

FORMAZIONE 2011

Modelli di corsi su misura per la formazione in aula e integrata (aula e web) per Banche e Reti finanziarie

SPECIALE CREDITO: NUOVI CORSI SULLA GESTIONE DEL CREDITO

Le altre novità 2011

IL CIRCO DELLA COMUNICAZIONE: UNA NUOVA FORMULA PER IMPARARE A COMUNICARE

**CORSI PER L'ISCRIZIONE AL RUI
(ART. 42 REGOLAMENTO 5/2006)**

**CORSI DI AGGIORNAMENTO
PROFESSIONALE RUI (ART. 38)**

I CORSI FORBANK A MISURA DELLE SPECIFICHE ESIGENZE FORMATIVE

2011: LA PROFESSIONALITA' FORBANK A SERVIZIO DELLE BANCHE E DELLE RETI

Forbank Gruppo Forrad, fondato nel 1973 mette la propria professionalità a servizio delle banche e delle reti per sviluppare gli skills e le capacità del loro personale, in un'ottica di maggiore produttività, efficienza ed efficacia.

DURATA DEI CORSI

Viene definita in sede di progettazione, in relazione agli obiettivi del corso e ai destinatari

FORMAZIONE IN AULA E FORMAZIONE INTEGRATA (Aula e Web)

Due sono le principali metodologie utilizzate da Forbank negli ultimi anni:

- **Formazione in aula** basata su metodologie attive di forte efficacia
- **Formazione integrata** (aula e web) su piattaforma **FWL**

Alcuni corsi possono essere forniti sia in versione esclusivamente aula che in versione formazione integrata aula e web.

CORSI SU MISURA (IN HOUSE)

Di tutti i titoli indicati vengono realizzate edizioni su misura (in house) tarate sulle esigenze e sulle caratteristiche di ogni singolo committente, in relazione agli obiettivi formativi definiti.

I programmi dettagliati di questo catalogo vanno intesi come 'modello' sulla base del quale effettuare la personalizzazione. In tal modo è possibile utilizzare corsi ampiamente sperimentati, ma progettati e realizzati su misura

CORPO DOCENTI

È formato dagli specialisti interni di Forbank, da consulenti con comprovata capacità didattica e da uno staff di docenti appartenenti all'Università degli studi di Milano Bicocca, all'Università Bocconi, all'Università Cattolica, all'Università di Cagliari, alle Università di Bergamo e Ferrara, all'Università di Venezia, alla LUIC di Castellanza

CORSI PER RETI E BANCHE RETI

FORBANK HA CREATO UNO SPECIFICO PROGRAMMA PER LE RETI DI PROMOZIONE FINANZIARIA E PER LE BANCHE RETI

Il programma è pubblicato su:
<http://www.forbank.it/forbank/pdf/catalogoreti.pdf>

INDICE DEI PROGRAMMI

	PAG
FORBANK: PRESENTAZIONE	2
VENDITA E SVILUPPO	
Vendere e fidelizzare la clientela al telefono	3
Metodologie di sviluppo della clientela private	4
La vendita dei servizi corporate	4
L'eccellenza nella relazione col cliente	4
Hercules: quando il gestore commerciale fa la differenza	5
Un front line competitivo per la customer satisfaction	5
PRODOTTI BANCARI E ASSICURATIVI	
Il sistema dei pagamenti	6
Il risparmio amministrato	6
I derivati di credito: tipologie e modalità di utilizzo	6
La fiscalità sui prodotti di risparmio e assicurativi	6
I prodotti assicurativi vita	7
I prodotti assicurativi danni	7
I conti correnti e gli assegni	7
ISCRIZIONE AL RUI - FORMAZIONE ISVAP 60 ORE - AGGIORNAMENTO 30 ORE	
Formazione in e-learning	8
Formazione in aula	8
CREDITI, CORPORATE, ESTERO	
Tutte le novità del credito: corso di aggiornamento	9
Il credito nel settore delle energie rinnovabili	10
La gestione dei momenti critici dell'affidamento	11
L'analisi di bilancio	12
L'analisi della creazione del valore nell'impresa per l'affidamento	12
I crediti speciali	12
Il credito ai gruppi: il bilancio consolidato	12
I mutui casa	13
La riforma della disciplina fallimentare	13
Metodi di valutazione delle aziende e delle cash generating units alla luce dello IAS 36	13
Il credito al consumo	13
La valutazione qualitativa della clientela e l'erogazione del credito	14
Il factoring	15
L'estero commerciale	15
Le garanzie nel credito	15

	PAG
FINANZA, RETAIL E PRIVATE	
Corso base di finanza	16
Master in private banking	17
I mercati finanziari internazionali	17
I fondi pensione: conoscerli per venderli meglio	17
Il mondo degli ETF e ETC	17
Moduli di finanza base	18
Moduli di finanza innovativa	18
La gestione del rischio nella consulenza finanziaria	18
NORMATIVE, COMPLIANCE D.LGS 231	
Le norme sull'antiriciclaggio	19
La trasparenza	19
Il bilancio nella riforma e nei principi contabili	19
I principi contabili internazionali (IAS)	19
Una visione dinamica della compliance	20
L'applicazione alle banche del D.Lgs 231 sulla responsabilità amministrativa	20
CORSI DI RUOLO	
Il direttore di filiale retail	21
Il relationship management	21
Corsi di ruolo in banche divisionalizzate	21
Il manager di rete	21
Il gestore di clienti affluent/private e le irrazionalità dell'investitore	22
Speciale formazione: Il Circo della Comunicazione	23
AREA COMPORTAMENTALE E GESTIONE RISORSE	
Il self empowerment	24
Il formatore part time	24
Il team empowerment	24
Le decisioni e la gestione dell'incertezza organizzativa	24
La comunicazione interpersonale e di gruppo	25
Il problem solving	25
La negoziazione e la contrattazione	25
Public speaking ed effective presentation	25
BUSINESS GAMES E MODELLI	
Virtualbank	26
Virtualpfp	26
Virtualwinner	26
L'individuazione e lo sviluppo degli alti potenziali	27

VENDITA E SVILUPPO

VENDERE E FIDELIZZARE LA CLIENTELA AL TELEFONO AULA 16-24 ORE

■ OBIETTIVI

I call center destinati negli scorsi anni prevalentemente ad un'attività inbound, ossia di risposta alle domande poste dall'utenza, sono oggi sempre più impiegati in un'attività outbound, diretta cioè sia ad attività di vendita di customer retention

■ DESTINATARI

Addetti al call center o al customer center

■ LA COMUNICAZIONE IN GENERALE E LA COMUNICAZIONE TELEFONICA

- la comunicazione telefonica di carattere commerciale riferita ai prodotti e ai servizi bancari e finanziari
- l'importanza della relazione che si instaura tra le parti
- il cliente ed i suoi bisogni
- il cliente telefonico
- struttura della comunicazione telefonica
- il comportamento segmentato al telefono

METODOLOGIE DI SVILUPPO DELLA CLIENTELA PRIVATE AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

La vendita è tanto più difficile quanto più è bassa la differenziazione tra prodotti concorrenti. Il gestore private, nel conquistare clienti nuovi o sviluppare quelli acquisiti, deve saper agire su leve 'intangibili': qualità del servizio e della relazione. Il suo obiettivo è creare fiducia.

■ DESTINATARI

Private e personal bankers, gestori di clientela private, attuali o futuri

■ PROGRAMMA

Potenziamento dei propri skill personali: acquisizione di una mentalità commerciale; capacità di individuare opportunità; comprensione delle caratteristiche dei prodotti della banca e identificazione dei vantaggi e dei benefici per il cliente; acquisizione di disinvoltura nel public speaking; sviluppo dell'attenzione e della capacità di ascolto; rafforzamento delle tecniche di comunicazione telefonica; identificazione dei comportamenti in grado di costruire una reputazione di professionalità nel proprio ambiente di lavoro

Definizione di un piano di sviluppo: approccio selettivo ai prospects; riconoscimento delle aree su cui la propria banca ha un vantaggio competitivo; definizione di obiettivi concreti (es. una chiamata al giorno); misurazione dello stato di avanzamento del piano attraverso il confronto con benchmark

Realizzazione del piano di sviluppo: utilizzo del time management per ottimizzare le risorse di tempo; sviluppo della propria proattività nell'atteggiamento verso il mercato: operare fuori dall'ufficio, incontrare i clienti e i prospects di persona, costruirsi una reputazione eccellente nella propria business community

LA VENDITA DEI SERVIZI CORPORATE AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Il mercato corporate diviene sempre più importante e concorrenziato: sono ormai numerosi i prodotti e servizi che le banche hanno creato per soddisfarne le esigenze. Fattore critico di successo non è quindi la gamma dei servizi, ma la capacità di proporli nel modo giusto al cliente giusto

■ DESTINATARI

Addetti al mercato corporate, gestori corporate

■ PROGRAMMA

- Il mercato del corporate
- Le attività del corporate: dai crediti alla finanza di impresa
- Elementi fondamentali della finanza di impresa
- Le iniziative commerciali per i clienti corporate e l'acquisizione di nuovi clienti
- La fissazione degli obiettivi e dei budget
- Il cliente corporate: obiettivi e motivazioni di acquisto
- Il fattore prezzo e le altre leve
- Le caratteristiche del cliente corporate: le imprese
- Tipologia dimensionale delle imprese e diversità dei bisogni
- L'analisi dei bisogni specifici dell'impresa
- La tipologia di prodotti per i bisogni individuati
- Caratteristiche dell'offerta
- Metodologia di vendita dei prodotti corporate
- La qualità dell'offerta con particolare riferimento al credito
- La conduzione delle trattative di vendita
- La fidelizzazione della clientela
- La post vendita

L'ECCELLENZA NELLA RELAZIONE COL CLIENTE AULA 24 ORE

■ OBIETTIVI

Lo sportello rimane il luogo privilegiato per la relazione con il cliente ed il luogo in cui la banca accredita l'eccellenza del proprio servizio. Il corso ha lo scopo di preparare il personale di sportello ad una relazione di qualità con i clienti

■ DESTINATARI

Personale di front office

■ PROGRAMMA

- Il ruolo del personale di front office visto dalla banca e dal cliente
- Lo sviluppo delle competenze legate al ruolo
- Il cliente: come accoglierlo, conoscerlo e soddisfarne i reali bisogni
- Tipologie di clienti e comportamenti adatti per ogni tipologia
- Come valorizzare e fidelizzare il cliente
- Come trasformare i plus dei propri prodotti in vantaggi per il cliente

VENDITA E SVILUPPO

HERCULES: QUANDO IL GESTORE COMMERCIALE FA LA DIFFERENZA AULA 24 ORE

■ OBIETTIVI

Sviluppare il cambiamento delle abitudini per il miglioramento dei nostri obiettivi e quelli della nostra banca

■ PROGRAMMA

I riflessi nello svolgimento delle attività bancarie, nei differenti ruoli

la flessibilità del Gestore commerciale nel gestire il proprio cambiamento al fine di aderire agli obiettivi dell'azienda e perseguire quelli personali

Riflessioni sull'importanza di una buona comunicazione con i clienti interni..

"La Banca ieri, oggi e domani"

"La nostra azienda": alcuni dati ... per ricordare i valori, gli uomini, le competenze nella costruzione della *squadra*

"La soddisfazione dei clienti *esterni* ed *interni*"

- il rispetto delle percezioni del cliente *interno*
- alcuni dati sulla soddisfazione dei clienti esterni nei segmenti: banca, assicurazione e servizi
- i servizi del mondo bancario, finanziario ed assicurativo: discriminanti e diversità

"I desiderata dei clienti"

- che cosa desiderano i clienti della banca
- cosa possiamo fare per soddisfarli
- cosa evitare di "dire" e di "fare"

"Le nostre competenze: tecniche e relazionali"

- il cambiamento della professionalità
- cosa significa "cambiamento"
- cambiamento: uguale ad abitudini?
- proporre il servizio e non il prezzo
- trasmissione dell'immagine dell'azienda: la nostra
- il contatto: il nostro nella gestione del cliente

"Il ruolo della comunicazione nei rapporti interpersonali"

- obiettivo della comunicazione
- trasformare la comunicazione in "servizio al cliente"
- la "creatività nella comunicazione e nell'ascolto"

"Dalla vendita alla negoziazione"

- lo sviluppo della relazione
- le domande da porre e quelle da evitare
- alcune tipologie di clienti

"Il ruolo dello Gestore Commerciale"

- la negoziazione commerciale
- le cinque regole del successo
- le referenze (cross selling)
- andare a *meta*
- l'ottimizzazione delle visite

"La creazione di: *momenti decisivi positivi*"

- la dimensione umana; la dimensione "business"
- la dimensione nascosta; le aspettative del cliente in termini di eccellenza nel servizio

"Prendersi cura dei clienti"

- dimostrare interesse e coinvolgimento
- trasmettere disponibilità ad aiutare
- i principi della quattro "A"

"Rinsaldare le relazioni"

- allentare la tensione
- drammatizzare il *sentiment* negativo
- conquistare la fiducia e la stima del cliente

"La gestione delle priorità"

- il cambiamento delle priorità
- la "piramide del tempo"
- la nuova determinazione delle priorità in funzione degli obiettivi aziendali
- esempi pratici: la matrice delle priorità; il *time log*

(segue dalla colonna di sinistra)

In nostro successo e quello dei nostri clienti"

- l'individuazione dei bisogni
- i colloqui efficaci
- aprire, indagare, sostenere, concludere
- la percezione dei clienti e i nostri rapporti con loro
- siamo fornitori?
- Siamo amici?
- Siamo partner?
- Siamo outsider?

Esercitazioni, test e role playing arricchiranno ed amplieranno i contenuti teorici delle due giornate.

