



*Business School
since 1967*

**i MASTER
di ECCELLENZA
2014-2015**



- TOURISM MANAGEMENT** 2^a edizione
- SALES & MARKETING** 2^a edizione
- INTERNATIONAL MANAGEMENT** 12^a edizione
- STRATEGIA E MANAGEMENT D'IMPRESA** 48^a edizione
- PEOPLE MANAGEMENT & HR SERVICES** 5^a edizione

Placement 85% entro sei mesi
2000 allievi
collaborazioni con oltre 1500 aziende
1600 docenti e testimoni

I Master ISTAO

I MASTER ISTAO SONO PERCORSI FULL TIME CON TAGLIO ESPERIENZIALE NELLA MODALITÀ DI HARVARD: SI PARTE DALLA PRATICA PER COSTRUIRE LA TEORIA.

SI ARTICOLANO IN 3 FASI:

- AULA, ARRICCHITA DA WORKSHOP, TESTIMONIANZE AZIENDALI, BUSINESS GAME ED ESERCITAZIONI
- PROJECT WORK IN AZIENDA
- STAGE INDIVIDUALE DI FINE CORSO



PERCHÉ ISTAO

STORIA E FUTURO

Fondata nel 1967 dall'economista Giorgio Fuà e fortemente ispirata alle figure imprenditoriali di uomini come Adriano Olivetti ed Enrico Mattei, la scuola nasce con l'obiettivo di formare e sviluppare imprenditori e manager con una forte motivazione all'azione, professionalmente preparati e aperti all'innovazione.

ORIGINALITÀ

All'ISTAO si impara ad essere "Imprenditivi".

Si apprende attraverso dinamiche di "community knowledge sharing" cioè condividendo conoscenze e metodi con

docenti e professionisti del management aziendale italiano ed estero direttamente sul campo.

UNICITÀ

Unica in Italia, nasce come scuola di imprenditorialità ancor prima che di management e si caratterizza fin dalle origini per una filosofia fondata sull'istruzione quale mezzo di elevazione culturale e sociale dell'individuo, sulla responsabilità sociale dell'economista, dell'imprenditore e del manager.

SEMPRE SULLA FRONTIERA

L'ISTAO è un modello di scuola che, con grande adattabilità alle esigenze delle

imprese, ha costantemente rivisitato e aggiornato i propri modelli formativi. Sviluppa da sempre le competenze manageriali utili alla comunità di riferimento, anche attraverso l'elaborazione diretta di conoscenza e di cultura imprenditoriale.

NETWORK e INTERNAZIONALIZZAZIONE

La capacità di mantenere la dimensione "locale" della scuola attraverso il collegamento con le realtà produttive, le Università e le istituzioni della regione si associa alle attività di networking con Università, centri di ricerca, incubatori e aziende nazionali ed internazionali.

IL METODO ISTAO

LA NOSTRA FILOSOFIA

Meritocratica e interdisciplinare, si riflette non solo sulla selezione in entrata dei corsisti, ma anche sui meccanismi e sui criteri di scelta del corpo docente, composto prevalentemente da professional e proveniente dal mondo operativo aziendale.

LABORATORIO

La dimensione laboratoriale dell'approccio didattico permette di sperimentare sul campo le pratiche manageriali, sviluppando skill multidisciplinari che valorizzano la diversità, la creatività e la capacità di innovazione.

EXPERIENCE

La metodologia di ISTAO ha sempre mirato a coniugare il metodo e il rigore scientifico con la pragmaticità e la vicinanza al mondo operativo aziendale. Attraverso i progetti in azienda e gli stage formativi, gli allievi sperimentano le conoscenze acquisite durante il Master, mentre le imprese verificano le abilità di potenziali risorse da inserire in azienda.

IN LINEA CON I BISOGNI DELLE IMPRESE

Il modello laboratoriale consente inoltre la realizzazione di percorsi formativi in base alle richieste delle imprese garantendo che i profili in uscita corrispondano alle figure professionali richieste dal mercato del lavoro. Le imprese richiedono i nostri allievi perché formati in base alle loro esigenze e li scelgono perché sono portatori di innovazione e soluzioni.

