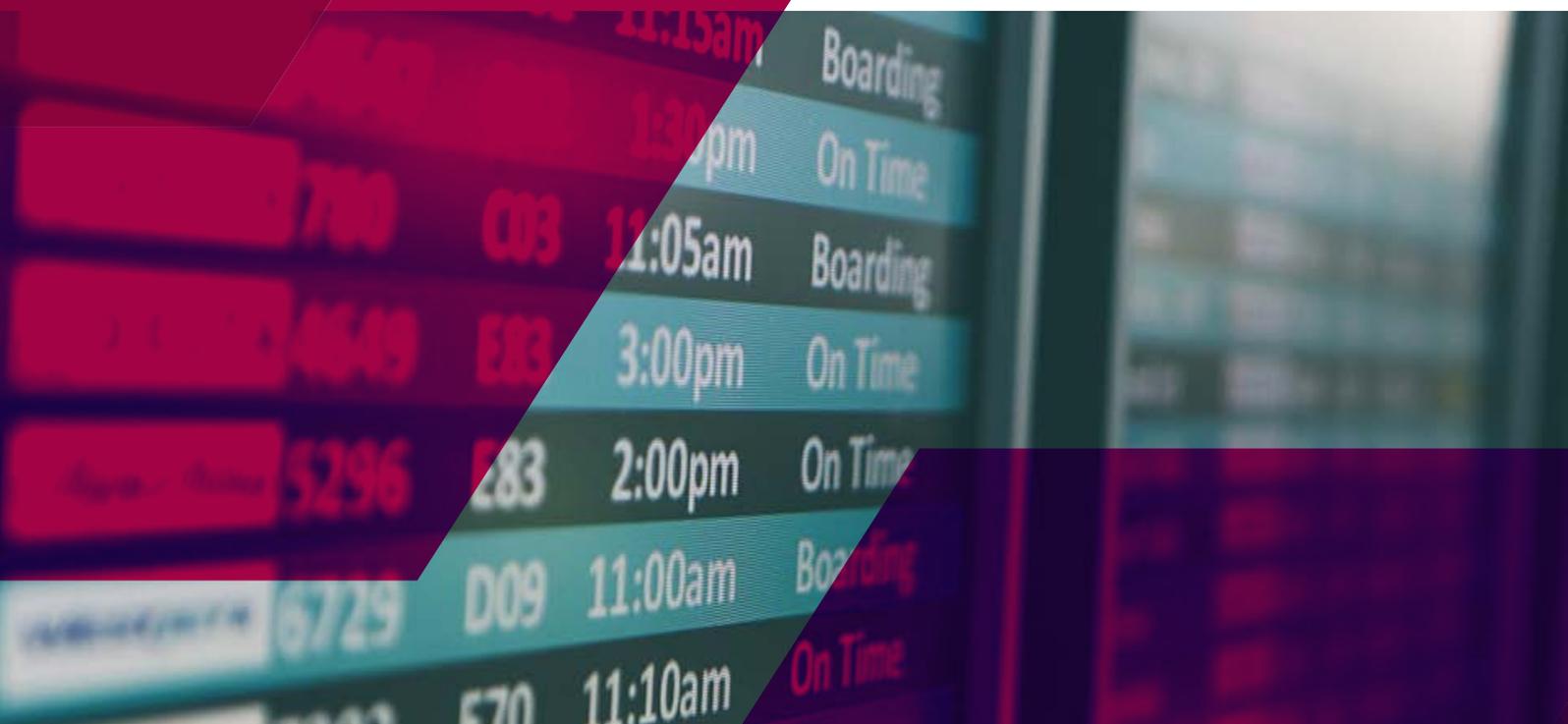


Percorso full time
Aula: 5 mesi
Experience labs: 3 mesi
Internship: 4 mesi

Inizio: 6 novembre 2017



*Master in
General Management
Accreditato*
|||A|||ASFOR

C.MET05

MASTER IN STRATEGIA D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE

51esima edizione



Termine iscrizione: 12 ottobre 2017

Selezioni: 13-14 ottobre 2017

Inizio: 6 novembre 2017

Precorsi di armonizzazione competenze: 23 ottobre - 3 novembre 2017



MASTER IN STRATEGIA D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE

Obiettivi e destinatari

Il Master in strategia d'impresa e management internazionale fornisce una preparazione tecnica e manageriale attraverso un approccio pragmatico, interdisciplinare e interculturale per governare i cambiamenti in atto attraverso le leve dell'**innovazione**, dell'**internazionalizzazione** e della **leadership etica e sostenibile**.

Il corso prepara ad affrontare e gestire situazioni complesse e critiche con una visione globale del sistema economico e degli scenari internazionali. Le figure in uscita saranno in grado di assumere ruoli di responsabilità all'interno delle imprese e del sistema economico e di gestire network internazionali per lo sviluppo del business.

