

MASTER ACEF 2016

ORGANIZZAZIONE. TECNOLOGIA. COMUNICAZIONE.
COSE DA PROFESSIONISTI.

EDIZIONE REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON



ORDINE
DEI DOTTORI COMMERCIALISTI
E DEGLI ESPERTI CONTABILI
di Reggio Emilia

RICHIESTO L'ACCREDITAMENTO PER LA MATURAZIONE DI CREDITI FORMATIVI NELLE MATERIE OBBLIGATORIE

MODULO

ORGANIZZAZIONE

TECNOLOGIA

COMUNICAZIONE

DATA

9-10 FEBBRAIO 2016

15-16 MARZO 2016

22-23 MARZO 2016

ALTRE SEDI IN CORSO DI DEFINIZIONE

REVISIONE AGGIORNATA IL 29 DICEMBRE 2015

I programmi potrebbero subire lievi aggiustamenti a seguito degli incontri "Parliamone tra Colleghi".

MASTERACEF.ECONOMIAEFINANZA.ORG

PRESENTAZIONE



*Il progetto formativo **Master ACEF 2016 per gli Studi professionali** è una risposta concreta alle esigenze manifestate dalle migliaia di Colleghi che, negli ultimi tre anni, hanno partecipato ai nostri convegni presso gli Ordini territoriali per la divulgazione dei temi della Guida per la Gestione dei Piccoli e Medi Studi pubblicata da IFAC nel 2010.*

*Ogni edizione sarà un **pezzo unico**, in quanto caleremo la trattazione nel **contesto** e nelle **abitudini** dei Colleghi presenti anche attraverso il coinvolgimento attivo degli Ordini ospitanti.*

*Il Master vuole essere un'occasione per aiutare i Colleghi a **guardare avanti** e progettare il loro Studio di domani.*

*In seguito all'ascolto dei partecipanti nel corso delle giornate "Parliamone tra Colleghi", **il programma è stata affinato** per risultare utile al singolo professionista che voglia approfondire uno o più moduli. Ciò non di meno, la quota di iscrizione incentiva la partecipazione per "Studio".*

Il programma è particolarmente adatto a chi, nel rispetto della propria autonomia, guarda con interesse alle nuove forme di aggregazione e di collaborazione tra professionisti.

Ti aspettiamo.

*Il Presidente
Gianfranco Barbieri*

GLI ORGANIZZATORI

ACEF – Associazione Culturale Economia e Finanza riunisce dal 1990 professionisti e studiosi dell'economia per realizzare convegni su temi di attualità e incontri di formazione sulla gestione ed il miglioramento dello studio professionale. Il sito di ACEF, www.economiaefinanza.org, raccoglie un archivio molto ampio di documenti e di filmati riguardanti eventi ed altre attività formative realizzati.

IDSC Srl è una società di consulenza che realizza progetti di miglioramento per gli studi professionali. Gli ambiti caratteristici di intervento sono: riposizionamento dello studio, organizzazione e gestione delle persone, gestione del rischio e qualità, definizione della governance, controllo di gestione, comunicazione e innovazione tecnologica. www.idscweb.com



[HTTP://MASTERACEF.ECONOMIAEFINANZA.ORG](http://masteracef.economiaefinanza.org)

FORMULA

OBIETTIVI

Fornire al Titolare di Studio la **"cassetta degli attrezzi"** necessaria per gestire tutti gli aspetti che contribuiscono al successo.

A ciascun argomento è dedicato un modulo specifico di due giornate a cura di uno o più relatori specialisti.

A CHI SI RIVOLGE?

Il Master breve si rivolge a **Titolari** e **Partner** di Studi interessati a migliorare l'organizzazione del proprio gruppo di lavoro, a sfruttare meglio la tecnologia ed a comunicare in maniera efficace.

Chi oggi opera da **single** dovrebbe partecipare per affrontare il cambiamento in atto nelle professioni.

PERCHÉ PARTECIPARE?

Per raccogliere **idee**, confrontarsi su problemi comuni, fare **networking** professionale con Colleghi ugualmente sensibili ai temi trattati, apprendere **metodi e strumenti** di lavoro utili a gestire lo Studio in maniera consapevole.

