

1. ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.

Στην ενότητα αυτή θα γίνεται αναφορά στο σύγχρονο τρόπο διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, με έμφαση στην ανάπτυξη. Θα αναπτυχθούν πολιτικές δημιουργίας εταιρικών εσωτερικών αξιών αλλά και τεχνικές χειρισμού του ανθρώπινου δυναμικού σε περίοδο οικονομικής ύφεσης, όταν, εκ των πραγμάτων, είναι αναπόφευκτο να ληφθούν «δύσκολες» αποφάσεις.

Ειδικότερα θα υλοποιηθούν τα ακόλουθα σεμινάρια :

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΣΚΟΠΟΣ: Θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία και τα εργαλεία με τα οποία υλοποιείται μια αρχική αξιολόγηση του προσωπικού και στη συνέχεια ο τρόπος με τον οποίον σχεδιάζεται το πλάνο βελτίωσης, η εφαρμογή coaching για την ενδυνάμωση και την υποβοήθηση των ανθρώπων να βελτιώσουν την απόδοσή τους και τελική ανάλυση όλων των βημάτων της τελικής αξιολόγησης τους με χρήση ηλεκτρονικών εφαρμογών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Ομαδικότητα και συνέργια - Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ομαδικής σκέψης
- Τα χαρακτηριστικά μια υποδειγματικής ομάδας
- Τα απαιτούμενα team skills για τα μέλη και τον ηγέτη της ομάδας

2. Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

- Η επιλογή των μελών της ομάδας
- Ο καθορισμός των ρόλων της ομάδας
- Η στοχοθέτηση της ομάδας
- Η επιλογή του συστήματος αξιών για την ομάδα
- Ο καθορισμός των κανόνων λειτουργίας της ομάδας
- Ανάπτυξη μιας αποδοτικής δομής meeting
- Η δομή και το check list – αξιολόγηση ενός αποδοτικού meeting
- Ο καθορισμός του τρόπου αξιολόγησης της αποδοτικότητας της ομάδας
- Ο καθορισμός χρόνου και πόρων
- Οι στοιχειώδεις υποδομές
- Συνήθη αίτια αποτυχίας λειτουργίας ομάδας

3. Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΜΑΔΑΣ ΥΨΗΛΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

- Αποδοτική Επικοινωνία
- Κτίσιμο εμπιστοσύνης
- Διαχείριση συγκρούσεων
- Αναγνώριση και κτίσιμο στα δυνατά σημεία του κάθε μέλους
- Εξάλειψη της αντίληψης «εμείς – αυτοί»
- Το κτίσιμο της αρμονίας
- Ενίσχυση διαπροσωπικών δεξιοτήτων
- Επικέντρωση στο αποτέλεσμα
- Εξάλειψη της αρνητικής συμπεριφοράς
- Υποκίνηση της ομάδας
- Σχηματισμός υποομάδων
- Η διαχείριση του χρόνου
- Η ιεράρχηση των θεμάτων
- Η δημιουργία Consensus
- Η μέτρηση της αποτελεσματικότητας της ομάδας
- Γιορτάζουμε την επιτυχία

4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΗΓΕΤΗ

- Επιλογή του κατάλληλου στυλ Διοίκησης
- Επικέντρωση στα ουσιαστικά
- Ενθάρρυνση της συμμετοχής
- Διαχείριση συγκρούσεων
- Υποκίνηση μελών ομάδας

- Διαχείριση συγκρούσεων
- Υποκίνηση μελών ομάδας
- Καθοδήγηση προς τη βέλτιστη λύση
- Ενθάρρυνση θετικής σκέψης
- Αποφυγή εύκολων συμβιβασμών

5. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

- Mind Mapping
- Διάγραμμα αίτιου – αποτελέσματος
- Brainstorming
- Tree diagram
- Matched Paired Analysis
- Decision Matrix
- Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων

COACHING

ΣΚΟΠΟΣ: Να κατανοήσουν οι συμμετέχουσες την ανάγκη και τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή ενός καθοδηγητικού τρόπου

Διοίκησης έτσι ώστε να:

- καθοδηγούν το προσωπικό τους με αναπτυξιακή κατεύθυνση
- αποκτήσουν τις απαραίτητες επικοινωνιακές δεξιότητες

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

1. Μορφές καθοδήγησης – ο ετήσιος κύκλος
2. Οι τρεις κύκλοι της επιτυχίας
3. Το περιστασιακό στυλ καθοδήγησης και η εκκώρση
4. Καθοδήγηση και αξιολόγηση της απόδοσης
5. Η αποτελεσματική συνέντευξη αξιολόγησης
6. Οι προληπτικές ενέργειες για καλό εργασιακό κλίμα
7. Περιστασιακές καθοδηγητικές παρεμβάσεις
8. Η καθοδήγηση της ανάπτυξης του εργαζόμενου
9. Γιατί η ανάθεση βοηθάει την αποτελεσματικότητα
10. Πως πρέπει να γίνεται η σωστή ανάθεση
11. Οι απαραίτητες επικοινωνιακές δεξιότητες του καθοδηγητή : α) Η δύναμη της συμπεριφοράς , η προσαρμογή και η σημασία του αυτό-ελέγχου β) Η ελευθερία της επιλογής γ) Οι προκαταλήψεις και η ενεργητική ακρόαση δ) Η σωστή χρήση των ερωτήσεων ε) Οι τέσσερις (4) επικοινωνιακοί τύποι στ) Η αντιμετώπιση δύσκολων συνεργατών και διαφωνιών ζ) Η θετική συμπεριφορά (assertiveness) η)Τα έξι στυλ καθοδήγησης

2. MARKETING

Η θεματική ενότητα θα περιλαμβάνει διαλέξεις που θα αφορούν:

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ MARKETING

Σκοπός: Θα παρουσιαστούν οι Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ αποκλειστικά για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις που θα βοηθήσουν τις συμμετέχουσες να αντιληφθούν τις απαραίτητες τεχνικές και έννοιες μάρκετινγκ, τις οποίες μπορούν άμεσα να εφαρμόσουν στην καθημερινότητα της επιχείρησής τους.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

1. Η ψυχολογία του καταναλωτή σήμερα
2. Η σημασία του πελάτη και του πελατολογίου
3. Τι είναι το Μάρκετινγκ της Μικρής και Μεσαίας Επιχείρησης
4. Τι είναι οι ενέργειες Μάρκετινγκ και πως τις αξιολογούμε
5. Το πλάνο Μάρκετινγκ

ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΕΝΑ ΣΧΕΔΙΟ MARKETING (MARKETING PLAN)

Σκοπός: Το Σεμινάριο αυτό παρουσιάζει την πλήρη διαδικασία σχεδιασμού, την παρακολούθηση της υλοποίησης και τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας ενός Marketing Plan. Για να θεωρηθεί ένα Marketing Plan επιτυχημένο, πρέπει τεκμηριωμένα να βελτιώνει την προοπτική πώλησης των προϊόντων και επομένως είναι σημαντικό να καθορισθούν και δείκτες μέτρησης της αποτελεσματικότητάς του.

Το σεμινάριο προσδιορίζει με σαφήνεια:

- Τι ακριβώς πρέπει να περιλαμβάνει ένα αποδοτικό Marketing Plan.
- Ποιες πληροφορίες χρειάζονται, από ποιες πηγές θα αναζητηθούν και ποια εργαλεία θα χρησιμοποιηθούν, προκειμένου να γίνει η συλλογή και η επεξεργασία των πληροφοριών αυτών.
- Με ποιες συγκεκριμένες διαδικασίες και εργαλεία θα προσδιορίσουμε το Target Group.
- Πώς γίνεται η ανάπτυξη Στρατηγικής για τα προϊόντα, την τιμολογιακή πολιτική, τη θέση (κανάλι διανομής και τρόπος προσέγγισης προς τον πελάτη) χρησιμοποιώντας τα νέα εργαλεία Strategy Map - Balanced Scorecard.
- Ποιες ενέργειες πρέπει να σχεδιαστούν για την Υλοποίηση του Marketing Plan.
- Πώς γίνεται η μέτρηση της αποδοτικότητας του Marketing Plan.
- Τη μεθοδολογία υποστήριξης της Διοίκησης για την αποτελεσματική υλοποίηση του Marketing Plan.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

A. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΝΟΣ ΠΛΗΡΟΥΣ MARKETING PLAN

B. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

- Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος
- Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος
- Ανάλυση ανταγωνισμού
- Ανάλυση αναγκών και συμπεριφοράς πελατών
- Check List για την ανάλυση της παρούσας κατάστασης

Γ. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ - ΕΠΙΛΟΓΗ TARGET GROUP

- Κριτήρια Τμηματοποίησης Καταναλωτικών Αγορών
- Κριτήρια Τμηματοποίησης Βιομηχανικών Αγορών
- Διαδικασία Επιλογής Τμήματος Αγοράς ως Target Group

Δ. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING & ΠΛΑΝΩΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Δ1. Κατευθύνσεις Στρατηγικής

- Ανάπτυξη αγοράς με υπάρχοντα προϊόντα
- Ανάπτυξη νέων προϊόντων

Δ2. Στρατηγικοί Στόχοι Marketing & Πλάνα Υλοποίησης

Η Στρατηγική και τα Πλάνα υλοποίησης που αφορούν:

- Τα προϊόντα - Brand Management
- Τα κανάλια διανομής
- Τα Logistics του Marketing Plan
- Το Customer Service
- Τον καθορισμό τιμολογιακής πολιτικής
- Τον υπολογισμό του νεκρού σημείου
- Την προώθηση των προϊόντων/ υπηρεσιών

E. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ & ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΟΥ MARKETING PLAN

- Προβλέψεις Πωλήσεων - Προϋπολογισμός
- Αναλυτικός Σχεδιασμός Πλάνων Υλοποίησης
- Εφαρμογή του Action Plan & Παρακολούθηση
- Αποκλίσεις από budget - πλάνα υλοποίησης
- Δείκτες Μέτρησης Αποδοτικότητας
- Marketing Plan Audit

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

ΣΚΟΠΟΣ: Το σεμινάριο αποτελεί εισαγωγή στο ρόλο των κοινωνικών μέσων και των κοινωνικών δικτύων. Στόχος είναι να εξετάσει τις νέες δεξιότητες που πρέπει να αναπτύξουν οι επαγγελματίες, προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις προκλήσεις της νέας ψηφιακής και κυρίως διασυνδεδεμένης εποχής έτσι ώστε να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή προβολή και προώθηση της επιχειρησής σας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Ενότητα 1:

- Ορισμός και ανάλυση των social media
- Κατηγορίες και είδη social media
- Κοινωνικότητα και διαδίκτυο
- Επαγγελματική Διαχείριση των social media (ανάπτυξη και παραγωγική εξέλιξη λογαριασμών)

Ενότητα 2:

- Επαγγελματική Διαχείριση των social media (ανάπτυξη και παραγωγική εξέλιξη λογαριασμών)
- Facebook, Twitter, LinkedIn (ανάπτυξη και θέματα διαχείρισης προσωπικής σελίδας)
- Social Media Mission and Objectives

Ενότητα 3:

- Pest Analysis in Social Media
- Swot Analysis in Social Media
- Social Media Monitoring

Ενότητα 4:

- Social Media & PR
- Τεχνικές Δημοσίων Σχέσεων στα social media
- PR releases on line
- E-advertising

Ενότητα 5:

- Blogs
- Η θέση σας στη μπλογκόσφαιρα
- Ανάπτυξη και εξέλιξη του blog σας
- Blog και επιχειρηματικότητα

3. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.

