



Accreditato
ASFOR

MASTER IN STRATEGIA E MANAGEMENT D'IMPRESA

2016-2017 (50^a edizione)

- 5 mesi in aula
- 2 mesi project-work
- 4/6 mesi di stage

Con percorsi di approfondimento specialistico



Inizio **7 NOVEMBRE 2016**

percorso full time

Il Master in Strategia e Management d'Impresa è un percorso full time accreditato **ASFOR**.

DATE

Termine presentazione domande **12 ottobre 2016**

Selezioni **13 e 14 ottobre 2016**

Precorsi per armonizzazione competenze **24 ottobre – 4 novembre 2016**

Inizio Master **7 novembre 2016**

OBIETTIVI E DESTINATARI

Il Master in Strategia e Management d'Impresa mira alla formazione di giovani talenti con una visione a 360° del sistema economico e che siano in grado di assumere ruoli di responsabilità attraverso un'adeguata preparazione tecnica ma, soprattutto, attraverso un approccio pragmatico, interdisciplinare e lungimirante che possa consentire loro di governare i processi di cambiamento in atto. Durante il percorso formativo i partecipanti vengono formati sulle soft-skills e sugli strumenti manageriali necessari per operare in molteplici contesti organizzativi (imprese, banche, società di consulenza o altri enti) con il giusto slancio verso l'innovazione e l'internazionalizzazione e con un modello di leadership etico e sostenibile.

Il Master in Strategia e Management d'Impresa si rivolge a laureati in discipline economiche, ingegneristiche, scientifiche, giuridiche e umanistiche con un'ottima conoscenza della lingua inglese. Le metodologie laboratoriali e sperimentali utilizzate nella didattica, l'approccio pragmatico, il continuo confronto con professional e manager insieme ad un percorso di orientamento one-to-one offrono, a ciascun partecipante, l'opportunità di valorizzare conoscenze ed attitudini personali al fine di agevolare l'inserimento in realtà organizzative e in aree aziendali in linea con le caratteristiche di ognuno.

VERSO UN NUOVO APPROCCIO MANAGERIALE E IMPRENDITORIALE

L'attuale contesto è caratterizzato da una forte asimmetria tra la velocità dei cambiamenti in atto e la capacità di apprendimento richiesta per adeguare le proprie conoscenze e skills, pertanto più che mai oggi le persone e il loro approccio possono fare la differenza nelle organizzazioni che operano in un mercato in continua evoluzione. Il crescente impatto della digitalizzazione su tutte le dimensioni della vita dell'impresa (organizzativa, innovativa, produttiva, relazionale), l'enorme massa di dati resi disponibili da sistemi automatici e semi-automatici di rilevazione di comportamenti di consumatori, la globalizzazione e la spinta verso modelli di open innovation, il trend emergente del social business basato sulle nuove piattaforme digitali, sono fattori che agiscono rapidamente sulle dinamiche competitive delle imprese costringendole a ripensare continuamente i propri modelli di business e ad esigere una crescente capacità di adattabilità e di reattività positiva al cambiamento.

Il Master punta alla preparazione di figure che abbiano capacità di analisi, velocità di reazione, proattività, flessibilità, ma anche immaginazione, coraggio, imprenditorialità e passione, fattori ormai imprescindibili per potersi inserire con successo nelle odierne realtà produttive e di servizi.

PERCORSI DI SPECIALIZZAZIONE COME OCCASIONE DI APPRENDIMENTO E SPERIMENTAZIONE

Oltre ad approfondire i principali temi di frontiera dell'economia e delle tecniche di management e a fornire ai partecipanti un ventaglio di esperienze pratiche che possa permettere loro di "allenarsi" a comportamenti imprenditoriali e manageriali efficaci, all'interno del Master è prevista l'attivazione di alcune "specializzazioni funzionali". Queste rappresentano l'occasione concreta per gli allievi di mettersi in gioco in prima persona, sperimentando le proprie attitudini, interessi e passioni verso una particolare area aziendale o affinando conoscenze e competenze di un determinato ambito specifico al fine di agevolare un futuro inserimento professionale.

Ogni percorso di specializzazione che verrà attivato avrà la durata di un mese e sarà articolato in:

- 2 settimane di lezioni di approfondimento specialistico;
- 1 settimana di esperienza individuale in azienda in affiancamento ad un manager o imprenditore;
- 1 settimana di laboratorio aziendale – project-work in team.