SINTONIZZATO SULLE ASPETTATIVE DEI PARTECIPANTI

Gli allievi ISTAO:

- conoscono i nostri Partner fin dalle selezioni;
- respirano subito il clima aziendale;
- sperimentano in modalità outdoor e nel gioco di squadra la collaborazione e la leadership partecipativa;
- costruiscono con i docenti e i testimoni aziendali relazioni di networking su progetti operativi;
- acquisiscono, attraverso attività di orientamento ed empowerment, competenze di career management necessarie per la costruzione e l'avvio di un percorso professionale in linea con le proprie attitudini e con l'esigenza del mercato del lavoro.

DESTINATARI

I MASTER SI RIVOLGONO A LAUREATI IN DISCIPLINE ECONOMICHE, INGEGNERISTICHE, GIURIDICHE E UMANISTICHE CON UNA BUONA CONOSCENZA DELLA LINGUA INGLESE. LE METODOLOGIE E L'APPROCCIO PRAGMATICO DEL MASTER RAPPRESENTANO OPPORTUNITÀ DI VALORIZZAZIONE DEI DIVERSI PROFILI

BORSE DI STUDIO

PER OGNI MASTER L'ISTAO EROGA NUMEROSE BORSE DI STUDIO A COPERTURA TOTALE O PARZIALE DELLA TASSA DI FREQUENZA





**IL MASTER MIRA
A FORMARE GIOVANI
MANAGER CHE ABBIANO UNA
VISIONE COMPLETA DELL'IMPRESA
E DELLE PIÙ MODERNE TECNICHE
MANAGERIALI PER AFFRONTARE CON
SUCCESSO LE ATTUALI SFIDE DEL MERCATO
DEL LAVORO**



4

**MASTER IN
STRATEGIA E
MANAGEMENT
D'IMPRESA**

2014 (48ª edizione)

Inizio **27 OTTOBRE 2014**

Percorso full time
Durata 10 mesi
- 4 mesi in aula
- 2 mesi project-work
- 4 mesi di stage

FINALITA'

Il Master in Strategia e Management d'Impresa è un percorso in General Management accreditato ASFOR che fornisce una visione generale del sistema-impresa attraverso l'approfondimento di tutte le principali aree funzionali dell'azienda. Il programma permette di acquisire una formazione manageriale integrata approfondendo le conoscenze e le competenze nelle diverse aree aziendali secondo un'ottica manageriale di tipo strategico.

**PROFILO PROFESSIONALE
E AREE OCCUPAZIONALI**

Rispondendo alle esigenze di un mercato del lavoro in continua evoluzione, la figura in uscita dal Master in Strategia e Management d'Impresa è in grado di inserirsi nell'odierno

contesto aziendale con le competenze manageriali necessarie per avere una visione organica e sistemica dei processi, sensibilità e proattività verso l'innovazione, capacità di lavorare in team.

Le potenziali aree occupazionali del profilo in uscita sono:

- organizzazione
- amministrazione, finanza e controllo
- marketing
- acquisti
- supply chain e logistica
- sales e after sales

con il patrocinio di



Il programma didattico si articola nelle seguenti aree:

AREA 1 - ORIENTAMENTO E TEAM WORKING

L'orientamento si compone di 3 fasi: *percorso di autoconsapevolezza* (empowerment, mentoring, simulazioni di colloqui e assessment); *orientamento al mercato del lavoro* (testimonianze, seminari e workshop); *competenze trasversali* (public speaking, negoziazione, team building & team working in outdoor).

AREA 2 - ANALISI DEI SISTEMI ECONOMICI

- Economics for business: elementi di macro e micro economia per il business
- Statistica di base
- Strategie di integrazione verticale
- Economia sociale
- Ricerca sul campo e seminari

AREA 3 - STRATEGIE D'IMPRESA

- Modelli strategici e modelli organizzativi d'impresa
- Open Business Models
- Strategie di internazionalizzazione
- Strategy into action: dalla pianificazione all'azione (simulazione di gestione d'azienda)
- Turnaround
- Workshop aziendali e seminari

AREA 4 - ACCOUNTING E PIANIFICAZIONE AZIENDALE

- Obiettivi e strumenti della contabilità aziendale
- Analisi di bilancio
- Il controllo dei costi per le decisioni aziendali
- Controllo di gestione
- Budgeting
- Corporate Finance