UN FRONT LINE COMPETITIVO PER LA CUSTOMER SATISFACTION AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Evidenziare il ruolo del front line nella soddisfazione della clientela e chiarire come conseguirla

■ DESTINATARI

Addetti al front line

■ OBIETTIVI

Commentare i nuovi scenari economico/finanziari e i riflessi sull'azione commerciale del sistema finanziario domestico. Verificare le opportunità di sviluppo nell'attività di "front-line".

Condividere ed eventualmente migliorare gli elementi essenziali della nostra comunicazione

Conquistare la fedeltà del cliente attraverso l'accoglienza, la disponibilità e la pazienza.

Esaminare le proprie capacità a farsi carico dei problemi del cliente e prendere l'iniziativa per proporre prodotti e servizi.

■ METODOLOGIA

Due giornate di riflessione sul cambiamento dei mercati, dei clienti, della banca e del ruolo dell'addetto di "front line" in banca: professionista nella gestione del cliente.

Una metodologia d'aula che fa ragionare, che non offre soluzioni, ma le fa trovare: uno stimolo a ricreare un nuovo ruolo.

■ PROGRAMMA

IL CAMBIAMENTO DELLO SCENARIO:

- le trasformazioni del mercato, degli operatori e del nostro ruolo
- il "vecchio" ed il "nuovo" cliente
- le nuove sfide che ci attendono

IL NOSTRO RUOLO:

- l'erogazione del servizio
- come "convivere" con gli strumenti tecnologici
- il lavoro dell'addetto di front line
- le capacità necessarie

LA FIDUCIA:

- in sé stessi; nell'azienda
- nei prodotti

IL CONTATTO BANCA/CLIENTE:

- per il cliente, la banca siamo noi
- gli aspetti professionali
- gli aspetti umani ed emotivi

I COMPORTAMENTI D'ACQUISTO DEI CLIENTI:

- convergenza prodotto/cliente
- bisogni ed esigenze

LA FEDELTA':

- la mappa, la curva e i fattori della fedeltà
- i sette modi per far "imbuffalire" un cliente

ALCUNE TIPOLOGIE DI CLIENTI:

- Il "so tutto io"; il "logorroico"; il "timido"; l'"indeciso"; saperli riconoscere
- come affrontarli

DA VENDITORE A CONSULENTE DEL CLIENTE:

- come farci ringraziare
- la rivalorizzazione del nostro ruolo

PRODOTTI BANCARI E ASSICURATIVI

IL SISTEMA DEI PAGAMENTI AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Dare un quadro completo ed aggiornato del sistema di pagamenti e della sua evoluzione sempre più rapida verso la completa informatizzazione che caratterizza la c.d. banca elettronica.

Analizzare per ognuno degli strumenti di pagamento le normative, il rischio, le procedure e le modalità di gestione

■ DESTINATARI

Il corso si dirige a persone che avendo già acquisito una base sia sugli aspetti normativi che operativi dell'attività bancaria, abbiano interesse ad entrare a fondo sul sistema dei pagamenti e sul suo funzionamento.

■ PROGRAMMA

- Il sistema dei pagamenti
- Gli strumenti tradizionali di pagamento e la loro evoluzione (assegni, CAI, Bancomat e Carte Credito , ecc)
- La Rete nazionale Interbancaria
- L'utilizzo dello strumento telematico su bonifici, check truncation, esito elettronico assegni, incassi commerciali e disposizioni di portafoglio.
- RID, MAV, RIBA
- Le operazioni di home banking
- La rete Swift
- La rete TargetC

IL RISPARMIO AMMINISTRATO AULA 8 - 16 ORE

■ OBIETTIVI

Il risparmio amministrato consiste nella gestione, da parte della banca, del risparmio della clientela , utilizzando strumenti sia del mercato monetario che finanziario.

■ PROGRAMMA

Cos'è il risparmio amministrato

- Il mercato monetario ed il mercato finanziario
- Gli strumenti del mercato monetario:
 - BOT
 - Certificati di deposito
 - PCT
- Gli strumenti del mercato obbligazionario
 - BTP
 - CTZ
 - CCT
 - Obbligazioni
- Il mercato azionario e le sue caratteristiche
- Il dossier titoli ed il suo funzionamento
- Il regime fiscale del risparmio amministrato

I DERIVATI DI CREDITO: TIPOLOGIE E MODALITÀ DI UTILIZZO AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

La recente crisi finanziaria ha portato alla luce l'importanza, ma anche la pericolosità, di tali strumenti derivati: il pubblico dei comuni investitori ha così scoperto l'esistenza di un enorme mercato di CDS (credit default swaps) che ha creato non poche problematiche . Si tenga peraltro presente che, di recente, sono comparsi sul mercato ETF, acquistabili da qualsiasi investitore, che replicano le posizioni di compratori/venditori di credit derivatives. Inoltre, è probabile che in futuro le quotazioni di questi strumenti saranno sempre più considerate nell'analisi del rischio emittente, a fianco, se non addirittura in sostituzione, dei tanto criticati rating.

■ PROGRAMMA

- I credit derivatives: prime definizioni
- I credit default products: cosa sono e come vengono utilizzati
- Le credit linked notes: tipologie presenti sul mercato
 - Credit spread swap e total rate of return swap
- Esempi e casi pratici

LA FISCALITÀ SUI PRODOTTI DI RISPARMIO E ASSICURATIVI AULA 8 ORE

■ PROGRAMMA

- La normativa fiscale degli strumenti finanziari e di risparmio
 - A. Distinzione tra redditi di capitale e redditi diversi
 - B. La tassazione dei redditi di capitale: dividendi, cedole e disaggio di emissione
 - C. La tassazione dei redditi diversi nei regimi della dichiarazione e del risparmio amministrato
- La tassazione dei prodotti di risparmio gestito: fondi di diritto italiano, fondi di diritto estero, GPF e GPM
 - A. Tassazione dei contratti vita
 1. Trattamento tributario dei premi sulla base della natura giuridica del sottoscrittore
 2. Trattamento tributario delle somme investite in capo alla compagnia
 3. Profilo fiscale dei riscatti
 4. Profilo fiscale dei prestiti su polizza e delle cessioni dei contratti (cambi di contraenza)
 5. Profilo fiscale delle prestazioni in capitale ed in rendita sulla base della natura giuridica del percettore
 - B. Tassazione dei contratti property-responsabilità civile e malattia
 1. Profilo tributario dei premi distinguendo la natura giuridica del sottoscrittore
 2. Profilo tributario delle somme erogate dalla compagnia sulla base della natura giuridica del percettore
- Trattamento fiscale dei contributi; identificazione del rendimento fiscale ottimale
- Ottimizzazione fiscale delle forme previdenziali complementari
- Il regime tributario dei fondi immobiliari
- Peculiarità fiscali delle SIIQ e dei TRUST
- La riforma della tassazione delle rendite finanziarie
 - Redditi di Capitale
 - I Redditi di natura finanziaria
 - Le Borse Estere: dividendi su azioni estere, capital gain ETF
 - Regime di tassazione del capital gain sulle valute
 - La Tassazione delle Plusvalenze
 - Nuovo regime di tassazione dei dividendi

PRODOTTI BANCARI E ASSICURATIVI

I PRODOTTI ASSICURATIVI VITA AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Esaminare tutti i prodotti assicurativi vita sia dal punto di vista contenutistico che normativo e fiscale

■ PROGRAMMA

- I rischi nei contratti assicurazione vita;
- Le forme assicurative caso morte
- Le forme assicurative caso vita
- Le forme assicurative miste
- Le forme assicurative finanziarie
- La disciplina della trasparenza e la tutela dell'assicurato;
- Le regole di comportamento nell'offerta e nell'esecuzione dei contratti
- Gli obblighi informativi nel corso del rapporto contrattuale
- Gli obblighi di diligenza, correttezza e trasparenza
- L'adeguatezza delle informazione e l'adeguatezza dell'offerta
- Assicurativa
- La gestione delle informazioni, la valutazione delle esigenze assicurative e previdenziali dell'assicurato
- I conflitti di interesse nell'offerta e nell'esecuzione dei contratti tra disposizioni del codice e il disegno di tutela del risparmio.
- La disciplina dei prodotti assicurativi dal contenuto finanziario tra il codice delle assicurazioni private e la Legge della Tutela del Risparmio
- Le novità in materia di assicurazione sulla vita
- Le assicurazioni sulla vita con finalità previdenziali

I PRODOTTI ASSICURATIVI DANNI AULA 8 - 16 ORE

■ OBIETTIVI

Esaminare tutti i prodotti assicurativi danni sia dal punto di vista contenutistico che normativo e fiscale

■ PROGRAMMA

- Il contratto d'assicurazione
- Il rischio
- L'interesse
- Le obbligazioni delle parti
- Tipologia delle operazioni dei rami danni
- Assicurazioni in abbonamento, globali e collettive
- L'assicurazione della responsabilità civile
- Le assicurazioni di spesa
- L'assicurazione obbligatoria per la circolazione di veicoli a motore e natanti
- L'assicurazione del credito e l'assicurazione fideiussoria o cauzionale
- Le assicurazioni contro i danni alla persona/alle cose
- Le novità in materia di assicurazione rc auto
- Il risarcimento diretto e l'impatto operativo
- Il premio La durata I massimali
- Le nuove procedure risarcitorie
- Il risarcimento del danno alla persona
- Il punto sulle clausole claims made
- Aspetti fiscali delle assicurazioni danni

I CONTI CORRENTI E GLI ASSEGNI AULA 24 – 40 ore

■ OBIETTIVI

Dare ai partecipanti tutti gli elementi normativi e di funzionamento indispensabili per poter aprire c/c e spiegare ai clienti il loro funzionamento

■ DESTINATARI

Addetti al mercato corporate, gestori corporate

■ PROGRAMMA

IL CONTO CORRENTE

- Accensione del conto, la capacità di agire
- Conferimento di deleghe
- La convenzione d'assegno
- Movimentazione del conto
- Blocco del conto per fallimento e/o successione
- Tassi, valute, condizioni e spese
- Le carte di credito, il bancomat
- Servizi elettronici di incasso e di pagamento, la R.N.I.

LE CAUTELE DA ADOTTARE

- Il segreto bancario e la privacy
- L'antiriciclaggio
- Identificazione della clientela
- Registrazione delle operazioni
- Archivio unico informatico

L'ASSEGNO

- Requisiti fondamentali
- Validità dell'assegno in mancanza di alcuni elementi fondamentali
- La banca trassata
- Assegni all'ordine o al portatore
- La postdatazione, la girata, l'avallo
- La presentazione al pagamento
- Obblighi del trattario in relazione alle girate
- Assegno sbarrato, assegno da accreditare
- Assegno non trasferibile
- Le azioni di regresso
- Il protesto, luogo del protesto, elementi del protesto
- Alterazioni dell'assegno bancario
- Procedura di ammortamento
- L'assegno circolare
- Requisiti fondamentali dell'assegno circolare

IL DECRETO LGS. 507/1999

- Depenalizzazione del reato di emissione di assegno senza autorizzazione e senza provvista
- Sanzioni amministrative ed accessorie
- Pagamento tardivo
- Inosservanza delle sanzioni accessorie
- Revoca di Sistema
- Sanzioni penali

LA CENTRALE ALLARMI INTERBANCARIA

- Archivio Unico Informatico
- Struttura dell'archivio (sezione centrale, sezioni remote)
- Soggetti coinvolti
- Compiti delle Banche segmenti CAPRI e PASS
- Soggetti da iscrivere in archivio
- Obblighi del dipendente in sede di rilascio moduli di assegno
- Il preavviso di revoca

ISCRIZIONE AL RUI FORMAZIONE ISVAP 60 ORE AGGIORNAMENTO 30 ORE

- **PERSONE INTERESSATE:** Personale addetto alla vendita di assicurazioni
- **DURATA:** 60 ore – **FORMA DI EROGAZIONE:** Aula 4 gg + Online 30 ore

FORMAZIONE IN E-LEARNING 30 ORE

■ PROGRAMMA

S01 - Le Assicurazioni: Origini e Quadro Normativo

UD01 - Nascita ed Evoluzione delle Assicurazioni

UD02 - Legislazione e Organismi di Controllo

1. Le fonti del diritto assicurativo
2. Gli organismi di controllo: Isvap, Covip e Consob

S02 - I Rami Assicurativi e la Gestione del Risparmio in Chiave Assicurativa

UD01 - Le Assicurazioni Vita e Danni

1. Definizione di contratto di assicurazione
2. Definizione di polizza
3. Definizione di ramo
4. I rami "danni"
5. Il ramo vita

UD02 - Gli Intermediari di Assicurazione

1. L'evoluzione della disciplina sull'intermediazione assicurativa
2. La direttiva comunitaria 2002/92/CE
3. L'attuazione della direttiva comunitaria: Il Codice delle Assicurazioni Private e il
4. Il registro unico degli intermediari
5. I requisiti per l'iscrizione
6. La formazione e l'aggiornamento degli intermediari
7. Le regole di comportamento degli intermediari
8. I profili di responsabilità
9. La vendita a distanza
10. Il contributo di Vigilanza

UD03 - Le Forme Assicurative Vita

1. Le forme assicurative vita
2. Forme assicurative "caso morte" ("temporanea", "a puro rischio")
3. Forme assicurative caso vita
4. Forme assicurative miste
5. Principi normativi comuni a tutte le polizze vita
6. Polizze unit ed index linked
7. Analisi delle strutture finanziarie sottostanti alle polizze index e unit linked in It
8. Fondi pensione e previdenza complementare

UD04 - Assicurazioni Contro i Danni

1. Il contratto d'assicurazione
2. Il rischio
3. L'interesse
4. Le obbligazioni delle parti
5. Tipologia delle operazioni dei rami danni
6. Assicurazioni in abbonamento, globali e collettive
7. L'assicurazione della responsabilità civile
8. Le assicurazioni di spesa
9. L'assicurazione obbligatoria per la circolazione di veicoli a motore e natanti
10. L'assicurazione del credito e l'assicurazione fideiussoria o cauzionale
11. Le assicurazioni contro i danni alla persona

