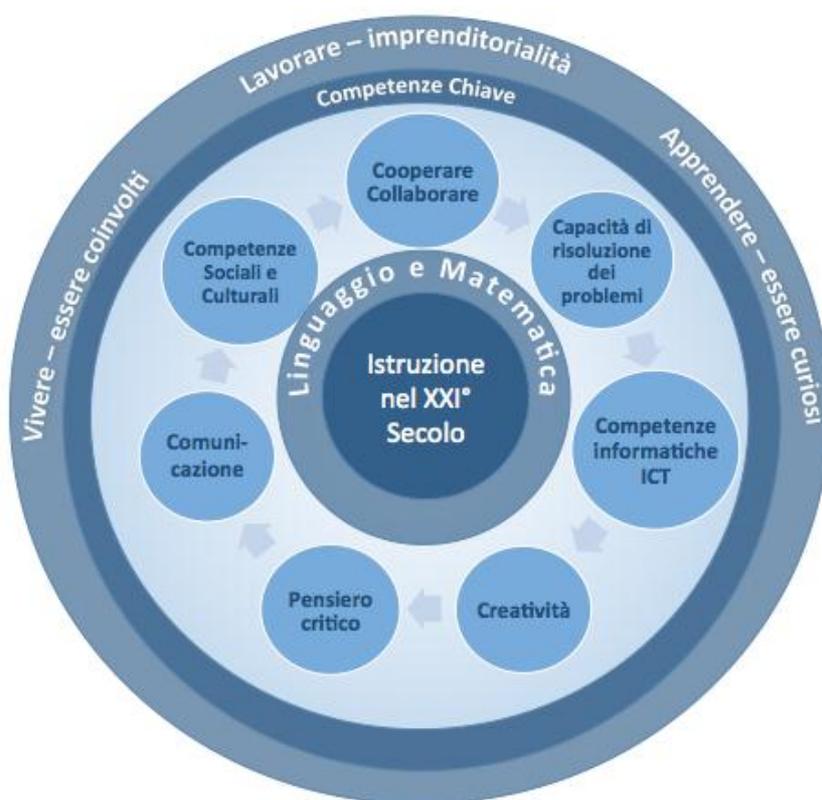
Ora renderete la vostra risposta reale usando un software: disegnate il vostro prodotto, la confezione, le variazioni e così via e aggiungete a ciò le ragioni per cui avete attuato quella scelta. Come azienda vorrete esporre in maniera cristallina la vostra storia.

Potrete utilizzare diversi programmi a seconda della vostra preferenza. Ad esempio Paint, Publisher, Spaceclaim, software per il disegno 3D, eccetera. Suggerimento: rispondete alle domande qui sopra per andare avanti con il vostro piano imprenditoriale!

Dovete essere creativi in questa lezione!

Mostrate il vostro lavoro creativo al vostro docente (o tutor). Dato che il lavoro è molto, dividete i compiti all'interno del vostro gruppo in modo chiaro per realizzarlo al meglio!

Mostrate le vostre elaborazioni e creazioni al vostro tutor aziendale. Non dimenticate di fare fotografie del processo creativo. Guardate le competenze qui di seguito: quale di queste avete utilizzato durante questa lezione? Caricate tutto il vostro lavoro nel vostro Portfolio.



	Annotare la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

9. Il Prodotto (III)

Piano di lezione: Prodotto III					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di Allievi	
Argomento	Prodotto III				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Il Prodotto III".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno pienamente completato il loro lavoro sulla politica del prodotto nei compiti assegnati precedentemente.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sanno cosa significhi imprenditorialità socialmente responsabile e sono in grado di porre in relazione questo concetto alla loro azienda.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a comunicare. Imparano a collaborare. Sviluppano la loro alfabetizzazione informatica. Sviluppano le loro capacità sociali e culturali.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione e istruzioni Cosa sapete di già?	Gli allievi discutono con il loro gruppo riguardo l'imprenditorialità socialmente responsabile cercando di comprendere il significato di questo concetto.	Guida la discussione di gruppo degli allievi.	Discutono del concetto di imprenditorialità socialmente responsabile.	Scoprire, trovare.
	Compiti Cosa volete sapere?	Gli allievi sanno cosa significhi imprenditorialità socialmente responsabile e sono in grado di porre in relazione questo concetto alla propria azienda.	Guida e sostiene gli allievi nel lavoro. Incoraggia l'utilizzo di Publisher, Paint, Prezi ecc.	Disegnano e scrivono un opuscolo sull'imprenditorialità socialmente responsabile; includono questo concetto nella loro politica del prodotto e presentano il tutto in Powerpoint/Prezi.	Specificare, applicare elaborare informazioni rilevanti, cooperare, Capacità informatiche.
	Valutazione Cosa avete imparato?	Gli allievi sono in grado di presentare la loro politica del prodotto al loro tutor/insegnante.	Dà uno sguardo alla presentazione e decide se si può proseguire o ci si deve fermare.	Presentano il loro lavoro ed attendono la decisione dell'insegnante.	Valutare, diagnosticare, adeguare, riflettere, presentare.

Lettera-Lezione 'Il Prodotto III'

Avete già lavorato su due lezioni che trattavano la politica del prodotto, questa invece sposterà la vostra attenzione su un concetto chiamato "imprenditorialità socialmente responsabile". Prendetevi del tempo con il vostro gruppo per discutere e scambiarvi le opinioni che vi vengono in mente nel trattare questo argomento.

Obiettivo: Gli allievi sanno cosa si intenda per imprenditorialità socialmente responsabile e sono in grado di applicarla alla loro azienda personale.

Avete studiato approfonditamente la politica del prodotto come aspetto fondamentale dell'insieme del marketing. Per quanto agiate bene, il vostro prodotto, ed in relazione ad esso la soddisfazione del cliente, sono decisivi nel determinare il vostro successo.

Avete ora anche deciso quale (tipo di) prodotto tratterete, ne avete sviluppato il design e ne avete realizzato degli schizzi della forma, del confezionamento, del nome del marchio ed oltre a ciò avete anche riassunto in una storia ben strutturata quello che è stato svolto per rendere la politica del vostro prodotto pressoché completa ...

Vorremmo che visionaste i seguenti video e sito:





L'imprenditorialità socialmente responsabile (o imprenditorialità sostenibile) è un tema molto caldo. Non dobbiamo dimenticare il futuro della nostra Madre Terra, è necessario tenere in considerazione l'ambiente. Pertanto, come potete voi e la vostra azienda contribuire a stabilire un ambiente sostenibile e combattere la povertà? Ci avete mai pensato? Sedetevi assieme al vostro gruppo ed esprimete a voce alta i vostri pareri riguardo a ciò che potreste fare in tema di "imprenditorialità sociale e sostenibile". Come porreste tale questione ai vostri clienti? Causerebbe delle spese extra? Come vi ponete voi stessi verso l'imprenditorialità sociale? Se volete farlo, ne dovrete sentire la necessità altrimenti i clienti non si faranno ingannare dalla vostra storia e crederanno che voi siate persone poco affidabili. Discutete tale questione con il vostro gruppo.

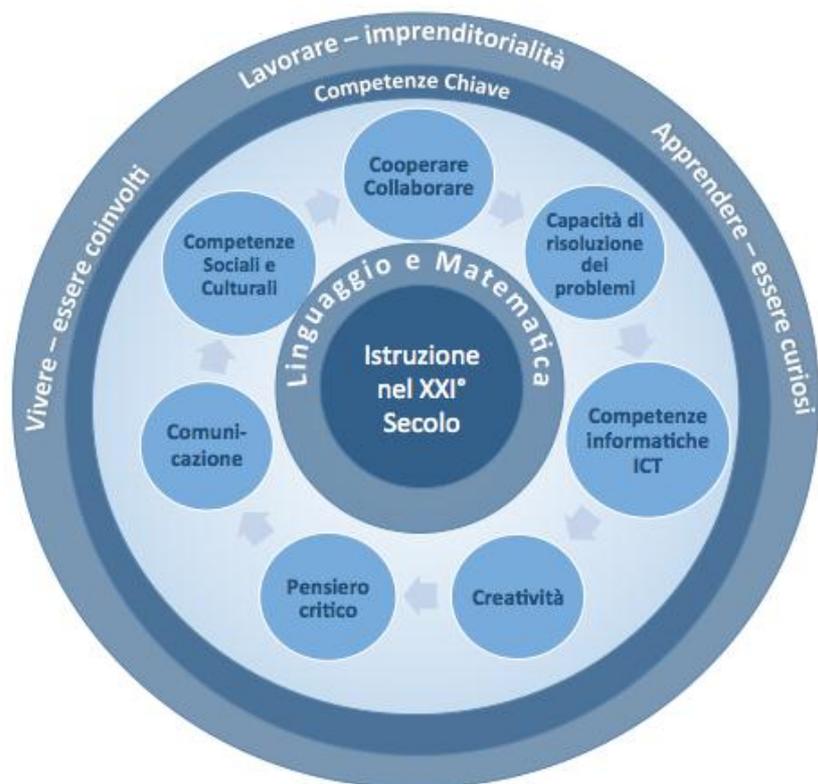
Di cosa ho bisogno per comunicare al mondo esterno? Devo sottolineare il mio prodotto / servizio o i benefici sociali che vengono con esso? Questa domanda appare molto spesso. Pensiamo che il valore del prodotto / servizio sia la cosa più importante. Questo deve solo essere buono, altrimenti la vostra azienda non ha diritto di esistere. Ma la vostra storia di imprenditoria sociale può essere utile, ad esempio, nell'acquisizione di finanze, nel fatto che i clienti tornino da te (anche se è un po' più costoso che altrove), nel motivare i vostri dipendenti e nella ricerca di partner.

Avete visionato il video. Presso un editore, farete ora pubblicare un opuscolo riguardante l'imprenditorialità sociale e sostenibile. Alla fine sceglierete uno degli opuscoli con il quale la vostra azienda si presenterà al mondo.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Presentate la vostra politica del prodotto come un unico concetto utilizzando Powerpoint o Prezi. In altre parole: unite assieme i risultati delle lezioni sulla politica del prodotto in un unico corpo coerente e trasformatelo in una presentazione generale della vostra azienda e del vostro prodotto. Presenterete il lavoro al vostro tutor/insegnante che farà delle riflessioni sulla politica del prodotto assieme al gruppo a cui appartenete.

Indicate anche quale delle *Competenze del XXI° Secolo* avete utilizzato durante questa lezione. Mettete la presentazione e il report nel vostro Portfolio. Come sapete, tutto il vostro lavoro e le cose caricate nel vostro Portfolio verranno riviste durante la valutazione.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

10. Politica Logistica (I)

Piano di lezione: Politica logistica I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica logistica I				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "politica logistica I".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno svolto una ricerca di mercato per determinare la collocazione logistica ideale della propria azienda "in fase di costituzione". Hanno una scarsa dimestichezza con l'affitto e l'acquisto di immobili a scopo commerciale.				
Obiettivi di apprendimento (risultati)	Gli allievi conoscono quali siano i vantaggi e gli svantaggi che l'affitto e l'acquisto di locali comportano e sanno utilizzare il software Visio per disegnare una pianta o un piano con i quali crearsi una scorta di magazzino. Sono in grado di valutare i costi di acquisto o di affitto dei propri locali e stimare le scorte di cui necessiteranno per avviare l'attività.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Sviluppano (ulteriormente) la loro alfabetizzazione informatica.				
Ora	Fase di lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specifica)
	Introduzione	Gli allievi sanno individuare quali siano i vantaggi e gli svantaggi che l'affitto e l'acquisto di locali per la loro azienda comportano.	Spiega brevemente i concetti di "acquistare" e "affittare" e stimola gli allievi a svolgere le proprie ricerche.	Ricerca informatica su internet.	Analizzare e strutturare le informazioni.
	Compiti	Gli allievi decideranno se acquistare o affittare i locali della propria azienda. Sono in grado di determinare quale posizione sia più adatta in base alla loro ricerca di mercato e di disegnare una piantina tramite il Software Visio.	Guida e supporta l'azione. Vedere sotto per istruzioni aggiuntive!	Lavorano sul compito relativo all'acquisto e all'affitto. Ricercano informazioni in internet e software di ricerca per case, uffici e negozi per trovare una sistemazione adatta nell'area circostante. Disegnano una piantina dei locali con il software Visio.	Analisi, applicazione, elaborazione dei dati con un approccio critico, selezione.

	Valutazione	Gli allievi hanno trovato un luogo adatto per la loro impresa ed hanno deciso se acquistare o affittare.	Valuta i compiti e decide se si può proseguire o ci si deve fermare.	Consegnano i compiti ed effettuano le opportune modifiche ove necessario.	Diagnosticare, adeguare, valutare.
--	--------------------	--	--	---	------------------------------------

Lettera-Lezione 'Politica logistica (posizione)'

Delle sei 'P', sono state completate le lezioni riguardanti la prima (politica del prodotto). Ora dovrete lavorare sulla politica logistica (il luogo in cui collocare la vostra azienda). Che cosa vi viene in mente quando sentite questo termine?

Obiettivo: gli allievi ricercheranno una posizione ed una sede adatta per la loro azienda.

Avete svolto una ricerca di mercato che ha fornito risposte a diverse importanti questioni tipo: dove posizionare la vostra attività per assicurarsi che i clienti trovino con facilità i vostri prodotti o servizi e li acquistino? Dovranno essere locali di primo livello al centro di una città o di un paese, locali di medio livello oppure anche un semplice spazio in una strada secondaria potrebbe risultare funzionale? Qual è la situazione riguardo ai parcheggi e alla loro distribuzione (dovreste essere vicini ad una strada di grande comunicazione o ad un'arteria importante)?

Uscite e iniziate a cercare la giusta posizione per il vostro negozio o la vostra società nella città che avete scelto e che potrebbe essere quella in cui vivete o comunque una nei dintorni.

Acquisterete o affitterete i locali? Decidete e spiegate i motivi della vostra scelta utilizzando la tabella qui sotto. Inserite il risultato nel vostro Portfolio.

	Affittare i locali per l'azienda	Acquistare i locali per l'azienda
Vantaggi		
Svantaggi		

Quali sono i criteri dei locali scelti? Che tipo di esigenze devono essere soddisfatte? Discutetene nel vostro gruppo e recatevi presso un'agenzia immobiliare per verificare che tipo di locali ci sono in vendita. Ce n'è uno disponibile adatto alle vostre richieste? Nella vostra ricerca di un locale commerciale potrete anche utilizzare internet per consultare vari siti web. Fate una fotografia del luogo che sceglierete.

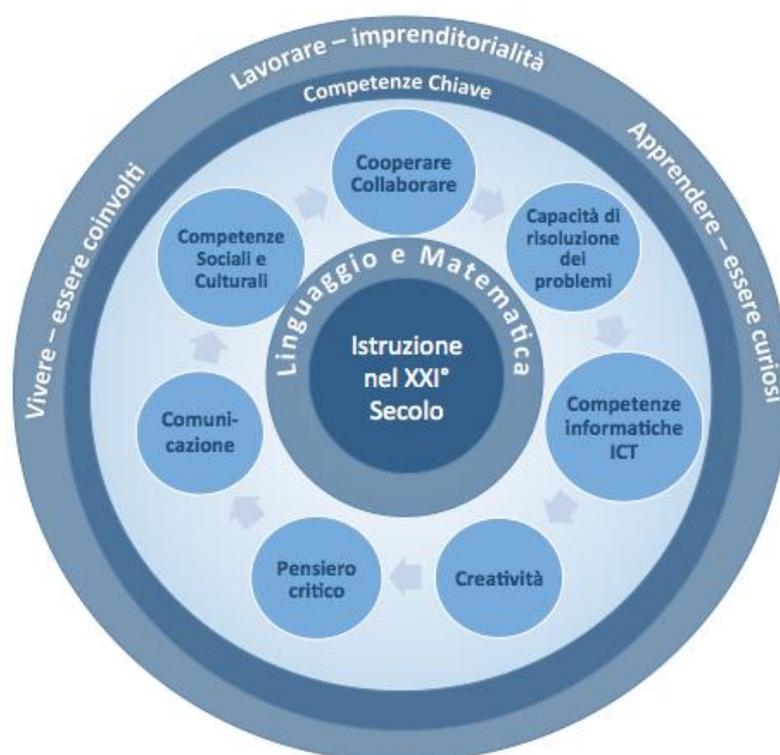
Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

- Descrivete quello che circonda il luogo dove si trova la vostra azienda
- Perché avete scelto questo luogo?
- Affitterete o comprerete il luogo? Spiegate la vostra decisione
- Calcolate i costi (stimati) del luogo.

Disegnate una piantina dei vostri locali utilizzando MS Visio (o simili). Indicate in essa come intenderete disporre l'ufficio, il negozio o gli ambienti di produzione. Spiegate perché avete scelto questi locali e i motivi per cui avete deciso di utilizzarli in un certo modo. Quanto vi costerà tutto questo? Mettete tutto il vostro lavoro nel vostro Portfolio (piantina, tabella, fotografie, motivi per affittare o comprare, calcoli, spiegazioni).

Fate controllare al vostro tutor i locali che avete scelto e come avete deciso di sfruttare lo spazio interno. Con il gruppo analizzerà l'elaborazione della politica logistica e valuterà i vostri progressi.

Quale delle *Competenze del XXI° Secolo* avete messo in pratica in questa lezione? Fornite una spiegazione e includete il report nel vostro Portfolio.





	Annotare la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

11. Politica Logistica (II)

Lettera di lezione: Politica logistica II					
Insegnante		Data	Ora	Corso	Numero di allievi
Argomento		Politica logisitca II (Regole e autorizzazioni)			
Materiale richiesto		Lettera - Lezione "Politica logistica II"			
Situazione di Partenza		In una fase precedente gli allievi hanno scelto una zona e dei locali dove prenderà sede la loro azienda.			
Obiettivi di apprendimento (prodotto)		Gli allievi conoscono quali normative vengono applicate nell'avviare una nuova azienda in un determinato luogo. Sanno di quali permessi necessitano per ottenere un riconoscimento formale della loro azienda e quanto questi costeranno loro.			
Obiettivi di apprendimento (processo)		Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a ragionare in termini di risoluzione dei problemi. Imparano a commentare tra loro in modo critico.			
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione	Gli allievi apprendono le differenze che corrono tra diversi locali per le loro aziende ma anche fattori importanti riguardanti le aree circostanti.	Invita gli allievi a mostrare ai propri compagni il locale o gli uffici che hanno scelto per la loro azienda e discutono i vantaggi e gli svantaggi che da questi derivano.	Gli allievi fanno una breve presentazione ai loro compagni della sede o degli uffici della loro nuova azienda e ne discutono vantaggi e svantaggi.	Analizzare, presentare, apprezzare.
	Compiti	Gli allievi prendono conoscenza della varietà di norme e di permessi correlate all'avvio e la localizzazione di una nuova azienda.	Guida, istruisce e sostiene.	Svolgono una ricerca sulle regole e autorizzazioni relative al tipo di attività che vogliono intraprendere. Queste conoscenze ed esperienze raggiunte vengono riportate in una relazione scritta. (Word).	Ricerca, strutturare e descrivere i risultati.
	Valutazione	Gli allievi consegnano i risultati scritti del loro lavoro.	Valuta i risultati dei compiti e decide se si può proseguire o ci si deve fermare.	Consegnano la loro relazione, la adattano e la migliorano dove necessario.	Valutare.

Lettera-Lezione 'Politica logistica II'

Sulla falsa riga della lezione precedente vi siete attivati per ricercare un'ubicazione adatta (locali) per la vostra azienda. Cosa avete scelto e perché? Avete tenuto conto dei vostri fornitori, della clientela e degli spazi per le scorte? Affitterete o acquisterete?

Obiettivo: gli allievi imparano a conoscere i diritti, i doveri, i permessi e le autorizzazioni richieste nel momento in cui si avvia una nuova attività imprenditoriale.

Non è escluso che dovrete apportare delle modifiche ai locali per adeguarli ai vostri progetti e per renderli ancora più invitanti per la clientela. Per gli interni ad esempio non è sempre possibile iniziare a ristrutturare, in certi casi è necessaria un'autorizzazione edilizia. Esistono diverse leggi e permessi da rispettare e da ottenere quando si dà inizio ad un'attività commerciale.