AREA 5 - MARKETING & SALES

- Dal marketing strategico al marketing operativo
- Web & Social Media marketing
- Calcoli di base applicati al business
- Strategie distributive, retail marketing & store management
- Product innovation: laboratorio
- Gestione delle reti vendita
- Workshop aziendali

AREA 6 - OPERATIONS

- Organizzazione della produzione
- Acquisti, approvvigionamenti e logistica
- Supply chain management
- Workshop aziendali

AREA 7 - RISORSE UMANE E INNOVAZIONE

- Il processo di innovazione
- Business process reengineering
- People management
- Sistemi informativi
- Project Management
- Seminari

AREA 8 - BUSINESS ENGLISH

Il modulo si sviluppa trasversalmente a tutto il percorso formativo. Gli allievi, suddivisi in piccoli gruppi con livelli di conoscenza omogenei, sono seguiti da docenti madrelingua e coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing.

AREA 9 - PROJECT WORK

Area dedicata alla realizzazione di due progetti in azienda (project-work), mediante i quali si preparano gli allievi all'analisi di situazioni complesse, per individuare ipotesi di soluzione da proporre all'azienda committente. Durante questo periodo gli allievi avranno modo di relazionarsi con diversi interlocutori aziendali, seguiti da un consulente ISTAO.

AREA 10 - STAGE

Stage individuale della durata di 4 mesi.

5



NEW

**STRATEGY INTO ACTION
DALLA PIANIFICAZIONE**

**SUDDIVISI IN SQUADRE
GLI ALLIEVI SARANNO
IMPEGNATI NELLA GESTIONE
DI UN'AZIENDA "VIRTUALE"
OPERANTE IN UN MERCATO COMPETITIVO**

ALL'AZIONE

**ATTRAVERSO SIMULAZIONI
IN PRESENZA E A DISTANZA,
I PARTECIPANTI POTRANNO
METTERE ALLA PROVA LE LORO
COMPETENZE TECNICHE,
LE LORO CAPACITÀ DECISIONALI
E DI LEADERSHIP**

**IL MASTER
IN INTERNATIONAL
MANAGEMENT PERMETTE DI
ACQUISIRE UNA PRATICA MANAGERIALE
CREATIVA E GLOBALE FINALIZZATA AD
APPROFONDIRE TUTTI GLI ASPETTI DEI PROCESSI
DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE,
ANCHE GRAZIE AD UN APPROCCIO MULTIDISCIPLINARE
E MULTICULTURALE**

6

MASTER IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

2014 (12^a edizione)

Inizio **3 NOVEMBRE 2014**

Percorso full time in lingua inglese

Durata 9 mesi

- 4 mesi in aula
- 1 mese project-work
- 4 mesi di stage con possibilità di trasferte e soggiorni all'estero

FINALITA'

Il Master in International Management, interamente in lingua inglese e organizzato da ISTAO con il patrocinio ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) e in collaborazione con Regione Marche, Confindustria Marche e Unioncamere, rappresenta uno dei percorsi di formazione per neolaureati più importanti ed attuali. Le tematiche dell'internazionalizzazione, da sempre centrali nel business, hanno assunto un ruolo sempre più strategico negli ultimi anni segnati dalle difficoltà economiche in paesi che erano le tradizionali locomotive dell'economia mondiale e dal rapido emergere di nuovi grandi protagonisti.

PROFILO PROFESSIONALE E AREE OCCUPAZIONALI

Il Master prepara figure altamente specializzate nel campo dell'internazionalizzazione d'impresa e del commercio internazionale. Il profilo professionale in uscita è in grado di operare in contesti internazionali, multinazionali e PMI orientate all'internazionalizzazione con specifiche competenze nelle aree Sales, Import/Export e International Marketing.

con il patrocinio di



in collaborazione con



Il programma didattico si articola nelle seguenti aree:

AREA 1 - ORIENTAMENTO E TEAM BUILDING

The vocational guidance is divided in three steps: *self-awareness process* (empowerment, mentoring, job-interviews simulations and assessment); *orientation to labour market* (account of experiences by professionals, seminars and workshops); *cross competencies* (public speaking, negotiation, outdoor team building & team working).