Per **coinvolgere** e **motivare** i propri soci e collaboratori sulla necessità di superare abitudini e convinzioni radicate.

FORMULA

Ciascun modulo è pensato per essere fruibile anche singolarmente.

La partecipazione all'intero Master breve consente una formazione a tutto campo, il cui scopo è fornire le basi per una pianificazione informata e consapevole delle strategie di posizionamento e sviluppo coinvolgendo più esponenti della struttura.

QUALCHE NUMERO PER INQUADRARE MEGLIO IL MASTER?

30

numero massimo di partecipanti ad ogni edizione

42

ore di formazione

6

giornate

3

settimane complessive



ORGANIZZAZIONE - MODULO 1

14 ORE SU 2 GIORNATE



Quale **modello** di Studio è più adeguato alle nostre **caratteristiche** individuali, al tipo di **clientela** che vogliamo servire e al tipo di **servizi** che vogliamo rendere?

A cosa dobbiamo prestare attenzione per garantire la **sostenibilità** nel tempo del nostro progetto? Come si **costruisce** e come si **governa** lo Studio?

Obiettivo del modulo è aiutare i partecipanti ad avviare un piano strategico/operativo per migliorare l'organizzazione del proprio Studio.

I PRINCIPI DELL'ORGANIZZAZIONE

La prima sessione è dedicata a introdurre i principi di base dell'organizzazione, anche attraverso il richiamo allo standard organizzativo ISO 9001:2015 di recentissima pubblicazione.

I sette principi per la qualità e le novità dello standard ISO 9001:2015

La leadership: come strutturarla e gestirla bene

- Definizione dei ruoli e delle responsabilità – l'utilità di un organigramma funzionale
- Cosa ci si aspetta da un leader – vari tipi di leadership
- La gestione delle deleghe

La pianificazione strategica dell'organizzazione

- Il piano strategico dello studio secondo la guida IFAC per la gestione dei piccoli e medi studi
- Chiarire la propria visione e quella dei propri soci e collaboratori
- Fare un'analisi SWOT per individuare punti di forza, debolezze, opportunità e rischi da tenere in considerazione
- Definire la propria mission tendenziale
- Definire e perseguire strategie e obiettivi relativamente ai principali driver dell'organizzazione (clienti, servizi, economia e finanza, persone, tecnologie, cambiamento)

Le attività di supporto

- L'investimento sulle persone: come selezionare, coinvolgere, formare, motivare dipendenti e collaboratori e fidelizzarli nel tempo - Come ottimizzare performance e produttività
- Le infrastrutture: tecnologia e ambiente di lavoro per migliorare efficienza ed efficacia

Laboratorio: costruzione e commento del proprio piano strategico.

CONFEZIONARE IL SERVIZIO PROFESSIONALE

Come gestire in modo organizzato la realizzazione dei servizi professionali? Possiamo definire un **percorso virtuoso** per gestire il servizio professionale in modo efficace ed efficiente?

La gestione degli incarichi professionali

- L'appuntamento con il cliente: come valorizzarlo senza perdersi negli adempimenti di legge
- Come definire chiaramente l'incarico conferito dal cliente e le condizioni che lo regoleranno – Incarichi continuativi ed incarichi "spot" - Servizi a forfait, servizi a consumo, servizi a valore
- Come identificare e rintracciare gli incarichi assunti – Il supporto degli strumenti informatici
- Come valorizzare l'incarico ricevuto nelle sue fasi: l'importanza di parlare la lingua del cliente

Non tutto è standardizzabile: come gestire la progettazione di un nuovo servizio e le attività di consulenza?

- L'importanza dell'analisi preliminare
- Criteri di verifica e di validazione
- Riesami e modifiche progettuali quali elementi di base della conoscenza organizzativa
- Cosa significa verificare?
- Cosa significa validare?

Il risultato finale del nostro lavoro non dipende solo da noi. Come gestire gli acquisti esterni critici per la qualità del servizio professionale?