Visitate il sito pubblico della città o paese in cui sono ubicati i locali della vostra nuova azienda: molto probabilmente ci troverete tutte le più importanti informazioni riguardanti le regole locali/regionali, i doveri e le autorizzazioni riguardanti la creazione di una nuova impresa personale. Stesso discorso anche per le procedure da seguire per apportare modifiche ai vostri locali, normative in materia di protezione ambientale e di insonorizzazione ecc.

Trovate e consultate le seguenti categorie di siti web:

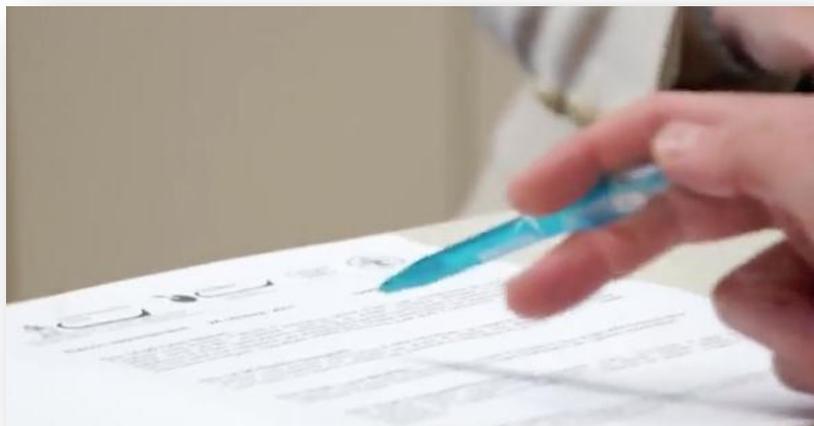
1. Siti per imprenditori, che forniscano informazioni sull'economia locale.
2. Siti specializzati a sostegno di chi avvia una nuova attività.
3. Siti di enti e di informazioni generali sulle normative fiscali, sulle tasse (da società contabili).

Cercate le normative riguardanti la tassazione delle imprese e le opportunità di sgravi fiscali.

Date un'occhiata anche ai seguenti siti:



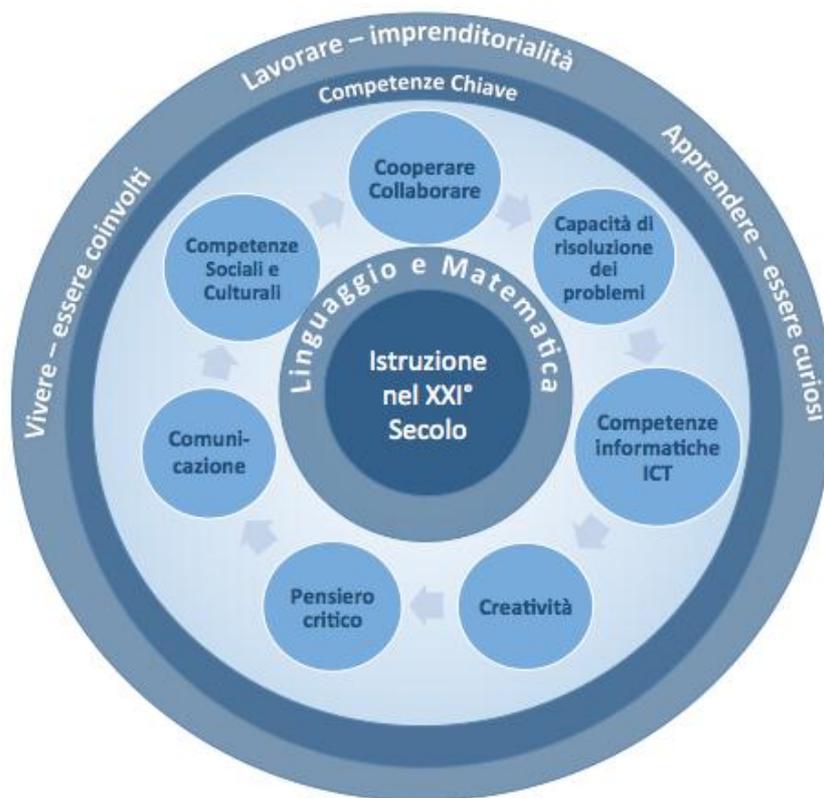
Il video qui di seguito intende essere un esempio, cercate lo stesso servizio anche nella vostra città!



Create in un foglio Word una chiara panoramica generale di tutte le normative e le autorizzazioni che potete trovare sull'avvio di una nuova attività. Quali di queste sono obbligatorie e quali no? Ci sono dei costi correlati a tali autorizzazioni/normative che dovete prendere in considerazione? Discutetene con il vostro tutor e/o insegnante.

Preparate un report completo su tutto questo e includetelo nel vostro Portfolio. Non siate frettolosi, siate completi: come farebbe un imprenditore, non vorrete avere sorprese spiacevoli! Discutete di cosa avete trovato con il vostro tutor aziendale: lei o lui sanno cosa dovete affrontare quando darete il via ad un'azienda.

Quale delle *Competenze del XXI° Secolo* avete messo in pratica durante questa lezione? Spiegatele nel vostro Portfolio.



	Annotare la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

12. Politica di promozione (I)

Piano di lezione: Politica di promozione I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica di promozione I				
Materiale richiesto	Lettera sulla lezione "Politica di promozione I".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno delineato la loro politica del prodotto e della logistica e si apprestano adesso ad affrontare quella promozionale.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Sanno quali attività promozionali esistano e possono selezionare quelle più adatte alla loro azienda.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a comunicare. Imparano a far uso della loro creatività.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione e istruzioni	Gli allievi discutono l'argomento della promozione aziendale in piccoli gruppi.	Guidare e facilitare le discussioni dei gruppi sulla promozione.	Ascoltano tra loro e aggiungono i loro punti di vista alla discussione.	Orientamento, specificazione e collegamento delle informazioni.
	Compiti	Gli allievi sanno cosa implica la politica promozionale e che tipo di politica promozionale sarebbe più adatta per la loro azienda.	Guida e supporta durante i compiti.	Gli allievi visionano l'attività promozionale dei loro concorrenti. Decidono quali attività potrebbero essere interessanti per la propria azienda e perché.	Specificare, applicare, elaborare dati rilevanti, collaborare con i compagni. Capacità informatiche.
	Valutazione	Gli allievi sono in grado di presentare la loro politica promozionale e sanno motivare le loro scelte di fronte ai loro tutor aziendali.	Analizza la politica aziendale e decide se poter proseguire o se fermarsi.	Gli allievi presentano i loro progetti promozionali ed attendono la decisione dell'insegnante.	Valutare, diagnosticare, adeguare, riflettere.

Lettera-Lezione “Politica di promozione I”

Avete già percorso una buona parte della distanza che vi divide dall’avvio del vostro piano imprenditoriale. Nel marketing mix avete già trattato due ‘P’: la politica del prodotto e la politica logistica (POSIZIONE). Il prossimo elemento sulla vostra strada è la “promozione”. Dunque, cosa significa secondo voi promozione? Discutetene con il vostro gruppo.

Obiettivo: sapere che (tipologie di) attività promozionali ed azioni possono essere utili per la vostra azienda.

Politica di promozione (definizione): la varietà o gamma di attività tra le quali si può scegliere un’azienda per promuovere la vendita dei propri prodotti. In altre parole: qualsiasi attività che vi possiate immaginare capace di stimolare il processo di vendita fa parte della politica di vendita. Pensate alla pubblicità, discorsi promozionali (sales pitch), approcciare potenziali clienti futuri.

Ogni giorno assistiamo a molte attività promozionali. Pensate solamente alla pubblicità in televisione, sui giornali, nei cartelloni, opuscoli, alla radio e così via. Potete immaginare che non tutti i tipi di promozione saranno adatti alla vostra attività. Se gestite un bar nel luogo, sarebbe pressoché inutile una costosa promozione nazionale in TV perché il vostro obiettivo sarebbe un gruppo su base locale. Molto più efficace sarebbe probabilmente stampare degli opuscoli da distribuire nella vostra città o paese oppure lanciare una campagna pubblicitaria sul giornale locale.

Con la promozione la vostra intenzione è raggiungere un obiettivo come quello di trasmettere delle informazioni ad un cliente, indurlo ad acquistare il vostro prodotto e volete che il messaggio persista. Per fare ciò potreste usare umorismo, colori vivaci o (contraddittoriamente) creare una pubblicità irritante.

Le precedenti lettere vi invitavano a considerare attentamente i vostri concorrenti. In quali attività promozionali hanno investito? Prendete in considerazione le attività promozionali di almeno tre dei vostri concorrenti. Dopo averla copiata in un file Word riempiate la tabella qui di seguito con i dati di almeno tre dei vostri concorrenti. Caricate il risultato nel vostro Portfolio.

Nome azienda	Tipo di attività promozionale	Messaggio

Sapendo come agiscono i vostri concorrenti, scegliereste lo stesso tipo di promozione o pubblicità? Discutetene con il vostro gruppo: qual è il messaggio che volete inviare al pubblico riguardo la vostra azienda?

Date un'occhiata a siti che trattano l'argomento della pubblicità, del marketing, della promozione e concentratevi sulle informazioni indirizzate a chi sta iniziando a fare pubblicità. I siti seguenti offrono informazioni utili:

Scopri il mondo dell'**auto-imprenditorialità**

fundouimpresa.ch è il portale ticinese dedicato a tutti coloro che vogliono mettersi in proprio e ai docenti che vogliono affrontare il tema dell'auto-imprenditorialità in classe.

fundouimpresa.ch è un'iniziativa congiunta del DECS - Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport e del DFE - Dipartimento delle Finanze e dell'Economia.

- Guide online**
Dedicate all'imprenditore fai da te le nostre guide online sono state studiate per rispondere a tutte le domande sull'auto-imprenditorialità.
- Consulenze e coaching**
Hai un progetto imprenditoriale? Chiedi una consulenza e ottieni informazioni su misura per la tua nuova impresa. Non costa nulla!
- Corsi di formazione**
I nostri corsi di base coprono una varietà di argomenti legati all'auto-imprenditorialità e sono adatti ai principianti e ai professionisti.
- PREMIAZIONE**
Dei vincitori del concorso **miniMPRESA** ticino. Lunedì, 12 settembre alle 11:00 Centro professionale tecnico Treviso - Canobbio

Marketing e Start-Up: dalle pubblicità virali su Internet all'uso dei poster

Molte persone pensano che una start-up non abbia bisogno di avvalersi del marketing se offre un prodotto o un servizio competitivo e di qualità. Tuttavia, non si tratta della verità: il marketing è un elemento importante per tutte le aziende, comprese quelle già avviate. A questo proposito, ecco gli strumenti più efficienti



La pubblicità ha fatto un percorso notevole nel corso degli anni e, ad oggi, esistono molti strumenti di marketing che ogni start-up non dovrebbe sottovalutare. Infatti, la possibilità di usufruire della promozione tramite internet e della pubblicità offline offre anche di prezzi contenuti. Una delle opportunità più innovative, vincenti e poco costose è quella di avvalersi di una campagna pubblicitaria targettizzata con Google Adwords e Facebook. Questi strumenti pubblicitari offerti dal web possono essere abbinati con quello più tradizionale, ovvero quello offline. Ad esempio, i poster promozionali possono essere molto importanti e produttivi e, attualmente, è possibile anche usufruire della stampa pubblicitaria grazie a siti come il noto Pressup.it che consentono di risparmiare e di ricevere il materiale pubblicitario stampato in brevissimo tempo.

Tra le altre, possono essere elencate le seguenti 15 tipologie di attività promozionali:

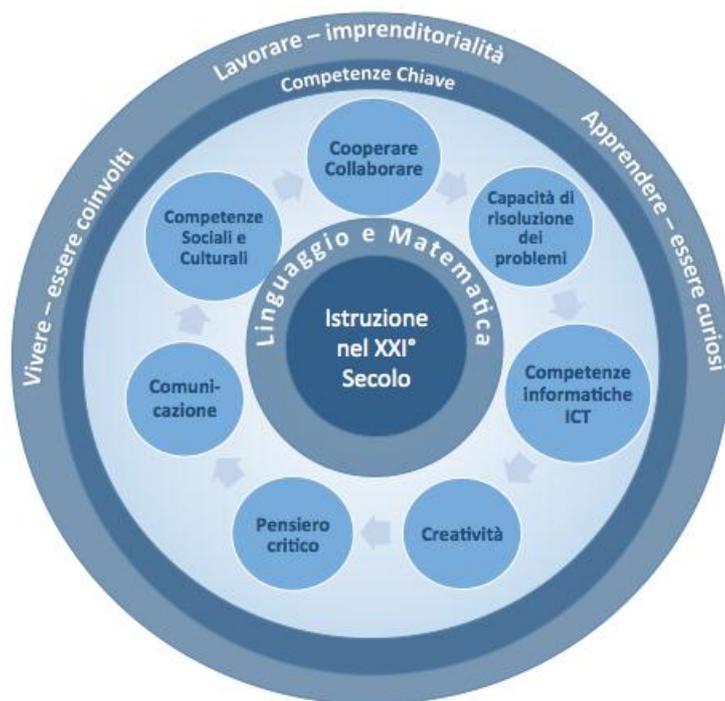
1. Pubblicità radiofoniche
2. Pubblicità in TV
3. Promozione in un giornale o in un periodico distribuito localmente porta a porta
4. Cartellonistica (Cartelloni pubblicitari a bordo strada)
5. Sponsorizzazione
6. Distribuire sempre gratuitamente campioni del vostro prodotto
7. Abbigliamento
8. Organizzare dei seminari
9. Fare delle presentazioni (domestiche come Tupperware)
10. Scrivere un weblog
11. Internet
12. Opuscoli
13. Biglietti da visita
14. Social media
15. Selezioni a premi

Naturalmente esistono diverse forme promozionali e dovrete scegliere quella che maggiormente si adatta a voi e alle vostre idee su come condurre l'azienda. Anche più di una forma promozionale potrebbe essere utile per la vostra azienda.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

- Progettate ed elaborate diverse forme promozionali per la vostra azienda. Ancora una volta siete invitati ad usare la creatività. Siate unici ed innovativi.
- Fate foto o un video su come lavorate sulla vostra politica di promozione. Pensate a quale messaggio volete far avere!
- Motivate il perché avete scelto questi metodi e forme di promozione (ad esempio radio, tv, volantini ecc.)
- Indicate quale delle *Competenze del XXI° Secolo* (vedete sotto) avete messo in pratica in questa lezione
- Mostrate al vostro tutor cosa avete raggiunto e discutetene. Mettete un report completo su questa lezione nel vostro Portfolio.

Mostrate i vostri risultati al tutor/insegnante.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

13. Politica di promozione (II)

Lettera sulla lezione: Politica di promozione II					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica promozionale II				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Politica promozionale II"				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno specificato e presentato la loro Politica promozionale nella lezione precedente.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi determinano secondo quali criteri un sito web sia valido e ne progettano uno per la loro azienda.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano ad usare e a mostrare la loro creatività. Imparano a collaborare. Imparano a comunicare. Sviluppano (ulteriormente) le loro competenze informatiche.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni Cosa sapete di già?	Gli allievi elencano i criteri sulla base dei quali considerano buono un sito web.	Guida ed agevola le discussioni di gruppo degli allievi.	Determinano in gruppo i criteri per un buon sito web.	Orientamento.
	Compiti Cosa volete apprendere?	Gli allievi conoscono i criteri per un buon sito web e sono in grado di progettare uno che si adatti alle caratteristiche della loro azienda.	Guida e supporta durante il compito e sostiene gli allievi nell'utilizzo del software per lo sviluppo del sito.	Gli allievi creano un sito web che si adatti alle esigenze della propria azienda.	Specificare, applicare, elaborare dati rilevanti, collaborazione con i compagni, sviluppo di competenze informatiche.
	Valutazione Che cosa avete imparato?	Gli allievi sono in grado di esporre argomentazioni a supporto della struttura e il design/esposizione scelti per il loro sito web.	Studia il sito web ed esprime il suo giudizio dando o meno il suo assenso a proseguire.	Gli allievi presentano il loro sito web ed espongono le motivazioni che li ha portati alla scelta di un certo tipo di disposizione e design del loro sito web. Attendono quindi il giudizio del loro tutor.	Valutare, diagnosticare, adeguare e riflettere.

Lettera-Lezione ‘Politica promozionale II’

Nella lettera sulla lezione precedente a questa avete lavorato su diverse attività promozionali. Oggi inizierete a preparare un sito web per la vostra azienda. Discutete con i vostri compagni di gruppo, senza visionare i contenuti di questa lettera di lezione, quali caratteristiche dovrebbe avere questo sito.

Obiettivo: creare un sito web utile (funzionale) per la vostra azienda.

Naturalmente sarete interessati a mantenere informati dei “potenziali” clienti sulle attività della vostra azienda. Oggigiorno è possibile mettersi in contatto con un elevato numero di clienti grazie agli strumenti di comunicazione digitali, come la posta elettronica, applicazioni per i cellulari, siti web ecc. Comincerete a disegnare il vostro sito web ma tenete bene in considerazione che esso dovrà soddisfare un certo numero di criteri. Su youtube esiste una mole enorme di informazioni accessibili gratuitamente su come procedere per realizzare un sito web. Discutete con il vostro gruppo su quale tipo di struttura vorreste dare al vostro sito e quindi date uno sguardo ai seguenti criteri:

I criteri per un buon sito web sono:

- Disponibilità di informazioni sul prodotto
- Facilità di accesso al sito
- Semplice manutenzione
- Invitante (attrae i visitatori)
- Deve essere sempre accessibile online
- Deve rispettare le normative sulla pubblicazione e sui diritti d’autore
- Gratuito

Visitate i seguenti siti web:



Potenziare le azioni di comunicazione e promozione delle iniziative dell'Università
Ricerare, attraverso la comunicazione, forme di collaborazione e sinergia con le altre Istituzioni
Attivare processi di interazione attraverso strumenti e metodi di partecipazione online



Rendendo pubblici i verbali delle sedute del Senato Accademico e del CdA
Potenziando le azioni di promozione delle attività culturali dell'Università anche tramite le ICT
Promuovendo la presenza dei docenti e dei ricercatori sui media
Pubblicizzando l'Università nelle scuole
Strutturando le principali tematiche e avviando comunità di riferimento (docenti, PTA, studenti ecc.) per la raccolta online delle istanze e la gestione del confronto
Riconsiderando il progetto 'Pavia città della Formazione'

webfermento®

MARKETING 2.0

I migliori blog di Web Marketing nel panorama italiano [Content Curation]

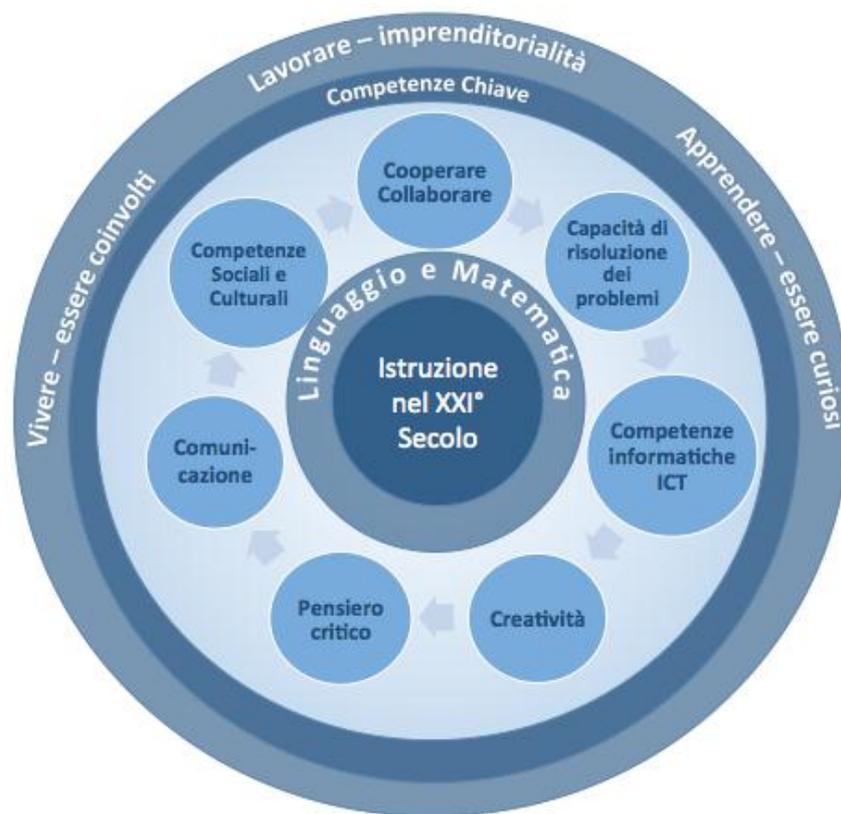
© 31 GENNAIO 2013 / 35

f 0 G+ 97 P 4 in 25 1 0

127 shares

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

- Includete nel vostro piano imprenditoriale un link al sito della vostra azienda.
- Mostrate il vostro sito al vostro tutor/insegnante e inseritelo anche nel Portfolio. Lui/Lei lo valuterà con il vostro gruppo così come la vostra descrizione delle *Competenze del XXI° Secolo* che avete messo in pratica in questa lezione.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

14. Evidenza Fisica

Cosa significa Evidenza Fisica? Traducete questo termine in parole vostre e discutete del significato nel vostro gruppo.

