



IN EVIDENZA

“Finanzia la tua idea, la tua impresa e la tua startup”

*Corso professionalizzante
in START UP MANAGER,
specialista nella crescita
e nello sviluppo di attività
imprenditoriali innovative*

- ✓ Società con PLURIENNALE ESPERIENZA NEL SETTORE
- ✓ APPROCCIO PRATICO E OPERATIVO: metà giornata formativa e metà di lavoro sul campo
- ✓ REALIZZAZIONE di progetti reali dalla A alla Z
- ✓ Approccio strategico BUSINESS ORIENTED
- ✓ Possibilità di SCAMBI e ATTIVITÀ internazionali per giovani imprenditori
- ✓ KNOW HOW per accedere ai finanziamenti per la tua start up di successo
- ✓ Incontri con professionisti del settore e beneficiari di finanziamenti
- ✓ FORMAZIONE per la gestione dei social media marketing della tua start up
- ✓ ASSISTENZA GARANTITA per la domanda di finanziamento alle migliori idee imprenditoriali

PROGRAMMA FORMATIVO	
DURATA DEL CORSO	<p>Il corso ha una durata complessiva di 360 ore, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 320 ore lezioni frontali ▪ 40 ore in FAD
OBIETTIVI DEL CORSO	<p>Il corso permette di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ acquisire le tecniche e gli strumenti per supportare la crescita, lo sviluppo e il consolidamento di nuove attività imprenditoriali a carattere innovativo; ✓ sviluppare una vera e propria cultura dell'innovazione e del networking; ✓ orientarsi nel panorama dei programmi di finanziamento disponibili per la creazione d'impresa e l'innovazione; ✓ applicare il know-how acquisito nel campo della creazione di impresa attraverso la definizione di progetti reali.
LUOGO DI SVOLGIMENTO DEL CORSO	Pescara (PE)
DATA INIZIO CORSO	07/10/2019
DATA FINE CORSO	31/01/2020
QUOTA DI ISCRIZIONE	<p>5.573,77 € (cinquemilacinquecentosettantatre/77) + IVA (22%) – Tot. 6.800,00 € (seimilaottocento/00).</p> <p>Le persone interessate possono concorrere all'assegnazione di 10 borse di studio del valore di € 5.000,00 (cinquemila/00) inviando all'indirizzo info@civica.cc il curriculum vitae e una lettera motivazionale (max 1500 caratteri), che spieghi le ragioni per cui si ritiene di essere il miglior candidato alla borsa e il significato che questa opportunità rappresenta per la propria carriera.</p> <p>La quota di iscrizione include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • partecipazione al corso • rilascio materiale didattico • accesso ad un'area riservata contenente schede, dossier di approfondimento, ecc. • accesso alla piattaforma FAD • rilascio attestato di partecipazione • rilascio copia omaggio delle 4 guide <ol style="list-style-type: none"> 1. "GUIDA PRATICA PER L'ELABORAZIONE DI PROGETTI EUROPEI 2014/2020" 2. "GUIDA AI FONDI UE TEMATICI 2014-2020" 3. "NAVIGARE SUL PORTALE EUROPA: COME RICERCARE LE INFORMAZIONI PER L'ATTIVITÀ DI

	<p>EUROPROGETTAZIONE“</p> <p>4. “10 CONSIGLI +1 PER RACCOGLIERE FONDI NELL'ERA DEL SOCIAL BUSINESS”</p>
<p>MODULO 1 INTRODUZIONE ALLO START UP</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'imprenditorialità: una introduzione ▪ Come sviluppare idee innovative ▪ Conoscere gli aspetti legali e normativi ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 2 START UP: IL BUSINESS PLANNING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Value proposition e modelli di business ▪ Creare e sviluppare modelli di business innovativi: il business model canvas ▪ Il Business plan ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 3 STARTUP: PRODOTTO E MERCATO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prodotto/Servizio ▪ L'analisi della concorrenza, del mercato e stima della domanda ▪ Le strategie di marketing ▪ Propedeutica e realizzazione del Piano di Marketing ▪ Strategie di Internazionalizzazione e di Branding ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 4 STARTUP: PIANIFICAZIONE AZIENDALE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reclutare, costruire e sviluppare il team aziendale ▪ Organizzazione aziendale e pianificazione attività ▪ Pianificazione economico-finanziaria e budgeting ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 5 STARTUP: FUND RAISING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le risorse finanziarie per l'impresa ▪ I finanziamenti pubblici europei, nazionali e regionali per la creazione di impresa ▪ Forme innovative di finanziamento ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 6 STARTUP: COMUNICAZIONE & DIGITAL MARKETING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicare per attrarre investitori, partner e clienti ▪ Marketing on line vs marketing off line ▪ Digital Marketing ▪ Esercitazioni
<p>MODULO 7 PROJECT WORK</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificazione aree di specializzazione, organizzazione gruppi di lavoro, impostazione ▪ Analisi e pianificazione dell'intervento progettuale ▪ Analisi di finanziabilità ▪ Project work: compilazione finale dei formulari ▪ Presentazione, discussione e integrazioni project work ▪ Valutazione finale e consegna attestati