- gestire bene il processo di approvvigionamento
- definire le regole di ingaggio
- gestire il flusso di informazioni
- verificare gli apporti esterni senza essere costretti a rifare tutto

L'erogazione di servizi a contenuto standard

- L'importanza di riesaminare e ottimizzare i processi per migliorarne l'efficienza e ridurre i costi
- Analizzare, ponderare e gestire i rischi: meglio prevenire che curare
- Quali regole stabilire e quali "importare" poichè già disponibili - il supporto degli strumenti informatici
- Dare evidenza dei presidi adottati per garantire qualità e affidabilità
- Gestione documentale, archiviazione e "collaboration" con il cliente per alleggerire i processi
- Verificare l'affidabilità degli strumenti che usiamo per non avere brutte sorprese

Laboratorio: predisposizione di una procedura utile per gestire gli adempimenti.

CONTROLLO DI GESTIONE E PERFORMANCE

Per garantire la sostenibilità dello Studio nel tempo e orientarne lo sviluppo è essenziale capire se le attività svolte ed il modo con cui vengono eseguite **creano valore** oppure **bruciano risorse** che potremmo destinare diversamente. Per prendere decisioni corrette bisogna sapere dove guardare. L'ultima sessione è interamente destinata al controllo di gestione,

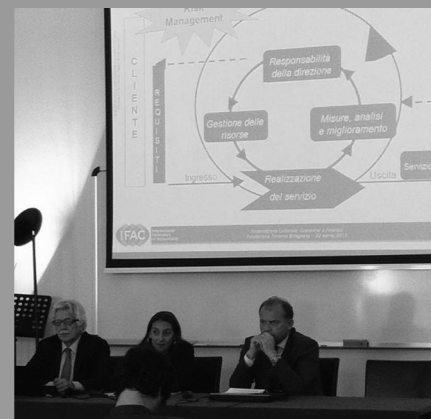
ovvero ai metodi di misurazione dei processi operativi e all'analisi dei dati raccolti, in un'ottica di miglioramento. Verranno illustrate le modalità di trattamento delle non conformità, di analisi delle cause e di gestione di eventuali azioni di miglioramento conseguenti.

- Definire gli indicatori di performance per misurare i processi e i servizi
- Definire obiettivi di miglioramento
- Come capire se il cliente è soddisfatto e anticiparne le esigenze?
- Condurre un audit interno per confrontarsi sull'organizzazione, le criticità e le possibili azioni correttive
- Il Riesame di Direzione: non una semplice formalità, ma un vero e proprio "bilancio" del sistema organizzativo
- La certificazione qualità: perchè farla? cosa comporta? quanto costa?

Laboratorio: predisposizione di un piano operativo per organizzare il proprio Studio.

ARGOMENTI PRINCIPALI

- *capire se stessi ed il proprio contesto*
- *il "risk-based thinking": prevenire per non curare*
- *plan, do, check, act*
- *controllare i processi e le loro interazioni*
- *delegare per fare meglio e di più*
- *misurare per decidere*



TECNOLOGIA - MODULO 2

14 ORE SU 2 GIORNATE



Evitando i tecnicismi, l'obiettivo principale sarà riflettere su come la tecnologia rivoluzioni le abitudini, **trasformando il modo di lavorare**, di interagire con clienti e collaboratori e di promuovere lo Studio.

Valorizzare l'uso della tecnologia rappresenta una fonte di **vantaggio competitivo** per lo Studio ed in alcuni settori della professione diviene condizione stessa di **sopravvivenza**.

L'accento sarà posto a capire **cosa consentono di fare** gli strumenti già oggi disponibili e quelli prossimi a venire, **come scegliere** quelli più adatti e **come farli convivere** tra loro per ottenere il miglior risultato. Capire i dettagli di funzionamento è secondario.

MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ INDIVIDUALE

La sessione è dedicata all'analisi degli strumenti hardware e software più indicati per aumentare la produttività del professionista. La prospettiva è quindi quella del singolo che deve risolvere i problemi connessi alla propria operatività quotidiana (gestione delle pratiche, pianificazione dell'agenda, interazione con i clienti e con gli altri membri dello Studio, attività svolte in Studio e all'esterno).