UD05 - La Gestione del Risparmio in Chiave Assicurativa

UD06 - Trattamento Fiscale dei Vari Tipi di Polizze Vita e Pensionistiche

1. Vecchio e nuovo regime fiscale: trattamento del premio
2. Tassazione del capitale o della rendita assicurati e del valore di riscatto
3. Nuovo regime fiscale

S03 - Le Condizioni Contrattuali

UD01 - Le Condizioni Contrattuali

1. I contratti assicurativi caratteristiche comuni e richiamo alle norme
2. Condizioni contrattuali polizza RC auto
3. Condizioni contrattuali polizza danni: infortuni e grandi interventi
4. Condizioni contrattuali polizza vita e la trasparenza delle operazioni

S04 - La Vendita delle Polizze

FORMAZIONE IN AULA 30 ORE – 4 GIORNATE D'AULA

■ PROGRAMMA

GLI INTERMEDIARI DI ASSICURAZIONE (un giorno)

- La nozione di attività di intermediazione assicurativa e suo impatto sulla rete di vendita: problematiche applicative
- Il Registro Unico degli Intermediari
- I requisiti professionali per l'iscrizione nelle diverse sezioni
- L'iscrizione, la cancellazione, la reinscrizione: adempimenti;
- La tutela degli assicurati rispetto all'esercizio dell'attività assicurativa Le regole di comportamento
- L'adeguatezza dell'offerta assicurativa: adempimenti a carico dell'impresa e dell'intermediario
- La gestione dei conflitti di interessi
- L'informativa Gli agenti di assicurazione; I brokers; I produttori
- Gli intermediari finanziari: banche, Poste Italiane, SIM;
- I collaboratori I segnalatori e produttori diretti: limiti nell'attività
- Le polizze collettive I profili di responsabilità Le sanzioni

I PRODOTTI ASSICURATIVI VITA (un giorno)

- I rischi nei contratti assicurazione vita;
- Le forme assicurative caso morte Le forme assicurative caso vita
- Le forme assicurative miste Le forme assicurative finanziarie
- Esercitazione su polizze vita
- La disciplina della trasparenza e la tutela dell'assicurato;
- Le regole di comportamento nell'offerta e nell'esecuzione dei contratti
- Gli obblighi informativi nel corso del rapporto contrattuale
- Gli obblighi di diligenza, correttezza e trasparenza
- L'adeguatezza delle informazioni e l'adeguatezza dell'offerta assicurativa La gestione delle informazioni, la valutazione delle esigenze assicurative e previdenziali dell'assicurato
- I conflitti di interesse nell'offerta e nell'esecuzione dei contratti tra disposizioni del codice e il disegno di tutela del risparmio.
- Gli investimenti delle imprese di assicurazione vita
- La disciplina dei prodotti assicurativi dal contenuto finanziario tra il codice delle assicurazioni private e la Legge della Tutela del Risparmio
- Le novità in materia di assicurazione sulla vita alla luce delle recenti entrate in vigore della MIFID
- Le assicurazioni sulla vita con finalità previdenziali

I PRODOTTI ASSICURATIVI NON - VITA (un giorno)

- L'assicurazione danni: un approfondimento delle regole
- etiche di liquidazione dei danni e lineamenti giuridici correlati;
- Le assicurazioni di responsabilità civile;
- La RC auto; Le assicurazioni del patrimonio e dei rischi finanziari.

LA PREVIDENZA PUBBLICA E COMPLEMENTARE (un giorno)

- La legislazione obbligatoria: i principali profili della previdenza obbligatoria; gli enti di previdenza obbligatoria; i principi del sistema pensionistico; le pensioni di vecchiaia e di anzianità
- La legislazione complementare: quadro di riferimento e profili generali della nuova normativa.
- La disciplina del conferimento del TRF e le nuove regole sul sistema previdenziale; il meccanismo di
- trasferimento del TFR al fondo di tesoreria costituito presso l'INPS
- La governance delle diverse forme I modelli gestionali e prestazioni
- La vigilanza: gli adeguamenti delle forme e il ruolo ISVAP e COVIP

AGGIORNAMENTO ISVAP 2011: 30 ORE

CORSI SU MISURA PER SINGOLE RETI
O COMPAGNIE ASSICURATIVE
15 ORE IN E-LEARNING A DISTANZA + 15 ORE IN AULA

GLI ARGOMENTI VENGONO IDENTIFICATI E SVILUPPATI IN
COLLABORAZIONE CON LA RETE O LA COMPAGNIA ED IN
CONFORMITA' AL REGOLAMENTO ISVAP
N. 5 DEL 16 OTTOBRE 2006

CREDITI, CORPORATE, ESTERO

TUTTE LE NOVITÀ DEL CREDITO: CORSO DI AGGIORNAMENTO AULA 40 ORE

■ OBIETTIVI

L'obiettivo del corso è quello di fornire una visione sistematica e completa dell'operatività creditizia, AGGIORNATA ALLE PIU' RECENTI NOVITA' (ias, riforma societaria, riforma diritto fallimentare, basilea 2)

■ DESTINATARI

Persone che devono occuparsi di credito o che già occupandosene hanno la necessità di avere una visione sistematica ed aggiornata della materia

■ PROGRAMMA

CRITERI E METODI PER L'ANALISI FINANZIARIA

- L'analisi degli equilibri finanziari
 - il divario tra entrate e uscite monetarie
 - il raccordo del capitale circolante
 - rendimento del capitale investito e costo delle risorse finanziarie
 - reddito operativo ed oneri finanziari
 - sintesi: il percorso logico dell'analisi finanziaria
 - La riclassificazione del bilancio di esercizio
 - analisi consuntive e prospettive
 - cenni funzionali sui principi legislativi e ragionieristici del bilancio
 - lo schema dello stato patrimoniale
 - lo schema del conto economico
 - il valore aggiunto, la pertinenza gestionale e la gestione caratteristica
 - Gli indici di bilancio
 - indici di redditività, liquidità, produttività, struttura finanziaria
 - la lettura sistematica degli indici di bilancio
 - gestione caratteristica e gestione finanziaria
 - schemi operativi di composizione degli indici: esercitazione guidata
 - L'analisi della dinamica finanziaria
 - risultato finanziario e risultato economico d'impresa
 - il rendiconto finanziario: costruzione ed interpretazione
 - provenienza e destinazione delle risorse monetarie
 - la gestione economica caratteristica corrente
 - investimenti e disinvestimenti
 - remunerazioni finanziarie e gestioni accessorie
 - finanziamenti e rimborsi
 - esercitazione sulla costruzione del rendiconto finanziario e sulla dissociazione tra risultato economico e risultato finanziario
 - La previsione finanziaria
 - obiettivi e metodologia
 - impostazione della previsione e stima delle componenti
 - conto economico preventivo
 - stato patrimoniale preventivo
 - determinazione del fabbisogno finanziario
 - stesura dei documenti preventivi finali e dinamica dei flussi finanziari
 - il budget economico di cassa ed il budget economico; differenze e raccordo
- Esercitazione applicativa

IL CONTROLLO DEI RISCHI NELL'AFFIDAMENTO: LE REGOLE DI BASILEA 2

- L'accordo di Basilea nello scenario bancario
- Le regole del rischio finanziario
- Le regole del rischio di mercato
- Le regole del rischio operativo
- La rendicontazione del rischio
- La valutazione del rischio
- Cenni sulle applicazioni del V.a.R. alla gestione finanziaria delle banche
- Le modalità di analisi dei parametri di vigilanza
- Gli strumenti gestionali di controllo dei rischi

(segue dalla colonna di sinistra)

- Informativa di bilancio e rischi bancari
- Basilea 2 e gli affidamenti consolidati
- Basilea 2 e le operazioni di corporate finance
- Basilea 2 e le new companies
- Basilea 2 e la ristrutturazione delle imprese
- Basilea 2 e la gestione del contenzioso
- Basilea 2 e la gestione delle procedure concorsuali
- L'analisi del fabbisogno finanziario e la gestione del rischio
- La qualità del fabbisogno finanziario
- L'area corporate e l'area crediti: gli effetti di Basilea 2
- La valutazione delle posizioni a rischio: previsione delle insolvenze, sistemi di prevenzione e gestione del monitoraggio
- Applicazioni del V.a.R. nell'area del corporate risk: cenni
- Gli strumenti derivati per la gestione del rischio di credito e criteri di copertura: cenni sul credit swap
- Cenni in tema di credit derivatives
- Bilanciamento del rischio di credito e del rischio di mercato
- L'autovalutazione del rischio d'impresa ed impatto sulla misurazione e sulla valutazione del merito creditizio
- Le garanzie verso le banche e la loro valutazione sul merito del credito
- I confidi e la revisione funzionale del loro ruolo
- Profili di nuova operatività dei Confidi
- Procedure di escussione delle garanzie dei Confidi e tempistica degli interventi di tutela

GLI IAS E LE NUOVE NORME PER LA REDAZIONE DEI BILANCI D'IMPRESA

- Gli International Accounting Standards : alcune definizioni
- L'approccio europeo ed italiano agli IAS
- I principi contabili italiani
- L'evoluzione progressiva degli I.A.S.
- Considerazioni generali: schema riassuntivo
- Gli aspetti da approfondire per impostare l'elaborazione del modello applicativo degli I.A.S. nei bilanci delle imprese ;Il fair value
- Parti correlate (disciplina italiana adeguata a IAS 24)
- Impairment of assets (possibili perdite durevoli di valore)
- Alcuni casi speciali di applicazione degli IAS
- IAS 32: Esposizione in bilancio di strumenti finanziari ed informazioni integrative
- IAS 39: rilevazione e valutazione di strumenti finanziari
- IAS 7: rendiconto finanziario (o prospetto dei flussi finanziari)
- IAS 21: effetti delle variazioni dei tassi di cambio
- redazione del bilancio e determinazione della funzione economica delle voci di conto
- cenni sull'impatto della normativa fiscale
- analisi delle modifiche nel rapporto fra bilancio civilistico e bilancio fiscale
- la redazione del bilancio in forma abbreviata
- la nuova gestione del contenzioso nell'ottica dei responsabili operativi delle banche
- obbligatorietà del rendiconto finanziario e significato informativo dell'analisi del cash-flow: applicazione operativa dei nuovi principi
- esercitazione guidata
- I profili da considerare per una azione di consulenza alla clientela corporate nella redazione del bilancio e del rendiconto finanziario con particolare riferimento alle aziende medie e minori
- Il percorso logico di costruzione critica del nuovo bilancio: analisi generale ed il caso delle aziende soggette alla normativa IAS
- Confronto delle previsioni IAS con i criteri di valutazione precedenti applicati ad imprese clienti: un esempio applicativo

CREDITI, CORPORATE, ESTERO

TUTTE LE NOVITÀ DEL CREDITO: CORSO DI AGGIORNAMENTO (segue da pag. prec.)

RIFORMA DELLE SOCIETÀ ED EFFETTI SULLA OPERATIVITÀ DELLE BANCHE CON LA CLIENTELA (Legge 3/10/2001 N. 366 e D. Lgs. 10/1/2003)

- criteri generali della riforma e scelte delle imprese
- dinamica delle trasformazioni societarie
- la governance delle società alla luce della riforma: sistema tradizionale, sistema monistico e dualistico, gestione delle informazioni e ruolo degli organi nei rapporti con gli intermediari
- cenni sulle innovazioni processuali
- redazione del bilancio e determinazione della funzione economica delle voci di conto
- impatto della riforma sulla normativa fiscale
- la redazione del bilancio in forma abbreviata
- la nuova gestione degli atti cautelativi in corso di rapporto e del pre-contenzioso (e del contenzioso) nell'ottica degli account (dei responsabili operativi delle banche)
- la funzionalità della gestione delle fase critica dell'azienda in bonis
- le società per azioni: disciplina del capitale sociale, nuove tipologie di azioni e di obbligazioni, patrimoni dedicati ed impatto per gli intermediari finanziari, azioni di responsabilità e contenzioso fra intermediari e clienti s.p.a.
- le società a responsabilità limitata: funzione, trasformazione e gestione dei rapporti con gli intermediari, funzione di garanzia delle partecipazioni ed obblighi del cedente, interventi fidejussori, autonomia giuridica
- le società cooperative: disciplina della mutualità, individuazione dell'attività caratteristica, trasformazione delle relazioni finanziarie, opportunità di accesso al mercato, nuovi strumenti finanziari delle cooperative, ruolo dei soci
- ipotesi applicative con particolare riferimento alle s.r.l.
- analisi in aula delle principali caratteristiche degli statuti delle società con particolare riferimento alle s.r.l.

LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA FALLIMENTARE IN ITALIA

- Lineamenti comparativi tra la vecchia e la nuova normativa italiana
- Comparazione operativa con la normativa fallimentare di altri paesi, in particolare quelli comunitari
- Linee guida della riforma: il disegno strategico Osservanza dei principi di determinatezza e precisione dell'illecito penale Applicazione del principio di sussidiarietà
- Rispetto del principio di offensività
- L'impostazione tecnica della normativa: gli effetti per la banca
- La riforma dell'azione revocatoria Nuove previsioni di esenzione
- Il concordato fallimentare; I patrimoni destinati; La liquidazione del passivo; La suddivisione dei creditori in classi; L'esdebitazione; Le nuove ipotesi di false comunicazioni sociali; Il nuovo falso in bilancio e le soglie di non punibilità; Verifiche applicative; Ipotesi e confronti con la normativa precedente; Aspetti particolari dell'applicazione delle nuove normative; Le informazioni false o omesse e l'inserimento di soglie quantitative; Figure di reato secondo le condotte cagionanti un danno patrimoniale ai soci e ai creditori; Regolazione dei rapporti tra falso in bilancio e reati tributari; Introduzione di parametri per i casi di valutazioni estimative
- Reati e relative pene previste dal decreto legislativo di riforma; Principali reati tributari e termini di prescrizione; I rischi della banca nei comportamenti di bancarotta preferenziale

IL CREDITO NEL SETTORE DELLE ENERGIE RINNOVABILI aula 8 ore

PROGRAMMA Il mercato del credito

L'evoluzione del mercato del credito e del sistema finanziario

- Analisi dello scenario
- L'attività di intermediazione
- Il bilancio bancario
- L'organizzazione del credito
- Il processo di affidamento: istruttoria, garanzie e analisi del rischio
- I cambiamenti giuridici, operativi e tecnici: come cambiano le "regole del gioco"

Strumenti operativi

- Natura e tipologie dei crediti: crediti ordinari, prestiti personali, credito al consumo
- La qualità del credito: crm, customer satisfaction e comunicazione
- L'attività di intermediazione
- Il bilancio bancario
- L'organizzazione del credito
- Il processo di affidamento: istruttoria, garanzie e analisi del rischio

I finanziamenti nel comparto energetico

- Le richieste atipiche del mercato "energetico"
- Le caratteristiche di un impianto: i moduli fotovoltaici, la potenza nominale
- Le differenze tra la cella monocristallina e la cella policristallina
- Il rendimento di un modulo fotovoltaico e la potenza nominale di un impianto fotovoltaico
- Le **caratteristiche fondamentali** dei moduli fotovoltaici
- La **capacità produttiva** di un impianto e
- Gli incentivi in Italia
- Capire l'importanza della relazione tra Potenza Nominale e produzione di energia elettrica.
- Come utilizzare la Tariffa Incentivante per risparmiare sulle bollette.
- L'importanza di conoscere le caratteristiche degli impianti degli enti locali.
- Come conoscere le caratteristiche del credito maturato.
- Come utilizzare la quota di energia in eccesso rispetto all'energia consumata.

Guida al dimensionamento di un impianto

- Come imparare ad utilizzare al meglio la capacità produttiva dei moduli fotovoltaici.
- Imparare a conoscere l'analisi del fabbisogno energetico.
- La valutazione della "qualità di un modulo"
- Le certificazioni tecniche relative ai moduli fotovoltaici: gli inverter e le tipologie di garanzia degli impianti

Come selezionare e valutare un preventivo

- L'istruttoria tecnico-economica
- La valutazione della "qualità di un modulo"
- Le certificazioni tecniche relative ai moduli fotovoltaici: gli inverter e le tipologie di garanzia degli impianti

La valutazione della redditività dell'investimento

- Analisi dei costi unitari di realizzazione di un impianto
- Entità degli incentivi del comparto energetico
- I ricavi annui derivanti dall'investimento
- Disamina della provenienza dei fondi
- Il calcolo dell'Iva applicabile all'acquisto e le specifiche fiscali

Conoscere la Guida all'iter autorizzativo per impianti fotovoltaici

LA GESTIONE DEI MOMENTI CRITICI DELL'AFFIDAMENTO AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Fornire i principali parametri di comportamento per le fasi critiche connesse alla gestione dell'affidamento.

■ DESTINATARI

Personale della rete operativa esperto nel servizio fidi o responsabili di filiali.

■ DURATA

2 giorni

■ PROGRAMMA

1^ parte:

•L'evoluzione delle operazioni di impiego

La disintermediazione bancaria, l'attuale scenario, tassi e benchmark di riferimento

La ristrutturazione dell'attività di Vigilanza e l'attuale poliedricità dell'attività bancaria: revisione dei modelli ed omogeneizzazione internazionale

La riforma del diritto societario e le novità in tema di bilancio

L'introduzione dei principi contabili internazionali (*International accounting standards – Ias/Ifrs*)

La riscrittura dell'attuale Testo Unico Bancario (Legge 385/93)

La normativa ad hoc per il leasing ed il factoring

• Criteri di riclassificazione dei bilanci

Evoluzione dell'approccio tradizionale dell'esame dei bilanci

Veridicità, confronto e verifica dei documenti contabili civilistici, fiscali e bancari

Informazioni e valutazione della controparte per operazioni di leasing

Confronto e sviluppo del tradizionale "approccio di valutazione" incentrato sul rischio di credito

• La valutazione qualitativa dell'impresa

La struttura dell'impresa: organizzativa, finanziaria ed operativa

Le risorse aziendali

I fattori di successo e di rischio dell'impresa

Il mercato in cui opera l'impresa

Il confronto tra l'impresa e il mercato

Gli studi di settore

• L'analisi andamentale complessiva

I dati di lavoro

I dati della Centrale Rischi: l'utilità effettiva ai fini della gestione del rischio di credito

La valutazione della capacità di reddito e di rimborso

I report finali di valutazione

• I correttivi ed i dati extra bilancio e la diagnosi di impresa:

Metodi di valutazione del contesto di mercato dell'impresa
Analisi di settore:

individuazione dei confini

valutazione del ciclo di vita

diagnosi delle forze competitive

Previsione finanziaria, fatturato *monetario* e risultato economico

Metodologie di valutazione e le aree di attività:

la gestione finanziaria "a breve termine"

valutazione ambientale dell'azienda

i metodi di valutazione: a) il metodo finanziario, b) la

stima dei flussi di cassa (cash flows), c) il modello del

tasso di sconto, d) il metodo patrimoniale, e) metodi misti

ed f) il metodo dei multipli

•Nuovo Accordo di Basilea sul Capitale: modelli e processi di valutazione

I cambiamenti di metodo connessi alle nuove modalità: requisiti patrimoniali, disciplina prudenziale e comunicazione al mercato

Un salto culturale per gli intermediari e le controparti, imprese e clienti

Indicazioni e recenti sviluppi del Comitato di Basilea (Banca dei Regolamenti Internazionali)

I tempi di attuazione ed i soggetti normativi coinvolti

Le regole attuative dell'Accordo di Basilea

Modelli per l'analisi e la gestione del rischio

I sistemi di scoring, il passaggio al rating e la misurazione dei coefficienti di ponderazione sui clienti affidati

2^ parte

•L'attenzione ai rischi

Capacità di individuare segnali e situazioni di rischio

Il monitoraggio del credito ed i segnali di "allarme"

La gestione dei rapporti fiduciari:

capacità di monitorare l'andamento del rapporto fiduciario

l'analisi degli indicatori di rischio di impresa

l'andamento del mercato

•La rilevazione tempestiva dei sintomi della crisi aziendale

Il processo di crescita squilibrato

Il prevalere del credito oneroso di breve termine sulle altre forme di indebitamento

L'aiuto fornito dalla Centrale Rischi e dalle varie fonti (interne ed esterne) elaborate

L'analisi storico-prospettica dei bilanci di esercizio

I rischi connessi alla revocatoria fallimentare

•La tipologia delle crisi aziendali

Le varie crisi (inefficienza, sovrapproduzione, decadimento del prodotto, da squilibrio finanziario)

I possibili rimedi per il rientro e le scelte operative

L'aiuto fornito dalla Centrale Rischi e dalle varie fonti (interne ed esterne)

L'analisi storico-prospettica dei bilanci di esercizio

• L'Iter di Controllo del Credito

L'analisi anagrafica

Il bilancio e la sua riclassificazione

Gli indicatori

Fattori esogeni ed esterni

Sintomi di crisi evidenti, latenti e potenziali

Il controllo dei segnali anticipatori di difficoltà

Quali poste del bilancio sono maggiormente indicatrici di una situazione di difficoltà

CREDITI, CORPORATE, ESTERO

L'ANALISI DI BILANCIO AULA 24 ORE

■ OBIETTIVI

Dare una metodologia consolidata di analisi dei bilanci ai fini dell'affidamento, *alla luce della nuova riforma societaria*

■ DESTINATARI

Analisti dei crediti

■ PROGRAMMA

- Introduzione alla gestione finanziaria dell'impresa
- Gestione economica e gestione finanziaria - il ciclo finanziario
- Il bilancio
 - Le parti componenti il bilancio
 - Le voci dello stato patrimoniale
 - Le voci del conto economico
- Riclassificazione finanziaria dello stato patrimoniale e del conto economico
- L'analisi per indici
- I quozienti di bilancio e l'analisi dei flussi finanziari
 - Altri indici significativi
 - Il sistema di coordinamento dei quozienti
 - L'analisi dinamica dei flussi finanziari
- Nuove norme sulla formazione del bilancio
- Modifiche al Tuir e al codice civile
- Politiche e tecniche di bilancio
- Gli effetti sull'analisi di bilancio dei principi Ias
 - Il confronto con altri principi contabili internazionali (ad es. Us Gaap)

L'ANALISI DELLA CREAZIONE DEL VALORE NELL'IMPRESA PER L'AFFIDAMENTO AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

La valutazione tradizionale dell'impresa, condotta con i classici strumenti dell'analisi di bilancio, ha mostrato i propri limiti quando deve approfondire l'analisi di aziende appartenenti a settori a forte dinamica o di nuova creazione. Il seminario intende presentare nuove metodologie che possono integrare quelle tradizionali per offrire un quadro più attendibile delle possibilità di sviluppo delle aziende da finanziare

■ DESTINATARI

Addetti alla clientela corporate, addetti ai crediti, direttori di filiale

■ PROGRAMMA

- Nuovi scenari nella valutazione delle aziende ai fini dell'affidamento bancario
- La valutazione delle piccole e medie imprese
 - Metodi di valutazione: metodi indiretti e diretti di valutazione
 - Metodo patrimoniale semplice
 - Metodo patrimoniale complesso
 - Metodo reddituale
 - Metodo misto patrimoniale - reddituale
 - Metodo finanziario
 - Metodo finanziario tradizionale
 - Unlevered DCF analysis
 - Metodi diretti: utilizzo dei parametri di mercato
 - Misurazione delle performance della piccola - media azienda
 - Economic value added (eva)
 - Valutazione conclusiva

I CREDITI SPECIALI AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Esaminare le varie forme di credito speciale approfondendo, per ognuno, tipologia del rischio e modalità di concessione

■ DESTINATARI

Analisti credito, operatori del credito speciale, addetti corporate

■ PROGRAMMA

- Individuazione dei crediti speciali
- Caratteristiche e finalità dei crediti speciali
- I crediti convenzionati: le diverse tipologie
- Credito agrario
- Credito opere pubbliche (Mutui a Enti Locali per finanziamento opere pubbliche)
- Credito edilizio (Mutui ipotecari e finanziamenti non ipotecari)
- Credito artigiano: prestiti Artigiancassa
- Consorzi fidi e cooperative artigiane di garanzia
- Credito cinematografico
- Credito Teatrale
- Credito Industriale

IL CREDITO AI GRUPPI: IL BILANCIO CONSOLIDATO AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Dare le metodologie di lettura e di analisi dei bilanci consolidati

■ DESTINATARI

Analisti crediti, gestori corporate, addetti fidi

■ PROGRAMMA

- Il gruppo di imprese
- La nascita e lo sviluppo dei gruppi di imprese
- Il bilancio consolidato di gruppo alla luce della riforma del diritto societario e degli IAS
- Il quadro normativo ed i principi contabili di riferimento
 - le finalità del bilancio consolidato di gruppo
 - l'obbligo di redazione del bilancio consolidato
 - i soggetti non obbligati alla redazione del bilancio consolidato di gruppo
 - L'area di consolidamento: società incluse ed escluse

La struttura del bilancio consolidato

- Riferimenti normativi del bilancio d'esercizio e consolidato
- Fiscalità e riforma: effetti sul bilancio consolidato
- L'applicazione dei principi contabili internazionali
- L'analisi di bilancio sul gruppo ai fini dell'affidamento
 - Principi specifici da applicare
 - Punti di contatto e di differenze dalle metodologie di analisi della singola impresa
 - L'analisi delle imprese facenti parte del gruppo
 - L'integrazione ed il consolidamento dei bilanci

Il gruppo come soggetto del credito: criteri di valutazione

- Analisi delle caratteristiche del gruppo
- La struttura del gruppo e la sua gestione finanziaria ed operativa
- Importanza di eventuali società con finalità specifiche (immobiliari, finanziarie, commerciali, ecc.)

CREDITI, CORPORATE, ESTERO

I MUTUI CASA AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Il mercato dei mutui sta sviluppandosi a ritmi sostenuti, anche in relazione alla crescita degli investimenti sul mattone.

Sia chi vende i mutui che chi li istruisce ha necessità di conoscere a fondo il prodotto e le normative sottostanti.

■ DESTINATARI

Personale con ruolo commerciale e istruttori delle pratiche di mutuo: il programma viene diversificato in due percorsi formativi specifici

■ PROGRAMMA

- Elementi fondamentali del contratto di mutuo
- I criteri di valutazione nell'operazione di mutuo
- Aspetti fondamentali della valutazione del mutuo
- Riflessi sulla normativa dell'operatività bancaria
- La specificità dell'analisi di fido su privati
- Le patologie che possono sorgere nelle diverse fasi della formazione del contratto di mutuo
- Valutazione di particolari situazioni
- I punti salienti del contratto di mutuo da esaminare attentamente

LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA FALLIMENTARE AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Esaminare le conseguenze della riforma della disciplina fallimentare nella concessione gestione del credito

■ DESTINATARI

Analisti credito, operatori del credito speciale, addetti corporate

■ PROGRAMMA

Lineamenti comparativi tra la vecchia e la nuova normativa italiana

Comparazione operativa con la normativa fallimentare di altri paesi, in particolare quelli comunitari

Linee guida delle riforme: il disegno strategico

Osservanza dei principi di determinatezza e precisione dell'illecito penale. Applicazione del principio di sussidiarietà. Rispetto del principio di offensività

L'impostazione tecnica della normativa: gli effetti per la banca

La riforma dell'azione revocatoria/Nuove previsioni di esenzione Il concordato fallimentare/I patrimoni destinati La liquidazione del passivo/La suddivisione dei creditori in classi L'esdebitazione

Le nuove ipotesi di false comunicazioni sociali

Il nuovo falso in bilancio e le soglie di non punibilità

Verifiche applicative:Ipotesi e confronti con la normativa precedente

Aspetti particolari dell'applicazione delle nuove normative

Le informazioni false o omesse e l'inserimento di soglie quantitative

Figure di reato secondo le condotte cagionanti un danno patrimoniale ai soci e ai creditori

Regolazione dei rapporti tra falso in bilancio e reati tributari

Introduzione di parametri per i casi di valutazioni estimative

Reati e relative pene previste dal decreto legislativo di riforma

Principali reati tributari e termini di prescrizione

I rischi della banca nei comportamenti di bancarotta preferenziale

METODI DI VALUTAZIONE DELLE AZIENDE E DELLE CASH GENERATING UNITS ALLA LUCE DELLO IAS 36 CORSO PER GESTORI CORPORATE AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Si propone di fornire ai partecipanti una metodologia per determinare il valore economico delle aziende, utilizzando i metodi di valutazione tradizionali ed innovativi. In particolar modo si prenderanno in esame le modalità con cui vengono valutate le cash generating units e le attività mediante l'utilizzo dell'impairment test.