ARGOMENTI DELLE LEZIONI

<p>MODULO I INTRODUZIONE ALLO START UP</p>	<p>L'imprenditorialità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imprenditorialità - Che cosa è ? - Analisi delle competenze personali - Le ragioni per fare impresa - Gli step per la creazione d'impresa - Fattori di successo e di rischio <p>Come sviluppare idee innovative</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cosa rende grande un'idea di impresa - Approcci innovativi: Lean start up, design thinking - Trend e scenari futuri - L'impresa e il mercato - Idee, prototipi, analisi di prefattibilità <p>Conoscere gli aspetti legali e normativi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guida alle forme giuridiche - Vantaggi e svantaggi delle diverse forme giuridiche, analisi di casi pratici - La normativa per le start up innovative; le nuove forme societarie per le piccole imprese - I diritti di proprietà intellettuale: marchi e brevetti - I contratti di lavoro - Creare e registrare l'impresa - Aprire un conto bancario - Introduzione alla fiscalità per le imprese <p>Al termine del modulo sarò in grado di: Esplorare le opportunità del mercato, sviluppare e valutare le idee di business.</p>
<p>MODULO II START UP: IL BUSINESS PLANNING</p>	<p>Value proposition e modelli di business</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creare una proposta di valore ▪ Introduzione ai modelli di business ▪ Business model generation: progettazione e design ▪ Esercitazioni <p>Creare e sviluppare modelli di business innovativi: il business model canvas (BMC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gli elementi costitutivi del BMC - Come e perché utilizzare il BMC - Analisi casi studio <p>Come sviluppare il proprio Business Plan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dal BMC al BP - Principali elementi di un BP - Importanza e utilizzo pratico del BP - Il BP come processo - Consigli pratici per un eccellente BP

	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi di alcuni BP <p>Al termine del modulo sarò in grado di: Conoscere gli adempimenti necessari all'avvio di un'impresa, mettere a punto gli elementi essenziali per creare e sviluppare un business di successo.</p>
<p>MODULO III STARTUP: PRODOTTO E MERCATO</p>	<p>Il prodotto/servizio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principali linee di attività - Le funzioni d'uso - I vantaggi per il cliente - La descrizione delle caratteristiche (tecniche, tecnologiche, materie prime); <p>L'analisi della concorrenza, del mercato e le strategie di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analisi del mercato: cosa analizzare e a quali questioni occorre rispondere - Strumenti on line e off line a supporto delle ricerche di mercato - Metodi per la ricerca di mercato - Il web come fonte di informazioni - Analisi SWOT/PEST/... - Ambiente, ampiezza e trend - Confrontare Prodotti e Servizi - Identificare e comprendere i bisogni - Creatività e marketing <p>Propedeutica e realizzazione del Piano di Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cos'è il marketing per l'impresa new economy: il mix dell'offerta, dalle 4 P alle 4 C - Elementi del prodotto e del packaging. Attributi, gamma, assortimento di prodotto e funzioni del packaging (etichettatura e compliance). - Prezzo: strategie di pricing a confronto, come modificare i prezzi nel tempo senza perdere clienti (buone e cattive prassi nella gestione dei prezzi). - Promozione: cos'è e come si sviluppa la value proposition per trasmettere il vantaggio della propria offerta al mercato - Placement: classificazione dei canali distributivi, come il canale influenza il posizionamento, ruolo degli intermediari - Sviluppo dell'E-commerce nel mondo e in Italia: linee-guida per una gestione integrata dei canali di marketing on-line e off-line. - Il processo decisionale nella fase di acquisto: come avviene il posizionamento nella mente del consumatore. La segmentazione della domanda (macro e micro) e la scelta del target