Le sezioni saranno attivate al raggiungimento di un numero minimo di partecipanti.

MARKETING & SALES

Il percorso di specializzazione in Marketing & Sales si rivolge a coloro che intendono approfondire la conoscenza dei più evoluti strumenti di marketing (digital marketing, big-data, retail marketing...) con un approccio pragmatico e sperimentale al fine di comprenderne la reale applicabilità nei contesti aziendali. Le giornate di specializzazione intendono sviluppare nei partecipanti un insieme combinato di competenze, sensibilità, visioni, curiosità e attitudini, atte ad arricchire le attività del marketing nelle imprese di qualsiasi natura. I partecipanti avranno inoltre l'opportunità di vivere una settimana in affiancamento ad un marketing manager per comprendere le reali dinamiche di questa funzione in azienda (diverse a seconda del settore e del contesto di riferimento) e acquisire alcuni tools specifici.

RISORSE UMANE

Il percorso di specializzazione in Risorse Umane è destinato a coloro che vogliono conoscere i principali strumenti di gestione della funzione HR dal momento che una coerente gestione delle persone rappresenta oggi un elemento decisivo per agevolare i processi di sviluppo e innovazione. Attraverso il contributo di manager che operano in tale ambito verranno trattati i principali aspetti del people management: job analysis e sviluppo organizzativo, work-force planning e payroll management, contrattualistica, recruiting e employer branding, performance management e strumenti per lo sviluppo del personale. L'opportunità di vivere una settimana in affiancamento in un'area Risorse Umane permetterà di comprendere i processi tipici di questa funzione in azienda e acquisirne gli strumenti specifici.

SVILUPPO IMPRENDITORIALE

Il percorso di specializzazione in Sviluppo Imprenditoriale è orientato a coloro che vogliono dare una maggior concretezza al proprio istinto imprenditoriale approcciandosi con metodo ai processi tipici della creazione d'impresa. Non è necessario avere già una propria idea progettuale nel cassetto per comprendere le dinamiche con cui si passa dall'idea alla nascita di una nuova impresa, imparare ad intercettare i macro trends del mercato, analizzare i principi del project-financing, approfondire le tecniche per elaborare un business plan, capire l'importanza del lavoro di squadra verso un comune obiettivo. Tali elementi alla base del percorso specialistico rappresentano componenti di una cultura imprenditoriale di più ampio respiro che può trovare il primo terreno fertile all'interno di un'azienda già esistente in cui apportare attitudini e comportamenti adatti a stimolare progetti creativi e innovativi che un giorno potranno diventare nuove imprese. La settimana di affiancamento in azienda sarà effettuata in contesti di start-up o in Incubatori – Acceleratori d'impresa.

ANALYTICS FOR MANAGEMENT

Questo percorso di specializzazione approfondisce gli aspetti più tecnici della gestione d'impresa in senso stretto al fine di maturare una capacità di visione del business a 360° e una conoscenza delle principali tecniche di misurazione della performance su vari livelli. Competenze che possono rappresentare elementi preziosi per chi intenda entrare in una piccola e media impresa ma che possono valorizzare anche quei profili che ambiscono a raggiungere posizioni di guida in gruppi multinazionali. Il percorso specialistico è suggerito a coloro che mirano a coprire ruoli nel controllo di gestione, nell'operations o nella direzione generale e costituiscono prerequisiti essenziali delle buone basi di economia e statistica. La settimana in azienda sarà organizzata con l'obiettivo di affiancare gli allievi a figure che ricoprono ruoli trasversali a stretto contatto con la direzione generale.

IL METODO DI LAVORO

Da sempre il metodo di lavoro in ISTAO si contraddistingue per una forte praticità ottenuta grazie al continuo alternarsi di momenti di formazione in aula con momenti di formazione sul campo attraverso project-work, laboratori aziendali, testimonianze di manager e imprenditori, affiancamento in azienda.

La composizione delle aule è volutamente eterogenea e multidisciplinare per stimolare la contaminazione reciproca di metodologie e approcci e creare contesti di lavoro in gruppo che sono molto simili a quelli che si vivono quotidianamente nella realtà aziendale.

Al rigore scientifico delle tecniche manageriali, trattate da docenti con una comprovata esperienza in azienda o in società di consulenza, si uniscono le testimonianze di taglio più strategico fornite da imprenditori o esperti del contesto economico e culturale che offriranno uno sguardo "sul mondo" stimolando negli allievi uno spirito critico e una maggiore capacità di visione globale.