Vocabolario tecnico minimo

Hardware e Software per migliorare la produttività personale del professionista

- il **posto di lavoro ideale**: quali periferiche utilizzare per avere la migliore ergonomia, alzare la produttività e la piacevolezza d'uso nella prospettiva dell'ufficio senza carta, del Processo Telematico e della mobilità?
- **condividere** le informazioni tra i vari dispositivi utilizzati (pc, notebook, smartphone, tablet)
- alcune funzionalità dei più comuni software (Word, Excel, Outlook) che è consigliabile **padroneggiare**
- **servizi in cloud** particolarmente interessanti. Esempi di utilizzo nella "vita di Studio"

Laboratorio: conosciamo degli strumenti che utilizziamo quotidianamente?



MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ COLLETTIVA

La sessione introduce le tecnologie e le metodiche più adatte a rispondere ai due principali bisogni di uno Studio professionale: **capitalizzare la conoscenza** e **migliorare la gestione** (controllo, coordinamento, comunicazione, analisi delle performance). Tali elementi, se adeguatamente valorizzati, possono rappresentare le primarie fonti di vantaggio competitivo.

Gestire la conoscenza

- i tipi di conoscenza: tecnica, organizzativa e relazionale
- come attuare una efficace strategia di Knowledge Management che consenta di **crystallizzare l'esperienza**, i **modelli** di documenti ed i **casi** risolti per condividerli all'interno dello Studio?
- quali archivi di dati deve gestire lo Studio?
- come classificare le informazioni per reperirle più facilmente?

Gestire lo Studio

- scegliere il software più adatto alle proprie esigenze
- analizzare i propri obiettivi gestionali, dai più immediati ai più ambiziosi: fatturazione, consuntivazione, pianificazione, monitoraggio e supervisione, interazione con il cliente e tra colleghi, gestione della produttività, gestione della conoscenza, valutazioni per il controllo di gestione dello Studio, analisi di redditività per pratica, per cliente e per professionista

L'AGENDA DIGITALE DELLO STUDIO

La sessione introduce le metodiche per gestire correttamente l'infrastruttura dello Studio e pianificarne lo **sviluppo armonioso** nel tempo.

La sessione tratta in dettaglio i punti chiave della costruzione di un piano per l'Information Technology.

Gestire il sistema informatico

Il piano di sviluppo ICT per lo Studio:

- definire gli obiettivi strategici
- selezionare gli strumenti, le tecnologie e i fornitori
- pianificare gli investimenti
- programmare la formazione
- misurare i risultati per correggere il tiro

Sicurezza, protezione, riservatezza e segmentazione

delle informazioni disponibili, aggiornamento, integrazione/interoperabilità: cosa è utile sapere?

- **servizi cloud e virtualizzazione:** le tecnologie chiave per supportare la crescita dello Studio, ridurre i costi ed aumentare l'affidabilità
- dematerializzazione e **fatturazione elettronica**
- i diversi tipi di cloud: pregi e limiti
- il client: **thin, fat o mobile?** pregi e limiti
- servizi evoluti per la **telefonia:** comunicazione unificata, videoconferenza, fax virtuale
- la **connessione:** il nuovo punto critico

Laboratorio: un metodo semplice per definire le priorità di investimento in tecnologia.

ARGOMENTI PRINCIPALI

- *verso l'ufficio senza carta*
- *verso l'ufficio senza ufficio*
- *pronti alla fatturazione elettronica?*
- *..e alla firma grafometrica?*
- *gestire la conoscenza*
- *migliorare la produttività*
- *strumenti per collaborare meglio*
- *novità da conoscere*
- *il posto di lavoro*
- *cloud computing: fa per noi?*
- *virtualizzazione: quali vantaggi?*
- *una "app" per lo Studio?*
- *il piano investimenti ICT*



COMUNICAZIONE - MODULO 3

14 ORE SU 2 GIORNATE



Nel contesto delle professioni liberali comunicare bene significa riuscire a far **percepire il nostro valore** a chi ci ascolta e **trasmettergli i nostri valori**.

Significa creare **fiducia** per aver l'opportunità di dimostrare la qualità delle prestazioni che il nostro Studio è in grado di rendere.

Usare la leva della comunicazione per **raggiungere** e **selezionare** la fascia di **clientela** più adatta al proprio Studio è essenziale per garantire la sostenibilità del proprio progetto professionale.

UN POCO DI TEORIA...