	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi della concorrenza: modello delle 5 forze competitive di Porter, possibili strategie di differenziazione - La realizzazione del piano di marketing: fasi, contenuti e strumenti della pianificazione <p>Strategie di Internazionalizzazione e di Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differenza tra globalizzazione e internazionalizzazione: focus sulle PMI e sulle Start-up G-local che vogliono crescere all'estero - Le possibili vie della crescita internazionale: importanza della scelta dei Paesi target e la Country analysis - Come organizzare un sistema di marketing intelligence e la classificazione delle fonti per l'Azienda - Il branding nei mercati internazionali: il patrimonio genetico della marca e le dimensioni del brand nel patrimonio degli asset aziendali - Come rafforzare l'equity del proprio brand in 7 passaggi: le funzioni del brand per l'impresa e per il consumatore - Chi e cosa cerca il buyer: analisi dei possibili divari tra domanda e offerta e come colmare i gap di percezione dei propri prodotti rispetto a quelli dei concorrenti - Punti di forza di una G-local strategy: la ricerca del punto di equilibrio tra standardizzazione e adattamento del prodotto/servizio. Ampliare la propria offerta grazie alle tecniche della Brand extension - La gestione delle commesse internazionali: metodiche e forme del procurement, contenuti della commercial proposal - Consolidare gli ordini e le relazioni con i clienti acquisiti. La fidelizzazione e gestione dei complaints: perché la customer retention assicura ritorni economici duraturi
<p>MODULO IV STARTUP: PIANIFICAZIONE AZIENDALE</p>	<p>Reclutare, costruire e sviluppare il team aziendale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Requisiti di un buon team - Chi, come, dove reclutare - Team building <p>Organizzazione aziendale e pianificazione attività</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduzione alla struttura aziendale - I processi organizzativi - Le risorse umane e tecniche - L'organizzazione per aree e funzioni <p>Pianificazione finanziaria e budgeting</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduzione alla contabilità aziendale - Il ciclo della gestione - I componenti del Capitale e del Reddito; Costi e Ricavi; Fonti e Impieghi - Entrate, Uscite e Cash Flow

	<ul style="list-style-type: none"> - Costi, tipologia e struttura dei costi aziendali - Il Pricing - Break even point analysis - Il budget - Il bilancio aziendale e gli indici di bilancio - Imposte e tasse <p>Al termine del modulo sarò in grado di: Effettuare previsioni di mercato e scelte strategiche, pianificare gli aspetti economico/finanziari che ne derivano.</p>
<p>MODULO V START UP: L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI</p>	<p>Le risorse finanziarie per l'impresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il fabbisogno finanziario delle start up - Le fonti di finanziamento - Bancabilità e accesso al credito, fondi di garanzia <p>I finanziamenti pubblici</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondi europei a gestione diretta e indiretta: Erasmus per giovani imprenditori, COSME, H2020, POR FESR e FSE, PSR FEASR - Strumenti di finanza agevolata nazionali e regionali - Come strutturare le domande di finanziamento <p>Forme innovative di finanziamento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incubatori e acceleratori - Venture capital e business angels - Crowdfunding <p>Al termine del modulo sarò in grado di: Conoscere e accedere ai diversi canali di finanziamento disponibili per le start up.</p>
<p>MODULO VI STARTUP: COMUNICAZIONE & DIGITAL MARKETING</p>	<p>Comunicare per attrarre investitori, partner e clienti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cosa comunicare e come, gli errori da evitare - L'elevator pitch e la presentazione della propria idea agli investitori - Il brand e la relazione con i clienti - La comunicazione verso gli stakeholders <p>Marketing on line vs marketing off line</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differenze - Approcci multicanale - Panoramica di strumenti e tecniche <p>Digital Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le basi per la digitalizzazione - Identificare e capire l'audience - Prefiggersi degli obiettivi - Analisi delle keyword e ottimizzazione delle pagine