Obiettivo: sapere cosa significa Evidenza Fisica e creare una pagina di recensione per la vostra azienda.

Un imprenditore vuole fare profitti. Per fare questo ha bisogno di un buon prodotto o servizio, in caso contrario il cliente non comprerà. E nessuna vendita significa nessun profitto! Ma non è tutto. In qualità di imprenditore vorrete anche che il servizio sia adeguato. Servizio non significa solo quanto bene servite il cliente, ma anche l'atmosfera che la vostra azienda respira e la sua presentazione. Basti pensare al modo in cui la vostra azienda e negozio online appaiono.

Molti prodotti e servizi sono offerti anche dai concorrenti. Perché i clienti dovrebbero acquistare da voi invece che da altri? Con la raccolta di esperienze da parte dei clienti si può scoprire ciò che può essere migliorato in modo da poter accrescere la qualità dei vostri prodotti e servizi.

Ora mettiamoci al posto del cliente per un momento: quando si va in un'azienda (webshop) per la prima volta, non si sa praticamente nulla di essa. Ma prima di fare un ordine volete conoscere la qualità dei loro prodotti e del loro servizio clienti, soprattutto quando il vostro acquisto sarà sostanzioso. Si potrebbe chiedere alle persone che sono state lì prima, ma come si possono trovare?

Per questo tipo di problema, è stato sviluppato uno strumento: possiamo chiedere ai clienti di scrivere una recensione su un acquisto e il servizio che hanno ricevuto. Le revisioni dovranno essere messe sul sito web della società insieme ad altre informazioni sul prodotto, in modo che un consumatore possa essere in grado di leggere le esperienze degli altri clienti. In questo modo, gli imprenditori sono in grado di "dimostrare" che i loro prodotti e servizi sono buoni. Questa è quella che viene chiamata "Evidenza Fisica".

Domande riguardo la ricerca:

Dopo aver letto il testo qui sopra, è possibile nominare almeno due vantaggi per un imprenditore nell'utilizzare lo strumento di marketing chiamato "evidenza fisica". Questi vantaggi sono:

- 1.
- 2.

Quale vantaggio per il consumatore / cliente avete rilevato?

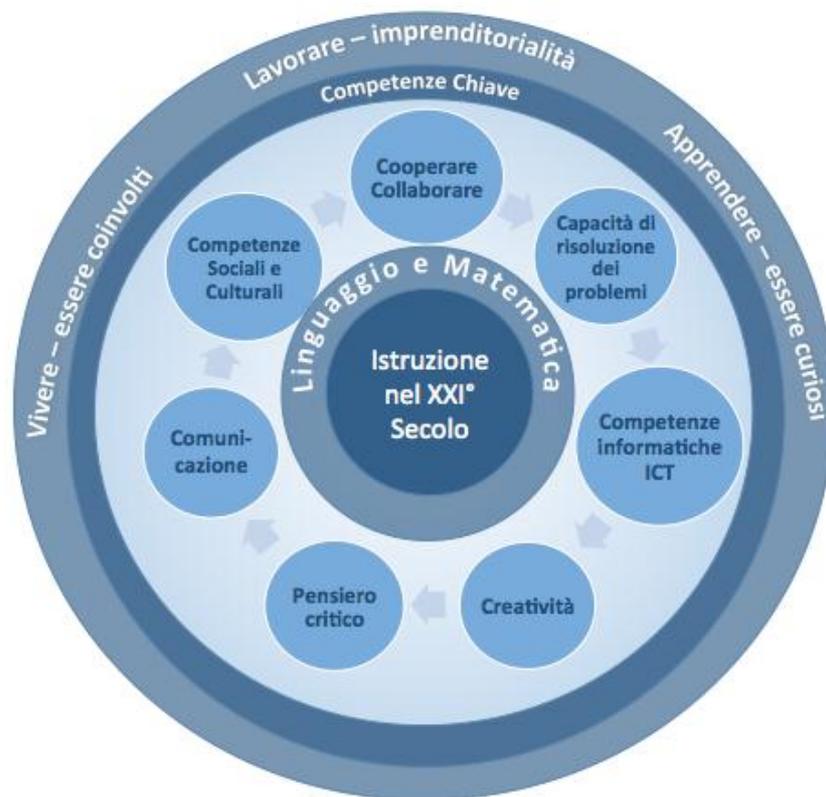
- 1.

Cercate tre società concorrenti (che vendono lo stesso prodotto che vendete voi) e vedete come hanno applicato il principio dell'"evidenza fisica". Date una descrizione dettagliata per ogni concorrente. Per esempio, si può cercare una forma di verifica, una classificazione tramite stelline, una classificazione tramite cifre (x su una scala da 1 a 10), i campi aperti per scrivere commenti. Forse i vostri concorrenti fanno valutare o recensire diversi elementi in modo separato (prezzo, qualità, servizio, cordialità del personale eccetera).

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Progettate un modulo per i clienti che desiderano lasciare un commento, rendendolo il più facile possibile da usare per il cliente (il più semplice possibile). Utilizzate almeno due metodi per permettere

ai clienti di lasciare un commento: per esempio, stelle e campo di testo aperto per un commento. Quindi create una pagina del vostro sito web per questo "strumento".
 Mettete tutti i risultati di questa lezione nel vostro Portfolio e indicate in modo preciso le *Competenze del XXI° Secolo* che avete messo in pratica durante questa lezione.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

14. Politica del personale (staff) I

Lettera di lezione: Politica del personale (staff) I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero degli allievi	
Argomento	Politica del personale (processo di selezione dei dipendenti).				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Politica del personale I".				
Situazione di Partenza	Gli allievi non hanno alcuna esperienza nel selezionare ed impiegare temporaneamente del personale di lavoro; non sanno cosa sia più importante da considerare nel processo di selezione. Potrebbero avere come unica esperienza quella di ricerca del lavoro che hanno svolto per loro stessi.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi: <ul style="list-style-type: none"> • Conoscono i criteri che definiscono un buon dipendente. • Sanno come scrivere un annuncio per un posto di lavoro. • Sanno scrivere una lettera di domanda. • Sanno come costruire un CV. • Sanno come condurre un colloquio di lavoro. • Quali sono le regole ed i criteri da applicare quando un'azienda assume personale. 				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a comunicare. Sviluppano le loro competenze linguistiche. Sviluppano le loro capacità culturali e sociali.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi sono in grado di determinare cosa definisce un buon dipendente.	Insegnamento e supporto.	Gli allievi discutono in gruppo le caratteristiche dei buoni dipendenti e stilano una lista di caratteristiche che considerano positive.	Discutere idee e strutturare le informazioni.
	Compiti	Gli allievi sanno come scrivere un annuncio di offerta di lavoro, una lettera di domanda ed un CV. Sono in grado di condurre colloqui di selezione di lavoro e sanno cosa è necessario per assumere qualcuno.	Istruire e supportare.	Gli allievi scrivono un annuncio di lavoro, una lettera di domanda ed un CV. A turni sostengono colloqui di selezione di lavoro. Raccolgono informazioni importanti sulle regole per l'impiego e le assicurazioni dalle risorse del web.	Applicare, strutturare, elaborare dati critici, selezionare e valutare.

	Valutazione	Gli allievi sanno che tipo di staff sia più adatto per un'attività commerciale e quali siano le norme che regolano l'impiego.	Valutazione. Decide se proseguire o fermarsi.	Consegnare, discutere il rapporto dell'insegnante e migliorare dove necessario.	Valutare.
--	--------------------	---	---	---	-----------

Lettera-Lezione 'Politica del personale (staff) I'

Quale significato attribuiamo al termine "politica del personale"? Cercate di elaborare individualmente cosa si intenda con queste parole.

Obiettivo: Scoprire come le aziende reclutino del personale qualificato.

Potreste trattare un buon prodotto, ma se il personale che impiegate in negozio è scortese ed impaziente allora è probabile che i vostri clienti non acquisteranno alcun prodotto. La politica del personale consiste in quella serie di attività che permetteranno ai vostri dipendenti di vendere più prodotti possibili. Tutto ciò potrebbe sembrare vago e pertanto rifletteteci adesso un attimo individualmente e stabilite quali debbano essere le caratteristiche dei membri di un gruppo lavorativo per essere considerati dei buoni elementi (validi). Elencate almeno 15 proprietà e discutatene con il vostro gruppo. Fate una breve relazione di tutto ciò e aggiungetela al vostro Portfolio.

Cercate siti web su internet che forniscano informazioni ed esempi di annunci per la ricerca del personale (ad esempio <http://www.monster.it>).

Scriverete ora tre annunci relativi a figure professionali differenti per la vostra azienda. Chiarite bene con il vostro gruppo che tipo di persone vorreste assumere.

Consultate i seguenti siti:





Date un'occhiata o, meglio ancora, visitate tre agenzie per il lavoro temporaneo e selezionate un annuncio da ognuna di esse. Una volta rientrati a scuola analizzerete quale dei tre potrebbe essere più adatto a voi (se foste in cerca id un impiego). Scrivete una domanda di lavoro per avere l'impiego pubblicizzato ed aggiungetevi il vostro Curriculum Vitae (CV). Mostrate la lettera ed il CV al vostro tutor/insegnante. Aggiungete la lettera ed il CV al vostro Portfolio.

Consultate i seguenti siti:

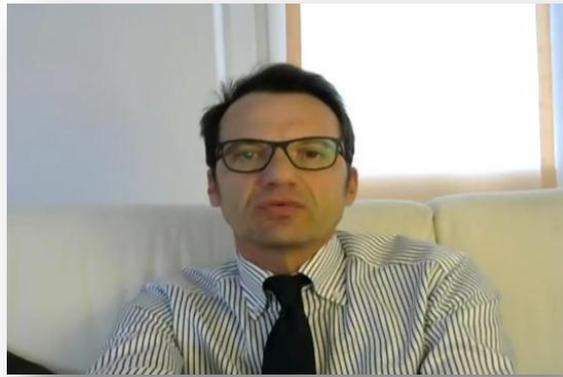


Page Personnel



L'istinto spinge ad inserire nella compilazione di un CV più notizie possibili, includendo anche esperienze lontane dal settore per il quale ci si sta candidando. Qual'è il suo consiglio in merito?

<p><small>Stare e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra (ad es. cultura e sport), ecc.</small></p> <p>CAPACITÀE COMPETENZE ORGANIZZATIVE <small>Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti, bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato (ad es. cultura e sport), a casa, ecc.</small></p> <p>CAPACITÀE COMPETENZE TECNICHE <small>Con computer, attrezzature specifiche, macchinari, ecc.</small></p> <p>CAPACITÀE COMPETENZE ARTISTICHE</p>	<p>grazie all'attività di commessa cassiera in relazione con la clientela e la rete di vendita nell'esperienza sopracitata.</p> <p>Ho maturato una buona competenza organizzativa svolgendo il ruolo di capo-scout presso il gruppo Scoutistico: Vivianatura di Bergamo. Ero responsabile di 30 ragazzi dai 13 ai 16 anni.</p> <p>Sono in grado di utilizzare i diversi applicativi del pacchetto Microsoft Office, in particolar modo Excel e Word che ho in maggior misura utilizzato per le diverse attività accademiche del mio corso di studi. Il corso di informatica frequentato presso il Centro Guglielmo Marconi mi ha permesso di approfondire la mia conoscenza di PowerPoint e Internet Explorer che utilizzo quotidianamente</p> <p>[Descrivere tali competenze e indicare dove sono state acquisite.]</p>
--	--



Come Fare Domanda per un Impiego

2 Metodi: ■ Varcare la Soglia ■ Ottenere l'Offerta di Lavoro

Il primo passo per ottenere il lavoro dei tuoi sogni è sapere come affrontare il processo di candidatura. Con qualche ricerca, una curriculum scritto a regola d'arte e una comunicazione proattiva, puoi immetterti sul cammino giusto ed essere chiamato per un colloquio.

Metodo 1 di 2: Varcare la Soglia



1 Decidi qual è il tipo di lavoro che vuoi fare. Per riuscire a snellire il processo di candidatura, esamina le tue esigenze e i tuoi desideri dal punto di vista

Condurrete ora un colloquio di lavoro con i membri del vostro gruppo sotto forma di ricostruzione recitata, utilizzando come materiale l'annuncio dell'agenzia, la vostra lettera di domanda e il vostro CV. Ogni membro interpreterà a turno colui che è in cerca di lavoro.



Politica dell'istruzione - Scuola secondaria di II grado

COLLOQUIO DI LAVORO: SIMULAZIONE

[f](#) [t](#) [in](#) [G+](#)

SIMULAZIONE DI UN COLLOQUIO DI LAVORO

lavoro

Luisa Adani, esperta selezionatrice del personale, parla delle caratteristiche peculiari di un colloquio di lavoro finalizzato all'assunzione e degli atteggiamenti tipici del selezionatore e del candidato. Dopo aver fornito alcuni preziosi suggerimenti sulla fase preparatoria del colloquio, supportata dall'intervento dell'_%_allora direttore di *Corriere Lavoro* Walter Passerini, la specialista offre un esempio concreto di colloquio attraverso una

Il vostro tutor/insegnante seguirà i colloqui e formulerà il suo giudizio. Scrivete un breve report su tale giudizio e mettetelo nel vostro Portfolio.

Avete visitato un'agenzia per il lavoro temporaneo ma potreste essere anche andati ad un ufficio di collocamento. Accedete al sito dell'ente nazionale (o regionale) per l'impiego dove troverete moltissime informazioni e molti altri aspetti che un datore di lavoro dovrebbe sempre tenere bene a mente. Analizzate più approfonditamente le pagine dedicate specificatamente ai datori di lavoro e riassumetele

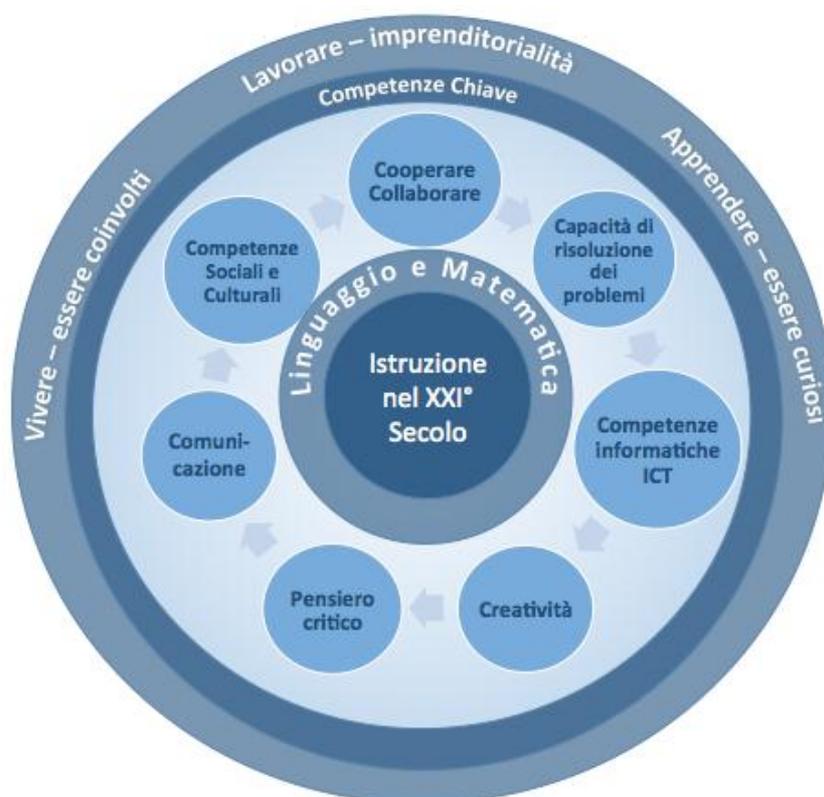
in una sorta di guida per vo stessi e la vostra azienda: quali sono le principali regole che dovete rispettare quando assumete del personale?

Mostrate la vostra guida al tutor/insegnante e spiegate per quale motivo avete scelto questo tipo di approccio. Inserite la guida nel vostro Portfolio.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

- Descrivete brevemente quale tipo di funzioni saranno disponibili nella vostra azienda.
- Perché avete scelto queste funzioni?
- Incaricate per ogni funzione un responsabile nel gruppo.

Quale competenza avete usato durante questa lezione? Utilizzate lo schema qui sotto ed inserite il report nel vostro Portfolio.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
Avanti			

15. Politica del personale II

Piano di lezione: Politica del personale II					
Insegnante		Data	Ora	Corso	Numero di allievi
Argomento		Politica del personale II (formazione continuativa per il personale).			
Materiale richiesto		Lettera – Lezione “politica del personale II”.			
Situazione di Partenza		Gli allievi, in merito alla politica del personale, hanno considerato e discusso nella lezione precedente quali siano i criteri che definiscono dei buoni membri del personale per la loro azienda. Hanno anche analizzato il processo di applicazione e selezione dello staff e messo in pratica la procedura.			
Obiettivi di apprendimento (prodotto)		Gli allievi sanno: <ul style="list-style-type: none"> • Cosa significa educazione post-scolastica, corsi di aggiornamento e riqualificazione professionale. • Definire il necessario livello di preparazione per i loro membri del personale. • Definire il legittimo livello di guadagno per il loro personale. 			
Obiettivi di apprendimento (processo)		Gli allievi imparano a ragionare con uno spirito critico. Imparano a ragionare in un’ottica di risoluzione del problema. Imparano a differenziarsi dagli altri (e presentare se stessi come tali).			
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell’insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi determinano quale lavoro sarebbe adatto per loro.	Sostenere e guidare.	Gli allievi consultano un sito web che fornisca una panoramica generale sulle caratteristiche dei profili professionali e scelgono il lavoro dei loro sogni.	Esplorare, scoprire, analizzare.
	Compiti	Gli allievi sanno dove cercare nuove opportunità di lavoro e cosa sia indispensabile tenere in considerazione nella ricerca di un lavoro (ad esempio le preferenze personali).	Sostenere e guidare.	Gli allievi visionano dei filmati campione ed estraggono dei collage da ognuno di essi, creati partendo dal punto di vista della loro azienda.	Specificare, strutturare ed applicare.

	Valutazione	Gli allievi consegnano i loro compiti e attendono la decisione se poter proseguire o doversi fermare.	Valutare e decidere se poter proseguire o doversi fermare.	Consegnare, discutere e migliorare dove necessario.	Valutare.
--	--------------------	---	--	---	-----------

Lettera-Lezione 'Politica del personale (staff) II'

Nella precedente lezione avete appreso nozioni sulla politica di impiego e del personale. Continueremo con questo argomento dando uno sguardo all'istruzione post-scolastica.

Obiettivo: sapere cosa è necessario per trovare un lavoro.

Qual è il significato di termini come educazione post-scolastica, corsi di aggiornamento e riqualificazione professionale? Che tipo di (ulteriore) istruzione è necessaria per il nostro personale? Che tipo di ricompensa o bonus dovremmo dare loro?

Decidete da soli quale tipo di impiego vi piacerebbe di più. Quindi visitate un sito (come specificato dal vostro insegnante) che mostri il tipo e il livello di informazione necessari per una certa occupazione o professione (come uno *studio medico accademico* per un *dottore*). Forse avrete già consultato questi siti durante lezioni precedentemente svolte a scuola.