AREA 2 - MACROECONOMICS AND GLOBAL MARKETS

- Evolution of the Italian competitiveness
- The international monetary system
- Internationalization, SMEs and global markets
- Country attractiveness analysis

AREA 3 - ENTERPRISE ORGANIZATION

- Theory of organization
- Enterprise organization models
- Financial statement analysis
- Operations

- Human resources
- International strategic marketing and communication

AREA 4 - EMERGING COUNTRIES

- Doing business between Italy and India
- Doing business in South America
- Poland and Eastern European Countries
- Egypt: the emerging Arab spring economy
- Doing business in Russia
- Doing business with China

AREA 5 - GOING INTERNATIONAL: STRATEGIES AND DECISION-MAKING SKILLS

- Decision making in international marketing planning
- Business planning and business game
- Export planning & management: the North American market
- Cases in the Global Business Environment

AREA 6 - GOING INTERNATIONAL: CONTRACTS, RULES, TECHNIQUES

- International contracts
- International accountability and taxation
- Intellectual property management
- Customs procedures, logistics and INCOTERMS
- International payment methods
- Export SMEs

AREA 7 - PROJECT WORK

Dedicated to the realization of project in a company, to prepare students for the analysis of complex business situations, and to identify possible solutions. During this activity, students will have the opportunity to interact with managers, supported by an ISTAO consultant.

AREA 8 - INTERNSHIP

Individual 4-months internship.

7

**FORMIAMO GIOVANI TALENTI
ADEGUATE ALLO SVILUPPO**

**CON COMPETENZE MANAGERIALI
COMPETTIVO DELLE IMPRESE**

IL MASTER
TRASFERISCE
LE COMPETENZE CHIAVE PER
OPERARE NELL'AREA DELLE VENDITE,
DEL POST-VENDITA E DEL MARKETING
IN CONTESTI NAZIONALI E MULTINAZIONALI
ALTAMENTE SFIDANTI

8

MASTER IN SALES & MARKETING 2015 (2ª edizione)

Inizio **16 FEBBRAIO 2015**

Percorso full time

Durata 10 mesi

- 4 mesi in aula

- 2 mesi project-work

- 4 mesi di stage

FINALITA'

Il Master sviluppa competenze altamente specialistiche in ambito Sales and Marketing in linea con le più recenti trasformazioni dei mercati, della distribuzione e della commercializzazione di prodotti-servizi. In aula e sul campo si affinano le capacità di individuazione e analisi del cliente, segmentazione, studio e posizionamento del prodotto, negoziazione e comunicazione, organizzazione e gestione di una rete di vendita, gestione della relazione con il cliente e dei processi commerciali.

PROFILO PROFESSIONALE E AREE OCCUPAZIONALI

Il profilo in uscita, forte di una conoscenza a 360° del sistema impresa e con spiccate competenze economiche, gestionali ed organizzative, sarà in grado di inserirsi nell'area Marketing & Sales delle imprese ed in particolare nelle seguenti funzioni:

- marketing strategico e business development
- product marketing
- trade marketing
- brand e communication management
- key account management
- sales e after sales
- export management
- store management

Il programma didattico si articola nelle seguenti aree:

AREA 1 - ORIENTAMENTO E TEAM WORKING

L'orientamento si compone di 3 fasi: *percorso di autoconsapevolezza* (empowerment, mentoring, simulazioni di colloqui e assessment); *orientamento al mercato del lavoro* (testimonianze, seminari e workshop); *competenze trasversali* (public speaking, negoziazione, team building & team working in outdoor).

AREA 2 - IL SISTEMA IMPRESA

- Elementi di micro e macro economia applicati al business
- Strumenti di analisi economico-finanziaria
- Processi di pianificazione, programmazione e controllo direzionale
- Budgeting
- Organizzazione aziendale
- Approvvigionamenti, Produzione e Logistica

AREA 3 - DAL MARKETING STRATEGICO AL MARKETING OPERATIVO

- La strategia d'impresa e le leve del vantaggio competitivo sostenibile
- Tecniche di analisi della concorrenza
- Analisi del comportamento di consumo e di acquisto
- Processo di segmentazione del mercato e scelta di posizionamento dell'offerta aziendale