Introduzione alle principali teorie della comunicazione e alla loro applicazione in un contesto reale mirato alla costruzione di una immagine dello Studio coerente con la **vision**, condivisa all'interno della struttura ed efficace verso l'esterno.

- Gli assiomi della comunicazione
- Modello trasmissivo vs modello inferenziale
- Coinvolgere la struttura
- Il **"lettore modello"** del Professionista: conoscerlo per colpirlo

La coerenza: registri diversi per un unico scopo

- Scrivere per *la carta*, scrivere per *il web*
- Scrivere per *noi*, scrivere per *gli altri*
- Trovare il proprio tono di voce

Laboratorio: sembriamo diversi da come siamo? raccontiamo la nostra *vision* per metterla meglio a fuoco.

LA COMUNICAZIONE PARTE DALLA TESTA: IL PIANO

L'avvio del progetto deve fondarsi su una chiara definizione degli **obiettivi**, della **strategia** e della consapevolezza delle **risorse necessarie**.

La sessione tratta in dettaglio i punti chiave della costruzione di un **piano marketing** e comunicazione per lo Studio e delle scelte relative al **mix**.

Il riposizionamento dello Studio

- Identificare gli obiettivi della comunicazione
- Come caratterizzare l'identità dello Studio?
- Come caratterizzare l'offerta di servizi?
- Costruire, consolidare e governare la reputazione
- Definire la strategia
- Costruire il piano
- Assegnare ruoli e risorse per le attività di comunicazione e marketing
- Scegliere i canali di comunicazione





PROFESSIONISTI AI TEMPI DEI SOCIAL NETWORKS

Approfondimento dei nuovi canali di comunicazione per valutarne opportunità, rischi e costi: sito web di pura presenza, sito web interattivo, sito per l'e-commerce, newsletter, direct mail, blog, banner pubblicitari, ADWords, sms.

Laboratorio: i nuovi media fanno al caso nostro? sito, blog, social network o newsletter?

MISURARE GLI EFFETTI DELLA COMUNICAZIONE

L'ultima sessione è dedicata al miglioramento continuo delle scelte di comunicazione.

In particolare, verranno presi in esame alcuni strumenti di controllo dell'efficacia sui nuovi media, che consentono valutazioni rapide e molto sofisticate.

Analizzare i dati in tempo reale per orientare la strategia di comunicazione:

- Cosa cercano i visitatori?
- Cosa chiedono più frequentemente?
- Come raggiungono il sito dello Studio?
- Quanto facilmente lo raggiungono?

Misurare le performance attraverso analisi statistiche, indicatori e dati di ritorno diretti: scegliere le metriche di misurazione ed interpretare i dati.

Migliorare la propria reputazione con il Web

Migliorare l'usabilità del proprio sito

Benchmarking: cosa fanno *gli altri* ?

Laboratorio: cosa c'è che non va? Analisi e commento di alcuni casi per riconoscere gli errori di comunicazione e sapere come migliorare.

ARGOMENTI PRINCIPALI

- *dalla Vision alla Corporate Identity*
- *la reputazione: il patrimonio di ogni professionista*
- *fare marketing e fare comunicazione senza fare pubblicità*
- *superare l'intuitus personae*
- *la comunicazione coerente*
- *il piano marketing per lo Studio*
- *il piano comunicazione per lo Studio*
- *scrivere per il web*
- *scrivere per farsi leggere*
- *comunicare attraverso il metodo di lavoro*
- *sito, blog o social network?*
- *misurare gli effetti*



RELATORI



GIANFRANCO BARBIERI

PROGETTAZIONE E COORDINAMENTO

Presidente di ACEF e Partner Fondatore dello Studio Barbieri & Associati Dottori Commercialisti. Interessato da anni alle analisi di scenario sul futuro delle professioni e alla costruzione di piani strategici di sviluppo per lo Studio professionale. Quale referente scientifico, il suo ruolo è quello di orientare i programmi con il punto di vista dei Titolari. Tra i pionieri dell'informatizzazione della categoria.



