



Linee guida

Modulo General Management

Riferimento: Linee guida “Certificato di management IFC”, ottobre 2021

Versione: ottobre 2021



Sommario

1	Indicazioni generali	1
2	Destinatari	1
3	Obiettivo del corso	1
4	Contenuti del corso	2
5	Durata della formazione	4
6	Attestato di frequenza	4
7	Certificazione delle competenze	4



1 Indicazioni generali

Il seguente documento è stato redatto al fine di esporre gli obiettivi e i contenuti del modulo “General Management” nonché di formulare le linee guida che disciplinano l’esame previsto quale certificazione delle competenze acquisite alla fine della formazione. Essendo questo modulo parte integrante dell’offerta formativa “Certificato di management IFC”, queste linee guida costituiscono un complemento al documento “Linee guida – Certificato di management IFC, valido per l’ottenimento del certificato di Management” SVF-ASFC” dell’ottobre 2021. Invitiamo pertanto il lettore a farvi riferimento per tutti quegli aspetti generici che non figurano nelle seguenti pagine.

2 Destinatari

La formazione e l’esame che ne attesta l’acquisizione delle competenze è destinata a persone che sono a capo di un team e che necessitano di competenze che permettano loro di affiancare l’ufficio del personale nelle classiche mansioni di conduzione fatta dalla linea. Il corso rappresenta anche un’utile base per persone che seguono una formazione professionale organizzata dalle Organizzazioni del Mondo del Lavoro (OML) o che vogliano conseguire un Attestato Federale Professionale che contenga conoscenze di gestione del personale.

3 Obiettivo del corso

Il corso si prefigge di far acquisire le conoscenze e le competenze necessarie per espletare le principali mansioni amministrative legate alla gestione del personale.

Al termine della formazione i partecipanti saranno in grado di:

- definire i termini di economia aziendale di base (economicità, produttività, ...) nel contesto della gestione aziendale;
- formulare obiettivi aziendali con il metodo SMART, riconoscere le gerarchie e la tipologia di ogni obiettivo e analizzare la correlazione fra di essi;
- definire la carta dei fondamenti aziendali (missione, visione e valori), la carta dei valori e un piano strategico;
- definire la strategia competitiva di base e le operazioni che creano il proprio vantaggio competitivo mediante la catena del valore di Porter;
- spiegare l'importanza del marketing, l'orientamento al cliente, la segmentazione e il marketing mix;
- implementare una politica ambientale su più livelli, effettuare misure e controlli sulla sostenibilità aziendale adottando un approccio PDCA;
- descrivere le caratteristiche elementari dell'approvvigionamento (ad esempio: just-in-time, gestione delle scorte, acquisti) e i mercati di vendita (tra cui i canali di distribuzione, B2B e B2C);
- comprendere l'interazione tra l'ambiente esterno e interno all'azienda, analizzando i diversi stakeholder, le loro relazioni, esigenze ed attese;



- eseguire un'analisi dell'ambiente (PESTEL, SWOT, ...) e descrivere le influenze esterne derivanti dalle sfere ambientali;
- determinare gli elementi della calcolazione commerciale partendo dai dati contabili per sviluppare un'offerta;
- descrivere l'importanza della contabilità finanziaria e operativa come strumento di gestione;
- effettuare una pianificazione finanziaria (strategica e operativa) redigendo budget annuali e rapporti di controlling (analisi scostamenti tra preventivo e consuntivo);
- calcolare, interpretare e commentare diversi indici di analisi contabile;
- spiegare i principi del diritto contrattuale, le basi della responsabilità e della protezione dei dati;
- spiegare concetti di economia aziendale e utilizzare strumenti di gestione d'impresa;
- analizzare le pressioni interne e esterne all'azienda in un contesto di economia aperta;
- usare i principi contabili della contabilità finanziaria e analitica come strumenti centrali di direzione;
- applicare le disposizioni legali connesse alla gestione aziendale.