Η θεματική ενότητα θα περιλαμβάνει διαλέξεις που θα αφορούν:

ΣΤΟΙΧΕΙΩΔΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

ΣΚΟΠΟΣ: Το σεμινάριο αυτό έρχεται να καλύψει τις στοιχειώδης οικονομικές γνώσεις που θα πρέπει να διαθέτουν τα μη Οικονομικά Στελέχη προκειμένου να κατανοήσουν σε βάθος τα στοιχειώδη και όχι μόνο Οικονομικές λειτουργίες μιας επιχείρησης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Θα μάθετε τι είναι λογιστικό σχέδιο, σχετική -Νομοθεσία
2. Θα μάθετε τι είναι Αναλυτικό -Γενικό Καθολικό, Ισοζύγιο,
3. Θα μάθετε τι είναι κόστος πωληθέντων και πως υπολογίζεται
4. Σταθερά και Μεταβλητά Κόστη, τρόποι υπολογισμού τους, πρακτικά παραδείγματα
5. Κόστος παραμονής των αποθεμάτων στην Αποθήκη
6. Επισφαλείς Πελάτες, μέθοδοι μείωση τους
7. Τα συνθεότερα σφάλματα και τρόπος επίλυσης τους
8. Διάγραμμα ροής των λειτουργιών ενός λογιστηρίου
9. Κεφάλαιο κίνησης, τι είναι και πως υπολογίζεται
10. Τι είναι το Factoring και πότε συμφέρει η επιλογή του
11. Προϋπολογισμός, απολογισμός τι είναι πως υπολογίζονται
12. Δάνεια, βραχυπρόθεσμα, μακροπρόθεσμα κλπ
13. Πότε συμφέρει το leasing ,πότε ο Δανεισμός και πότε το Factoring
14. Μείωση του Κόστους αγορών με Reverse Factoring
15. Τεχνικές Αξιολόγησης των Επενδυτικών αποφάσεων
16. Τεχνική ανάλυση των ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ - ΡΟΩΝ της επιχείρησης
17. Ανάπτυξη της Δομής και του περιεχομένου των Ισολογισμών
18. Πως λειτουργούν οι λογαριασμοί Ενεργητικού, Παθητικού και Καθαρής Θέσης
19. Ερμηνεία της Ισότητας Ενεργητικό = Παθητικό

20. Υπολογισμός της αξίας της Επιχείρησης
21. Υπολογισμός ρευστότητας, καθώς και στην Βιωσιμότητας της επιχείρησης
22. Πρακτικές Εφαρμογές με ανάλυση των ανωτέρω
23. Ανάπτυξη των Αριμοδεικτών Οικονομική απόδοσης
24. Ανάπτυξη των Αριμοδεικτών Βιωσιμότητας
25. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα μιας υγιούς Επιχείρησης, τεχνικές και μέθοδοι εντοπισμού
26. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα μιας Προβληματικής Επιχείρησης, τεχνικές και μέθοδοι εντοπισμού
27. Τι είναι και πως υπολογίζεται το Νεκρό Σημείο
28. Τεχνικές - Μέθοδοι εντοπισμού μείωσης κόστους
29. Οι αποφάσεις για την σωστή τιμολογιακή πολιτική
30. Έξοδα Πωλήσεων - Μεταφορά - Διανομή
31. Πληροφορική - Διαχείριση Αρχείων
32. Κόστος Εργασίας - Διαχείριση Προσωπικού
33. Διοικητικά Έξοδα-Εργασίες Γραφείου-«Χαρτοβασιλείο» -Security
34. Λειτουργία Γραμματείας
35. Φύρες Παραγωγής - Ποιότητα προϊόντων
36. Αγορές - Προμήθειες
37. Γενικά Έξοδα (Γ.Β.Ε .Κόστος Οχημάτων - Ενέργεια - Τηλέφωνα)
38. Επενδύσεις Πάγιου Κεφαλαίου-Αλλαγές - Καινοτομίες
39. Σχεδιασμός Προϊόντων - Υπηρεσιών
40. Έξοδα προώθησης - προβολής - διαφήμισης
41. Οικονομικές λειτουργίες - Χρηματοοικονομικά - Δανεισμός - Κεφάλαιο κίνησης
42. Χωροταξία και τεχνολογία Παραγωγής - Συντήρηση
43. Αποθέματα-Λειτουργία Αποθήκης
44. Πίνακας 100 σημείων για μείωση κόστους
45. Γραμμικός Προγραμματισμός, NPV, PBP, ROI
46. Pareto Analysis - Statistical Process Control (SPC) και πρακτικές εφαρμογές
47. Value Analysis -Cause and Effects- Brainstorming και πρακτικές εφαρμογές
48. Μελέτη Χρόνων - Μεθόδων
49. Excel Ελέγχου Προϋπολογισμένων δαπανών και Cash Flow και πρακτικές εφαρμογές
50. Έντυπα και Λογισμικό υποστήριξης για μείωση κόστους
51. Προγραμματισμός και Διαδοχές Παραγωγής
52. Τεχνικές μείωσης Αποθέματος
53. Εργαλεία Τηλεργασίας
54. Προϋπολογισμός - Ανάλυση Νεκρού Σημείου
55. Τεχνικές μείωσης Αποθέματος
56. Τεχνικές Βελτίωσης Διεργασιών
57. Επιλογή Μορφών Χρηματοδότησης