Riguardate nella lezione precedente quando si parlava di posti di lavoro disponibili tramite le agenzie di lavoro temporaneo; cercate di collegare ogni posto di lavoro con la formazione professionale necessaria per quell'impiego e definite il livello minimo di formazione necessario per ognuno di essi.

Date un'occhiata ai seguenti filmati, che trattano tutti degli aspetti correlati all'inizio di un nuovo lavoro.

Come Comportarsi in un nuovo lavoro

Iniziare un nuovo lavoro può essere stressante, dato che vi sono nuove competenze da apprendere, nuovi capi da impressionare favorevolmente, e nuovi colleghi con cui rapportarsi. È importante sapere come comportarsi adeguatamente per fare una buona impressione e riuscire nella carriera.

Passaggi

1 Riposatevi. Nei primi giorni di lavoro dovrete imparare e ricordare molte cose; quindi è importante che siate ben riposati, per essere pronti ed attenti. Dormite almeno otto ore, in modo di poter reggere il ritmo senza che i vostri capi vi vedano sbadigliare a metà giornata, e lo interpretino come un segno di disinteresse. Ricordatevi che la prima impressione è molto importante.

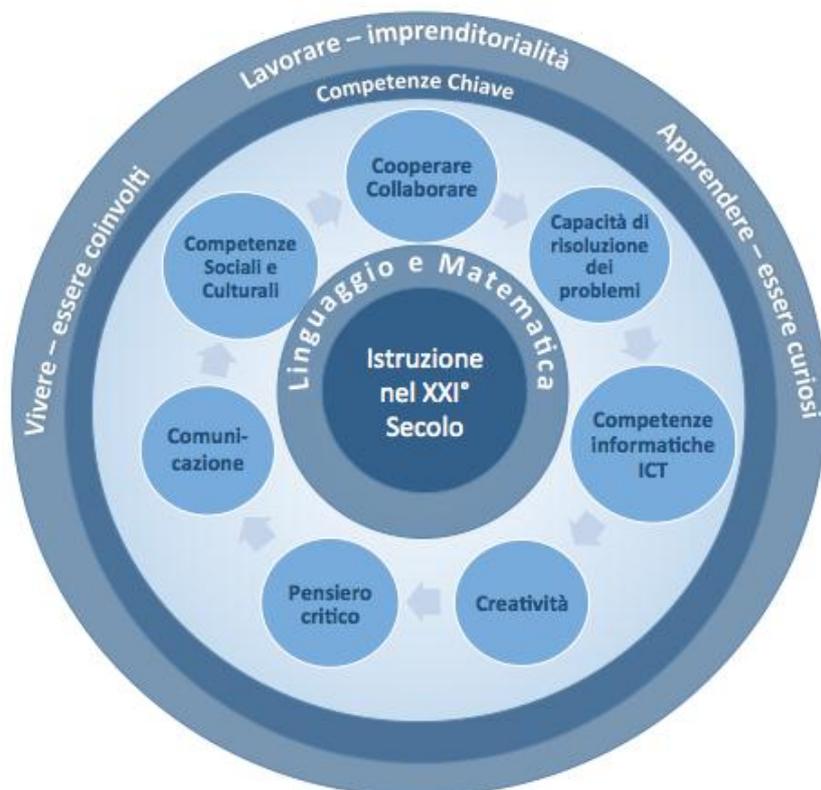
2 Presentatevi. Quando incontrate i colleghi in ufficio o alla pausa caffè, fate la loro conoscenza e scambiate qualche parola. Questo farà sì che vi includano nella loro équipe di lavoro. Mantenete un atteggiamento neutrale quando parlate con i vostri colleghi, e non riferite a terzi l'opinione che avete su di loro. Se vi invitano a partecipare a delle iniziative diverse, fate attenzione a non svalutarne nessuna.



Per ognuno di essi farete un collage per la vostra azienda (sei per azienda) sul tema “iniziare il vostro nuovo lavoro”. Cercate di essere innovativi e creativi! Fate una foto del vostro gruppo al lavoro per questa lezione.

Spiegate il significato di ogni collage al vostro tutor/insegnante. Inserite il vostro collage e la foto nel vostro Portfolio.

Avete guardato i vari filmati e siete stati occupati con il design e la produzione del vostro collage. Ma quali competenze del cerchio qui di seguito avete effettivamente applicato? Fate una relazione su cosa ne pensate ed inserite anche questa nel vostro Portfolio.





	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

16. Politica di presentazione (I)

Piano di lezione: Politica di presentazione I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica di presentazione I				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Politica di presentazione I"				
Situazione di Partenza	Gli allievi conoscono già concetti tipo "formula di negozio", "identità aziendale", ecc, ma non hanno alcuna competenza professionale riguardo la teoria che sta alla base di questi aspetti.				
Obiettivi di apprendimento (risultati)	Gli allievi conoscono la terminologia collegata alle presentazioni. Creano ed elaborano una politica di presentazione che si adegui alla loro impresa. Sono in grado di creare una presentazione utilizzando Powerpoint o Prezi.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi imparano a collaborare. Imparano a lavorare con un atteggiamento risolutivo dei problemi. Imparano a comunicare. Imparano a ragionare con una mentalità critica.				
Ora	Fase di lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione e istruzioni	Gli allievi conoscono la terminologia e la teoria correlata alle presentazioni e sono in grado di spiegarle.	Assegna i compiti agli allievi affinché si esplori ed analizzi la teoria sulle presentazioni.	Gli allievi visionano alcuni filmati per imparare le varie teorie sulla presentazione.	Esplorare, specificare, correlare.
	Compiti	Con i loro gruppi gli allievi determineranno le caratteristiche della loro politica di presentazione.	Coadiuvare e supportare gli allievi nel raggiungimento di una politica di presentazione coerente.	Gli allievi elaborano una politica di presentazione rispondendo alle domande del compito.	Specificare, applicare, elaborazione critica delle informazioni, cooperazione.
	Valutazione	Gli allievi discutono la loro politica di presentazione con il loro tutor/insegnante ed apportano modifiche dove necessario.	Discutono la politica di presentazione con gli allievi e danno consigli dove necessario. Valutano il processo di gruppo.	Forniscono osservazioni critiche sul prodotto finale e apportano modifiche ove necessario. Valutano il processo di gruppo: quali sono state le difficoltà incontrate?	Valutare, diagnosticare, adeguare e riflettere.

Lettera-Lezione ‘Politica di presentazione’

Siamo arrivati già ad un buon punto nel progetto “imprenditorialità”. La prossima “P” è Presentazione. Che cosa pensate faccia parte della vostra politica di presentazione? Discutetene con il vostro gruppo prima di procedere con la lettura di questa lettera - lezione.

Obiettivo: Cosa pensano le altre aziende della vostra impresa?

Come volete che i clienti guardino alla vostra azienda, quale immagine dovrebbero averne? E cosa potreste fare voi per questa immagine?

Con riferimento alla politica di presentazione risponderemo alle seguenti domande:

- Qual è il messaggio che volete trasmettere ai vostri clienti.
- Qual è il vostro specifico gruppo di riferimento.
- Qual è la formula di impresa.
- Qual è la vostra identità aziendale.
- Qual è il vostro logo.
- Qual è il vostro sito web.

Ad alcune di queste domande è stata data risposta nelle lezioni precedenti mentre per qualche altra dobbiamo ancora trovarne. Come prossimo compito analizzerete con attenzione i seguenti argomenti ed esporrete quindi i risultati in una presentazione (Powerpoint, Prezi): questo mostrerà come saprete migliorare la vostra politica di presentazione.

Qual è la formula del vostro negozio?

1. Qual è il vostro gruppo di riferimento (comportamento del consumatore, come rivolgersi ai clienti).
2. Qual è la vostra identità aziendale (logo, divise).
3. Qual è la vostra immagine (svolgete una ricerca).
4. Come volete presentare i vostri beni/ prodotti.
5. Qual è la gamma o assortimento dei vostri prodotti (politica del prodotto, categorie di qualità A, B o C o marchio personale).

Che tipo di presentazione sarà la vostra?

1. Come apparirà esteriormente (fuori) la vostra azienda?
2. Come apparirà interiormente (dentro) la vostra azienda?
3. Come comunicherete con i clienti (di quali informazioni avete bisogno).
4. Come esporrete la vostra merce.

Dividete questi compiti tra i membri del vostro gruppo: chi sarà il responsabile di quale compito? Come affronterete (organizzerete) il lavoro in questione? Discutetene con il vostro tutor/coordinatore. Cercate

di essere creativi nella vostra elaborazione ed organizzazione, utilizzate vari strumenti digitali. Fate foto di questo processo creativo e mettetele nel vostro Portfolio.

Date un'occhiata ai seguenti siti web che trattano degli stili di presentazione per avere chiarimenti sui quesiti che state affrontando:



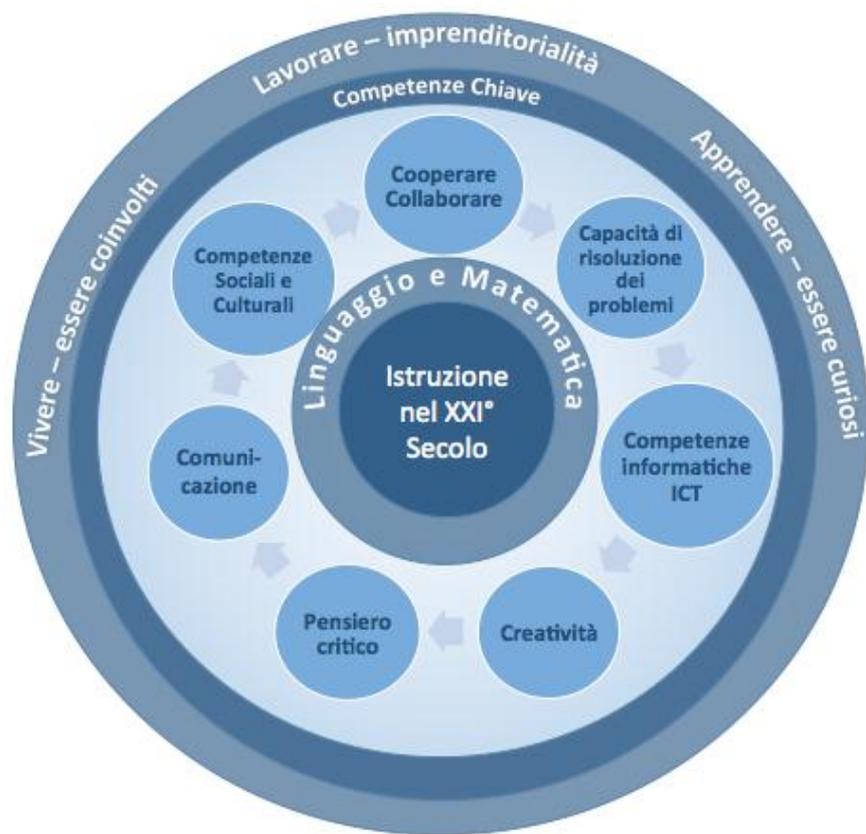
Create una presentazione per il vostro tutor nella quale tali quesiti siano trattati con chiarezza. Siate originali, sarete liberi di decidere autonomamente come esporre la vostra politica di presentazione aziendale.

Potete usare un software Powerpoint, Prezi, Pinterest o altro. La vostra presentazione dovrebbe durare almeno 15 minuti ed ogni membro del gruppo deve contribuirvi attivamente.

Dopo averla esposta discuterete la vostra politica con il tutor/l'insegnante. Mettete la vostra presentazione ed un report della discussione con il vostro tutor nel vostro Portfolio.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

- descrivete brevemente il vostro piano di presentazione
- spiegate quali competenze avete applicato del modello di Competenze qui sotto. Siate completi!



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

17. Politica del prezzo

Piano di lezione: Politica del prezzo I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica del prezzo I				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Politica del prezzo I".				
Situazione di Partenza	Gli allievi non conoscono il significato di "prezzo di costo", "prezzo di vendita", e la relazione tra questi elementi. Sanno però che le aziende devono affrontare delle spese e che c'è un prezzo per gli acquisti, il gas, la luce, l'acqua, i locali ecc.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono in grado di calcolare vari costi, prezzi di vendita dei beni e servizi, fatturato e costi generali per l'azienda. Comprendono la relazione tra prezzi di costo, prezzi di vendita e profitto.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo Sviluppano le loro competenze informatiche.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzione	Gli allievi sanno calcolare degli elementi chiave del fare impresa come il prezzo di costo, prezzo di vendita, fatturato, IVA, profitto lordo e profitto netto.	Fornisce delle sintetiche istruzioni sui calcoli e indica risorse di informazioni che possano supportare la loro comprensione di questi argomenti.	Gli allievi visionano alcuni filmati per imparare la teoria e studieranno la presentazione in powepoint.	Esplorare, specificare.
	Compiti	Gli allievi mettono in pratica le loro capacità di calcolo e imparano ad apprendere la materia.	Fa esercitare e dà supporto agli allievi nella corretta elaborazione del compito assegnato.	Gli allievi eseguono i calcoli richiesti nel loro compito.	Specificare, applicare, criticare, sviluppare le loro capacità ed abilità nella risoluzione dei problemi.
	Valutazione	Gli allievi sono in grado di elaborare calcoli di voci correlate all'economia e all'impresa.	Discussione dei risultati ottenuti nel compito. Fornisce informazioni aggiuntive quando necessario.	Correzione di calcoli svolti per il compito; chiedono maggiori chiarimenti quando necessario.	Valutare, diagnosticare, correggere e riflettere come si adatterebbe ad una strategia di apprendimento continuo.

Lettera – Lezione ‘Politica del prezzo I’

Obiettivo: gli allievi saranno in grado di determinare il costo ed il prezzo al dettaglio di un prodotto.

Affronterete ora la politica del prezzo, un aspetto molto complesso del marketing. Quale dev’essere il prezzo da applicare ad un prodotto o servizio? Sarà in linea con le aspettative della vostra clientela? È commisurato alla qualità del prodotto o servizio? A che prezzo potete acquistare e a quale prezzo rivenderete (margine)? Sarete anche produttori dei beni e, se così, quali quantità di materia prima vi occorrono e a che prezzo?

Pertanto la vostra politica del prezzo implica *il denaro*.

Qual è il livello di costo del prodotto o servizio? Quale sarà il prezzo finale una volta prese in considerazione tutte le voci di costo?

Esempio: tutte le spese e gli oneri sostenuti dalla vostra azienda debbono essere considerati nel momento in cui si calcolerà il prezzo finale di vendita. Costo dei locali € 20.000, costo del personale € 10.000, costi di acquisto € 80.000 e vari altri costi € 10.000. In totale, sulla base di queste cifre, potete vendere 5.000 unità di prodotto. Quant’è quindi il totale di spesa per la produzione o l’acquisto dei beni? Il costo totale ammonta a € 20.000 + € 10.000 + € 80.000 + € 10.000 = **€ 120.000**. Questa cifra deve essere divisa per il numero di unità di prodotto realizzate, ovvero 5.000, pertanto il costo di ogni singola unità è € 120.000 / 5.000 pezzi = € 24.

Ora, se venderete tutti i prodotti al prezzo di produzione non subirete alcuna perdita ma non realizzerete neanche alcun profitto!

Come prima cosa dovrete applicare un margine al prezzo di produzione o di acquisto che genererà il prezzo di vendita finale (IVA esclusa). Il costo per unità è € 24 + margine di profitto (ad esempio 25% che significa $0,25 \times € 24$) un importo di € 6. In questo caso il prezzo di vendita sarà di € 30 ovvero il prezzo al dettaglio in negozio. A questo va aggiunta l’IVA (22% in Italia) che fa salire il prezzo di vendita a € 36,30. Comprimerete facilmente che il prezzo al consumatore dipende da molti fattori differenti. Qual è il prezzo di costo per prodotto? Che costi dovete sostenere come azienda? A quanto ammonta il costo totale? Si possono in qualche modo ridurre? Che percentuale IVA viene applicata alla nostra azienda? Che cosa ricaricano i nostri concorrenti? Cosa volete ottenere con il vostro prezzo: volete proporvi come un marchio di qualità? Che entità di guadagno volete (o dovete) ottenere? Sarebbe un livello di prezzo realistico e raggiungibile? Nella Lettera - Lezione ‘Politica del prezzo II’ affronteremo questi aspetti.

È importante che voi siate in grado di eseguire calcoli finanziariamente accurati ed è dunque necessario che voi studiate approfonditamente i link seguenti per poter affrontare i prossimi compiti.

Per un ulteriore aiuto potreste dare un’occhiata ai seguenti documenti e collegamenti:

SCORPORO DELL'IVA

15000 euro iva inclusa
22%
10%
4%

$15000/1,22 = 12295,08$ base | €
15000/1,10
15000/1,04

LEZIONEONLINE.COM

UNIVERSITÀ ONLINE, INFO, CONSIGLI PER STUDENTI

HOME UNIVERSITÀ ONLINE UNIVERSITÀ TELEMATICHE

Come Calcolare l'IVA

TOPICS: Aliquota Iva Calcolo Iva Come Calcolare L'IVA

Imposta Sul Valore Aggiunto Iva

POSTED BY: MICHELE D'IPPOLITO 11/11/2013

Il termine "IVA" è sicuramente uno dei più conosciuti ed attuali, visto il recente aumento dell'Iva ordinaria dal 21 al 22% introdotto dal Governo. L'acronimo I.V.A. sta per "Imposta su Valore Aggiunto". Durante il processo di produzione, infatti, ogni prodotto acquista un "valore aggiunto": questo significa che il suo valore di vendita aumenta, in quanto il processo ha necessitato risorse per la lavorazione, l'utilizzo di mezzi e capitale ecc. che conferiscono appunto una qualità (valore) al prodotto.



Ecco come configurare l'IVA in Magento e come specificare le differenti aliquote a seconda dei beni in vendita e a seconda della regione geografica

Ecco come configurare l'IVA in Magento e come specificare le differenti aliquote a seconda dei beni in vendita e a seconda della regione geografica

Dopo aver configurato in **Magento** le regole di spedizione e pagamento, è giunto il momento di comprendere come **configurare l'IVA** e le eventuali altre tasse che devono essere applicate in fase di vendita di un prodotto.

Quando si intraprende una attività di vendita, sia essa online o diretta, si pone sempre il problema della gestione delle tasse. Come la maggior parte di voi saprà, la legge impone l'applicazione di un'**imposta sul valore aggiunto** per ogni prodotto in vendita, tassa meglio conosciuta con il nome di **IVA**. Si tratta di una imposta in vigore in ben 63 paesi al mondo, ognuna con un proprio nome ed un proprio valore di aliquota. In Italia, con l'ultima Legge di Stabilità (entrata in vigore a partire da Ottobre 2013), l'aliquota ordinaria è stata fissata al valore del **22%**.

Attualmente nel nostro Paese esistono tre differenti aliquote IVA: **aliquota al 4%** (*aliquota minima*) che viene applicata sui beni di prima necessità come alimentari, e su oggetti di uso comune come stampa quotidiana, stampa periodica, libri e così via; **aliquota al 10%** (*aliquota ridotta*) applicata ad alcuni prodotti di alimentari, al settore turistico e ad alcune operazioni di recupero edilizio; **aliquota al 22%** (*aliquota ordinaria*) applicata

Faremo ora da soli qualche calcolo:

Compito 1

L'azienda Giant vende scooter. Affitta un negozio, assume del personale e stampa opuscoli e altro materiale pubblicitario. I costi mensili saranno:

Affitto del negozio: € 10.000,
Salario del personale: € 20.000,
Pubblicità: € 2.000.

- Qual è il costo totale mensile?
- Vengono venduti 1.280 scooter al mese. A quanto ammonta il costo per ogni singola unità (€25)?
- La Giant acquista scooter dalla fabbrica a € 750 ciascuno. A quale prezzo dovrebbe vendere la Giant per evitare di andare in perdita (€775,-)?

Compito 2

Un produttore di vino ha due ettari di terreno con viti. Il vino che produce viene imbottigliato utilizzando un apposito macchinario. Con un normale raccolto riesce ad ottenere 5.000 bottiglie per ettaro.

I costi che deve sostenere sono i seguenti:

Coltivazione e vendemmia dell'uva, € 5.650 per ettaro. Vinificazione: € 1,16 per bottiglia.

Imbottigliamento € 0,75 a bottiglia.

- Quali sono i costi per singola bottiglia?
- Quali sono i costi per il produttore per fare vino con tutta l'uva dei suoi due ettari in un normale raccolto?