- Politiche di pricing
- Leve del marketing mix

AREA 4 - GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE 2.0

- Web e Social Media Marketing
- Digital Marketing
- Media planning
- E-commerce

AREA 5 - PROGRAMMARE E GESTIRE IL FUTURO

- Brand management
- Trade & Category management
- La gestione strategica dei canali distributivi
- Sistemi di CRM
- Business Planning di prodotto
- Project management
- Il processo di innovazione del prodotto-servizio

AREA 6 - SALES MANAGEMENT

- Pianificazione e controllo delle vendite
- Sviluppo della rete vendita
- Modelli di negoziazione e tecniche di vendita
- Direct marketing

- Gestione database commerciale
- Time management
- Gestione del punto vendita
- Export
- Diritto commerciale
- Logistica commerciale

AREA 7 - BUSINESS ENGLISH

Il modulo si sviluppa trasversalmente a tutto il percorso formativo. Gli allievi, suddivisi in piccoli gruppi con livelli di conoscenza omogenei, sono seguiti da docenti madrelingua e coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing.

AREA 8 - PROJECT WORK

Area dedicata alla realizzazione di due progetti in azienda (project-work), mediante i quali si preparano gli allievi all'analisi di situazioni complesse, per individuare ipotesi di soluzione da proporre all'azienda committente. Durante questo periodo gli allievi avranno modo di relazionarsi con diversi interlocutori aziendali, seguiti da un consulente ISTAO.

AREA 9 - STAGE

Stage individuale della durata di 4 mesi.

9

LA FACULTY È COMPOSTA
DA CONSULENTI
PREVALENTEMENTE DA DIRIGENTI DI AZIENDE
AI MASTER IL TAGLIO PRATICO E IN LINEA
CON LE ESIGENZE DEL MONDO PRODUTTIVO



**IL MASTER IN
TOURISM MANAGEMENT
PERMETTE DI ACQUISIRE
COMPETENZE SPECIALISTICHE
DEL SISTEMA TURISTICO (ISTITUZIONI,
OPERATORI, TERRITORIO) E COMPETENZE
FUNZIONALI ALLA CRESCITA E ALLO SVILUPPO
DEL COMPARTO, IN UN'OTTICA DI SOSTENIBILITÀ
ED INTERNAZIONALIZZAZIONE**

10

MASTER IN TOURISM MANAGEMENT 2015 (2ª edizione)

Inizio **23 FEBBRAIO 2015**

Percorso full time

Durata 11 mesi

- 4 mesi in aula
- 1 mese project-work
- 6 mesi di stage

FINALITÀ

Il settore turistico è considerato oggi più che mai strategico per la ripresa dell'economia nazionale e territoriale, in particolare se organizzato in base alle attività culturali e produttive tipiche della competitività Made in Italy, quali: enogastronomia, fashion, arte e cultura. La maggiore complessità richiede alle aziende turistiche l'inserimento di figure altamente specializzate capaci di interagire con reti e soggetti del territorio in modalità aperta e innovativa. Il master in Tourism Management sviluppa negli allievi competenze specialistiche nell'ambito del settore turistico e competenze di tipo manageriale, più trasversali e focalizzate sulla gestione strategica del business.

PROFILO PROFESSIONALE E AREE OCCUPAZIONALI

Il Master in Tourism Management forma un Manager del turismo e dell'ospitalità in grado di operare fin da subito in realtà del settore con un alto senso di responsabilità, combinando conoscenze manageriali, normative e tecniche nella gestione strategica dei clienti in una visione di integrazione culturale e sostenibilità. La figura in uscita potrà inserirsi sia con ruoli operativi e sia di responsabilità in tutte le imprese dell'industria turistica dell'ospitalità, dei servizi e della ricettività.

Il programma didattico si articola nelle seguenti aree:

AREA 1 - ORIENTAMENTO E TEAM WORKING

L'orientamento si compone di 3 fasi: *percorso di autoconsapevolezza* (empowerment, mentoring, simulazioni di colloqui e assessment); *orientamento al mercato del lavoro* (testimonianze, seminari e workshop); *competenze trasversali* (public speaking, negoziazione, team building & team working in outdoor).