LE AREE DIDATTICHE

Macroarea: **Scenari economici e macro trend**

La macroarea è dedicata a favorire la sensibilità verso la comprensione del sistema economico globale e degli scenari evolutivi e a fornire gli strumenti per effettuare autonomamente una corretta lettura dei contesti competitivi. Attraverso il contributo di esperti del mondo della cultura, dell'economia e delle imprese che interverranno in modalità seminariale o di tavola rotonda si affronteranno temi di importanza strategica quali:

- La concentrazione della ricchezza e l'evoluzione degli scenari demografici;
- Globalizzazione e competitività internazionale, ruolo dell'Italia e dei paesi emergenti;
- Dinamiche e prospettive nell'industria delle materie prime e dell'energia;
- Digitalizzazione dell'economia e impatto tecnologico: nuove traiettorie di sviluppo;
- Finanziarizzazione dell'economia e ripercussioni sugli scenari globali;
- Imprenditorialità, managerialità, etica nel business e spirito olivettiano.

Macroarea: **Accounting e Finance**

A partire da una visione integrata della gestione economico-finanziaria con le altre funzioni, la macroarea fornisce i tools necessari a leggere, interpretare e valutare le performance aziendali e ad impostare una corretta pianificazione sotto il profilo economico e finanziario. Ai partecipanti vengono forniti gli strumenti operativi per la rendicontazione e il monitoraggio di ricavi e di costi, per la creazione del valore e la ricerca dell'efficienza. Il focus sulle evoluzioni e sulle tendenze future stimola negli allievi la capacità di avanzare proposte per implementare sistemi di gestione che aiutino le aziende ad affrontare gli attuali scenari di business. I principali moduli di riferimento sono i seguenti:

- L'analisi del bilancio e delle performance aziendali;
- Misurazione dei costi per il raggiungimento dell'efficienza;
- Pianificazione e controlling;
- Decisioni di investimento e strumenti di project-financing;
- Finanza e operazione di M&A;
- Business Game: from strategy to action.

Macroarea: **Marketing e Sales con orientamento internazionale**

Seguendo un approccio olistico che assegna al marketing una dimensione sempre più interfunzionale nella gestione dell'impresa nel suo complesso, nella macroarea vengono forniti gli strumenti necessari a gestire i processi strategici e operativi che riguardano lo studio dei mercati e dei loro trend evolutivi, anche in ottica internazionale, le dinamiche comportamentali e decisionali del consumatore, l'ideazione e la progettazione del prodotto/servizio, la scelta dei canali distributivi, la costruzione e gestione delle reti vendita, la scelta degli strumenti di comunicazione della value proposition. Ampio spazio viene dedicato alle metriche che consentono di monitorare le performance e agli strumenti che permettono di verificare gli effetti e la redditività delle scelte strategiche e delle azioni intraprese.

- Il marketing chiave di creazione del valore;
- Canali distributivi: gestione delle reti vendita;
- Marketing digitale e le nuove frontiere della comunicazione;
- La comunicazione del valore su scala globale;
- International business management.

Macroarea: **Operations**

La macroarea affronta temi inerenti le attività di organizzazione, pianificazione ed esecuzione della produzione e della supply chain, in funzione del business model dell'impresa. Verranno fornite le competenze necessarie a ottimizzare le attività esecutive, il flusso e lo stoccaggio di materiali e prodotti finiti ed a costruire infrastrutture competitive per ridurre le spese e gli errori, garantire la qualità e il servizio offerto al cliente e contribuire alla creazione del valore. Particolare attenzione viene posta agli strumenti e ai metodi analitici che consentono di monitorare e potenziare le performance operative.

- Organizzazione, pianificazione e controllo della produzione;
- La gestione degli acquisti e la supply chain;
- La fabbrica digitale.

Macroarea: **Organizzazione - IT - Risorse umane**

Obiettivo della macroarea è trasferire gli strumenti per comprendere e gestire le leve e i meccanismi organizzativi che regolano il coordinamento e l'integrazione all'interno delle aziende (modelli organizzativi, compiti, sistema di ruoli e processi), stimolando la capacità degli allievi di adattarli rapidamente in base ai cambiamenti dei contesti di business. Saranno trattate le basi per conoscere gli aspetti e le politiche attraverso cui le aziende regolano gestione, sviluppo, formazione e motivazione delle persone.