Compito 3

In una revisione dei costi di Playzone rileviamo le seguenti spese per questo mese: acquisto dei computer tipo 1 € 97.500, affitto dei locali € 20.000, salario del personale € 10.000, pubblicità € 2.000

- Quali sono i costi totali indiretti?
- Playzone ha venduto 128 computer tipo 1 questo mese. Quali sono i costi indiretti per ciascun computer tipo 1 venduto?
- Playzone ha acquistato 130 computer tipo 1 questo mese. Qual è il prezzo di acquisto per ogni computer tipo 1?

Compito 4

Sei un apprendista nel dipartimento finanziario di una stazione radio commerciale. Il tuo tutor ti chiede di verificare il calcolo dei costi dell'azienda nello scorso anno. Il fatturato totale della stazione radio è stato di 31 milioni di euro. Inoltre il tuo tutor ti fornisce un quadro generale dei costi come mostrato qui di seguito.

Costi	Descrizione	Ammontare
Licenza di trasmissione	Ammontare fisso per permesso di trasmettere	57 milioni di euro per 8 anni
Diritti di proprietà musicale	Diritto di trasmettere musica	9% di fatturato totale
Costi di lavoro	Personale regolare e temporaneo	5.885 euro all'anno
Interesse	Per il finanziamento della struttura e della strumentazione	2,2 milioni di euro all'anno
Altri costi operativi	Manutenzione della struttura e della strumentazione	0,5 milioni di euro all'anno

- a. Quale ammontare deve essere pagato per la licenza di trasmissione?
- b. Quanto ha dovuto pagare la stazione radio lo scorso anno per i diritti di proprietà musicale?
- c. Quale è stato lo scorso anno l'ammontare totale per i costi operativi della stazione radio?

Il vostro tutor vi chiederà anche di calcolare l'ammontare atteso per i diritti di proprietà musicale nell'anno corrente. Il fatturato totale atteso è di 34 milioni di euro.

- d. Quale ammontare di costi per i diritti musicali ci si aspetta per l'anno corrente?

Compito 5

Charles ha finalmente ottenuto il telefono cellulare che desiderava. Aveva scelto il marchio 'Kanio' e ora sta giocando un po' con il telefono per esplorarne tutte le potenzialità. È sorpreso dall'indicazione 'Made in China', che non si aspettava per questa marca. Comincia a cercare informazioni sul marchio. Charles viene a sapere da internet che nei mari ad est dell'Africa la pirateria sta diventando sempre più forte col passare del tempo. Le navi vengono sequestrate dai pirati e le barche con i loro equipaggi vengono rilasciate solo dopo che è stato pagato un notevole riscatto.

Fonte di informazione 1:

Elementi del prezzo di un telefono cellulare 'Kanio'

Materiali base	€	20,—
Costi del lavoro	€	20,—
Trasporto	€ +
Prezzo di produzione	€
Margine di profitto 40%	€	20,- +
Prezzo di vendita, escl IVA	€
IVA 21%	€	14,70 +
Prezzo di vendita, escl IVA	€	84,70

Uso della fonte di informazione 1

Charles ha comprato il suo telefono cellulare a € 84,70. Pensa di aver comprato il suo telefono in tempo, perché senza dubbio i prezzi cominceranno ad aumentare, come conseguenza del crescente problema della pirateria nei mari. Le aspettative sono che i costi di trasporto aumenteranno del 50%.

Calcolate il prezzo di vendita futuro (IVA inclusa) del telefono cellulare se i costi di trasporto aumentano del 50%.

Compito 6

Johnson vende armadi per uffici. Il costo per singolo armadio per lui è di € 167,16 e vuole ricavarci un profitto del 16%.

- a. Calcolate il prezzo di vendita che Johnson applicherà ad ogni singolo armadio. Johnson vende 6.000 armadietti che sono stati tutti pagati.
- b. Qual è la cifra totale che Johnson ha ricevuto dalla vendita dei prodotti?
- c. che profitto in Euro ne ha tratto Johnson vendendo i 6.000 armadietti?

Compito 7

Sue ha un impiego in un negozio di abbigliamento. Il suo capo le chiede di calcolare il prezzo di vendita di due paia di pantaloni. Le fornisce uno schema con alcune cifre. Sue non capisce nulla di questi termini difficili ma inizia comunque il suo compito.

Pantalone A:

Prezzo di acquisto al pezzo € 27

Profitto 30% del prezzo di acquisto

IVA 21% del prezzo di acquisto

Pantalone B:

Prezzo di acquisto al pezzo € 38

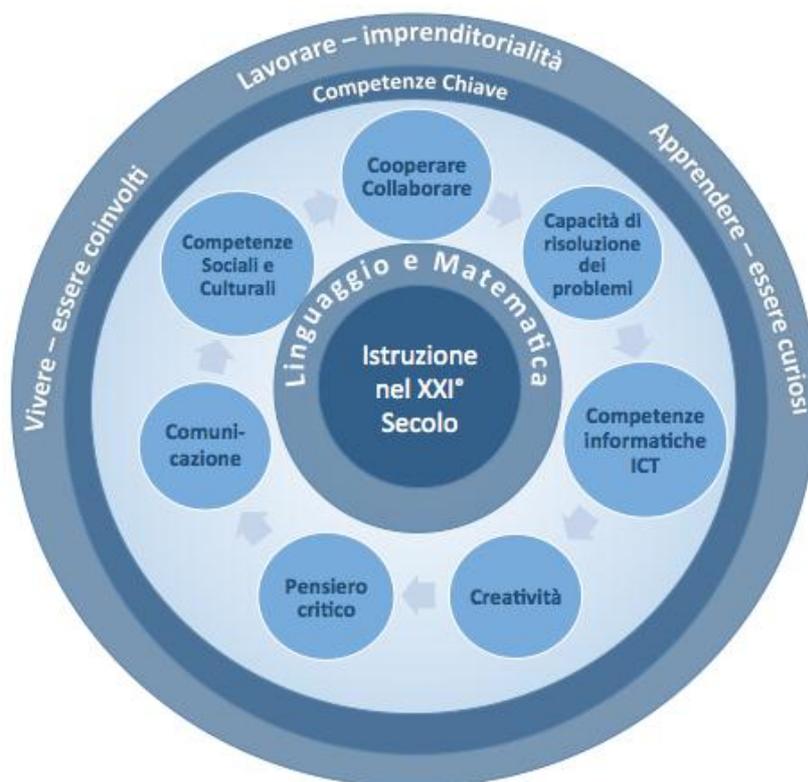
Profitto 25% del prezzo di acquisto

IVA 21% del prezzo di acquisto

Calcolare il prezzo di vendita delle due paia di pantaloni utilizzando la tabella qui sotto:

	Pantalone A	Pantalone B
Prezzo di acquisto per pezzo		
Profitto		
Prezzo di vendita		
IVA 21%		
Prezzo finale di vendita		

Dopo aver finito, mettete lo schema nel vostro Portfolio. Fate lo stesso per gli altri compiti. Inoltre descrivete nel vostro Portfolio quale delle Competenze del XXI° Secolo avete messo in pratica durante questa lezione.





	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

18. Politica del prezzo (II)

Piano di lezione: Politica del prezzo II					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Politica del prezzo II				
Materiale richiesto	Lettera – Lezione “Politica del prezzo II”.				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno già imparato come calcolare il prezzo di costo ed il prezzo di vendita. Hanno ormai sviluppato una competenza sulle varie categorie di spesa (costi) che un’azienda potrebbe dover affrontare.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono in grado di specificare e fissare un prezzo di costo ed un prezzo di vendita per i beni/servizi che andranno a commerciare.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Imparano a comunicare. Ampliano le loro competenze informatiche.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell’insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi sanno che tipo di prodotto venderanno, che tipologia di costi la loro azienda dovrà affrontare, come ricavare il fatturato previsto, cosa stanno facendo i loro concorrenti, il livello o la percentuale del loro profitto lordo ecc.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi discutono con i loro gruppi su alcuni quesiti conoscitivi riguardo le loro società d’impresa.	Esplorazione, analisi, strutturazione, specificazione.
	Compiti	Gli allievi sono in grado di creare un tabulato con un riepilogo dei guadagni e delle spese previsti.	Continua a chiedere se le stime si basano su presupposti realistici.	Gli allievi creano un tabulato con un riepilogo dei guadagni e delle spese previsti.	Specificazione, applicazione, sviluppo ed ampliamento delle proprie competenze informatiche.
	Valutazione	Gli allievi conoscono i costi previsti per le loro aziende e ne sanno calcolare l’importo.	Discute i compiti svolti e fornisce ulteriori spiegazioni quando e dove necessario.	Correggono i compiti di calcolo e richiedono maggiori delucidazioni.	Valutazione, diagnosi, adeguamento.

Lettera – Lezione ‘Politica del prezzo II’

Obiettivo: Gli studenti sapranno determinare il prezzo di costo (prezzo di acquisto o di produzione) e il prezzo di vendita dei prodotti/servizi della loro impresa commerciale.

Nel lavorare sulla lezione “politica del prezzo I” avete notato che per la vostra impresa commerciale occorre svolgere molti calcoli preventivi. Ora analizzerete delle cifre relative al vostro prodotto con il vostro gruppo. Cercate di rispondere alle seguenti domande in modo accurato e chiaro dal momento che dovrete stabilire dei buoni prezzi di costo e di vendita. Siate più precisi possibile ed utilizzate in modo efficace la conoscenza che il vostro tutor/insegnante può proporvi sull’argomento.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Rispondete a tutte le domande. Per esperienza sappiamo che gli studenti trovano questa parte del corso abbastanza difficile. Dovrete fare delle ricerche per questa lezione. Non potete dire semplicemente “venderò il mio prodotto a 10 perché il mio concorrente lo vende a 12”. Se il vostro prodotto ha un prezzo di costo di 11 perdereste 1 per ogni prodotto che vendete!

1. Che tipo di prodotto/servizio venderete? Specificatelo nel dettaglio!
2. Il bene in questione verrà prodotto da voi o verrà acquistato? Perché?
3. Se produrrete da soli il bene, che costi dovrebbe comportare? Scrivete chiaramente tutti i costi che avrete. Pensate a: materiali, costi di personale, alloggio, eccetera.
4. A quanto ammontano in totale i vostri costi di produzione? Come li avete calcolati: mostrate il calcolo complessivo. È molto importante!
5. Quanto di questi prodotti prevedete di vendere (dovrete fare una ricerca al riguardo)? Dove e come avete preso questi numeri? Avete fatto una ricerca di mercato: ci sono clienti per il vostro prodotto? Come lo sapete?
6. Se il bene (non prodotto da voi) verrà acquistato, dove lo acquisterete? Perché lì, da quel venditore? Quale è la qualità del prodotto? Quale è il prezzo di acquisto?
7. Quali altri costi avrete? Fornite dettagli delle altre voci di costo, considerando ad esempio le assicurazioni, il trasporto, i locali ecc. Fate le ricerche necessarie per scoprire questi elementi di costo.
8. Quale sarà la percentuale del vostro profitto lordo e perché? Sapete che il margine di profitto lordo è calcolato dal vostro prezzo di acquisto come punto di partenza?
9. Qual è il livello di ricarico applicato dai vostri concorrenti?
10. Perché ci sono differenze tra i prezzi di vari concorrenti? Sono differenze dovute a diversi livelli di qualità?

Se avete raccolto tutti i dati necessari per rispondere a queste domande, li scriverete in un report che sarà parte del vostro Piano Imprenditoriale e il risultato andrà nel vostro Portfolio.

Potete usare il seguente link per calcolare i vostri prezzi di vendita:

<http://www.cosifar.it/calcolatrice.php>

Specificate in una tabella, utilizzando ad esempio excel, le componenti per arrivare a calcolare il prezzo di costo di un prodotto che vogliate prendere a riferimento.

Esempio di determinazione dei costi di produzione:

Come determinare il prezzo di vendita dei prodotti

Scritto da **Alessandro Frison**

Find me on: [in](#) [t](#) [g+](#)

31-mar-2015 14:30:00

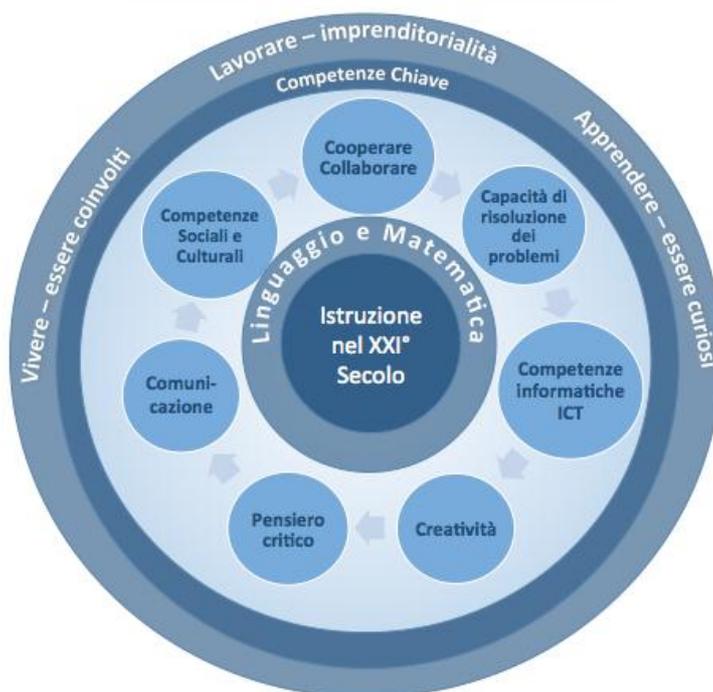
Tweet [G+](#) [0](#)

Abbiamo fatto un buon fatturato, ma i margini sono veramente bassi... che fare?

Questa è una delle tante domande che i responsabili aziendali fanno quando vedono i bilanci di fine anno e si rendono conto che alla fine il risultato non è stato poi così entusiasmante.

Determinare i prezzi di vendita è un aspetto molto importante per le aziende commerciali, soprattutto oggi dove i clienti possono facilmente verificare i prezzi in pochi minuti su Internet.

Osperiamo ancora una volta nel nostro Blog l'esperienza e i suggerimenti di **Giuseppe Cavazzana**, consulente di direzione che su

	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

19. Budget (I)

Piano di lezione: Budget I					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Budget I				
Materiale richiesto	Lettera – Lezione “Budget I”				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno un piano di marketing pronto per la loro impresa commerciale.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono in grado di realizzare un “bilancio di apertura” basandosi sui dati in loro possesso. Apprendono una serie di regole fondamentali sulla contabilità. Imparano la differenza tra, proprietà, beni, costi e debiti.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Imparano a comunicare. Ampliano le loro competenze informatiche.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell’insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi apprendono cosa significa il termine “piano finanziario”.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi discutono nei loro gruppi il significato del termine “piano finanziario”.	Esplorazione, analisi, strutturazione, specificazione.
	Compiti	Gli allievi sanno cosa si intende con i termini di proprietà e debito. Imparano le regole della contabilità che dovranno applicare per la loro attività.	Sostegno e guida dei gruppi durante il lavoro.	Gli allievi elencano le proprietà della loro azienda e progettano i sistemi per reclutare denaro e finanziarle. Infine essi realizzano un “bilancio di apertura”.	Specificare, applicare.
	Valutazione	Gli allievi sanno come realizzare un bilancio di apertura.	Discussione del bilancio di apertura. Suggerisce correzioni ove necessario.	Consegnano il compito “bilancio di apertura”.	Valutare, diagnosticare, adeguare.

Lettera – Lezione ‘Budget (I)’

Se tutto è stato svolto sin qui nella maniera corretta, il vostro piano di marketing dovrebbe essere pronto. Avete applicato le varie P alla situazione della vostra azienda. Oltre al piano marketing anche un piano finanziario (o budget) è parte del vostro piano strategico generale di impresa. Cercate di immaginare con il vostro gruppo cosa si intenda per piano finanziario (budget).

Obiettivo: gli allievi sono in grado di elaborare un bilancio di apertura sulla base dei loro dati (commerciali).

Alcuni studenti nel vostro gruppo hanno già lavorato in un settore amministrativo o finanziario e dunque possono utilizzare le conoscenze già acquisite su questo argomento.

Un’azienda è obbligata a rendicontare annualmente i risultati finanziari ottenuti e a renderli pubblici. Come lo fate e cosa dovrete mostrare?

Prima di iniziare, per favore consultate il seguente documento (a cura del Centrostudi Creaimpresa)



Molti imprenditori trovano questa fase molto insidiosa e complessa tanto da decidere di affidarsi a figure professionali preposte alla scrupolosa cura delle questioni amministrative e fiscali.

Lavorate con la vostra calma su questa lezione e discutetene con il tutor/docente.

Bilancio

Voci di debito	Voci di credito
Beni	Patrimonio netto + Debiti
Totale beni	Capitale totale

Il bilancio dovrebbe sempre essere in parità. L’entità o livello del patrimonio netto si calcola sottraendo il totale dei debiti dal totale dei beni.

Esempi di beni sono:

La liquidità, le scorte in magazzino, le infrastrutture, l'IVA accumulabile (da recuperare dall'agenzia delle entrate), i debitori (pagamenti ancora da riscuotere), l'inventario, le auto aziendali.

Fate una lista di tutti i beni della vostra azienda e fatela controllare dal vostro tutor/docente. Dovrete avere un'approvazione da parte del vostro tutor per la lista.

Esempi di debiti sono:

Mutuo, altri prestiti, creditori (pagamenti dovuti), IVA da saldare (dovete del denaro al fisco).

Per calcolare l'ammontare del vostro patrimonio netto, potete utilizzare dei sottoconti con dei calcoli per ogni voce come segue:

- Ricavi delle vendite: numero di articoli venduti moltiplicato per il prezzo di vendita.
- Prezzo di costo delle vendite: il valore di acquisto di quanto avete venduto.
- La differenza tra le entrate provenienti dalle vendite (1) e il prezzo di acquisto di ciò che si è venduto (2) rappresenta il profitto lordo della vostra azienda.
- Oltre al sottoconto per gli introiti vendite e prezzo di costo (acquisto), potete avere altri sottoconti tipo costi di svalutazione, costi del personale, costi abitativi o di alloggio e altri costi. Questi sono anche sottoconti per il "capitale proprio". Perché fanno diminuire il risultato netto.

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Fate una lista del capitale totale della vostra azienda: quali sono i debiti e qual è il vostro capitale netto? Tenete in considerazione che tipo di entità giuridica avete scelto per la vostra azienda. Sottoponete la lista al vostro tutor/insegnante e discutetene assieme a lui/lei.

Potete utilizzare i seguenti siti web:

Come fare un budget aziendale

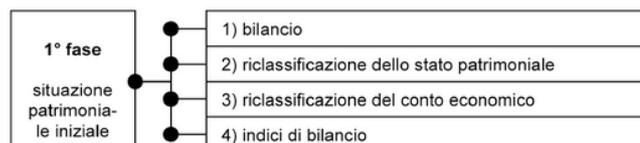


Come realizzare un bilancio iniziale

5. Prima fase: analisi della situazione patrimoniale iniziale

Il bilancio, nell'informazione aziendale, acquisisce una notevole importanza ed esige una **riclassificazione economico-finanziaria** per adempiere al meglio a tale funzione. Le informazioni che scaturiscono dal bilancio sono svariate, ma quelle che essenzialmente servono ai fini di un'analisi sono **finanziarie** ed **economiche**. A tale scopo nella prima fase del processo di budgeting si identificano altri quattro stadi rappresentati nella figura 17.

Fig. 17 - Stadi della prima fase del budgeting



6. Il punto di partenza

Il bilancio, composto dallo **Stato patrimoniale** e dal **Conto economico** (e dalla nota integrativa per le società di capitali), è il documento contabile

Sito che fornisce informazioni di base su come realizzare un bilancio di fine anno

Come fare un bilancio di fine anno

di **Maria Liccardo** tramite: O2O difficoltà: **media**

◀ INDIETRO INTRODUZIONE AVANTI ▶

Il bilancio fornisce un riepilogo delle operazioni finanziarie eseguite in un anno. I due bilanci più comuni sono: il **conto economico** e lo stato patrimoniale. Il conto economico fornisce un riepilogo dettagliato di tutti i flussi di **reddito del business** e di tutte le **spese del business** stesso. I **conti economici** sono generalmente preparati alla fine di ogni mese, per riassumere un **mese di attività** e a fine anno per riassumere l'intero anno. Il bilancio fornisce un elenco dettagliato delle attività e delle **passività del business** in un punto specifico nel tempo. Ecco come fare un **bilancio di fine anno**.