■ DESTINATARI

Analisti crediti, gestori corporate, addetti fidi

■ PROGRAMMA

Metodologia didattica

I partecipanti possono disporre, a gruppi di quattro persone, di una serie storica di almeno tre bilanci di una azienda e determinare, su PC in aula, il valore economico secondo il metodo patrimoniale, reddituale, misto patrimoniale-reddituale, DCF, EVA e secondo i metodi diretti.

Metodo patrimoniale/Metodo reddituale/Metodo misto patrimoniale reddituale/Metodo del DCF/Metodo dell'EVA Metodi diretti/Impairment test (Ias 36)

IL CREDITO AL CONSUMO AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Le forme di credito al consumo divengono sempre più numerose e raffinate per rispondere alle esigenze di mercati in rapida evoluzione.

Il corso intende presentare le diverse tipologie di credito al consumo nelle loro caratteristiche essenziali

■ DESTINATARI

Personale commerciale addetto alla vendita allo sportello o al call center dei prodotti di credito al consumo

■ PROGRAMMA

- Definizione, soggetti, caratteristiche, sanzioni e pubblicità
- Le clausole abusive: ambito di applicazione e tipologie
- Beni finanziati, canali distributivi e nuove alternative
- Il commercio elettronico ed i nuovi modelli di credito al consumo
- I prodotti: rateale classico, prodotti a maxi-rata e carte di credito
- Lo sviluppo del non-prime lending
- Il quadro normativo: la revisione della Direttiva UE, trasparenza, credito al consumo, vigilanza, usura e privacy
- La protezione del consumatore ed i problemi di consumerismo
- Le modalità di valutazione delle famiglie: tecniche di scoring ed analisi dei beni
- L'applicazione dei ratios secondo le indicazioni dell'Accordo di Basilea

LA VALUTAZIONE QUALITATIVA DELLA CLIENTELA E L'EROGAZIONE DEL CREDITO AULA 24 ORE

Le novità in tema di analisi di bilancio, con l'introduzione dei principi contabili internazionali (Ias/Ifrs) e l'evoluzione del settore dei crediti con la scomposizione del rischio (rischio di credito, mercato ed operativo) hanno determinato una visione differente della valutazione della clientela. Questo richiede oltre alla conoscenza dell'analisi quantitativa del cliente (parte anagrafica e reddituale) anche la capacità di leggere oltre i dati in possesso, con quella che oggi viene definita **analisi qualitativa**, cioè le informazioni in possesso della rete e dei gestori, sia in materia di bilancio, sia dell'ambiente esterno. Il corso introdurrà sia considerazioni teoriche, sia pratiche e con il supporto delle esercitazioni per far comprendere l'evoluzione del ruolo e delle richieste del mercato. Sembra ribadendo che i partecipanti dovranno comprendere l'evoluzione del ruolo di consulenti, sia di privati richiedenti credito, sia di imprese piccole e medie ed aziende corporate e sviluppare la figura del gestore come *partner* dell'impresa.

■ DESTINATARI

I destinatari dell'intervento formativo proposto, sono i gestori degli affidamenti, gli addetti al settore, laboratorio fidi, i componenti della segreteria, ma anche coloro che in Direzione Generale seguono la lavorazione degli affidamenti e tutti coloro che hanno rapporti con le imprese.

■ DURATA

Totale n. 3 giornate, con due giornate dedicate alla teoria ed una con casi concreti, esercitazioni ed i modelli utilizzati dal sistema bancario per la valutazione del rischio. Sarebbe opportuno avere poi altre due giornate a distanza di un paio di mesi, per verificare l'applicazione delle tematiche nella valutazione delle pratiche.

■ PROGRAMMA

1^ PARTE

Introduzione al concetto di credito

- L'intermediazione creditizia
- Rilevanza sociale, fonti normative e autorità di indirizzo e controllo

Il quadro normativo

- Il T.U. bancario (Legge 385/93)
- la struttura della legge

Inquadramento delle novità apportate in materia di credito dalle ultime disposizioni legislative

- La riforma del diritto societario
- Norme sulla trasparenza, antiriciclaggio e sull'usura
- I nuovi principi contabili internazionali

Elementi di conoscenze giuridiche

- Corretta individuazione del cliente e differenze dei regimi
- Elementi di diritto privato e commerciale
- Società di persone
- Le nuove società di capitali
- Società cooperative
- Gruppi di imprese ed associazioni

Inquadramento del processo creditizio e delle quattro fasi in cui si scompone:

- Istruttoria (relazione di fido)
- Momento decisionale
- Controllo
- Revisione

2^ PARTE

I documenti contabili

Il bilancio di esercizio e la normativa civilistica

Analisi e struttura del Bilancio

- Criteri di lettura di Stato patrimoniale, Conto economico e Nota integrativa
- L'analisi complessiva della struttura del bilancio aziendale e la valutazione delle singole poste: la descrizione complessiva
- Le valutazioni delle principali poste di bilancio
- La struttura di Stato patrimoniale, Conto economico e Nota integrativa

Criteri di riclassificazione dei bilanci con utilizzo della procedura Centrale dei Bilanci (Ce.bi.)

- La procedura Ce.bi. e gli obblighi di pubblicità relativi al bilancio
- Dati, indici e criteri di riclassificazione dei bilanci in procedura Ce.bi.

- Veridicità, confronto e verifica documenti contabili civilistici, fiscali e bancari

- Disamina analitica della documentazione al momento dell'istruttoria

La situazione patrimoniale e la riesposizione a blocchi

- L'analisi dei margini

Il conto economico e la riesposizione a cascata

- Le aree di gestione

Gli indici di bilanci

Discussione guidata: L'analisi di bilancio applicata ad una pmi

3^ PARTE

La valutazione del reddito d'impresa

La valutazione delle esigenze di fido e le forme tecniche

L'analisi statistica e il credit scoring

L'analisi qualitativa

- La disamina delle variabili macro e micro economiche
- La capacità di contrarre: analisi della *corporate governance*
- Le informazioni aggiuntive al bilancio
- Il ciclo di vita del prodotto
- La relazione andamentale
- Analisi e gestione delle garanzie
- La valutazione del gestore

Metodologie di valutazione e le aree di attività: i flussi finanziari di cassa

- La valutazione della liquidità e dei flussi finanziari:
- La gestione finanziaria "a breve termine"
- Valutazione dei flussi finanziari di cassa
- I metodi di valutazione

L'evoluzione del modello di valutazione per la Banca

- La disamina valutativa della clientela
- Cosa si intende per analisi qualitativa
- La lettura dei clienti senza documentazione, con bilanci semplificati o con documentazione limitata
- Cosa si richiede alle filiali ed ai gestori

Discussione guidata: L'analisi di affidabilità attraverso i dati disponibili

Case study

CREDITI, CORPORATE, ESTERO

IL FACTORING AULA 8 ORE

Le novità in tema di analisi di bilancio, con l'introduzione dei principi contabili internazionali (Ias/Ifrs) e l'evoluzione del settore dei crediti con la scomposizione del rischio (rischio di credito, mercato ed operativo) hanno determinato una visione differente della valutazione della forme tecniche di affidamento ed in particolare del **factoring**.

■ PROGRAMMA

1^ Parte

Gli aspetti generali del factoring

- Le origini del factoring
- Descrizione del contratto di factoring
- La cessione del credito pro soluto e pro solvendo
- Anticipazioni sui crediti
- Altre caratteristiche e servizi
- La disciplina giuridica del factoring
- Operatori abilitati ad esercitare l'attività di factoring

Le caratteristiche del contratto di factoring

2^ Parte

Il factoring e le imprese

- Il reale contenuto di un'operazione di factoring
- Funzione finanziaria
- Funzione di garanzia
- Funzione di servizio
- Servizi on line di gestione ed informazione
- Il costo del factoring
- Costi principali
- Costi secondari
- Entità delle commissioni
- I vantaggi del factoring per le imprese

I tipi di contratto del factoring

Il factoring ed il fallimento

- Le procedure concorsuali
- Il fallimento del cedente
- La sorte delle cessioni dei crediti futuri
- Il fallimento del debitore ceduto

3^ Parte

Il mercato del factoring:

- Le dimensioni del mercato e la struttura dell'offerta
- Le caratteristiche della domanda di factoring

Evoluzione e prospettive del mercato del factoring

- Le novità in tema di regolamentazione dell'attività di factoring
- Il factoring e attività bancaria: profili gestionali e performance a confronto
- Analisi della redditività e della dinamica finanziaria delle imprese
- La valutazione dell'investimento in credito commerciale: il ruolo del factoring
- La valutazione della convenienza del factoring
- L'impatto del Nuovo Accordo sul Capitale sull'attività di factoring
- Introduzione all'implementazione di un sistema di rating interno per il factoring
- L'organizzazione dell'attività di factoring ed i principali processi produttivi

Discussione guidata: l'analisi di un caso specifico

L'ESTERO COMMERCIALE AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Dare una preparazione di base sulle attività di estero commerciale

■ DESTINATARI

Addetti al settore estero, addetti al corporate

■ PROGRAMMA

- Funzioni di un ufficio estero
- "RESIDENTI" e "NON RESIDENTI"
- Valute di regolamento
- Operatività e rischi
- Operatività corrente
- Strumenti di pagamento
- Negoziazione assegni esteri
- Finanziamenti e cambi
- Il mercato dei cambi
- Le principali operazioni in cambi e i conti valutarî
- L'estero merci
- I documenti richiesti

I crediti documentari

- Disposizioni generali e definizioni
- Forma e notifica dei crediti
- Le garanzie

LE GARANZIE DEL CREDITO AULA 16 ORE

■ PROGRAMMA

Le garanzie che assistono il credito

- La responsabilità patrimoniale del debitore: garanzia patrimoniale generica
- Garanzie tipiche e atipiche
- Garanzie reali e personali: caratteristiche
- Le garanzie rilasciate dalle società: poteri degli amministratori e conflitto di interessi, garanzie rilasciate a favore di società del gruppo economico
- Privilegio: convenzionale, generale e speciale
- Il pegno: caratteristiche, costituzione ed effetti, diritti del creditore, pegno su denaro, pegno su strumenti finanziari, pegno su quote di Srl e di Spa, pegno rotativo, pegno omnibus, pegno irregolare, patto commissorio
- Ipoteca: caratteristiche, costituzione ed oggetto, tipologie, ipoteca fondiaria e riforma Bersani, cause di estinzione, rinnovazione, cancellazione, terzo acquirente di bene ipotecato e terzo datore di ipoteca
- Fideiussione: caratteristiche, omnibus e limitata, fideiussioni plurime, clausole civilistiche e deroghe, recesso, contratto autonomo di garanzia,
- Lettera di patronage: impegnativa e semplice
- Mandato di credito
- Avallo
- Cessione e postergazione del credito
- Postergazione ex lege dei finanziamenti soci
- Mandato all'incasso e delegazione di pagamento
- Società uninominali
- Autonomia del debitore e azioni a tutela degli interessi del creditore: azione surrogatoria, azione revocatoria, sequestro conservativo
- Riforma fallimentare, revocatoria e consolidamento delle garanzie

CORSO BASE DI FINANZA AULA 32 ORE

SESSIONE I – I MERCATI FINANZIARI

UNITA' DIDATTICA 1

Gli attori dei mercati finanziari

- la funzione di intermediazione del sistema finanziario
- gli operatori finali partecipanti ai mercati finanziari: la classificazione per settori istituzionali
- i canali di intermediazione finanziaria
- le banche e gli altri intermediari finanziari
- i criteri generali di comportamento e gli obblighi informativi
- Norme per la prestazione dei singoli servizi d'investimento
- Gli organi di vigilanza

UNITA' DIDATTICA 2

I principali mercati dell'attività finanziaria

- i mercati diretti ed i mercati aperti
- i mercati primari e secondari
- i mercati all'ingrosso e al dettaglio
- i mercati nazionali ed internazionali
- i mercati monetari e finanziari

UNITA' DIDATTICA 3

La disciplina delle trading venues

- Il mercato regolamentato
- Il sistema multilaterale di negoziazione
- L'internalizzatore sistematico

UNITA' DIDATTICA 4

Il mercato monetario

- definizione
- la classificazione dei mercati monetari

UNITA' DIDATTICA 5

Il mercato finanziario

- le principali caratteristiche
- Il mercato mobiliare
- I mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana Spa:
 - ammissione alle quotazioni in borsa;
 - lo sponsor
- gli operatori ammessi alle negoziazioni di Borsa
- il Codice di Autodisciplina delle società quotate

UNITA' DIDATTICA 6

Borsa Valori (MTA, SEDEX, TAH, ETFplus, MOT), Mercato Expandi

Il mercato telematico azionario (MTA):