Un focus particolare sarà inoltre effettuato sulla crescente digitalizzazione dei processi e sugli strumenti operativi necessari a conoscere, saper utilizzare e implementare gli elementi che rendono possibile la comunicazione e la trasmissione di dati, con particolare attenzione ai trend di sviluppo IT.

- Analisi dei processi;
- Organizzazione;
- Le frontiere dell'Information Technology e l'impatto della digitalizzazione;
- People Management.

Macroarea: **Strategie**

Attraverso la macroarea dedicata alle strategie gli allievi acquisiscono gli strumenti per la valutazione e la comprensione delle dinamiche aziendali in chiave di modelli di business ai quali si legano i processi e i meccanismi decisionali e operativi che assicurano la capacità di sviluppo nei mercati. Particolare attenzione sarà posta sull'innovazione di modelli di business, di processi e di prodotto.

- La gestione dell'innovazione;
- Customer Development Model;
- Evoluzione dei Business Model;
- Imprenditorialità, Managerialità e Leadership;
- Nuovi modelli di Corporate Social Responsibility.

Macroarea: **Ricerca applicata e progetti in azienda**

La ricerca applicata e i progetti in azienda rappresentano importanti momenti di didattica attiva e laboratoriale. Scandiscono il percorso del Master, collocandosi all'inizio, a metà e al termine della fase d'aula. I progetti in particolare nascono da quesiti concreti espressi dalle aziende proponenti la cui soluzione viene affidata a gruppi di allievi, sotto la supervisione di un tutor e di un referente aziendale. Il project work e le settimane di affiancamento in azienda costituiscono a tutti gli effetti momenti di *addestramento sul campo* anticipando l'entrata in contatto degli allievi con il contesto lavorativo. Accanto al consolidamento degli strumenti e delle competenze tecniche specifiche, essi consentono di lavorare sulla sfera cognitiva e comportamentale, preparano alla vita d'azienda, stimolano la capacità di lavorare per progetti e per obiettivi, permettono un allenamento al time management e al problem solving. Agli allievi è richiesto di sviluppare un approccio anticipatore, la propensione al cambiamento e alla crescita continua in un'ottica di knowledge working.

Macroarea: **Orientamento e soft skills**

La macroarea sviluppa le competenze necessarie ad inserirsi in modo corretto ed efficace all'interno del contesto lavorativo: saper gestire le relazioni, saper lavorare in team, comunicare e parlare in pubblico, negoziare in modo efficace, sviluppare capacità di problem solving e di pensiero creativo. Accanto a laboratori esperienziali e momenti di didattica attiva sulle soft skills, è previsto un cammino di orientamento sviluppato attraverso sessioni di facilitazione e colloqui one-to-one con gli esperti dell'area Placement dell'ISTAO. Tale percorso mira a far riflettere gli allievi sui propri punti di forza e di debolezza al fine di intraprendere un percorso di consapevolezza di sé dal punto di vista della gestione emotiva e delle competenze tecniche e comportamentali, favorendo lo sviluppo di un atteggiamento imprenditivo e proattivo.

Macroarea: **Business English**

La conoscenza della lingua inglese rappresenta un elemento imprescindibile per operare nel contesto professionale odierno. Oltre a misurare il livello di conoscenza dell'inglese in fase di ingresso, si articolerà durante tutto il Master un percorso di approfondimento del Business English attraverso un modulo che si sviluppa trasversalmente con docenti madrelingua e su livelli differenti. Gli allievi saranno coinvolti anche in simulazioni di contesti aziendali e role playing. Nella fase d'aula potranno intervenire docenti madrelingua per alcune testimonianze.

PROCEDURE PER L'AMMISSIONE

La domanda, redatta sull'apposito modulo online, dovrà essere accompagnata dalla seguente documentazione inviata all'ISTAO (informa@istao.it):

- 1 foto formato tessera
- una memoria nella quale il candidato valuti le proprie esperienze di studio e di lavoro, esponga gli orientamenti per l'attività futura e spieghi le ragioni per cui desidera partecipare al corso;
- certificati degli studi compiuti, con l'indicazione del voto finale di laurea e delle votazioni riportate nei singoli esami;
- una sintesi, non superiore ad una pagina, della tesi di laurea e di eventuali pubblicazioni;
- curriculum vitae;
- documentazione delle attività di ricerca e di lavoro eventualmente svolte e qualsiasi altro titolo che il candidato ritenga utile presentare (anche lettere di presentazione di insegnanti e/o datori di lavoro).