AREA 2 - BUSINESS STRATEGY

- Economics for Business
- Modelli strategici e modelli organizzativi d'impresa
- Analisi di bilancio e budgeting
- Tecniche di pricing
- Business Game

AREA 3 - ECONOMIA E POLITICA DEL TURISMO

- Aspetti micro e macro economici del settore
- Fonti statistiche
- Organizzazione pubblica del turismo
- Attori e regolamentazione del settore
- Fondi e accesso ai finanziamenti

AREA 4 - MANAGEMENT DEL TURISMO

- Destination management
- Dall'impresa ai distretti turistici
- Hotel management
- Food and beverage management

- Congress management
- Tour operating management

AREA 5 - L'ACCOGLIENZA COME LEVA STRATEGICA

- Strategie e tecniche di accoglienza turistica
- Come comunicare il territorio
- Come gestire il cliente e i suoi desideri
- L'accoglienza e la gestione del turista straniero
- Gestione operativa del CRM
- Sistema ISTRICE: come rilevare e gestire le presenze
- Strumenti operativi del settore

AREA 6 - MARKETING

- Modelli teorici ed operativi del marketing turistico
- Marketing territoriale
- Dal marketing strategico al marketing operativo
- Marketing internazionale del turismo
- Progettare e promuovere prodotti turistici
- Pacchetti dinamici
- Geo-marketing
- Web marketing e social media marketing
- Customer satisfaction e customer retention
- Organizzazione eventi
- Le fiere di settore

AREA 7 - TURISMO, TRA ETICA, SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE

- Innovare per promuovere il turismo
- Etica e sostenibilità delle attività turistiche
- Impatto sociale ed ambientale sul turismo
- Economia dell'ambiente
- Integrazione e multiculturalità
- Turismo esperienziale
- Cine-turismo

AREA 8 - BUSINESS ENGLISH

Il modulo si sviluppa trasversalmente a tutto il percorso formativo. Gli allievi, suddivisi in piccoli gruppi con livelli di conoscenza omogenei, sono seguiti da docenti madrelingua e coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing.

AREA 9 - PROJECT WORK

Area dedicata alla realizzazione di un progetto in azienda (project-work), mediante il quale si preparano gli allievi all'analisi di situazioni complesse, per individuare ipotesi di soluzione da proporre all'azienda committente. Durante questo periodo gli allievi avranno modo di relazionarsi con diversi interlocutori aziendali, seguiti da un consulente ISTAO.

AREA 10 - STAGE

Stage individuale della durata di 6 mesi.

11



**CON ISTAO COSTRUISCI IL TUO FUTURO
E RICEVI LE BASI PER PROGETTARE LA TUA CARRIERA PROFESSIONALE**

**IL MASTER IN
PEOPLE MANAGEMENT
FORMA PROFESSIONISTI CHE ABBIANO
COMPETENZE E STRUMENTI NECESSARI A
PROGETTARE E IMPLEMENTARE POLITICHE
E SISTEMI DI GESTIONE E SVILUPPO
DEL PERSONALE**

12

**MASTER IN
PEOPLE
MANAGEMENT
& HR SERVICES**

2015 (5ª edizione)

Inizio **II MAGGIO 2015**

Percorso full time

Durata 11 mesi

- 4 mesi in aula

- 1 mese project-work

- 6 mesi di stage

Con il
patrocinio di **AIDP**
ASSOCIAZIONE ITALIANA PER
LA DIREZIONE DEL PERSONALE

FINALITA'

Nei nuovi contesti organizzativi ed economici ad alta complessità e competitività, il capitale umano rappresenta un asset strategico per il raggiungimento degli obiettivi di business e l'accrescimento del vantaggio competitivo delle aziende. L'ambito del People Management occupa quindi un ruolo sempre più centrale e richiede livelli di professionalità crescenti in termini di capacità, strumenti e approccio strategico.

Obiettivo del Master è formare specialisti che abbiano le competenze e gli strumenti necessari a progettare, implementare e gestire politiche e sistemi di People Management capaci di ottimizzare e valorizzare le risorse inserite nelle organizzazioni.

**PROFILO PROFESSIONALE
E AREE OCCUPAZIONALI**

Il Master prepara professionisti con competenze specialistiche nel management delle risorse umane e un'ottima conoscenza del sistema impresa.