- Requisiti degli emittenti dei titoli azionari;
- Requisiti delle azioni ai fini dell'ammissione;
- Requisiti degli altri strumenti finanziari negoziati sul Mta;
- Le modalità di negoziazione;

Il mercato telematico dei securitised derivatives (SeDex)

- Requisiti degli emittenti di CW e certificates;
- Requisiti dei CW e certificates;
- Le modalità di negoziazione;

Il Mercato after hours (TAH)

- Modalità di negoziazione

Il mercato ETFplus

- Requisiti degli emittenti;
- Requisiti degli strumenti finanziari;
- Le modalità di negoziazione;

Il mercato telematico obbligazionario (MOT)

- Requisiti degli emittenti;
- Requisiti degli strumenti finanziari;
- Le modalità di negoziazione;

Il mercato Expandi

- Requisiti degli emittenti;
- Requisiti degli strumenti finanziari;
- Le modalità di negoziazione;

UNITA' DIDATTICA 7

I mercati degli strumenti derivati (IDEM)

- i profili tecnici e normativi
- modalità di funzionamento dei mercati
- finalità dei mercati dei contratti derivati

I contratti:

- Future
- Option

UNITA' DIDATTICA 8

Il mercato internazionale dei capitali

- lo sviluppo dei mercati internazionali dei capitali
- la classificazione dei mercati internazionali dei capitali
- il mercato valutario
- la previsione dei tassi di cambio: alcune nozioni di base
- i rischi dei mercati internazionali dei capitali

SESSIONE II - GLI STRUMENTI DEL MERCATO MONETARIO

UNITA' DIDATTICA 1

I Buoni Ordinari del Tesoro

- i profili tecnici e normativi
- il trattamento fiscale

UNITA' DIDATTICA 2

I certificati di deposito

- i profili tecnici e normativi
- il trattamento fiscale

UNITA' DIDATTICA 3

I pronti contro termine

- i profili tecnici e normativi
- il trattamento fiscale

UNITA' DIDATTICA 4

Le accettazioni bancarie

- i profili tecnici e normativi
- il trattamento fiscale
- esemplificazione

UNITA' DIDATTICA 5

Le polizze di credito commerciale e le commercial papers

- i profili tecnici e normativi delle polizze di credito commerciale
- il trattamento fiscale delle polizze di credito commerciale
- esemplificazione
- le commercial papers: alcuni cenni

UNITA' DIDATTICA 6

Le cambiali finanziarie

- Profili tecnici e normativi
- il trattamento fiscale

FINANZA, RETAIL E PRIVATE

MASTER IN PRIVATE BANKING AULA 40 ORE

■ OBIETTIVI

Sviluppare, attraverso un percorso completo, la capacità di gestire i clienti private

■ DESTINATARI

Private banker o persone destinate a ricoprire questo ruolo

■ PROGRAMMA

Ruolo del private banker

Il mercato del private banking

Il cliente del private banking

Analisi dei bisogni e propensione al rischio

Il wealth management

Le attività di wealth management

Modello di simulazione: Virtualpfp

Business game sulla gestione di clienti private, con definizione dell'asset allocation strategica, tattica e simulazione dell'intervista di vendita

I MERCATI FINANZIARI INTERNAZIONALI AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Fornire un quadro approfondito dei mercati finanziari internazionali

■ DESTINATARI

Addetti alla finanza, private banker, addetti clientela privata

■ PROGRAMMA

Il mercato monetario internazionale

L'euromercato

▪ I mercati finanziari internazionali

▪ Profili tecnici e caratteristiche

Le emissioni obbligatorie internazionali in titoli

▪ Obbligazioni estere ed euro-obbligazioni

▪ Il trattamento fiscale

I mercati azionari internazionali

▪ Le principali piazze finanziarie mondiali: Usa, Giappone, United Kingdom ed area Euro

▪ Informazioni sulle altre borse: Nord e Sud America, Pacifico, Oceani, Paesi in via di Sviluppo e la Nuova Europa

I derivati

▪ I derivati sui mercati finanziari internazionali

▪ Costi, commissioni, rischi ed opportunità: cosa valutare

I FONDI PENSIONE: CONOSCERLI PER VENDERLI MEGLIO AULA 8 ORE

■ DESTINATARI

Addetti clientela privata, addetti all'area finanza, sviluppatori

■ PROGRAMMA

Parte prima:

▪ Fondi Pensione: cosa sono, cosa rappresentano, quale futuro

▪ Le differenze fra le varie forme di risparmio con finalità previdenziali

▪ Le diverse tipologie di destinatari; le adesioni individuali e collettive

▪ I requisiti per le prestazioni

▪ Il trattamento fiscale del risparmio con finalità previdenziale

Parte seconda:

▪ Il Collocamento dei prodotti con finalità previdenziale e loro mercato

Leve motivazionali di vendita: -argomentazioni di vendita utilizzando "vincoli" e "benefici";

-la gestione e il superamento delle obiezioni;

-azioni post-vendita e mantenimento della relazione

IL MONDO DEGLI ETF E ETC AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Ormai da qualche anno, la presenza sul mercato italiano degli ETF si è sempre più consolidata; in controtendenza con il deflusso di risorse avvenuto nei fondi comuni di investimento, le masse gestite dagli ETF sono notevolmente cresciute, pur non essendo tali strumenti particolarmente "spinti" né dalle banche né dalle reti di promotori finanziari. Il mondo degli ETF si è peraltro arricchito grazie all'introduzione, anche in Italia, di prodotti sempre più complessi, tanto da parlare, ormai di ETF di quarta generazione. Inoltre, sull'ETF plus, il mercato di Borsa Italiana dedicato a questi strumenti, gli investitori possono oggi acquistare anche gli ETC, prodotti collegati direttamente all'andamento del prezzo delle materie prime: si ampliano quindi ulteriormente le possibilità di diversificazione del proprio portafoglio.

■ PROGRAMMA

L'evoluzione del risparmio gestito in Italia negli ultimi anni: le problematiche in essere

▪ Gestione attiva, gestione passiva e fondi total return: cosa abbiamo imparato dalla crisi

▪ Gli ETF: cosa sono e come vengono creati

▪ Il mercato italiano degli ETF: tipologie di strumenti trattati e modalità di negoziazione

▪ La tassazione degli ETF

▪ Gli ETF di nuova generazione: esempi e casi pratici

▪ Gli ETF sul rischio di credito

▪ I rischi collegati all'investimento in ETF

▪ I mercati delle materie prime

▪ Gli ETC negoziati in Italia: cosa sono e come vengono creati

FINANZA, RETAIL E PRIVATE

MODULI DI FINANZA BASE

■ OBIETTIVI

Approfondire e perfezionare le conoscenze/capacità nel mondo della finanza

■ DESTINATARI

Addetti clientela retail, addetti alla finanza

■ PROGRAMMA

- Asset allocation e valutazione della performance
- La normativa fiscale degli strumenti finanziari e di risparmio
- Analisi dello scenario finanziario
- Principi normativi dei mercati finanziari e regole di comportamento degli intermediari finanziari
- Il risparmio amministrato
- Strumenti e tecniche del mercato mobiliare
- Rendimento e rischio dei valori mobiliari
- Il mercato del risparmio gestito
- La riforma del diritto societario e le sue ripercussioni sulla corporate governance delle società di capitale
- Tecniche di gestione attiva e passiva di portafogli mobiliari

MODULI DI FINANZA INNOVATIVA

■ OBIETTIVI

Dare una preparazione specifica sui nuovi strumenti finanziari

■ DESTINATARI

Promotori finanziari, addetti alla clientela privata, addetti alla finanza

■ PROGRAMMA

- Nuove leve competitive nei prodotti e canali finanziari
- Asset management per investitori privati
- Il planning della finanza personale
- Nuove strategie di asset allocation
- Private equity e venture capital
- Securitization e smobilizzo dei crediti
 - Project financing
- I fondi immobiliari
- La gestione del rischio di credito
- CRM e customer value management nei servizi finanziari
- Il wealth management: oltre il private banking

LA GESTIONE DEL RISCHIO NELLA CONSULENZA FINANZIARIA AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Anche la gestione finanziaria ha un suo margine di rischio che, di solito, non si considera o si sottovaluta. Il corso mira ad evidenziare la natura dei rischi ed i modi per contenerli

■ DESTINATARI

Addetti alla tesoreria ed alla finanza aziendale

■ PROGRAMMA

LE TRE POSSIBILI TIPOLOGIE DI RISCHIO

Il rischio di credito (o rischio di insolvenza)

- Analisi generale del suo profilo
- Controllo del rischio di credito
- L'internal rating e l'accordo di Basilea 2
- Gestione informatica del rischio
- Modelli di scoring e parametri di controllo
- I credit derivatives
- La securitization

Il rischio finanziario

- La dinamica dei flussi
- La funzione della tesoreria bancaria
- I rapporti fra centro e periferia nella gestione della tesoreria
- La programmazione della liquidità
- Gli strumenti di copertura
- La gestione amministrativa delle posizioni di tesoreria
- Analisi del rischio di cambio
- Gli strumenti derivati connessi

Il rischio di tasso di interesse

- I criteri di valutazione
- La negoziabilità
- Gli strumenti derivati connessi
- IRS E FRA

**FORBANK E'
E' GESTORE DEI
CORSI FINANZIATI
DAI FONDI
SPECIALI QUALI
FBA ED OFFRE LA
PROGETTAZIONE
GRATUITA DI
CORSI E
INTERVENTI
FORMATIVI DA
PRESENTARE A
FBA O AD ALTRI
FONDI**

NORMATIVE, COMPLIANCE D.LGS 231

LE NORME SULL'ANTIRICICLAGGIO AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

La crescente attenzione di Banca di Italia e degli organismi di controllo sia a livello nazionale che europeo, conferma la necessità di un aggiornamento costante del personale bancario sulle normative antiriciclaggio. Eguale attenzione va dedicata al collegio sindacale per la sua crescente responsabilizzazione sull'operatività bancaria diretta all'antiriciclaggio

■ DESTINATARI

Tutto il personale bancario di front office

■ CORSO DI BASE PER IL PERSONALE

- Riferimenti normativi e concetti base
- La legge istitutiva e le successive modifiche delle registrazioni antiriciclaggio
- L'operatività
- L'adeguamento italiano alla normativa europea: il provvedimento Banca d'Italia 12.1.2001 contenente le istruzioni operative, per l'individuazione di operazioni sospette ed i suoi successivi aggiustamenti:
 - Introduzione (la segnalazione delle operazioni sospette, i destinatari dei provvedimenti, regole organizzative e procedurali, l'adempimento degli obblighi segnalatici, la conoscenza della clientela, i controlli interni e la procedura di segnalazione)
 - Indici di anomalia: introduzione alla casistica

■ SEMINARIO PER IL COLLEGIO SINDACALE

- Riferimenti normativi e concetti base
- Lo schema di decreto legislativo che recepisce la Direttiva comunitaria 2001/97/Ce in materia di antiriciclaggio: Il ruolo e le responsabilità del collegio sindacale delle banche
- Il Dlgs 153/97 e le istruzioni operative di Banca di Italia del 12 gennaio 2001
- Quali attività competono al collegio sindacale per adempiere agli obblighi di legge
- Gli strumenti di supporto

LA TRASPARENZA AULA 4 ORE

■ OBIETTIVI

Dare un quadro completo delle normative sulla trasparenza, esaminandone le applicazioni e le problematiche più significative

■ DESTINATARI

Personale di filiale e dei servizi centrali

■ PROGRAMMA

- Le fonti normative (deliberazioni CICR, T.U. bancario, Decreti vari, ecc.)
- Obiettivi della disciplina sulla trasparenza
- Offerta fuori sede
- Tecniche di comunicazione a distanza
- Informazione precontrattuale
- Documento di sintesi
- Controlli e interventi della Banca di Italia

IL BILANCIO NELLA RIFORMA E NEI PRINCIPI CONTABILI AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Aggiornare coloro che hanno rapporti con la clientela corporate delle novità derivanti dalla riforma societaria e delle loro conseguenze operative, in particolare nell'area dei crediti

■ DESTINATARI

Direttori di Filiale, addetti crediti, addetti corporate

■ PROGRAMMA

- Finalità e tipologie di bilancio
- La struttura del bilancio
- Lo stato patrimoniale
- Il conto economico
- Nota integrativa, relazione ed allegati
- Il processo di formazione del bilancio

I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI (IAS) AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Aggiornare sui nuovi principi contabili (IAS) e sulle conseguenze che avranno nelle attività dei settori bancari a contatto con le imprese

■ DESTINATARI

Direttori di filiale, addetti crediti, addetti corporate

■ PROGRAMMA

L'evoluzione dei principi contabili internazionali
▪ La direttiva CEE 2001/65
I sostanziali cambiamenti nella redazione del bilancio

▪ Analisi specifica degli I.A.S.

Effetti, vantaggi ed aree di criticità con le nuove regole di contabilità

▪ Gli effetti sull'analisi di bilancio derivanti all'applicazione dei principi IAS relativi a33)

▪ Punti di forza e di debolezza del recepimento degli IAS nei paesi UE

▪ Gli IAS: oggetto di controversie applicative e di attese per un'ulteriore regolamentazione

NORMATIVE, COMPLIANCE D.LGS 231

UNA VISIONE DINAMICA DELLA COMPLIANCE AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

- Introdurre gli elementi fondamentali nell'analisi delle regole operative, gestionali e di rapporto interne e con la clientela
- Identificare i corretti comportamenti per ottenere risposte veloci, positive e concrete nella redazione della documentazione societaria

■ DESTINATARI

- Personale di linea e di staff della Direzione Generale, Direzione Amministrativa, Ufficio Marketing, Personale e Direzione Strategica, che nell'ambito delle diverse funzioni aziendali devono curare lo sviluppo di canali alternativi nella distribuzione dei prodotti.
- Tutti coloro che lavorano nel settore finanziario e desiderano migliorare la preparazione professionale e che affronta i concreti problemi legati al rapporto con la clientela e con gli organi di Vigilanza.