4 Contenuti del corso

Conformemente agli obiettivi menzionati sopra, i contenuti del corso sono i seguenti:

Fondamenti aziendali ed economici

- Beni e bisogni
- Concetto di scarsità
- I mercati, incontro tra domanda e offerta
- Fattori di produzione
- Dati macroeconomici, congiuntura e cicli economici
- Misure di mercato
- Economicità e produttività

Il modello di gestione di San Gallo

- Ambiente esterno all'azienda (stakeholder e sfere ambientali)
- Analisi PESTEL
- Analisi degli stakeholders (relazioni, esigenze ed attese)

Management normativo e strategico

- Il sistema degli obiettivi (gerarchia e tipologia)
- Formulazione degli obiettivi SMART
- Relazione e interazione tra obiettivi
- Cultura aziendale e carta dei fondamenti aziendali (missione, visione, valori)
- Analisi dell'ambiente e dell'azienda (SWOT, 5 forze competitive, BCG)
- Orientamento strategico (Strategie di crescita e competitive)



Misure di innovazione e sostenibilità

- Politica e gestione ecologica (implementazione, norme, CSR)
- Innovazione (impulsi, processi e tipologie)

Marketing

- Orientamento al cliente e approccio Kano
- Definizione di marketing
- Ricerche di mercato
- Segmentazione e gruppi target
- Marketing mix (prodotto, prezzo, luogo, promozione)
- Digital marketing

Gestione e sistemi di approvvigionamento

- Approvvigionamento, produzione, logistica

Gestione della qualità

- Total quality management
- Ciclo di Deming e la sua applicazione in azienda
- ISO e EFQM

Contabilità quale strumento di conduzione

Struttura della contabilità analitica

- Delimitazione e rilevamento dei costi e dei ricavi nella contabilità analitica
- Costi per tipi di costo
- Costi per centri di costo
- Costi per unità di costo

Rispetto del budget

- Modulo di conteggio (BAB)
- Calcolo Divisionale
- Calcolo delle maggiorazioni

Rapporti di controlling

- Osservanza e interpretazione
- Analisi di budget
- Forecast
- Calcolo delle tendenze e altri rapporti di controlling

Calcolo dei costi

- Analisi sistemi di contabilità a costi effettivi su base di costi completi e costi parziali
- Costi diretti e costi indiretti
- Costi fissi e costi variabili
- Analisi del break even

Calcolo commerciale e offerta

- Calcolo del prezzo di acquisto e di vendita
- Calcolo delle divisioni e dei numeri di equivalenza
- Calcolo del prezzo di un servizio
- Fattori che influenzano la determinazione del prezzo



Analisi contabile

- Coefficienti di gestione e relative misure

Punti essenziali del diritto delle obbligazioni e struttura del Codice delle obbligazioni

- Contratto e concetto del contratto
- Disposizioni generali
- Conclusione e forme di contratto
- Adempimento delle obbligazioni
- Responsabilità civile

Basi legali concernenti la gestione di un'azienda

- Composizione del diritto societario (società semplice, società in nome collettivo, società anonima e società a garanzia limitata)
- Costituzione e organizzazione
- Rappresentanza e procura
- Legge sulla responsabilità per danno da prodotti

Leggi e Ordinanze che compongono il Diritto dei beni immateriali e Legge sulla concorrenza sleale

- Diritto dei beni immateriali
- Diritto d'autore
- Legge sulla concorrenza sleale

5 Durata della formazione

In conformità con quanto riportato nelle indicazioni iniziali, per poter trattare tutti i contenuti esposti sopra, i partecipanti dovranno svolgere circa 120 ore (sono incluse le lezioni in presenza, lo studio autonomo e accompagnato).

6 Attestato di frequenza

Al termine del corso viene rilasciato, a chi raggiunge almeno l'80% di frequenza del corso, un attestato di frequenza.

7 Certificazione delle competenze

Al termine della formazione l'IFC organizza la certificazione delle competenze con un esame scritto individuale di 120 minuti e la redazione di un piano marketing dettagliato, con una ponderazione sulla nota finale del 60% per la parte d'esame e 40% per la parte redazionale.

Tale certificazione non è obbligatoria ma è tuttavia essenziale per coloro i quali hanno seguito la formazione con lo scopo di integrarla in percorsi formativi organizzati da OML oppure quale modulo riconosciuto da altre organizzazioni per l'ottenimento di un Attestato Professionale Federale (APF) e quindi anche per il conseguimento del "Certificato di management IFC" che permette, unitamente al certificato di Leadership rilasciato dall'ASFC di presentarsi all'esame federale di "Specialista nella direzione di un team".