La figura si occuperà di:

- ricerca e selezione
- sviluppo organizzativo
- amministrazione del personale
- compensation and benefits
- somministrazione di lavoro
- relazioni industriali
- comunicazione interna
- formazione
- people development

La trasversalità del profilo in uscita permette la sua impiegabilità nell'ambito delle risorse umane di aziende, società di consulenza, enti e agenzie specializzate nei servizi per il lavoro.

Il programma didattico si articola nelle seguenti aree:

AREA 1 - ORIENTAMENTO E TEAM BUILDING

L'orientamento si compone di 3 fasi: *percorso di autoconsapevolezza* (empowerment, mentoring, simulazioni di colloqui e assessment); *orientamento al mercato del lavoro* (testimonianze, seminari e workshop); *competenze trasversali* (public speaking, negoziazione, team building & team working in outdoor).

AREA 2 - STRATEGIA D'IMPRESA E ORGANIZZAZIONE

- Economics for Business: i concetti base di economia per comprendere l'impresa
- Modelli strategici e modelli organizzativi di impresa
- Le principali funzioni aziendali e le loro connessioni
- Comprensione e analisi delle performance aziendali
- La funzione HR
- Palestra didattica in azienda

AREA 3 - HR MANAGEMENT

- Diritto del lavoro
- Amministrazione del personale: elementi della retribuzione e costruzione della busta paga
- Le relazioni industriali e le relazioni sindacali
- HR planning: previsione dei fabbisogni, modalità di intervento e budgeting del personale

- Simulazioni e laboratori

AREA 4 - HR SERVICES E MANAGEMENT DI APL

- Il mercato delle Agenzie per il lavoro
- Elementi e gestione del contratto di somministrazione
- I servizi HR in outsourcing per le imprese
- La gestione del rapporto imprese e agenzie
- Testimonianze

AREA 5 - PEOPLE STRATEGY

- Processi e design organizzativo
- Job analysis, job design e job evaluation
- Il processo di selezione: strumenti e tecniche
- Employer Branding
- Comunicazione interna
- Diversity management
- Simulazione "5 giorni da HR manager"

AREA 6 - PEOPLE DEVELOPMENT

- Change management
- Development strategy: strumenti di sviluppo, piani di crescita e talent management
- Leadership

- Performance management, sistemi di Rewarding e Compensation & Benefits
- Training

AREA 7 - BUSINESS ENGLISH

Il modulo si sviluppa trasversalmente a tutto il percorso formativo. Gli allievi, suddivisi in piccoli gruppi con livelli di conoscenza omogenei, sono seguiti da docenti madrelingua e coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing.

AREA 8 - PROJECT WORK

Area dedicata alla realizzazione di un progetto in azienda (project-work), mediante il quale si preparano gli allievi all'analisi di situazioni complesse, per individuare ipotesi di soluzione da proporre all'azienda committente. Durante questo periodo gli allievi avranno modo di relazionarsi con diversi interlocutori aziendali, seguiti da un consulente ISTAO.

AREA 9 - STAGE

Stage individuale della durata di 6 mesi.

13

**DAL SAPERE AL SAPER FARE
ATTRAVERSO UN METODO
INTERATTIVO E COINVOLGENTE**

AZIENDE ED ENTI CHE HANNO COLLABORATO
ALLE PRECEDENTI EDIZIONI DEI MASTER



L'EXECUTIVE EDUCATION di ISTAO

- **TECNOLOGIE E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE** - 5^A EDIZIONE
- **LA NUOVA LEADERSHIP** - 2^A EDIZIONE
- **BUSINESS IN ACTION** - 2^A EDIZIONE
- **FINANCE 4 BUSINESS** - 2^A EDIZIONE
- **MARKETING AND SALES** - 1^A EDIZIONE
- **LIVING OPERATIONS** - 2^A EDIZIONE

L'offerta formativa ISTAO non finisce qui.
Numerosi i percorsi creati per rispondere a specifiche esigenze del mercato.
Per conoscerli visita il sito www.istao.it

TUTTI I PARTECIPANTI SARANNO DOTATI
DI UN TABLET DELLA OLIVETTI



Il programma completo dei Master
è disponibile all'indirizzo:

www.istao.it

Villa Favorita via Zuccarini 15
60131 Ancona
tel. 071 2137011 fax 071 2901017 fax 071 2900953
informa@istao.it