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Σκοπός: Η γνώση για όλα όσα θα πρέπει να κατανοεί ο σύγχρονος επιχειρηματίας και η τεχνική του κατάρτιση με σύγχρονα εργαλεία αποτελεσματικής Διοίκησης και λήψης αποφάσεων στο σωστό time για την Οικονομική του Μονάδα.

ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

ΣΤΟΧΟΣ: της διάλεξης είναι να εφοδιάσει τις συμμετέχουσες με τις απολύτως απαραίτητες γνώσεις της λογιστικής επιστήμης που είναι αναγκαίες σε κάθε απασχολούμενη με την οργάνωση και τη διοίκηση μιας επιχείρησης, ώστε να είναι ικανή να συλλέγει, να εκτιμά, να αξιολογεί και να παρέχει ποσοτικές πληροφορίες που θα βοηθήσουν στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων.

Επιπλέον, οι συμμετέχουσες θα εξοικειωθούν με λογιστικές έννοιες και όρους με τους οποίους έρχονται καθημερινά αντιμέτωποι στην επαγγελματική τους καθημερινότητα.

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ:

1. *Βασικά στοιχεία Λογιστικής:* Έννοια και Σκοποί της Λογιστικής, Χρησιμότητα των Λογιστικών Πληροφοριών, Οι Βασικές Λογιστικές Αρχές
2. *Λογιστικές καταστάσεις:* Η έννοια των Λογιστικών Καταστάσεων, Ισολογισμός της Οικονομικής Μονάδας, Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως, Παραδείγματα και Ασκήσεις
3. *Το Λογιστικό Κύκλωμα:* Η βασική λογιστική ισότητα, Λογιστικό Γεγονός, Παραδείγματα Λογιστικών γεγονότων και Ασκήσεις, Οι Λογαριασμοί, Τα στάδια του λογιστικού κυκλώματος, Ημερολόγιο, Γενικό Καθολικό, Ισοζύγιο Λογαριασμών
4. *Απογραφή - Εγγραφές προσαρμογής-Αποσβέσεις:* Ορισμός και είδη Απογραφής, Ποια είναι η σημασία των εγγραφών προσαρμογής, Αποσβέσεις Πάγιων Στοιχείων -παραδείγματα
5. *Προσδιορισμός του Λογιστικού Αποτελέσματος της Λογιστικής Χρήσης:* Τρόποι υπολογισμού του αποτελέσματος χρήσης, Κλείσιμο - Άνοιγμα των Λογιστικών Βιβλίων

ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

ΣΚΟΠΟΣ: Πρακτική προσέγγιση της ανάλυσης του Ισολογισμού με ανάλυση των κυριότερων αριθμοδεικτών, με έμφαση στην ανάλυση της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης, της Ρευστότητας, το απαραίτητο Κεφάλαιο Κίνησης, καθώς και των κρισιμότερων σημείων ενός Ισολογισμού.