ALESSANDRA DAMIANI

ORGANIZZAZIONE E QUALITÀ

Esperta di organizzazione degli Studi professionali. Riorganizzazione dei processi, gestione delle persone e certificazione qualità sono i campi di intervento che predilige. Managing Partner dello Studio Barbieri & Associati Dottori Commercialisti e Consulente IDSC Srl per l'Organizzazione e la Qualità degli Studi professionali, anche riguardo a progetti finalizzati alla certificazione del Sistema Qualità dello Studio secondo gli standard UNI EN ISO 9001. Negli ultimi quindici anni, anche grazie all'esperienza maturata sul campo quale lead auditor di primari organismi di certificazione, ha supportato con successo diversi progetti di riorganizzazione interna, riposizionamento strategico e certificazione Qualità di studi legali e commerciali. Svolge attività di formazione per Ordini professionali, ha collaborato con il Gruppo 24 Ore, IPSOA ed altri enti di formazione.



GIACOMO BARBIERI

INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

Esperto di tecnologia e innovazione per lo Studio professionale, è il referente per la scelta e l'implementazione degli strumenti a supporto dell'organizzazione e della comunicazione dello Studio. Partner dello Studio Barbieri & Associati di Bologna e Consulente IDSC Srl. Svolge consulenze, principalmente a Colleghi, nella progettazione di sistemi informativi, piattaforme di knowledge management, gestione dei flussi documentali, intranet, attività di web marketing, tecnologie di virtualizzazione e migrazione al cloud. Si occupa di e-business e nuovi media dalla metà degli anni novanta. E' relatore su materie attinenti l'innovazione, la comunicazione ed il marketing per gli Ordini professionali di Dottori Commercialisti e Avvocati ed è relatore a SMAU.



ALESSANDRO MATTIOLI

COMUNICAZIONE E MARKETING

Consulente per la Comunicazione degli Studi professionali. Laureato in Scienze della Comunicazione all'Università di Bologna, collabora con IDSC dal 2007 per tutto quel che riguarda l'allineamento tra ciò che crediamo di essere e come i nostri interlocutori realmente ci vedono. Progetta piani di Comunicazione e Marketing ed effettua consulenze per l'ottimizzazione della comunicazione interna e la revisione dell'immagine aziendale. Dal 2009 collabora con ACEF nella gestione dell'attività convegnistica, dagli aspetti organizzativi a quelli relazionali. Svolge attività di formazione per gli Ordini professionali di Dottori Commercialisti e Avvocati sui temi della Comunicazione e del Marketing per lo Studio.



IL CONTRIBUTO DEGLI ORDINI PROFESSIONALI E DELLE COMMISSIONI

IL CONTESTO TERRITORIALE E LE ABITUDINI DEI COLLEGHI

Con questa formula ricerchiamo una forte collaborazione con i membri delle Commissioni che a livello locale si occupano dei temi legati all'Organizzazione dello Studio, alla Tecnologia, alla Comunicazione ed al Marketing. In questo modo siamo certi di adattare la trattazione dei temi al contesto locale e calare gli esempi nella realtà quotidiana dei Colleghi.

Nella foto Andrea Zanetti, Consigliere delegato alla Commissione "Il Commercialista e la strategia dello Studio professionale e delle Imprese" dell'ODCEC di Verona.

COME PARTECIPARE

CALENDARIO

Il Master breve ACEF si compone di **3 moduli didattici** distribuiti su **3 settimane**, per **42 ore complessive** di formazione in aula.

Salvo diversi accordi con l'Ordine ospitante, **ogni modulo prevede 2 giornate**, con orario di lezione dalle 9:30 alle 13:30 e dalle 14:30 alle 18:30. Gli incontri si svolgeranno nella sede concordata con l'Ordine ospitante.

Il calendario aggiornato con indicazione di tutte le piazze è disponibile su <http://masteracef.economiaefinanza.org>

QUOTE DI PARTECIPAZIONE ORDINARIE

	1 MODULO (14 ORE)	2 MODULI (28 ORE)	3 MODULI (42 ORE)
SINGOLO PARTECIPANTE	€ 250	€ 500	€ 750
FORMULA STUDIO 2 persone, anche diverse, per ogni modulo	€ 450	€ 900	€ 1.250

Oltre IVA 22%.

