

**Scheda di presentazione (Allegato 1)**

Proponente	Alessandro Baruffaldi
Titolo del seminario	Il percorso di sviluppo di una idea imprenditoriale
Obiettivi del Corso	Individuare e approfondire le fasi fondamentali del percorso di sviluppo di una idea imprenditoriale che tengano conto delle scelte temporali, della capacità di investimento e delle aspettative di ritorno economico, sia in termini di creazione di valore che di crescita dimensionale.
Struttura del Corso	<p>Il seminario prevede l'analisi delle variabili fondamentali per progettare lo sviluppo di una idea imprenditoriale, individuabili nelle seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificazione delle strategie da adottare• Sviluppo di un percorso di sviluppo coerente• Valutazione dei fabbisogni finanziari connessi• Le proiezioni economico-finanziarie• La comunicazione interna ed esterna <p>Sono previste lezioni introduttive sui temi citati e sperimentazione pratica mediante l'analisi di case study e la realizzazione pratica business plan di una PMI a cura degli studenti suddivisi in gruppi, con successiva presentazione, analisi e valutazione in aula dei risultati emersi.</p>
Argomenti delle lezioni e modalità di erogazione	<p>Le lezioni verranno erogate in aula in sei incontri di 4 ore ciascuno. Gli argomenti delle lezioni saranno:</p> <ul style="list-style-type: none">• Elementi di project management per la gestione operativa di un progetto• Il legame tra le strategie e la fase operativa• La misurazione dei risultati e la valutazione degli investimenti• Suggestimenti e indicazioni per la realizzazione di un business plan efficace• Le stime economico finanziarie e le ipotesi di sviluppo del piano• La comunicazione interna e esterne dei contenuti



	<ul style="list-style-type: none">• Realizzazione, presentazione e valutazione di un business plan
Docenti (allegare i relativi CV)	Alessandro Baruffaldi
Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)	La prova di verifica prevede lo svolgimento di un test individuale articolato su dieci domande a risposta multipla relative ai principi di base affrontati durante il seminario.

Bibliografia di Riferimento

“Comunicare con investitori e finanziatori: il ruolo del business plan” F.A. De Luca, A. Tami, Quaderno n. 53, ODCEC Milano, Commissione Finanza e Controllo di Gestione, S.A.F. Luigi Martino

“Guida al piano industriale” a cura di Borsa Italiana, Deloitte , Roland Berger Strategy Consultant, SDA Bocconi, con contributi di ABI, ASSOSIM, CONSOB, 2003

“The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment” R. Kaplan, D. Norton, HBS Press Book, 2001

“Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes” R. Kaplan, D. Norton, HBS Press Book, 2004

“Chronic Misalignments”, G. Dickinson, M. Puleo, Deloitte Review, 2008

“Shareholder value refresher” , Deloitte, 2004

“Analisi Finanziaria”, E Pavarani, McGraw-Hill, 2001

“Il settore agroalimentare- Fattori strategici, regole d’oro e casi di successo” P. Gibello, E. Puddu, L. Bistagnino, D. Zaccone, Slow Food Editore, 2014



“Il settore agroalimentare-Un patrimonio made in Italy da consolidare e rinnovare” L. Bistagnino, V. Cantino, P. Gibello, E. Puddu, D. Zaccone, Slow Food Editore 2013