Οι συμμετέχουσες θα μπορούν μετά το πέρας του σεμιναρίου να κάνουν ανάλυση των στοιχείων οποιουδήποτε Ισολογισμού καθώς και σύγκριση του με τα αντίστοιχα αποτελέσματα του Κλάδου και θα έχουν μια άρτια γνώση του αντικειμένου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή στις Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις
2. Ουσιώδη στοιχεία που είναι απαραίτητοι για την κατανόηση των Ισολογισμών
3. Κατηγορίες επιχειρήσεων σύμφωνα με τα Δ.Λ.Π. (Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα)
4. Αξιοπιστία οικονομικών καταστάσεων ΕΛΕΓΧΟΣ από ορκωτούς ελεγκτές
5. Ισολογισμός - Πίνακας Αποτελεσμάτων Χρήσης
6. Λογαριασμοί Ενεργητικού - Παθητικού-Τάξεως
7. Προσάρτημα Ισολογισμού
8. Έξοδα οργανικά - Έσοδα οργανικά - Λογαριασμοί Leasing
9. Ανόργανα έσοδα – έξοδα
- 10 Πίνακας Διάθεσης Αποτελεσμάτων
11. Εννοιολογική σημασία των αριθμοδεικτών
12. Διάκριση αριθμοδεικτών, ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ
13. Διάκριση αριθμοδεικτών, ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΙ, ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ - ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ
14. Ανάλυση βάσει αριθμοδεικτών
15. Αποτίμηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, Νεκρό σημείο
16. Περιθώριο ασφάλειας επιχείρησης
17. Ανάλυση τάσεων - Διαχρονική ανάλυση, Συγκριτική ανάλυση
18. Πως υπολογίζεται το κεφάλαιο κίνησης
19. Η διαφορά υπολογισμού άμεσης και έμμεσης ρευστότητας
20. Βραχυχρόνια και μακροχρόνια ισορροπία επιχείρησης
21. Βήμα προς βήμα ανάλυση των Ισολογισμών
22. Οι κρισιμότεροι δείκτες των Ισολογισμών π.χ. ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ
23. Μέτρηση αποδοτικότητας της επιχείρησης
24. Πως αποτιμάται η αποδοτικότητα της επιχείρησης

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΣΚΟΠΟΣ: Η διάλεξη αυτή θα παρουσιάζει μια πρακτική προσέγγιση στην Ανάλυση των Οικονομικών Καταστάσεων. Οι συμμετέχουσες θα εξοικειωθούν με τον τρόπο κτισίματος των Ισολογισμών και με δείκτες και έννοιες όπως: EBITDA, Ρευστότητα, Άνοιγμα στην Αγορά, Καθαρή Θέση Επιχείρησης, Κεφάλαιο Κίνησης, Δείκτες Αποδοτικότητας κλπ. Επιπλέον, μέσω της ανάλυσης των αριθμοδεικτών, θα είναι σε θέση να εντοπίζουν σημεία που εγκυμονούν κινδύνους για το μέλλον, ώστε να λαμβάνονται έγκαιρα τα απαιτούμενα μέτρα πριν εκδηλωθεί η κρίση. Θα εντοπισθούν επίσης τα σημεία των οικονομικών καταστάσεων, τα οποία φανερώνουν ατασθαλίες ή λάθη, μέσω παραδειγμάτων Ισολογισμών και τέλος, θα παρουσιασθούν καταστάσεις ταμειακών ροών και εκθέσεις ορκωτών ελεγκτών και θα προσδιορισθεί η επίδρασή τους στα αποτελέσματα της επιχείρησης. Στις συμμετέχουσες παρέχεται δωρεάν Εργαλείο, στο οποίο μεταφέρεται αυτούσιος ο Ισολογισμός και παράγονται αυτόματα οι τιμές των αριθμοδεικτών, περιλαμβανομένου και του Δείκτη Z. Επίσης παρέχεται εφαρμογή σε Excel, η οποία με βάση τα στοιχεία του προϋπολογισμού και τον Ισολογισμό της προηγούμενης χρήσης, δημιουργεί τον Ισολογισμό της επόμενης χρήσης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