PROMOZIONE PER LE PRIME 15 ISCRIZIONI

	1 MODULO (14 ORE)	2 MODULI (28 ORE)	3 MODULI (42 ORE)
SINGOLO PARTECIPANTE	€ 200	€ 400	€ 600
FORMULA STUDIO 2 persone, anche diverse, per ogni modulo	€ 350	€ 700	€ 1.000

Oltre IVA 22%.

COS'È LA FORMULA STUDIO?

Trattandosi di un corso interattivo è auspicabile che i partecipanti abbiano sensibilità ed esigenze simili, in modo che tutti possano trarre utilità dal confronto e dai laboratori previsti. La quota di iscrizione per "Studio" ha l'intento di raggiungere tale risultato.

Attraverso la FORMULA STUDIO ci proponiamo di favorire **la cultura di Studio, fatta non solo di apprendimento, ma anche di confronto interno su problemi concreti.**

I partecipanti potranno variare da un modulo all'altro sulla base delle diverse aree di competenza ed interesse.

TERMINI DI ISCRIZIONE

Ciascuna edizione prevede un **massimo di 30 partecipanti** e la tenuta è subordinata al raggiungimento della quota minima di iscrizioni idonea a garantirne il buon esito. Il termine per le iscrizioni scade a **7 giorni** dalla data di inizio di ogni edizione.

L'iscrizione si intende perfezionata con l'invio del modulo di iscrizione compilato e del pagamento della quota a mezzo bonifico bancario ad ACEF Associazione Culturale Economia e Finanza
IBAN IT 86 X 02008 02413 000100931319.

CREDITI FORMATIVI E ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Per ogni edizione viene chiesto all'Ordine ospitante l'accreditamento ai fini della Formazione Professionale Continua dell'Avvocato, del Dottore Commercialista e dell'Esperto Contabile.

Al termine di ogni edizione viene consegnato a ciascun partecipante l'attestato di partecipazione.

METODOLOGIA DIDATTICA E MATERIALI

Gli incontri del Master Breve coniugano l'esigenza di una **formazione personalizzata** con i vantaggi connessi alla possibilità di condividerne gli aspetti comuni con altri Colleghi, favorendo occasioni di **dialogo e confronto diretto** con il docente e con gli altri Studi partecipanti.

Le attività verranno integrate da esempi pratici anche con riferimento all'utilizzo degli **strumenti software** disponibili. Ai partecipanti sarà fornita documentazione di supporto alla trattazione di ciascun argomento.

BENEFIT ESCLUSIVI

La partecipazione al Master consente di accedere a condizioni particolari a **sessioni di consulenza individuali nelle medesime materie**, presso il proprio Studio oppure in videoconferenza, grazie alla convenzione stipulata da ACEF con la società di consulenza IDSC.

VARIAZIONI AL PROGRAMMA E ANNULLAMENTO

Nel rispetto della qualità dell'offerta formativa, ACEF si riserva la possibilità di apportare variazioni in ordine a date, sedi, programmi e docenti nonché di annullare gli eventi, qualora il numero di iscritti non garantisca il buon esito dell'iniziativa.

Le eventuali variazioni e/o annullamento verranno comunicate via e-mail entro 5 giorni lavorativi dalla data di inizio dell'evento a tutti gli iscritti e saranno, comunque, consultabili attraverso il sito internet (<http://masteracef.economiaefinanza.org>).

In caso di annullamento dell'evento verrà rimborsata integralmente la quota di iscrizione.

[HTTP://MASTERACEF.ECONOMIAEFINANZA.ORG](http://masteracef.economiaefinanza.org)



CONTATTI

Segreteria organizzativa a cura di IDSC Srl
Referente del corso: dott.ssa Chiara Caleffi
e-mail: masteracef@economiaefinanza.org
Tel. 051.231125

MASTERACEF.ECONOMIAEFINANZA.ORG

ACEF – ASSOCIAZIONE CULTURALE ECONOMIA E FINANZA

Via Riva di Reno, 65 – 40122 Bologna

www.economiaefinanza.org

Le fotografie più belle sono di Fabio Mantovani, le altre di Giacomo Barbieri. Riproduzione vietata, tutti i diritti riservati.

Immagine di copertina: la presentazione a cura dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Bologna dell'edizione italiana della Guida alla Gestione dei Piccoli e Medi Studi pubblicata da IFAC -12 dicembre 2011