◀ INDIETRO AVANTI ▶

analisi dibilancio.eu

Sitemap del sito	Corsi online	Bilancio aziendale	Stato patrimoniale	Conto economico	Nota integrativa	Relazione gestione	Analisi per indici	Analisi per margini
Analisi per flussi	Software per analisi	Software per bilancio						

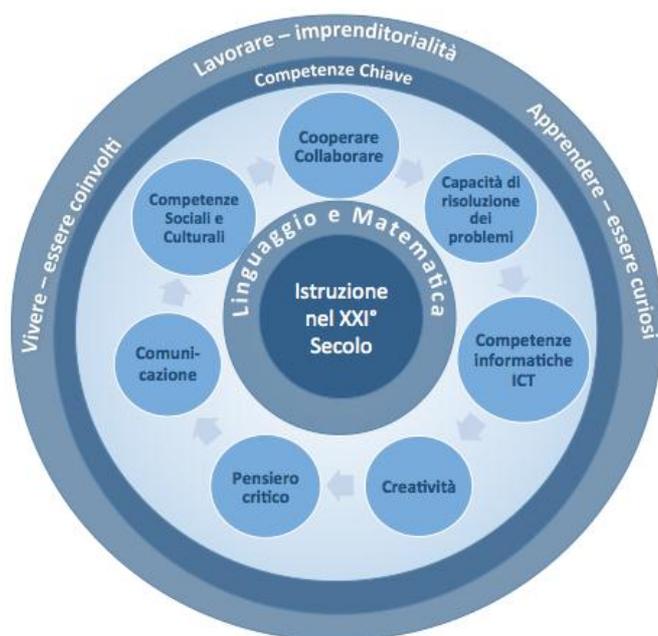
Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Utilizzate i dati finanziari che avete raccolto e calcolato riguardo ai beni e patrimonio netto per creare un bilancio iniziale. Discutetene con il vostro tutor/insegnante. Naturalmente questo è un compito molto importante e serio!

Regole di contabilità:

6. Quando i beni aumentano, registrarli tra le voci passive.
7. Quando i beni diminuiscono, registrarli tra le voci attive.
8. Quando i debiti crescono, registrarli tra le voci attive.
9. Quando i debiti diminuiscono, registrarli tra le voci passive.
10. Se il patrimonio netto (o il sottoconto) aumenta registrarlo tra le voci attive.
11. Se il patrimonio netto (o il sottoconto) diminuisce registrarlo tra le voci passive.

Caricate il vostro saldo di apertura nel vostro Portfolio e includetelo nel vostro Piano Imprenditoriale. Indicate dallo schema qui sotto le competenze che avete praticato nel corso di questa lezione (e spiegate in che modo).



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

20. Budget (II)

Piano di lezione: Budget II					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Budget II				
Materiale richiesto	Lettera – Lezione “Budget II”.				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno pronto un piano di marketing per la loro impresa ed hanno anche creato un “bilancio di apertura”.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sanno elencare le entrate previste per la loro azienda Sono in grado di elencare le spese previste per la loro azienda. Hanno una buona conoscenza delle categorie di costo che la loro azienda dovrà sostenere.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Imparano a comunicare. Imparano a collaborare. Imparano a ragionare con un approccio critico.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell’insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi imparano il significato del termine budget di esercizio ed apprendono quali siano i costi che dovranno prendere in considerazione per la loro azienda.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi discutono con il loro gruppo il significato del termine budget di esercizio: cosa pensano che significhi? Visionano alcuni filmati riguardanti questo argomento.	Esplorare, analizzare, strutturare, specificare.
	Compiti	Gli allievi sanno come iniziare ed elaborare un budget di esercizio. Sanno dove e come reperire cifre realistiche al loro settore di attività.	Sostenere e guidare i gruppi al lavoro.	Gli allievi riepilogano le entrate e le spese previste per la loro azienda.	Specificare, applicare.
	Valutazione	Gli allievi sono in grado di elaborare il budget operativo (per l’esercizio della loro azienda)	Discussione su come il budget è stato creato.	Consegnano il budget.	Valutare, diagnosticare, adeguare.

Lettera – Lezione ‘Budget II: budget di esercizio’

State lavorando sul vostro piano finanziario ed il vostro bilancio di apertura è pronto. Parte del piano finanziario è costituita anche dal piano del budget di esercizio. Che cosa si intende con questo termine? Discutetene con il vostro gruppo.

Obiettivo: gli allievi sono in grado di creare un budget per lo sfruttamento della loro azienda.

Un budget di esercizio è molto importante. Indicherete gli introiti e le spese per un certo periodo e probabilmente e fiduciosamente vi aspetterete di realizzare un profitto. L’esperienza pratica dimostra che molti imprenditori alle prime armi trovano difficoltà ad ottenere risultati positivi. Il loro orientamento sul mercato non è ancora sufficientemente adeguato, pagano troppi interessi per l’acquisto dei loro prodotti e sostengono costi elevati, specialmente nella fase iniziale.

Il fatturato di un’azienda è costituito dall’importo totale delle vendite, ovvero il numero dei beni venduti moltiplicato per il prezzo di vendita. Profitto lordo = Fatturato meno il valore di acquisto dei prodotti venduti.

Profitto netto = profitto lordo – costi dell’azienda

Esempio: Prezzo di acquisto € 50; profitto ammonta al 20% del prezzo di acquisto, numero di vendite = 25.000 pezzi ed i costi dell’azienda o costi di esercizio = € 224.000;

calcolo:

Il prezzo di vendita corrisponde al prezzo di acquisto più il profitto = € 50; + € 10; (20% of €50) = **€ 60**;

Fatturato = 25.000 pezzi x € 60; = **€ 1.500.000**;

Acquisto = 25.000 pezzi x € 50; = **€ 1.250.000**;

Profitto lordo = 25.000 pezzi x € 10; = **€ 250.000**;

Profitto netto = profitto lordo – costi di esercizio = € 250.000; - € 224.000; = **€ 26.000**;

Noterete che nell’esempio i costi di esercizio dell’azienda sono piuttosto alti: € 224.000.

C’è un’ampia gamma di costi di esercizio che un’azienda può dover sostenere. Pensate ad esempio: costi di svalutazione, costi del personale, costi dei locali (affitto, mutuo), costi di trasporto, costi energetici, assicurativi, pulizie, pubblicità, etc. etc.

Consultate i seguenti siti web:



Il business plan e il budget di esercizio: leggendo il titolo di questo articolo qualcuno potrebbe chiedersi: “cosa hanno a che fare il business plan e il budget di esercizio?”. Questa è una domanda pertinente e per niente scontata. Infatti, in molti casi sembra proprio che i due concetti non abbiano niente a che fare l'uno con l'altro, tanta è la confusione che regna in questa materia! Abbiamo detto in tante occasioni che la parte tecnica

Come redigere il budget aziendale

di **Marco Castorina** tramite: **O2O**

difficoltà: **difficile**

◀ **INDIETRO**

INTRODUZIONE

AVANTI ▶

Il **budget aziendale** rappresenta uno strumento a disposizione delle aziende per stabilire, a livello annuale, i risultati da conseguire ed i **costi** da sostenere per realizzare una determinata **attività prefissata**. Questo termine è di **origine francese** ma viene utilizzato e pronunciato secondo la **forma inglese**. Significa letteralmente bilancio anche se spesso si usa come **corrispondente di stanziamento**. Vediamo quali sono le fasi da seguire per redigere il budget aziendale.

Ora inizierete a realizzare un budget di esercizio per la vostra azienda. Utilizzate un foglio di lavoro (come excel) per organizzare i dati. Naturalmente avrete bisogno di dati finanziari veritieri e pertanto vi dovrete assicurare che i costi che elaborerete sono esattamente quelli che la vostra azienda dovrà sostenere. Dove li individuerete?

1. Prima di tutto discuterete con il vostro insegnante la parte delle cifre che riguarda gli introiti: Quali saranno le vostre entrate? Mostrate al vostro tutor/insegnante gli importi che avete calcolato.
2. In seguito vi concentrerete sulla parte riguardante i costi: quali saranno le vostre spese (compreso il valore di acquisto dei vostri beni). Avete ricercato i vostri costi e fatto calcoli già nelle precedenti lezioni, quindi fate uso di cosa avete appreso su questo. Discutete dei risultati con il vostro gruppo ed il vostro tutor/docente.

Il vostro tutor aziendale è pronto ad aiutarvi, quindi fate un uso efficace della sua esperienza. Chiedete supporto se ne avete bisogno! E siate realistici nel definire le vostre aspettative. Come imprenditore agli inizi molto probabilmente non state facendo grandi profitti nei primi anni. Nella maggior parte dei casi starete lavorando e guadagnando poco.

Ecco un esempio di budget previsionale per contribuire a impostare il proprio:

	A	B	C	D	E
1	Exploitatiebegroting				
2			1e jaar	2e jaar	3e jaar
3					
4			€ 41.280,00	€ 54.000,00	€ 65.000,00
5	Inkoop/ diensten derden		€ 7.500,00	€ 9.000,00	€ 11.000,00
6					
7		bruto winst	€ 33.780,00	€ 45.000,00	€ 54.000,00
8					
9	Bedrijfskosten				
10	Personeel		€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
11	Vervoer		€ 3.140,00	€ 3.140,00	€ 3.140,00
12	Huistvesting en inventaris		€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
13	Verkoopbevordering		€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
14	Algemeen		€ 5.049,00	€ 4.636,50	€ 4.636,50
15	Rente en financiering		€ 993,15	€ 993,15	€ 993,15
16	Afschrijvingen		€ 9.133,33	€ 9.133,33	€ 9.133,33
17					
18		totale kosten	€ 18.915,48	€ 18.502,98	€ 18.502,98
19					
20					
21		netto winst (voor belasting)	€ 14.864,52	€ 26.497,02	€ 35.497,02
22					

Termini usati:

Budget previsionale

Anno

Fatturato

Vendita

Servizi da terze parti

Profitto lordo

Costi di azienda

Personale/staff

Costi di trasporto

Affitti e magazzino

Promozione delle vendite

Generale

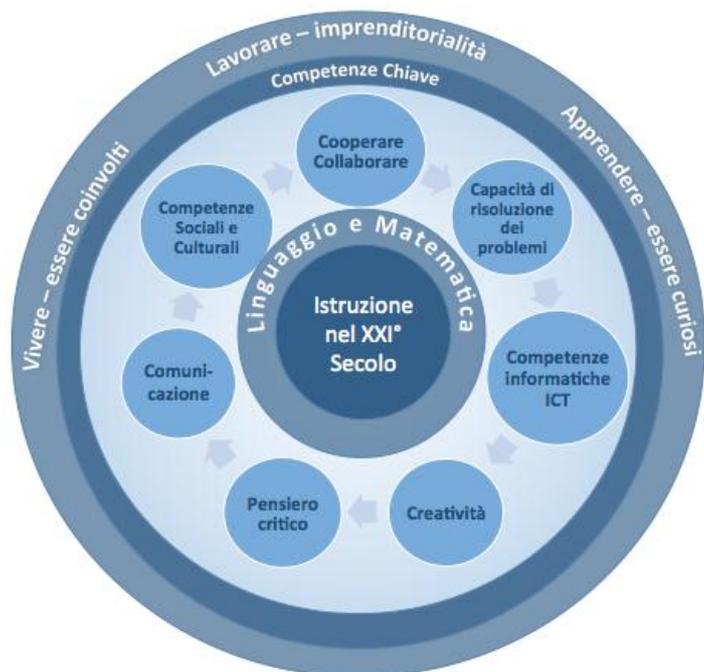
Costi di affitto e finanziamento

Deprezzamento

Costi totali

Profitto netto (prima del pagamento delle tasse)

Caricate il vostro budget previsionale nel vostro Portfolio e includetelo nel vostro Piano Imprenditoriale. Indicate dallo schema sottostante le competenze che avete messo in pratica nel corso di questa lezione (e spiegate in che modo).



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

20. Budget (III)

Piano di lezione: Budget III					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Budget III				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Budget III".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno già pronto un piano marketing per la loro attività di impresa ed hanno anche creato un "bilancio di apertura". Anche il loro budget di esercizio è pronto.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi conoscono il termine "valore aggiunto", "filiera di produzione" (una sequenza di fasi che mostra il processo che porta dalla materia prima ad un bene finale acquistato da un cliente) e IVA. Gli allievi sanno calcolare l'ammontare IVA che devono pagare.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Imparano a comunicare. Imparano a cooperare.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi apprendono il significato di IVA, quando pagarla ed in quali casi è possibile esserne rimborsati.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi seguono le spiegazioni riguardo a quando pagare e quando richiedere il rimborso dell'IVA.	Esplorare, analizzare, strutturare, specificare.
	Compiti	Gli allievi sanno come elaborare e costruire un budget di liquidità per quantificare le loro necessità finanziarie.	Supporto e guida dei gruppi nel loro lavoro.	Gli allievi riepilogano il flusso di denaro liquido della loro azienda: sia quello in entrata che quello in uscita	Specificare, applicare.
	Valutazione	Gli allievi sono in grado di iniziare ad elaborare un budget di liquidità e valutare le loro necessità finanziarie.	Discute come sia stato creato il budget di liquidità (le variabili correlate).	Consegnano il budget.	Valutare, diagnosticare, adeguare.

Lettera – Lezione ‘Budget III: budget di liquidità’

Stiamo sicuramente arrivando ad un punto importante! Avete creato un bilancio di apertura ed un budget di esercizio ma adesso dovrete ancora lavorare su un'altra parte del vostro piano finanziario: il budget di liquidità.

Obiettivo: gli allievi saranno in grado di crearsi un budget liquidità per la loro azienda.

Il budget di liquidità ci indica quanto denaro (finanze liquide) spenderà l'azienda e quanto ne confluirà nei conti della stessa.

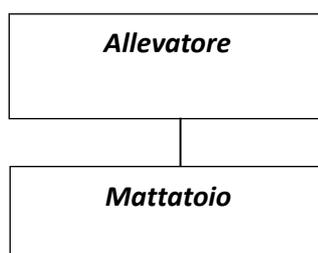
Guardate il video qui di seguito: sono trattate le parti finanziarie del Business Plan.



Un punto focale del budget di liquidità è che si lavora su cifre che includono l'IVA, la tassa di valore aggiunto dovuta al fisco. Come funziona? Osservate la seguente spiegazione teorica.

Filiera produttiva: il percorso che va dal primo produttore del processo (delle materie prime) al consumatore finale del prodotto il quale, non aggiungendo alcun valore allo stesso, non ha nessun ruolo nella filiera produttiva o processo di produzione.

Vb: Filiera produttiva di una scarpa in pelle.





Ogni collegamento nel processo di produzione rappresenta un passaggio ad una nuova fase ognuna delle quali, tranne appunto il consumatore finale, aggiunge valore al prodotto e fa sì che il suo prezzo aumenti.

Qui sotto il termine “valore aggiunto” verrà spiegato utilizzando un’altra linea di produzione (vedere di seguito). Naturalmente il termine Imposta sul Valore Aggiunto (IVA) è direttamente collegato al principio del valore aggiunto.

Acquisto		Vendita
€ 0;	Contadino	€ 25;
€ 25;	filanda	€ 30;
€ 30;	Azienda tessile	€ 37;
€ 37;	Negozi di abbigliamento	€ 49;
€ 49;	Consumatore	

Quando un’azienda acquista beni o servizi può recuperare l’IVA che ha versato al fisco e quando invece li vende deve versare quella che a sua volta ha ricevuto. La differenza tra quella versata e quella incassata determina l’importo reale di IVA che si deve al fisco.

Calcoleremo ora l’ammontare dell’IVA per ogni singolo passaggio della filiera produttiva:

Allevatore

Prezzo di acquisto	€ 0;	Prezzo di vendita	€ 25;
IVA 6% acquisto	€ 0;	IVA 6% vendita	€ 1,50
		Vendita	€ 26,50

L’IVA recuperabile dall’allevatore è € 0;, L’importo di IVA ricevuto è € 1,50, pertanto l’allevatore dovrà versare al fisco € 1,50.

Filanda

Prezzo di acquisto	€ 25;	Prezzo di vendita	€ 30;
IVA 6%	€ 1,50;	IVA 6%	€ 1,80
acquisto	€ 0;	Vendita	€ 31,80

L'IVA recuperabile per il filatore è € 1,50, quella ricevuta è € 1,80. Il filatore deve al fisco € 0,30 di IVA

Azienda tessile

Prezzo di acquisto	€ 30;	Prezzo di vendita	€ 37;
IVA 6%	€ 1,80	IVA 6%	€ 2,22
Acquisto	€ 31,80	Vendita	€ 39,22

L'IVA recuperabile per l'azienda tessile è € 1,80, quella ricevuta è € 2,22. L'azienda tessile deve al fisco € 0,42 di IVA

Negozi di abbigliamento

Prezzo di acquisto	€ 37;	Prezzo di vendita	€ 49;
IVA 6%	€ 2,22	IVA 6%	€ 2,94
Acquisto	€ 39,22	Vendita	€ 51,94

Il negozio deve pagare € 0,72 al fisco avendo ricevuto € 2,94 d'IVA per le vendite e avendone versato € 2,22 per gli acquisti.

Il consumatore è ultimo (e sfortunato) nel processo produttivo e deve pagare l'importo finale d'IVA di € 2,94. Alla fine è colui che è tenuto sempre a pagare l'IVA. Possiamo ricalcolare questo importo di € 2,94 in due modi.

Primo metodo di controllo

Sommiamo tutti gli importi dell'IVA:

Allevatore € 1,50 + Filanda € 0,30 + azienda tessile € 0,42 + negozio € 0,72 = € 2,94

Secondo metodo di controllo:

Verifichiamo l'IVA ad ogni passaggio della catena produttiva:

Allevatore € 25, quindi 6% of € 25; = € 1,50

filanda: il valore aggiunto qui ammonta a € 5; quindi 6% di € 5; = € 0,30

Azienda: il valore aggiunto è € 7; quindi 6% di € 7; = € 0,42

Negozi: il valore aggiunto è € 12; quindi 6% di € 12; = € 0,72

Sommando questi importi si ottiene € 2,94

Forse capirete ora come si è giunti a chiamare questa tassa IVA: le aziende pagano tasse per il valore che hanno aggiunto con la lavorazione di un dato prodotto.

IVA = Imposta sul Valore Aggiunto

Esistono differenti percentuali di IVA; In Italia ne esistono tre:

- 4 per cento (aliquota minima), applicata ad esempio alle vendite di generi di prima necessità (alimentari, stampa quotidiana o periodica, ecc.);
- 10 per cento (aliquota ridotta), applicata ai servizi turistici (alberghi, bar, ristoranti e altri prodotti turistici), a determinati prodotti alimentari e particolari operazioni di recupero edilizio;
- 22 per cento (aliquota ordinaria), da applicare in tutti i casi in cui la normativa non prevede una delle due aliquote precedenti.

Esempio:	acquisto di materia prima	€ 100; (produttore)
	IVA 6%	€. 6;
	Vendita	€.300; (negoziò)
	IVA 6%	€. 18;
	Vendita al consumatore	€.700;
	IVA 6%	€. 42;

- Quale importo IVA dovrà pagare il produttore al fisco?
- Risposta: €12; (IVA ricevuta €18; meno IVA pagata all'acquisto €6;)
- Quale importo IVA dovrà pagare il negozio al fisco?
- Risposta €24; (IVA ricevuta €42; meno IVA pagata all'acquisto €18;)
- Quale importo IVA pagherà il consumatore? Risposta: €42; (Controllo: IVA €6; (acquisto del produttore) + IVA €12; (acquisto del negozio) + €24; (importo dovuto dal negozio dopo la vendita finale) fa un totale di €42;. Il consumatore alla fine paga l'intero importo di IVA).