■ PROGRAMMA

La funzione della compliance

- L'analisi delle "conformità" (compliance):
- I singoli livelli nazionali
- La comparazione con gli standard internazionali
- La liberalizzazione dei mercati e l'aumento della concorrenza
- La ricerca dell'innovazione ed i rischi di varia natura:
- I nuovi rischi nella ricerca di maggiori profitti: rischi di credito, di mercato ed operativi
- Conseguenze di una "spinta" ricerca all'innovazione: la funzione dell'impresa
- La funzione della Autorità di Vigilanza
- La necessità di identificare, governare e controllare i rischi

ESERCITAZIONE: *organizzazione e realizzazione della funzione della "compliance"*

La strumentazione esterna ed interna per il governo dei rischi

- L'attività interna:
 - Le leggi sulle società e sull'attività finanziaria
 - Le norme di vigilanza nazionali ed internazionali
 - L'attività mobiliare e d'investimento
 - I codici di autodisciplina
 - Le altre norme su insider trading, insider dealing, corporate governance, privacy e tutela del consumatore a gestione del business delle carte: il ruolo dell'outsourcing
 - L'attività esterna:
 - La traduzione pratica dell'attività interna
 - Le funzioni aziendali specifiche: risk management, internal auditing, collegio sindacale, revisione contabile, certificazione di bilancio e controllo amministrativo
- ESERCITAZIONE: *strumenti e normativa di riferimento per una corretta gestione del rischio*

La funzione della compliance negli intermediari

- Considerazioni sull'ultimo Documento del Comitato di Basilea
- L'instaurazione della funzione di compliance ai singoli livelli nazionali
- Natura e contenuto della compliance
- Supportare l'intermediario nella gestione del rischio di sanzioni legali e regolamentari
- Evitare perdite finanziarie e di reputazione
- Leggi, regolamenti, codici di comportamento e standard di buona condotta
- Identificare a livello organizzativo aziendale regole e leggi di applicare
- I criteri di buona condotta di dipendenti e dell'impresa
- Consulenza in materia di rischi di conformità nella relazione impresa-clienti
- La creazione di un organo amministrativo ed esecutivo per l'attuazione della compliance

ESERCITAZIONE: *sviluppo della attività di risk management nel corretto adempimento alla funzione di compliance*

L'APPLICAZIONE ALLE BANCHE DEL D.LGS 231 SULLA RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

L'intervento sulla responsabilità Amministrativa degli Persone Giuridiche delle Società e delle Associazioni prende le mosse dalla considerazione che la disciplina specifica può essere, ancor oggi, considerata innovativa. Da ciò l'esigenza di chiarire nozioni e problemi di fondo. L'argomento riguarda, con implicazioni diverse, le varie tipologie giuridiche. In particolar modo l'argomento si inserisce a supporto della analisi di un modello di Organizzazione, Gestione e Controllo particolarmente tipizzato.

■ DESTINATARI

I destinatari sono, almeno inizialmente, coloro che operano all'interno di:

- Segreteria generale
- Segreteria legale
- Amministrazione crediti
- Nucleo recupero crediti

■ DURATA

Il corso, anche in considerazione dell'intervento aziendale sull'Organizzazione interna, ha una durata di 3 giorni

■ METODOLOGIA DIDATTICA

Le modalità di sviluppo del corso sono improntate sulla massima interattività possibile e una gestione seminariale in quanto la trattazione degli argomenti è strettamente alle specificità della committente.

■ PROGRAMMA

- Inquadramento generale della normativa di riferimento e le indicazioni apportate dal D. Lgs. 231/2001
 - Evoluzione della normativa di riferimento: le disposizioni di vigilanza della Banca d'Italia in materia di organizzazione e governo societario delle banche
 - Nozioni di base relative alla disciplina delle società operanti nel settore specifico
 - Indicazione delle fonti normative in materia, approfondimenti sulle più rilevanti componenti innovative ed i criteri per il relativo coordinamento
 - La mappatura delle attività sensibili
 - Esame delle caratteristiche distintive degli statuti delle società e le implicazioni con riguardo al regime della responsabilità degli amministratori; in particolare, le condizioni per il sorgere della responsabilità amministrativa, gli elementi costitutivi di tale responsabilità
 - Analisi dei presupposti per l'esercizio del controllo e suo svolgimento
 - La funzione del Codice Etico
 - Gli Organismi di controllo: rapporti e relazioni con l'Internal Auditing e la Unit Compliance
 - Le conseguenze dell'accertamento della responsabilità ed i soggetti coinvolti
 - Il sistema disciplinare: sanzioni amministrative e penali
 - Esame degli aspetti processuali delle ipotesi di responsabilità degli Amministratori in generale e di responsabilità degli Amministratori di società, con particolare riferimento alla giurisprudenza
 - Analisi delle principali strategie che le società possano attivare per ridurre i rischi di responsabilità amministrativa
 - I modelli organizzativi: progettazione e costruzione
- Un caso pratico: *Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo*

CORSI DI RUOLO

IL DIRETTORE DI FILIALE RETAIL AULA 32 ORE

■ OBIETTIVI

Sviluppare la capacità di gestire una filiale retail

■ DESTINATARI

Direttori di filiali retail, persone destinate a ricoprire tale ruolo

■ PROGRAMMA

Parte prima: la gestione delle risorse

- come far diventare squadra il gruppo di persone che costituiscono la filiale
- metodologie e tecniche del lavoro di gruppo finalizzato allo sviluppo

Parte seconda: la gestione del mercato

- il mercato della "filiale"
- la segmentazione del mercato
- le politiche commerciali

IL RELATIONSHIP MANAGEMENT AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Fornire gli strumenti tecnici e relazionali per ricoprire al meglio il ruolo di relationship manager

■ DESTINATARI

Relationship manager e tutti coloro che sono al contatto con una clientela investitrice a vari livelli

■ PROGRAMMA

- Il personal banking come attività tipica del manager di relazione
- Il manager di relazione
- Tratti tipici dell'attività del gestore di relazione
- "Ciclo di vita" del cliente e attività del manager di relazione
- Manager di relazione, trasparenza ed etica del rapporto con il cliente

CORSI DI RUOLO IN BANCHE DIVISIONALIZZATE

■ OBIETTIVI

Dare consistenza e professionalità ai nuovi ruoli previsti nella riorganizzazione delle banche divisionalizzate

■ DESTINATARI

Tutti coloro che operano in banche divisionalizzate con ruoli innovativi

- IL RESPONSABILE DI AREA DI BANCA DIVISIONALIZZATA
- IL RESPONSABILE DI SEGMENTO
- IL GESTORE DEL MASS MARKET
- IL GESTORE DI PORTAFOGLIO CLIENTI (Il corso è erogato in diverse versioni, ognuna specializzata per segmento di appartenenza dei clienti)
- IL GESTORE DI PORTAFOGLIO CORPORATE

IL MANAGER DI RETE AULA 32 ORE

■ OBIETTIVI

L'intervento si propone di far vivere ai Manager di Rete un cammino formativo/informativo che risponda alle esigenze di "utilità" per i partecipanti sia nell'ambito di concreti strumenti di recruiting sia di efficacia valutativa/selettiva dei candidati, proponendo un quadro interpretativo dell'attività, fornendo modelli operativi adattabili alla propria realtà e favorendo la condivisione di approcci già esistenti in azienda, validati dall'efficacia operativa.

■ DESTINATARI

Manager di Promotori Finanziari

■ PROGRAMMA

Parte prima: metodologie di gestione della rete

- recruiting e selezione
- la leadership, team building e coaching: come creare e far funzionare la squadra

Parte seconda: pianificazione e controllo del gruppo

- costruire e sviluppare una squadra di successo
- reporting e uso del tempo

IL GESTORE DI CLIENTI AFFLUENT/PRIVATE E LE IRRAZIONALITÀ DELL'INVESTITORE AULA 16 ORE

OBIETTIVI

Analizzare il comportamento del risparmiatore con particolare attenzione agli aspetti irrazionali, al fine di individuare quale sia il miglior comportamento del gestore nei suoi confronti.

Dare ai gestori indicazioni sul modo migliore di capire il risparmiatore che hanno davanti, consentendo loro di affinare le proprie abilità consulenziali e la capacità di evitare al cliente scelte sbagliate o irrazionali

DESTINATARI

Promotori finanziari, gestori di clientela affluent, gestori private e tutti coloro che curano gli investimenti della clientela

PROGRAMMA

■ Introduzione sulla Finanza Comportamentale

■ Introduzione del concetto di PSICOLOGIA COGNITIVA

Una serie di concetti che illustrano i motivi e le dissonanze per le quali il risparmiatore è portato a credere o recepire informazioni errate, dovute alle modalità con il quale il nostro cervello immagazzina e decodifica le informazioni che riceve

■ La Contabilità Mentale (CM)

Per quale motivo i soldi risiedono in conti mentali differenti, cosa rappresenta il denaro sacro, quello trovato e quello guadagnato? Perché 1 € può avere riferimenti molto differenti in base alla sua provenienza e alla sua destinazione?

Capire questi comportamenti dei clienti significa dare loro un supporto consulenziale significativo per evitare errori e comportamenti errati

Esercitazione

Scelte in conflitto ed insensibilità ai numeri

Il risparmiatore spesso non sa decidere e non sa scegliere. Le dissonanze relative alla scelta: scelte sbagliate ed in conflitto

■ Numeri e statistica: perché il nostro cervello spesso viene distratto da riferimenti numerici e statistici che, sebbene semplici, possono alterare la nostra percezione economica e sociale

Esercitazioni

■ Nel mondo finanziario si è sottoposti allo stress dell'imprevedibilità del mercato e si deve fare i conti con l'ansia legata al rischio.

Per difendersi dalla frustrazione e dalle emozioni connesse, l'investitore usa tecniche di comportamento per cercare di arginare l'ansia e conservare l'autostima

■ L'effetto ancoraggio e l'inclinazione alla conferma
L'ancoraggio consiste nel rimanere condizionati da un fatto o da un'informazione che invece non dovrebbe influenzare i giudizi e le decisioni.

Inclinazione alla conferma è, invece, :l' eccessiva valutazione di informazioni che confermano impressioni iniziali o preferenze, e la successiva tendenza a sottovalutare informazioni che contraddicono opinioni e sensazioni già presenti

■ Le false sicurezze

Spesso il risparmiatore non si cura di prendere le necessarie informazioni per fare la propria scelta e finisce con l'investire su prodotti finanziari di cui sa poco. Questa falsa sicurezza richiede che il PF sia molto attento a dare al cliente quelle informazioni che servono a fargli capire meglio le scelte che gli vengono proposte.

■ La psicologia del gruppo e investimento con il gregge
Conformarsi al gruppo è forse il fenomeno più connotato psicologicamente anche nei mercati finanziari: spesso capita di investire in determinati prodotti finanziari solo perché (molti) altri – spesso pure sconosciuti- hanno deciso di farlo.

Ma non sempre il gruppo/gregge è dalla parte della ragione

■ Analisi e discussione di un caso che riassume i principali argomenti trattati e che focalizza il comportamento del promotore finanziario rispetto ai comportamenti irrazionali dei clienti

SPECIALE FORMAZIONE: IL CIRCO DELLA COMUNICAZIONE

USARE EFFICACEMENTE LE PAROLE
NELLE RELAZIONI INTERPERSONALI
ED IN PUBBLICO

WORKSHOP ESPERENZIALE

PERCHÉ LA METAFORA DEL CIRCO

Il circo è il luogo ove viene presentata l'eccellenza nelle sue varie forme, evidenziando le difficoltà estreme in cui si opera ma anche l'abilità e la capacità di superarle. Pochi sanno fare quello che stupisce, meraviglia e diverte i molti.

Le arti circensi sono riassumibili nelle seguenti: svolgere esercizi ginnici di grande abilità ed accuratezza, contrastando la legge di gravità (*acrobati*), sfruttando al loro limite estremo capacità fisiche e psichiche (prontezza di riflessi, rapidità di decisioni, ecc.), dominare gli animali selvaggi che costituiscono una grande paura nell'inconscio collettivo (la paura di essere divorati o comunque uccisi) (*domatori*), utilizzare le stesse abilità degli acrobati in senso ludico per comunicare con ironia o per sdrammatizzare le situazioni difficili (*pagliacci*)

■ OBIETTIVI FORMATIVI

Questo seminario consente di apprendere:

- come sfidare la "la legge di gravità" che rende difficili le comunicazioni pubbliche e di gruppo, e diminuisce la loro efficacia;
- come acquisire l'acrobazia dialettica ossia la capacità di utilizzare la parola per ottenere effetti predeterminati tanto più importanti in situazioni difficili
- come domare gli animali feroci ossia gestire dialetticamente i conflitti e le situazioni difficili in cui coesistono obiettivi opposti, soprattutto quando la comunicazione è pubblica;
- come utilizzare l'ironia nella comunicazione per sdrammatizzare le situazioni difficili e di risolvere sul piano dell'ironia conflitti e contrapposizioni



DURATA: 4 GIORNI

Esercizi durante il workshop
Equilibrio dialettico
La gabbia delle tigri
Fare il clown
Fattori di eccellenza
Diagnosi delle comunicazioni

Riprese con TV e relativa discussione e commento
Fase plenaria per il rendering finale
Debriefing collegiale

IL SELF EMPOWERMENT AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Favorire l'autosviluppo delle persone rendendole coscienti dei loro gap di competenze e fornendo gli strumenti atti a colmarli

■ DESTINATARI

Quadri, dirigenti e personale ad alto potenziale

■ PROGRAMMA

- Cos'è l'empowerment
- I valori dell'empowerment
- Il raggiungimento dei propri obiettivi attraverso le azioni di autosviluppo
- Autodefinizione del proprio ruolo attraverso le determinanti:
- Verifica dell'incidenza delle aree di attività in coerenza con la collocazione organizzativa
- Identificazione delle proprie aree di integrazione funzionale ed operativa
- Analisi delle proprie competenze
- Un sistema per la definizione dei propri obiettivi attraverso la swot analysis e lo smart test
- Evidenziazione delle aree di miglioramento individuali
- Pianificazione delle attività per il miglioramento
- Il controllo dei risultati ottenuti e la pianificazione delle tappe successive