1. Ποιές είναι οι Οικονομικές Καταστάσεις
2. Παρουσίαση και ανάλυση των στοιχείων που απαρτίζουν τις Οικονομικές Καταστάσεις
3. Σημαντικές έννοιες και όροι όπως: Contribution Margin, EBITDA, Κεφάλαιο Κίνησης, Ρευστότητα, Καθαρή Θέση
4. Αριθμοδείκτες Οικονομικής Απόδοσης
5. Ποιοί είναι οι σημαντικότεροι αριθμοδείκτες και ποιά η χρησιμότητά τους
6. Μέτρηση αποδοτικότητας της επιχείρησης
7. Μέθοδοι υπολογισμού της αξίας της επιχείρησης
8. Κρίσιμα σημεία των Οικονομικών Καταστάσεων που φανερώνουν ατασθαλίες ή λάθη
9. Τι φανερώνει, αλλά και τι δεν αποκαλύπτει η ανάλυση των Ισολογισμών και των Αποτελεσμάτων Χρήσεως
10. Ταμειακές ροές ως εργαλείο ανάλυσης Οικ. Καταστάσεων
11. Παρουσίαση της έκθεσης του Ορκωτού Ελεγκτή και πως αυτή επηρεάζει την ανάλυση των Οικ. Καταστάσεων
12. Πως υπολογίζεται το κεφάλαιο κίνησης
13. Ο ρόλος του δείκτη Z για την πρόβλεψη κατάρρευσης μιας επιχείρησης

4. ΕΙΣΟΔΟ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ Η ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΘΕΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΟ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ Η/ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ Η / ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ.

ΣΚΟΠΟΣ: Να ενημερωθούν οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις για τις διάφορες μορφές διεθνοποίησης και για το πώς η διεθνής επέκταση δραστηριοτήτων μπορεί να προσφέρει επιχειρηματική ανάπτυξη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

1. ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ

- Διεθνοποίηση και Επιχειρηματικότητα: κίνητρα & κίνδυνοι
- Οι μορφές της διεθνούς επέκτασης δραστηριοτήτων
 - Εξαγωγές
 - Ίδρυση υποκαταστημάτων - θυγατρικών (greenfield investments)
 - Έμμεση / άμεση ξένη επένδυση
 - Συμφωνίες αντιπροσωπίας, αποκλειστικής διάθεσης, αποκλειστικής προμήθειας και Franchising προϊόντων και υπηρεσιών
 - Τεχνολογική συνεργασία - Μεταφορά τεχνολογίας
- Η επίδραση του κόστους εργασίας και ενέργειας. Διεθνείς συγκρίσεις. Μεταφορά επενδύσεων σε χώρες χαμηλού κόστους.

2. Η ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

- Προώθηση προϊόντων και τεχνολογίας
- Αναζήτηση διεθνών συνεργατών για τεχνολογική και επιχειρηματική συνεργασία
- Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών
- Προκαταρκτική έρευνα αγοράς για τις χώρες-στόχους

3. ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΚΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

- Επιχειρησιακός σχεδιασμός και οργάνωση / Φτιάχνοντας την κουλτούρα μιας διεθνοποιημένης εταιρείας
- Έρευνα αγοράς:
 - Επιλογή κατάλληλης χώρας/ αγοράς
 - Συγκέντρωση πληροφοριών αγοράς
 - Στρατηγική διείσδυσης