Consultate i seguenti siti web:

**Esercitazione
sulla
previsione finanziaria**

un esempio molto semplice :

** dal bilancio previsionale*

➔ al budget di cassa mensile

Il BUDGET di CASSA

(gestione tesoreria)

Il budget di cassa: strumento vitale per l'azienda

23.08.2013 17:25

Il controllo del flusso di cassa inizia con le previsioni delle vendite e dei costi, da cui si traggono i dati per preparare i budget del flusso di cassa e del conto economico che sono gli strumenti d'analisi più importanti per le decisioni di finanziamento. Il passo successivo è la preparazione del budget del flusso di cassa.

Semplificando, in caso si debba scegliere un solo strumento di analisi non vi è dubbio che il budget del flusso di cassa riveste il ruolo più importante. Per una start-up o per un'azienda in fase di sviluppo, il budget del flusso di cassa può davvero fare la differenza fra il successo e il default.

Il budget del flusso di cassa è lo strumento per il controllo della liquidità.

Obiettivi:

- stabilire anticipatamente il fabbisogno di liquidità;
- individuare le esigenze di finanziamento;
- valutare la convenienza delle diverse fonti di finanziamento (capitale proprio,

Date un'occhiata al seguente filmato:



Domande:

1. Realizzate una colonna di produzione per il vostro prodotto.
2. Indicate quale è per la vostra azienda il prezzo di acquisto IVA inclusa ed il prezzo di vendita IVA inclusa. Avete già calcolato questi prezzi nelle precedenti lezioni, ma senza IVA.
3. Inserite il tutto nel vostro Portfolio.

Lettera – Lezione ‘Il budget di liquidità’

Un modo corretto di fare finanza vi consentirà e assicurerà il rispetto di tutti i pagamenti dovuti, sia quelli a lungo termine che a breve termine. È perciò importante sapersi creare un budget di liquidità con il quale si rendano tracciabili tutti i flussi di denaro in entrata ed in uscita che includono non solo gli introiti o costi di produzione/acquisto ma anche voci come l’IVA recuperabile, l’IVA dovuta a seguito di vendita, spese private, ammortizzazioni e tasse.

Un modello per un budget di liquidità					
	Gen	Febb	Mar	Apr	Etc.
In entrata:					
a. Bilancio di apertura	€	€	€	€	€
(contante, banca)					
Vendite in contanti	€	€	€	€	€
debitori	€	€	€	€	€
IVA ricevuta	€	€	€	€	€
Prestiti incassati	€	€	€	€	€
Altre entrate	€	€	€	€	€
b. Totale flusso di denaro entrante		€	€	€	€
					€
In uscita:					
Investimenti	€	€	€	€	€
Acquisti	€	€	€	€	€
Costi aziendali	€	€	€	€	€
IVA su investimenti/acquisti/costi		€	€	€	€
IVA da pagare	€	€	€	€	€
Tasse e assicurazione sociale	€	€	€	€	€
Interessi e ammortamenti	€	€	€	€	€
Spese private	€	€	€	€	€
Altri costi	€	€	€	€	€
c. Totale flusso di denaro in uscita		€	€	€	€
					€
d. Bilancio finale (b meno c)	€	€	€	€	€

Legenda

Bilancio di apertura: l’ammontare di denaro disponibile all’inizio del mese: in contanti o in banca.

Totale entrate: all’ammontare del bilancio iniziale aggiungete tutte le entrate per questo mese. Tenete in considerazione ad esempio degli effetti stagionali nel vostro fatturato!

Spese totali: questo è un riepilogo di tutte le spese dovute per questo mese. I costi aziendali ricorrenti non differiranno molto da mese a mese ma i pagamenti dell'IVA dovuti al fisco sono spesso dovuti per quarto di anno (una volta ogni tre mesi). Questo è anche il caso per i pagamenti dovuti alle banche per interessi e ammortamenti. Le vostre spese private saranno probabilmente più alte durante la stagione delle vacanze e in estate vanno anche tenuti in lista i pagamenti per le ferie dei dipendenti.

Bilancio finale: Il totale delle entrate meno il totale mensile delle spese. L'ammontare finale del bilancio mensile costituirà il bilancio di apertura per il mese successivo. Gli importi possono essere anche negativi per un certo periodo di tempo. Questo ammanco di denaro liquido viene spesso gestito semplicemente ritirandone dell'altro dal conto corrente bancario (linea di credito continua).

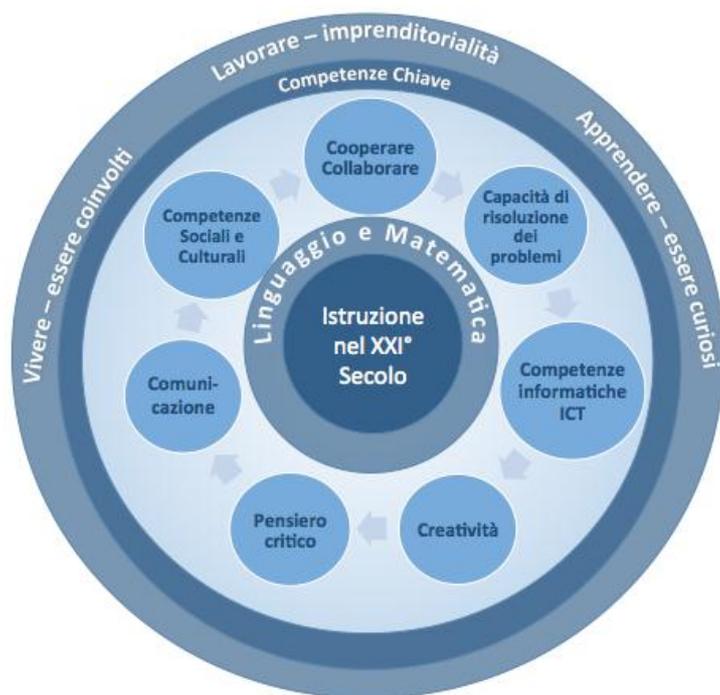
Vedete qui sotto un semplice esempio di un budget di liquidità:

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio
Capitale iniziale + liquidità	€ 30.000;	€ 20.000;			
+ Entrate totali	€ 40.000;	€ 55.000;			
- Spese totali	€ 50.000;	€ 52.000;			
Capitale finale + liquidità	€ 20.000;	€ 23.000;			

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Ora è arrivato il momento che create un budget di liquidità per la vostra azienda. Utilizzerete un foglio di lavoro tipo Excel per farlo. Assicuratevi che gli importi elaborati siano realistici e basati su fatti ove possibile. In altre parole: come avete calcolato queste cifre?

- Prima di tutto discutete con il vostro gruppo i flussi di denaro in entrata ed in uscita e sottoponete queste cifre al giudizio del vostro tutor/insegnante.
- Calcolerete quindi le spese (incluso il valore di acquisto dei prodotti che vi necessitano). Discutete queste cifre con il vostro gruppo e con il vostro tutor/ insegnante
- Caricate il budget di liquidità nel vostro Portfolio
- Indicate e spiegate quali competenze dello schema qui sotto avete messo in pratica in questa lezione.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

21. Budget (IV)

Piano di lezione: Budget IV					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Budget IV				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Finanza IV: cifre chiave".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno un loro piano di marketing, un bilancio di apertura, un budget d'esercizio ed uno di liquidità pronti per la loro attività d'impresa.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi conoscono il significato del termine "redditività", "capacità finanziaria (la misura della probabilità di ottenere un prestito o "merito creditizio") e "punto di pareggio". Gli allievi sono in grado di utilizzare questi termini e nozioni nei loro calcoli.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Imparano a comunicare. Imparano a cooperare.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi imparano il significato dei termini <i>Redditività, merito creditizio e punto di pareggio.</i>	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi seguono le spiegazioni relative alle nozioni chiave di questa lezione.	Esplorazione, analisi, strutturazione e specificazione.
	Compiti	Gli allievi sanno come utilizzare queste nozioni nei calcoli per la propria azienda.	Supporto e guida dei gruppi nel loro lavoro	Gli allievi determinano la redditività, il merito creditizio e il punto di pareggio della loro azienda.	Specificare, applicare
	Valutazione	Gli allievi sanno come utilizzare i termini redditività, merito creditizio e punto di pareggio.	Discutono come sono stati elaborati i calcoli e corregge ove necessario.	Consegnano i calcoli.	Valutazione, diagnosi, adeguamento.

Idea: assegnare agli studenti il compito di richiedere un prestito ad una banca (per la quale dovranno eseguire gli stessi calcoli qui richiesti). Lo si potrebbe svolgere sotto forma di scena in cui il tutor (tutor aziendale) ricopre il ruolo dell'esperto della banca che deve decidere su questa richiesta di prestito. I gruppi presentano a turni le loro richieste di prestito. Tutti gli allievi e i tutor prenderanno parte alla discussione valutativa finale: chi ha ottenuto il prestito, chi non l'ha ottenuto e perché?

Lettera – Lezione ‘Finanza IV: cifre chiave’

Siete stati impegnati con il vostro piano finanziario generale, ma quale significato hanno tutte quelle cifre? Questa lezione vi aiuterà a comprendere la posizione finanziaria della vostra azienda.

Obiettivo: gli allievi impareranno a trarre conclusioni sulla base dei dati finanziari della loro azienda.

Come azienda avete raccolto molti dati finanziari diversi, tra i quali: il piano di investimento, il budget previsionale e il bilancio di liquidità.

A questo punto analizzate il piano finanziario complessivo. Vedrete se il piano generale è realistico. Avete preso tutto in considerazione? Lavorando in questo modo si eviteranno brutte sorprese in seguito.

Per avere una buona immagine, lavoreremo con diversi numeri chiave, che faranno luce sul piano finanziario complessivo.

Consultate i seguenti siti web per trovare notizie riguardanti l’elaborazione del piano finanziario:



The screenshot shows the website www.crescitapmi.it with the tagline "strumenti per la crescita della tua impresa". The page features a navigation menu on the left with items: Home, RISANAMENTO, CRESCITA, INTERNAZIONALIZZA, and NANZA AGEVOLATA. The main content area is titled "Come si prepara un piano finanziario" and includes a sub-header "CRESCITA > CONTROLLA". The text discusses the importance of identifying financial needs and evaluating alternatives like capital increase or debt.

Obiettivi e struttura della lezione

Obiettivo della lezione

Illustrare in sintesi le modalità di stesura e rappresentazione del Piano finanziario finanziaria

Struttura della lezione:

- gli elementi di base
- i collegamenti
- la struttura del piano
- il piano di cassa

Grafici di redditività

BREAK-EVEN ANALYSIS

Un esercizio per il vostro Piano Imprenditoriale:

Insieme al vostro tutor elaborate il piano finanziario complessivo, in cui saranno visibili il saldo di apertura, il budget previsionale e il bilancio di liquidità più le cifre finanziarie chiave. Questo è un compito molto complesso per il quale avrete sicuramente bisogno di un po' di orientamento e supporto. Tuttavia è molto importante per la vostra azienda passare attraverso questo.

Discutete il piano finanziario con il vostro tutor e mettetelo nel vostro Portfolio. Descrivete anche quale delle Competenze del XXI° Secolo avete messo in pratica in questa lezione.

1. Solvibilità, solvenza

Quando si parla di solvibilità di un'azienda si intende la capacità di ottemperare al pagamento dei suoi obblighi finanziari, ad esempio quelle istituzioni che hanno fornito una capacità finanziaria esterna (come i prestiti dai creditori). Per questo tipo di sostegno finanziario vengono tirati in ballo tutti i beni dell'azienda. La solvibilità è il rapporto tra capitale posseduto e capitale esterno sul bilancio.

La domanda finale è: l'azienda in caso di liquidazione sarà capace di ripagare i prestiti emessi da tutti i fornitori di capacità finanziaria esterna?

Formula della solvibilità: $\left(\frac{\text{Capitale proprio}}{\text{Capitale esterno}} \right) \times 100\%$

La solvibilità di una società deve essere almeno tra il 25% e il 40%. Più alta è questa percentuale, più si sarà in grado di rimborsare i fornitori esterni di capitale per la vostra azienda. Quando si dispone di una percentuale elevata di solvibilità, i fornitori saranno più inclini a dare rifornimenti (a credito) alla vostra azienda, più che nel caso in cui tale percentuale è bassa.

Calcolate la percentuale di solvibilità per la vostra azienda. Utilizzate i dati finanziari che avete ottenuto in precedenza per impostare il bilancio di apertura. Mostrate il vostro calcolo e spiegate che cosa tale percentuale che avete ottenuto significa realmente.

2. Redditività

La misura della redditività mostra quanto è sana la vostra azienda (in termini finanziari). Per ottenere questa misura è necessario elaborare diversi dati finanziari.

Diversi indicatori di redditività mostrano la quantità di reddito che si realizza in relazione al proprio capitale, al capitale esterno e al capitale totale.

La redditività è il rapporto tra un reddito (profitto) e il capitale con cui è stato realizzato il reddito. La redditività è un'importante misura calcolata per prendere decisioni (ad esempio circa gli investimenti) per il lungo termine.

3. Redditività del Capitale Proprio – ROE (Return on Equity)

Formula ROE $\left(\frac{\text{Reddito netto}}{\text{Capitale proprio}} \right) \times 100\%$

Più alta è la percentuale, meglio è per la vostra azienda.

Calcolate la misura di redditività per la vostra azienda. Spiegate cosa significa veramente tale percentuale.

4. Redditività del Capitale Investito - ROI (Return on Investment)

Formula ROI $\left(\frac{\text{Reddito Operativo}}{\text{Capitale Investito}} \right) \times 100\%$

Più bassa è questa percentuale e meglio è per la vostra azienda. Quanto interesse pagate in concreto sui vostri debiti (prestiti)?

5. Redditività del Capitale Totale – ROA (Return on Assets)

Formula ROA $\left(\frac{\text{Reddito Operativo} + \text{Proventi Finanziari}}{\text{Capitale totale investito}} \right) \times 100\%$

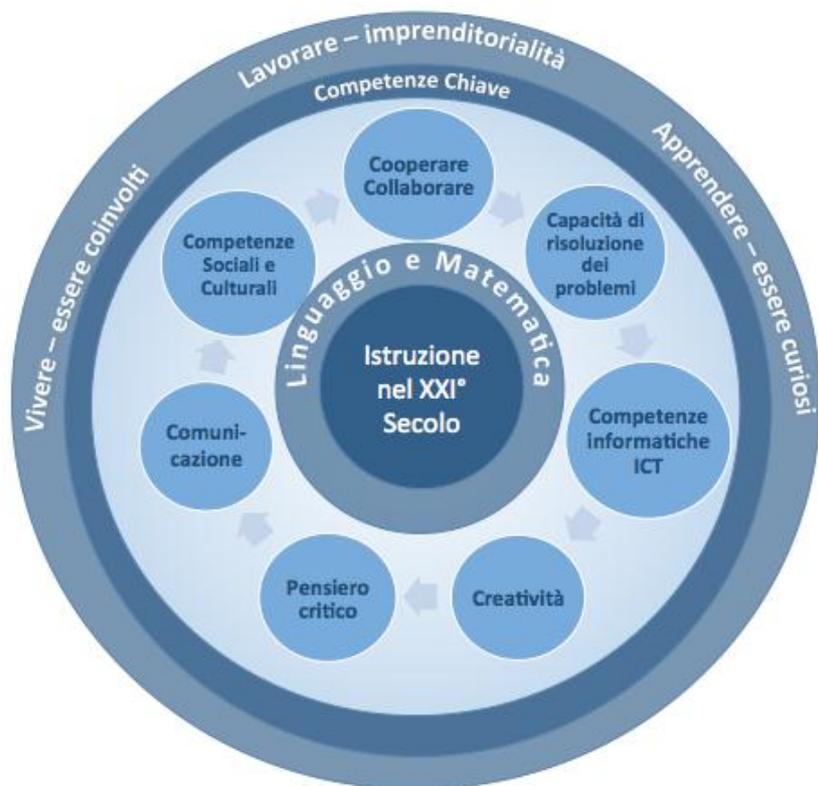
Più alta è questa percentuale e più significa che l'azienda sta operando bene!

Calcolate la misura della redditività per la vostra azienda. Spiegate cosa significa effettivamente questa percentuale.

Ora avete raccolto diverse cifre. Utilizzatele per disegnare una conclusione finale sulla vostra azienda, basandovi su tutti questi dati finanziari. Utilizzate l'esperienza del vostro tutor per farlo.

Mettete i risultati nel vostro Portfolio.

Indicate e descrivete dallo schema qui di seguito le competenze che avete messo in pratica in questa lezione.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

22. Piano imprenditoriale

Piano di lezione: piano imprenditoriale					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Piano imprenditoriale				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "piano imprenditoriale".				
Situazione di Partenza	A questo punto gli allievi hanno svolto un lavoro che si è protratto attraverso 21 lettere di lezione. Ora è il momento di mettere insieme tutte le conoscenze acquisite per redigere un piano imprenditoriale completo.				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono consapevoli delle caratteristiche ed i requisiti per un buon piano imprenditoriale. Sulla base delle esperienze acquisite con le varie lettere di lezione gli allievi sanno ora come pianificare e scrivere un buon piano imprenditoriale.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano le loro capacità di calcolo. Sviluppano le loro competenze linguistiche. Imparano a comunicare. Imparano a cooperare. Imparano a ragionare con uno spirito critico.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi sanno cosa è richiesto per creare un buon piano imprenditoriale.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi consultano siti web inerenti la realizzazione di un piano imprenditoriale.	Esplorare, analizzare.
	Compiti	Gli allievi apprendono (assieme al loro gruppo) come scrivere un piano imprenditoriale per la loro azienda.	Supporto e guida dei gruppi al lavoro.	Gli allievi scrivono l'intero piano imprenditoriale utilizzando gli strumenti ed i suggerimenti forniti dai siti web che visitano e da i loro insegnanti.	Specificare, applicare.
	Valutazione	Gli allievi sono in grado di scrivere un piano imprenditoriale per la loro azienda e sono inoltre consapevoli di quali Competenze del 21° Secolo hanno sviluppato durante il loro lavoro in questo progetto.	Discutono come sono stati costruiti i piani imprenditoriali, sia per quanto riguarda il procedimento che i risultati. Corregge ove necessario.	Gli allievi consegnano il loro piano imprenditoriale per gruppi, esprimono alcune riflessioni sulle capacità che hanno acquisito in questo progetto ed analizzano anche la procedura ed i risultati ottenuti.	Valutare, diagnosticare, adeguare.

Lettera – Lezione ‘Piano imprenditoriale’

Fino ad ora vi siete impegnati nel comporre e scrivere il vostro piano imprenditoriale attraverso le lezioni precedenti ed ogni volta avete ricevuto il permesso ‘a procedere’. Ora è il momento di riassemblare tutti i pezzi e creare un piano imprenditoriale chiaro e ben ordinato. Farete questo guardando le parti su cui avete lavorato e selezionando gli elementi che costituiscono il vostro piano imprenditoriale.

Obiettivo: gli allievi saranno in grado di scrivere un piano imprenditoriale per la loro azienda.

Consultate i seguenti documenti e siti web:

Come fare un business plan in 10 mosse

di Cristina Fel [Commenta](#)

Tweet My24 A - A -

- » **1 - Dati dell'imprenditore e dell'azienda**
- » **2 - Descrizione del progetto**
- » **3 - Analisi di mercato**
- » **4 - Strategia di marketing**
- » **5 - Struttura organizzativa**
- » **6 - Previsioni economico-finanziarie**
- » **7 - Fonti di copertura investimenti**



MODELLI DI BUSINESS PLANS

- [Business Plan](#)
- [Business Plan in 6 passi](#)
- [Marketing Plan](#)
- [Calcolare Indici Finanziari](#)
- [Preparare un Budget](#)

Tantissimi esempi da scaricare e tutte le spiegazioni utili per non sbagliare la *stesura di un Busi* assolutamente da evitare.

Se vuoi preparare anche un [Piano di Marketing](#) o più semplicemente un [budget](#) o hai bisogno di business plan, leggi queste sezioni.

[Business plan in 6 passi](#)

[/business_plan_in_sei_passi.htm](#)

Come realizzare un business plan in sei semplici passi!