IL FORMATORE PART TIME AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Preparare all'attività di aula persone che svolgano normalmente attività diverse

■ DESTINATARI

Dirigenti e quadri di qualsiasi settore cui sia richiesto lo svolgimento di attività d'aula

■ PROGRAMMA

La preparazione dell'intervento

- partire dai bisogni formativi
- identificare i partecipanti e le loro specifiche esigenze
- scalettare gli argomenti da trattare
- scegliere le metodologie didattiche più appropriate
- individuare i supporti visivi
- la preparazione delle slide
- gli altri supporti ed il loro uso
- definire i tempi di intervento

La gestione dell'aula

- Esercitazioni pratiche in simulazione della gestione del corso con approfondimenti relativi a:
 - la parte espositiva: principi di erogazione, tempi e curva di attenzione
 - l'apprendimento attraverso la partecipazione
 - l'uso delle metodologie didattiche attive
 - analisi delle principali metodologie didattiche
 - funzionamento del gruppo
 - esercitazioni e discussioni di gruppo
 - uso pratico dei supporti didattici

IL TEAM EMPOWERMENT AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Dare le metodologie di per la creazione e lo sviluppo del gruppo di lavoro

■ DESTINATARI

Quadri, dirigenti e personale ad alto potenziale

■ PROGRAMMA

- Il gruppo
- Il lavoro di gruppo
- Le riunioni
 - La riunione di informazione
 - La riunione per l' esame di problemi

LE DECISIONI E LA GESTIONE DELL'INCERTEZZA ORGANIZZATIVA AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Le Organizzazioni sono sempre più chiamate ad affrontare situazioni nuove e complesse attraverso il diffondersi nelle persone di capacità di diagnosi, di innovazione e di leadership dei processi di cambiamento ed è inoltre crescente in azienda la consapevolezza dell'importanza della sinergia dei gruppi di decisione e dei team di progetto.

■ DESTINATARI

Il corso è destinato a tutte le aziende che sentano l'esigenza di sviluppare nei propri managers e team leaders le competenze di problem setting, problem solving e decisione

■ PROGRAMMA

- Sviluppare capacità di diagnosticare caratteristiche e livelli di complessità dei problemi organizzativi, tecnici e gestionali che si incontrano nell'attività professionale
- Potenziare le proprie capacità di problem setting e di problem solving
- Saper condividere l'analisi ambientale ed i piani di azione
- Potenziare l'utilizzo del pensiero creativo nella soluzione dei problemi
- Sostenere la capacità di decidere in situazioni complesse
- Saper utilizzare i più noti tools di supporto a planning e performance

LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE E DI GRUPPO AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Favorire lo sviluppo di capacità ed atteggiamenti manageriali

■ DESTINATARI

Quadri, dirigenti e personale ad alto potenziale in fase di sviluppo di carriera

■ PROGRAMMA

Aspetti generali della comunicazione

- Obiettivi
- Definizioni
- Le forme della comunicazione
- Efficacia delle varie forme di comunicazione
- La comunicazione sistema
- La comunicazione come processo
 - aspetti tecnici del processo comunicativo
 - aspetti psicologici del processo comunicativo
 - conclusioni

Aspetti operativi della comunicazione

- Premessa: il linguaggio parlato
- Funzioni del linguaggio
- Tipi fondamentali di linguaggio
- Le parole ed il loro significato
- La comunicazione verbale
- La comunicazione scritta
- La comunicazione spaziale
- La comunicazione non verbale
- Aspetti psicologici del processo comunicativo
- La comunicazione in gruppo: aspetti specifici e particolari

LA NEGOZIAZIONE E LA CONTRATTAZIONE AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Creare o perfezionare la capacità di negoziare e contrattare sia in un'ottica di collaborazione interna alla struttura che esterna

■ DESTINATARI

Quadri, dirigenti e personale ad alto potenziale

■ PROGRAMMA

- Nascita di una contrattazione
 - Tipologia contrattuale
 - gli attori
 - il continuo negoziale
 - gli aspetti generali
- Aspetti negoziali in situazioni complesse
 - negoziazioni complesse
 - il fattore tempo nelle negoziazioni complesse
- Aspetti negoziali in situazioni specifiche
 - situazioni specifiche tipiche
 - gli obiettivi di una contrattazione
- Psicologia della contrattazione
 - elementi generali
 - comportamenti negoziali
 - teorie psicologiche
- Tecniche di contrattazione
 - elementi generali
 - l'aggressività nella contrattazione
 - convincimento
 - esperienze pratiche
- La contrattazione win to win

IL PROBLEM SOLVING AULA 8 ORE

■ OBIETTIVI

Potenziare le capacità di risolvere i problemi aziendali, utilizzando in parallelo vari approcci: esperienza, pensiero verticale, pensiero sistemico, pensiero creativo, intelligenza emotiva

■ DESTINATARI

Dirigenti, funzionari e quadri con frequenti ed importanti attività di problem solving

■ PROGRAMMA

Il corso presenta un corredo di strumenti concettuali e tecniche integrati in una metodologia articolata in quattro fasi:

- Definizione del problema.
- Analisi delle cause.
- Ricerca della soluzione.
- Attuazione della soluzione.

Il programma del corso è stato articolato in moduli focalizzati sui seguenti argomenti:

- Progettazione della soluzione.
- Il pensiero sistemico.
- Il pensiero creativo.
- L'intelligenza emotiva.
- Definizione del problema.
- Analisi delle cause.
- Ricerca della soluzione.
- Attuazione della soluzione.
- Gli strumenti per il problem setting ed il problem solving.

PUBLIC SPEAKING E EFFECTIVE PRESENTATION AULA 16 ORE

■ OBIETTIVI

Creare o perfezionare la capacità di parlare in pubblico e di presentarsi in modo efficace

■ DESTINATARI

Dirigenti, funzionari e quadri che per la loro attività siano spesso chiamati a parlare in pubblico e a presentare se stessi o la propria azienda ad una platea di persone

■ PROGRAMMA

- Principi della comunicazione verbale
 - Come rendere efficaci le comunicazioni verbali
- La comunicazione interpersonale
- La comunicazione al gruppo
 - caratteristiche della comunicazione uno a molti
 - analisi dei fenomeni percettivi
 - l'importanza degli aspetti emotivi
 - il gruppo come amplificatore dei fenomeni comunicativi
- Le tecniche di public speaking: esercitazioni con TV a CC, analisi successiva ed autocorrezione
- La presentazione di sé stessi nelle varie situazioni interpersonali e di gruppo
- Come presentare le proprie idee e le proprie opinioni
- Un caso particolare di comunicazione: la comunicazione al telefono
- La valorizzazione della propria personalità e dei propri punti di forza
- Conclusioni

BUSINESS GAMES E MODELLI

VIRTUALBANK

■ OBIETTIVI

Sviluppare la capacità di gestire, in una visione sistemica, tutte le variabili strategiche, tattiche ed operative relative ad una filiale bancaria e rafforzare il team working dell'agenzia

■ DESTINATARI

Il corso si dirige alla squadra di filiale, composta dal responsabile e dai suoi immediati collaboratori in un numero massimo di 7-8 persone per squadra

■ STRUMENTI E METODOLOGIA DIDATTICA

Business game

■ DURATA

- mezza giornata d'aula per la presentazione
- una giornata d'aula per la chiusura
- 28-32 ore a distanza, nella filiale, divise in 8 giornate con cadenza settimanale, effettuate in orari determinati dagli stessi componenti della squadra

■ CONTENUTI

Virtualbank simula, in tutti i suoi aspetti, la gestione di una Filiale bancaria.

Indici di gara

Le squadre partecipanti avranno, dopo ogni giocata, un dettagliato report degli effetti delle loro scelte sul conto economico della filiale.

Inoltre le squadre saranno inserite nelle apposite graduatorie, basate sui seguenti indici:

- redditività della filiale
- gestione delle risorse umane
- fidelizzazione della clientela
- livello delle sofferenze
- quota di mercato
- ricavi da servizi

Personalizzazione

Il corso può essere personalizzato alle esigenze della banca per quanto concerne:

- la composizione dell'organico dell'agenzia
- i volumi iniziali e la loro distribuzione sui vari prodotti
- i prodotti

VIRTUALPFP

■ OBIETTIVI

Trasmissione di una Logica di Financial Planning basata sul Life Time Value del cliente e non sul ritorno a breve

■ DESTINATARI

Gestori nei primi anni di attività e nella fase critica di acquisizione del portafoglio

■ STRUMENTI E METODOLOGIA DIDATTICA

Business game

■ CONTENUTI

MATERIALE INFORMATIVO PERIODALE

- Politica monetaria e inflazione
- Prospettive economiche
- Occupazione
- Valore delle quote dei prodotti giocabili per i due anni precedenti all'inizio della simulazione

AZIONI DEL PARTECIPANTE

- Analisi dei trend di mercato e dei prodotti
- Analisi dei portafogli gestiti
- Acquisizione informazioni sui clienti virtuali attraverso dialoghi simulati
- Definizione dell'asset allocation strategica
- Fund picking

Il modello è stato progettato e realizzato in collaborazione con Banca Primavera Spa e, per la parte di asset allocation strategica e tattica, con la società Epheso Srl

VIRTUALWINNER

■ OBIETTIVI

- Sviluppo della capacità di gestione di un pacchetto clienti
- Potenziamento della capacità di autoanalisi dei risultati conseguiti
- Attitudine al raggiungimento degli obiettivi

■ DESTINATARI

Il corso è diretto alla formazione dei gestori di clienti (responsabili di clienti, personal banker, ecc.) dell'area privati/retail.

■ STRUMENTI E METODOLOGIA DIDATTICA

Business game

■ DURATA

- una giornata iniziale di presentazione
- sei giornate a distanza con cadenza settimanale
- una giornata finale di analisi e commento.

■ CONTENUTI

Il partecipante al corso gestisce un pacchetto di clienti virtuali, identificati da una serie di informazioni anagrafiche e socio-economiche del tutto realistiche.

È possibile definire cluster liberamente, incrociando tutte le informazioni disponibili, per conoscere i clienti gestiti e scegliere le relative politiche commerciali.

Il gestore ha a disposizione i prodotti di investimenti o impiego tipici della gestione del segmento retail e conosce la redditività di ognuno (in termini di margine di contribuzione al proprio conto economico)

Il partecipante simula specifiche azioni commerciali sui cluster identificati, e definisce inoltre:

- le priorità commerciali nei confronti dei differenti segmenti di clientela
- la distribuzione del proprio tempo operativo
- gli obiettivi di lavoro e commerciali
- le proprie priorità
- gli strumenti da utilizzare per contattare la clientela

LA FORMAZIONE ATTRAVERSO I BUSINESS GAMES

Motivato dalla competizione con gli altri partecipanti, il discente si confronta con un sofisticato modello di simulazione, verificando l'efficacia delle decisioni prese attraverso l'analisi dei risultati ottenuti.

I benefici di questa metodologia formativa sono:

- l'acquisizione approfondita di nozioni complesse, grazie alla sperimentazione diretta delle problematiche poste dalla simulazione
- il forte livello di motivazione derivante dalla competizione con gli altri partecipanti e con il modello stesso
- la possibilità di rafforzare lo spirito di gruppo nell'ipotesi in cui a confrontarsi siano squadre e non singoli partecipanti

L'INDIVIDUAZIONE E LO SVILUPPO DEGLI ALTI POTENZIALI

■ OBIETTIVI

Individuare e sviluppare risorse di elevato potenziale su percorsi di carriera per ricoprire posizioni di responsabilità

■ DESTINATARI

Giovani di successo di cui si voglia verificare la potenzialità di sviluppo e supportare la crescita

■ PROGRAMMA

L'aspetto più significativo della metodologia adottata consiste nel coinvolgimento diretto dei valutati nel processo di valutazione; questo consente di avere risultati più attendibili e più condivisi (elemento non secondario per le tensioni che spesso accompagnano processi di questo tipo).

La valutazione avviene in piccoli gruppi di lavoro (10 persone), per la durata di 1/2 giornate ciascuno, a seconda del livello richiesto del livello valutativo.

Le valutazioni finali derivano pertanto da quattro tipi di analisi:

- analisi e valutazione dei due esperti che guidano l'intervento
- analisi e valutazione da parte del gruppo
- autoanalisi ed autovalutazione da parte di ogni partecipante
- risultati di test attitudinali (usati a supporto ed a riscontro delle valutazioni precedenti)

Ognuna di queste valutazioni va a comporre un quadro organico che entra nella formulazione finale dei profili individuali.

■ IL PROFILO TIPO

La valutazione del potenziale nasce dalla definizione di un profilo tipo che viene concordato con il committente, suddiviso in aree e fattori di valutazione

■ RISULTANZE

Al termine dell'intervento e dopo la fase di counseling viene fornita una valutazione del potenziale corredata da grafico personale relativo alle aree ed ai singoli fattori.

L'analisi del potenziale costituisce la premessa ideale per la creazione di un programma di formazione che possa consentire alle persone, che hanno idoneo potenziale, di ricoprire in modo professionale la nuova posizione.

SELEZIONE DEL PERSONALE

FORBANK E' AUTORIZZATA DAL MINISTERO DEL LAVORO ALLO SVOLGIMENTO DELLA SELEZIONE DEL PERSONALE, CHE AVVIENE NELLE SEGUENTI MODALITA':

- SELEZIONE DI MASSA PER NEO DIPLOMATI /LAUREATI
- SELEZIONE DI POSIZIONI ORGANIZZATIVE SPECIFICHE
- HEAD HUNTING