	<ul style="list-style-type: none"> - Attrarre traffico con SEO e SEM - Content Marketing - Social Media <p>Al termine del modulo sarò in grado di: Comunicare e promuovere on line e off line l'idea di business e il prodotto/servizio.</p>
<p>MODULO VII PROJECT WORK</p>	<p>È previsto un lavoro di gruppo volto allo sviluppo di una business idea scelta dal gruppo stesso nell'ambito di casi reali proposti dagli allievi e/o dai docenti. Il lavoro viene in gran parte svolto in aula sotto la supervisione dei docenti ed ha l'obiettivo di applicare tutti gli strumenti appresi nel corso per lo sviluppo di un progetto imprenditoriale completo. Sono previsti momenti di verifica con imprenditori, rappresentanti del settore bancario e investitori/finanziatori.</p> <p>Al termine del modulo sarò in grado di: conoscere e seguire lo sviluppo e il consolidamento di nuove attività imprenditoriali a carattere innovativo.</p>
<p>DOCENTI</p>	<p>Il corso sarà tenuto da professionisti del gruppo Civica e da tecnici ed esperti del settore.</p> <p>Mauro VANNI È project manager di Civica srl (www.civica.cc) - società di consulenza nel campo dei finanziamenti europei - e presidente di ITACA (www.itacaviluppo.it) - associazione per lo sviluppo locale. Svolge dal 2001 attività di consulenza presso enti pubblici, imprese ed associazioni nelle seguenti aree: progettazione europea, finanza start up e agevolata, sviluppo locale. Consulente del FORMEZ (Dipartimento della Funzione Pubblica - Presidenza del Consiglio dei Ministri), è stato docente a contratto di progettazione comunitaria presso l'Università degli Studi di Teramo nei seguenti master: "Intermediari della conoscenza tecnologica, organizzativa e gestionale"; "Public Governance"; "Gestione degli enti locali: sviluppo sostenibile e multilevel governance"; "Gestione dei sistemi e delle imprese per il turismo sostenibile". Ha svolto attività seminariali presso Università La Sapienza (Rock your project 2019) e LUISS Guido Carli di Roma (European Fundings Simulation 2018 e 2019), Università di Camerino, Università dell'Aquila - corso di laurea di "Scienze Ambientali", Università di Teramo - corso di laurea di "Sociologia dello sviluppo locale e dei sistemi di governance."</p> <p>Alessandra Coletti Advisor in Marketing e Consulenza Direzionale nei processi d'internazionalizzazione di aziende nei settori espressione del</p>

Made in Italy nel mondo.
 Nei mercati c.d. "emergenti" ha assistito le imprese italiane in appalti internazionali e accordi distributivi con Players globali. Laureata in Giurisprudenza, specializzata in Marketing e Comunicazione, ha maturato oltre 24 anni di esperienza al servizio delle imprese, prima come dirigente industriale in associazioni di categoria del sistema Confindustria e in seguito come consulente a livello internazionale.
 Svolge attività di formazione e consulenza in favore delle PMI italiane per conto di ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane in collaborazione con Organizzazioni nazionali di Categoria. E' docente e tutor stage degli Allievi del Master dell'ICE, CORCE Fausto De Franceschi.
 Insegna Contrattualistica Internazionale in lingua inglese al MIMMMaster in International Marketing Management dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano.
 E' docente in Organizzazione dell'Ufficio Export, Marketing Internazionale e Tecniche di Negoziazione Interculturale per business school private.

Maurizio CORINI

Consulente direzionale e temporary manager per PMI; laureato con lode in Economia e Commercio; dottore commercialista e revisore contabile; formatore senior aziendale. Esperto in business planning, finanza agevolata, analisi di mercato, gestione e rendicontazione amministrativa di progetti finanziati con fondi pubblici nazionali ed europei, controllo di gestione. Collabora da oltre venti anni con enti della Pubblica Amministrazione come componente di comitati di valutazione di progetti imprenditoriali e nuclei di monitoraggio e controllo della spesa. Esperto nella formazione e nell'assistenza tecnica per l'autoimpiego, per lo start up d'impresa e per la pianificazione e realizzazione di progetti imprenditoriali di sviluppo.

Rinaldo PITOCCHO

Laureato in Economia e Commercio presso l'Università "G. D'Annunzio" di Chieti. Socio fondatore e Amministratore unico di Civica Srl (www.civica.cc), una società che opera in ambito nazionale ed internazionale sui temi dello sviluppo locale, delle politiche comunitarie e dei programmi di finanziamento europei offrendo servizi di consulenza integrata e assistenza tecnica ad organizzazioni pubbliche e private. In qualità di consulente segue in particolar modo le attività di rendicontazione amministrativa e finanziaria legate ai progetti attivati.
 Dal 2012 è editore della rivista "Finanzia la tua idea", un periodico mensile elettronico che tratta il tema dei finanziamenti e delle opportunità di business.