[B2corporate](#)

[www.b2corporate.com](#)

Sito veramente utile con **tantissimi esempi da scaricare**, puoi trovare una bellissima pres deve essere redatto un business plan ma anche altri tools quali, la redazione del budget, il e ROI con fogli in Excel e tutte le spiegazioni per non sbagliare. Inoltre uno schema sulle 5

REALIZZAZIONE DI UN BUSINESS PLAN IN EXCEL VIDEO 1 I PROSPETTI DI SP E CE E COLLEGAMENTI

Ora metterete insieme l'intero piano imprenditoriale assieme al vostro gruppo. Assicuratevi che siano incluse tutte le parti:

1. Dati personali dei proprietari (voi ed i vostri compagni).
2. Analisi SWOT per la vostra azienda. Dovrete fare una ricerca ulteriore per questa parte.
3. Piano dell'azienda: nome dell'azienda, perché avete scelto questo nome, quale è l'obiettivo dell'azienda, la forma che avete scelto, i prodotti/servizi che offrirete, quali sono i vostri concorrenti, argomentazioni di vendita che si distinguono da quelle dei concorrenti, definizione del vostro gruppo target, come raggiungerlo, come sarà il futuro?
4. Piano di marketing (inclusa la ricerca di mercato, la competizione e le 7 P).
5. Pianificazione finanziaria: bilancio di apertura, piano di investimento, il budget previsionale e budget di liquidità.
6. Conclusioni.

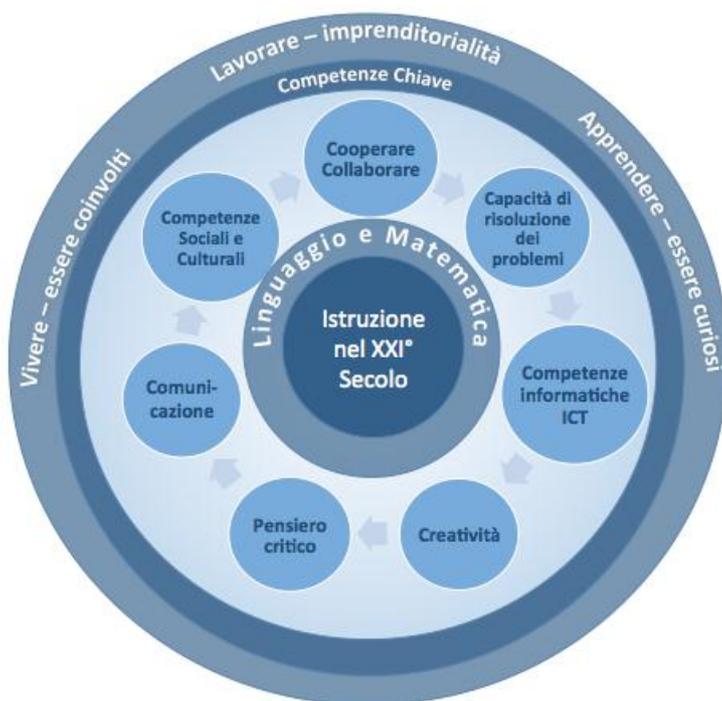
Prima di tutto portate il vostro business plan al vostro tutor e discutetene con lui/lei. Indicate per ogni parte le *Competenze del XXI° Secolo* che avete applicato; guardate lo schema qui sotto. Lo schema mostra come il nostro sistema educativo cerca di prepararvi al vostro futuro ruolo nella società. Durante questo progetto avete utilizzato intensamente le diverse parti.

Scrivete ora come voi (non i vostri compagni nell'azienda) avete utilizzato ognuna di queste competenze nel corso del progetto. Lo schema distingue 7 diverse competenze:

- Creatività
- Pensare con una mentalità critica
- Comunicare
- Capacità sociali e culturali
- Cooperare (capacità di)
- Pensare ed agire con un atteggiamento risolutivo ai problemi
- Competenze ICT

Ci aspettiamo di ricevere una descrizione di almeno una pagina in formato A4 per ogni competenza, che dica come avete usato le diverse competenze durante le varie parti di questo percorso.

Assicuratevi che il report che ne risulta sia caricato nel vostro Portfolio.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

23. Presentazione del piano imprenditoriale

Piano di lezione: presentazione del piano imprenditoriale					
Insegnante	Data	Ora	Corso	Numero di allievi	
Argomento	Presentazione del piano imprenditoriale.				
Materiale richiesto	Lettera - Lezione "Presentazione del piano imprenditoriale".				
Situazione di Partenza	Gli allievi hanno scritto assieme il loro piano imprenditoriale completo (lavoro di gruppo).				
Obiettivi di apprendimento (prodotto)	Gli allievi sono in grado di presentare il loro piano imprenditoriale di fronte ad un pubblico. Sono in grado di supportare la loro presentazione tramite uno strumento informatico tipo Powerpoint o Prezi.				
Obiettivi di apprendimento (processo)	Gli allievi sviluppano ed ampliano le loro competenze informatiche. Sviluppano le loro competenze linguistiche. Imparano a comunicare. Imparano a cooperare. Sviluppano la loro creatività. Sviluppano le loro competenze culturali e sociali.				
Ora	Fase della lezione	Obiettivo di apprendimento	Azioni dell'insegnante	Azioni degli allievi	Attività di apprendimento (specificata)
	Introduzione ed istruzioni	Gli allievi sanno preparare una presentazione utilizzando un supporto di comunicazione informatico.	Presenta il compito e fornisce chiarimenti ove necessario.	Gli allievi riflettono sui vari modi di presentare il loro piano imprenditoriale ad un pubblico e sugli strumenti di supporto che vorranno adottare.	Esplorare, analizzare.
	Compiti	Gli allievi apprendono come eseguire una chiara presentazione del loro piano imprenditoriale ad un pubblico.	Supporto e guida dei gruppi al lavoro.	Gli allievi progettano ed elaborano una presentazione del loro piano imprenditoriale che sia rivolta ad un pubblico.	Specificare, applicare.
	Valutazione	Gli allievi sanno presentare il piano imprenditoriale della loro azienda ad un pubblico.	Revisione critica delle presentazioni condotte dagli allievi. Valutazione.	Gli allievi presentano in gruppo il loro piano imprenditoriale ad un pubblico.	Valutare, diagnosticare, adeguare.

Lettera – Lezione ‘Presentazione del vostro piano imprenditoriale’

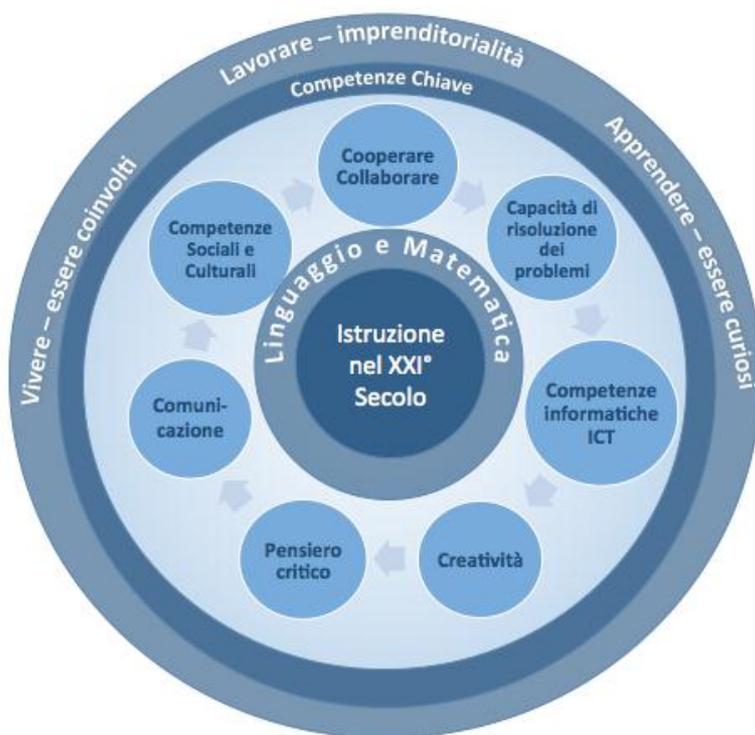
Avete concluso il vostro piano imprenditoriale, il tutor/insegnante vi ha accordato il suo consenso a “procedere” ed ora l’ultima parte del progetto consiste nel presentarlo ad un pubblico che sarà costituito da altre aziende partecipanti, i genitori, i compagni di classe, gli insegnanti ed altre persone interessate.

Obiettivo: Gli allievi sono in grado di presentare il loro piano imprenditoriale ad un pubblico.

Farete una presentazione pubblica del vostro piano imprenditoriale e potete decidere come farlo. Potete usare Prezi, Powerpoint o altri strumenti. Vi verrà dato un punteggio per questo sforzo dalle aziende partecipanti e dai tutor, probabilmente anche da una giuria incaricata. Questo punteggio sarà parte della vostra valutazione totale del vostro piano imprenditoriale.

Ancora, indicate e descrivete in modo esatto quale delle Competenze del XXI° Secolo avete messo in pratica in questa lezione.

Accertatevi che la vostra presentazione sia caricata nel vostro Portfolio.



	Annotate la vostra scelta	Data	Tutor
STOP			
AVANTI			

Valutazione e Punteggio, un modello per gli insegnanti e per i tutor aziendali

Qui di seguito troverete un modello di punteggio per il presente corso.

Utilizzando questo modello sarà semplice per voi valutare e dare un punteggio alle azioni e alla performance degli studenti.

Gli elementi che saranno valutati sono: il Processo (come si riflette nelle valutazioni di gruppo), il Prodotto (Il Piano Imprenditoriale), la Presentazione (presentazione del Prodotto alla giuria, ai docenti e al pubblico, e la mentalità imprenditoriale dello studente).

Modello di valutazione complessiva:

Elemento	Criteri	Punteggio	Valutazione (= numero punti / 3)
Processo (30 punti)	Allegato 1: valutazione del Processo		
Prodotto (30 punti)	Allegato 2: valutazione del Prodotto		
Presentazione (30 punti)	Allegato 3: valutazione della Presentazione		
Mentalità Imprenditoriale (30 punti)	Allegato 4: valutazione della mentalità imprenditoriale (10 punti) e della conoscenza (20 punti)		

Allegato 1: Valutare e dare un punteggio al Processo

La valutazione del processo di costruzione del piano imprenditoriale consiste di due parti: Procedimento e Risultato. Per ogni parte sono dati dei criteri di valutazione. Potete valutare ogni criterio con un numero (punti). Il punteggio complessivo consiste nella somma dei punti dati. Potete mettere questo nel modello di punteggio totale dato nella pagina precedente. Potete inserire la spiegazione del vostro punteggio (argomenti a supporto della vostra decisione) nel campo "altre osservazioni".

Parte	Max. n° punti	Rating/score
Procedimenti		
Lo studente/gruppo ha pianificato bene le proprie azioni?	max. 1 punto	
La conoscenza e le esperienze degli studenti sono state espresse in modo appropriato e rispettate nel gruppo? I compiti sono stati adeguatamente divisi/distribuiti?	max. 2 punti	
Le persone/le parti giuste sono state coinvolte a tempo debito nel progetto?	max. 1 punto	
È stato scelto l'approccio corretto?	max. 1 punto	
La comunicazione interna ed esterna hanno proceduto bene?	max. 2 punti	
Lo studente è stato all'altezza degli obblighi/responsabilità?	max. 2 punti	
Lo studente ha gestito in modo appropriato gli eventi inaspettati? Come lo ha fatto? Lo studente ha capito come evitarlo in futuro?	max. 2 punti	
Lo studente ha collaborato bene assieme agli altri membri del gruppo?	max. 2 punti	
Lo studente ha collaborato bene con portatori di interessi esterni?	max. 2 punti	
Lo studente ha collaborato bene con il tutor aziendale?	max. 2 punti	
Lo studente ha usato e sviluppato bene la propria creatività?	max. 2 punti	
Lo studente ha usato la sua capacità di pensiero critico?	max. 2 punti	
Lo studente ha usato e sviluppato le sue competenze ICT?	max. 2 punti	
Risultato		
È stato raggiunto il risultato desiderato?	max. 2 punti	
Il risultato/prodotto desiderato è utile?	max. 1 punto	
La qualità che lo studente aveva in mente è stata raggiunta?	max. 1 punto	
Lo studente è soddisfatto del risultato finale?	max. 1 punto	
Lo student ha riempito il Portfolio in linea secondo i tempi dettati?	max. 2 punti	
Altre osservazioni		
Punti per il Processo	max. 30 punti	

Allegato 2: Valutare e dare un punteggio al Prodotto

La valutazione ed il punteggio del piano imprenditoriale inteso come prodotto è costituito da sei elementi: i dati personali dei proprietari, l'analisi SWOT, il piano operativo, il piano di marketing, il piano finanziario e la conclusione. Vedrete i criteri di valutazione di seguito.

È possibile valutare ciascun criterio con un numero (punti). Il punteggio complessivo è costituito dalla somma dei punti dati. Potete inserire quel punteggio nel modello di valutazione complessiva visto nelle pagine precedenti. Si può mettere la spiegazione del punteggio (argomenti per sostenere la vostra decisione) nel campo "altre osservazioni".

Parte	Max. N° punti	Valutazione
Dati personali dei proprietari		
Sono inclusi i dati personali di tutti i membri del gruppo.	max. 5 punti	
I dati personali degli imprenditori sono ben descritti.	max. 5 punti	
Analisi SWOT		
C'è una chiara analisi SWOT dell'azienda. Tutte le parti della SWOT analisi sono state ben descritte e sono coerenti con il piano imprenditoriale ed il piano di marketing.	max. 10 punti	
Piano Operativo (dell'azienda)		
La forma legale è scelta correttamente, la scelta è spiegata bene ed in modo completo.	max. 10 punti	
Il nome dell'operazione imprenditoriale è descritta e spiegata correttamente.	max. 10 punti	
L'obiettivo dell'azienda è descritta in maniera concisa (brevemente) e chiara.	max. 10 punti	
La descrizione del gruppo target group è chiara e specifica.	max. 10 punti	
I concorrenti sono stati studiati e i risultati sono descritti in modo chiaro, compreso il motivo per cui l'azienda è unica rispetto ai concorrenti.	max. 10 punti	
Il concept del business è stato descritto in modo conciso e completo: "quale prodotto / servizio è offerto ai clienti e in che modo?"	max. 10 punti	
La visione sul futuro dell'azienda è descritta in modo completo e adeguato; si adatta all'azienda, è realistica ed è in linea con il piano finanziario.	max. 10 punti	
Piano di Marketing		
La P per Prodotto è stata descritta in modo esaustivo (descrizione del prodotto, struttura dell'assortimento, funzione, caratteristiche, servizio, depliant e relazione con l'imprenditorialità sociale).	max. 20 punti	
La P di Posizionamento è stata descritta in modo esaustivo	max. 10 punti	

(indicazioni specifiche di luogo, affitto o acquisto, stima di costi ecc).		
La P di Prezzo è stata descritta in modo esaustivo (è stato fatto il calcolo del prezzo di costo e di vendita e il livello dei prezzi è coerente con il concept del business).	max. 10 punti	
La P di promozione è stata descritta in modo esaustivo (incl. diverse azioni promozionali ed un sito web funzionale).	max. 20 punti	
La P di Personale è stata descritta in modo esaustivo (inclusi 3 posti disponibili e numero e funzioni degli impiegati).	max. 10 punti	
Descrizione della formula di vendita, dell'aspetto, dello stile, dell'identità, presentazione esterna e interna eccetera).	max. 10 punti	
La P di evidenza fisica è usata correttamente nel sito web.	max. 10 punti	
Bilancio		
Il bilancio di apertura è corretto e realistico? Si inserisce o coincide con il piano di marketing?	max. 10 punti	
Il piano di investimento è corretto e realistico? Si inserisce o coincide con il piano di marketing?	max. 10 punti	
Il budget previsionale è corretto, realistico e in linea con il piano di marketing?	max. 10 punti	
Il budget di liquidità è corretto, realistico e in linea con il piano di marketing?	max. 10 punti	
Conclusione e presentazione del piano imprenditoriale		
Il piano imprenditoriale è realistico?	max. 20 punti	
L'azienda ha qualità distintive? (Può essere percepita come unica?)	max. 20 punti	
La presentazione del piano è invitante? (creatività)	max. 20 punti	
Il piano imprenditoriale ha potenziale?	max. 10 punti	
Investiresti denaro in questa azienda?	max. 10 punti	
Altre osservazioni		
Punti totali per il Prodotto	Max. 30 punti	

Allegato 3: Valutare e dare un punteggio alla Presentazione

La valutazione e il punteggio della Presentazione è costituito da sei elementi: introduzione, corpo / contenuto, business plan, conclusione, espressione / aspetto e relatore. Vedrete i criteri di valutazione di seguito.

È possibile valutare ciascun criterio con un numero (punti). Il punteggio complessivo è costituito dalla somma dei punti dati. Potete inserire quel punteggio nel modello di valutazione complessiva visto nelle pagine precedenti. Si può mettere la spiegazione del punteggio (argomenti per sostenere la vostra decisione) nel campo "altre osservazioni".

Elemento	Max. n° punti	Valutazione
Introduzione		
Il relatore si introduce	max. 1 punto	
All'inizio il relatore spiega ciò che è la presentazione e che cosa è la struttura (contenuto).	max. 1 punto	
Corpo/contenuto		
Il relatore/la relatrice rimane attaccato alla linea principale del suo soggetto "l'avvio di un'impresa" e minimizza le elaborazioni di dettagli.	max. 1 punto	
La presentazione è ben concepita e le ragioni sono giustificate.	max. 2 punti	
La presentazione dà prova di una sufficiente conoscenza della materia a portata di mano.	max. 2 punti	
La conclusione finale è ben sostenuta e risponde a tutte le domande del progetto molto bene.	max. 2 punti	
Piano Imprenditoriale		
Il Piano Imprenditoriale è spiegato in modo chiaro.	max. 2 punti	
Chiusura/conclusione		
La presentazione contiene opinioni chiare con valide argomentazioni degli imprenditori.	max. 2 punti	
I relatori danno al pubblico la possibilità di porre domande e sono in grado di rispondere correttamente.	max. 2 punti	
Aspetto della presentazione		
La presentazione è originale (creativa) e piacevole.	max. 2 punti	
Sono state utilizzate diverse possibilità per rendere efficace la presentazione (mettere del testo in più in una pagina sullo schermo, immagini utili, suoni ecc.)	max. 2 punti	
Lo stesso PowerPoint è chiaro (non troppo testo).	max. 2 punti	
Relatore/Relatrice		
Il relatore/la relatrice è convincente (linguaggio del corpo).	max. 2 punti	

Il relatore/la relatrice ha fiducia in se stesso/stessa.	Max. 1 punto	
Il relatore/la relatrice rispetta il tempo limite concordato: tra un minimo di 10 ed un massimo di 15 minuti.	max. 2 punti	
Il relatore/la relatrice si indirizza al pubblico.	max. 2 punti	
Il relatore/la relatrice parla forte e chiaro.	max. 1 punto	
Il relatore/la relatrice usa vari media di tipo diverso.	max. 1 punto	
Altre osservazioni		
Punti totali per la presentazione	Max. 30 pnt.	

Allegato 4: Valutazione e punteggio per la mentalità imprenditoriale

La valutazione e punteggio dell'imprenditorialità è costituita da dieci elementi: coraggio di rischiare, perseveranza, creatività, capacità di persuasione, di orientamento al risultato, chiarezza finanziaria (trasparenza), originalità, realismo, imprenditorialità sociale e il potenziale delle imprese.

Vedrete di seguito i criteri di valutazione. È possibile valutare ciascun criterio con un numero (punti). Il punteggio complessivo è costituito dalla somma dei punti dati. Potete inserire questo punteggio nel modello di valutazione complessiva visto nelle pagine precedenti. Si può mettere la spiegazione del punteggio (argomenti per sostenere la vostra decisione) nel campo "altre osservazioni".

Elemento	Max. n° punti	Valutazione
Il piano riflette: coraggio di rischiare?	max. 1 punto	
Il gruppo mostra: perseveranza?	max. 1 punto	
Il piano riflette: creatività?	max. 1 punto	
Il piano riflette: capacità di persuasione?	max. 1 punto	
Il gruppo mostra: orientamento al risultato?	max. 1 punto	
Il piano riflette: chiarezza finanziaria?	max. 1 punto	
Il piano riflette: originalità?	max. 1 punto	
Il piano riflette: realismo?	max. 1 punto	
Il piano riflette: imprenditorialità sociale?	max. 1 punto	
Il piano mostra: potenziale dell'impresa?	max. 1 punto	
Test teorico di conoscenza imprenditoriale	max. 20 punti	
Altre osservazioni		
Punti totali per l'Imprenditorialità	Max. 30 punti	