SELEZIONE

Le prove di selezione, **13-14 ottobre 2016**, mirano a verificare le attitudini, le capacità e le motivazioni di ciascun candidato. Si articolano in: test di selezione, Assessment Center e colloquio.

Il superamento delle prove scritte non è condizione di esclusione ai colloqui motivazionali.

Test di selezione

Il candidato affronterà tre prove scritte:

Cultura generale ed Economia. Tale prova è diretta ad accertare il livello di conoscenza di temi di attualità ad indirizzo socio-politico e di economia. Per la prova di economia si consiglia il seguente testo:

- Vaciago G., Bosonetto M., *L'economia è una bella storia*, Feltrinelli Kids.

oppure:

- Begg D., Fischer S., Dornbusch R., *Microeconomia*, McGraw-Hill.

Lingua inglese. Tale prova è diretta ad accertare il livello di conoscenza della lingua Inglese.

Produzione scritta in lingua italiana. Tale prova consiste nella rielaborazione sintetica di un testo selezionato; è volta a verificare la capacità di analisi, sintesi e di scrittura in italiano.

Assessment Center "Role Playing"

I candidati, in piccoli gruppi, sono invitati a sostenere una prova volta ad accertare la capacità di adattamento a situazioni avvicinabili a quelle reali tipiche della vita di azienda e più in generale degli ambienti di lavoro e simili a quelle che si verificheranno durante il Master. Attraverso la prova, osservatori esperti avranno la possibilità di individuare, nel comportamento dei candidati, indici di performance a completamento delle valutazioni relative al colloquio individuale di selezione.

Colloquio di selezione

Sono previsti colloqui individuali con più commissioni diretti a verificare le attitudini e le motivazioni dei candidati. A questa fase viene data un'attenzione particolare ai fini della selezione.

Definizione della graduatoria

La graduatoria di ammissione sarà determinata sulla base delle diverse prove che compongono la procedura di selezione.

Il punteggio massimo ottenibile è pari a 10 ed è determinato nella seguente modalità:

- Test di selezione: 20%
- Assessment Center: 20%
- Colloquio di selezione: 60%

Il punteggio minimo per essere ammessi è 5/10

COSTI

La quota di frequenza è di 7.500,00 Euro e potrà essere corrisposta nelle seguenti rate:

- I rata – 700,00 € – al momento dell'ammissione
- II rata – 1.700,00 € – entro il 12 dicembre 2016
- III rata – 1.700,00 € – entro il 16 gennaio 2017
- IV rata – 1.700,00 € – entro il 13 febbraio 2017
- V rata – 1.700,00 € – entro il 20 marzo 2017

Coordinate Bancarie ISTAO

- INTESA SAN PAOLO
IBAN IT89T0306902609100000001145
- BANCA MARCHE
IBAN IT57Y0605502604000000006335
- UNICREDIT BANCA
IBAN IT02U0200802626000000681583
- BANCA POPOLARE DI ANCONA
IBAN IT35B0530802684000000012874

ASS-ISTAO

Tutti gli allievi ammessi al Master potranno usufruire di prestiti sull'onore a tassi particolarmente favorevoli. L'Ass-Istao contribuisce nella misura del 30% al pagamento degli interessi.

BORSE DI STUDIO

Ai candidati più meritevoli che avranno superato la selezione verrà assegnata una Borsa a copertura totale o parziale (50%) della tassa di frequenza del Master.

Il Soggetto erogatore della borsa di studio, in funzione dei requisiti specifici, se richiesti, e attraverso una valutazione diretta, potrà a suo insindacabile giudizio assegnare la borsa tra gli eligibili.

Il beneficiario della borsa avrà l'obbligo di frequenza per tutta la durata del corso (stage incluso).

Dovrà produrre una relazione a fine corso sull'attività svolta.

GIÀ DISPONIBILI

Banca Popolare di Ancona

- n. 2 borse totali intitolate a Luigi Bacci, riservate a laureati in discipline economiche
- n. 1 borsa totale riservata a laureati in discipline economiche o giuridiche

Fiduciaria Marche

- n. 2 borse parziali intitolate a Loris Mancinelli, riservate a laureati in discipline economiche o giuridiche

Mas Paints & Chemicals Ind.

- n. 1 borsa totale riservata a laureata

Adolfo Vannucci

- n. 2 borse totali intitolate ad Adele ed Atto Vannucci