Il Master si rivolge a laureati in discipline economiche, ingegneristiche, scientifiche, giuridiche e umanistiche con un'ottima conoscenza della lingua inglese e una forte propensione a mettersi in gioco. Le metodologie laboratoriali e sperimentali utilizzate nella didattica, l'approccio pragmatico, il continuo confronto con professional e manager insieme ad attività one-to-one di orientamento, induction e training to the job, valorizzano le conoscenze e le attitudini di ciascun partecipante 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 conoscenze e skills. Il crescente impatto della digitalizzazione su tutte le dimensioni della vita dell'impresa (organizzativa, innovativa, produttiva, relazionale), il trend emergente del social business basato sulle nuove piattaforme digitali, l'enorme massa di dati resi disponibili da sistemi automatici e semi-automatici di rilevazione, la globalizzazione, la spinta verso modelli di open innovation, 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. In questo scenario le persone sono risorse preziose e strategiche se in grado di sviluppare e dimostrare competenze di analisi, velocità di reazione, proattività, flessibilità adattiva, ma anche capacità di immaginazione, coraggio, imprenditorialità e passione.

Queste attitudini sono fortemente stimolate attraverso la sperimentazione su casi concreti aziendali e attraverso l'affiancamento e il lavoro di squadra con manager e professionisti.

Il metodo di lavoro

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: laboratori aziendali, testimonianze di manager e imprenditori, affiancamento in azienda.

I diversi background degli allievi stimolano la contaminazione reciproca e le attività didattiche favoriscono l'utilizzo di metodologie e approcci multidisciplinari. La modalità di lavoro in gruppo che si sperimenta durante il Master simula di fatto l'attività quotidiana delle realtà aziendali.

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 offrono uno sguardo "sul mondo" stimolando lo spirito critico degli allievi e una maggiore capacità di visione globale.

Lingua di lavoro: Il Master si svolge in lingua italiana e in lingua inglese per le tematiche internazionali.

Struttura del Master

PRECORSI DI ARMONIZZAZIONE DELLE COMPETENZE [italiano]

Lezioni propedeutiche di economia, contabilità e strumenti per l'analisi quantitativa allo scopo di allineare le competenze dell'aula.

Area 1: SCENARI E MACRO TREND CON RICERCA APPLICATA [italiano/inglese]

In questa macroarea sono sviluppati i temi e gli strumenti di lettura ed analisi del sistema economico globale e della sua evoluzione. In particolare i temi dell'internazionalizzazione e dell'innovazione sono coniugati con l'unità d'indagine territoriale, fondamento degli studi di economia e di sviluppo socio-economico di Giorgio Fuà. Gli allievi saranno coinvolti in una ricerca operativa finalizzata alla gestione di dati complessi ed alla comprensione di contesti competitivi globali. Esperti del mondo della cultura, dell'economia e delle imprese intervengono per affrontare e discutere i temi di attualità.

Area 2 ACCOUNTING AND FINANCE [italiano/inglese]

A partire da una visione integrata della gestione economico-finanziaria con le altre funzioni aziendali, questa macroarea fornisce i "tools" necessari a leggere, interpretare e valutare le performance in impresa, onde impostare una corretta pianificazione. I partecipanti conosceranno gli strumenti operativi per la rendicontazione e il monitoraggio di costi e ricavi, per la creazione del valore e la ricerca dell'efficienza. Tenendo conto delle tendenze in atto, gli allievi saranno in grado di avanzare proposte per implementare sistemi di gestione coerenti con gli scenari di business attuali e futuri. I principali moduli di riferimento sono i seguenti:

- Business plan
- Business game
- Analisi e gestione della performance economica-finanziaria
- Controllo dei costi
- Budgeting
- Controlling e performance management
- M&A

Area 3 ETHICS AND SUSTAINABILITY [italiano/inglese]

La filosofia dell'impresa olivettiana ed i temi della responsabilità sociale e d'impresa sono rivisitati in chiave contemporanea al fine di integrare i principi del business etico con le performance aziendali. L'etica e la sostenibilità come determinanti strategiche dell'agire d'impresa sono sviluppate in questa macroarea attraverso l'analisi di best practices e la sperimentazione di approcci innovativi per gestire: Modelli e valori di people management, Modelli di leadership ed etica, Strumenti di negoziazione sostenibile, Finanza innovativa (fundraising, crowdfunding).

I principali moduli di riferimento sono i seguenti:

- Etica ed economia
- Finanza etica e innovativa: fundraising, crowdfunding
- Leadership ed etica: modelli e valori di people management
- Negoziazione etica
- Responsabilità di impresa e impresa sociale
- B-Corp e Circular Economy

Area 4 OPERATIONS AND NEW TECHNOLOGIES [italiano]

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. Le attività esecutive, il flusso e lo stoccaggio di materiali e di prodotti finiti possono essere ottimizzati per ridurre costi ed errori, per innalzare la qualità e il servizio offerto al cliente e per creare valore. Particolare attenzione viene posta sugli strumenti e sulle nuove tecnologie digitali che consentono di monitorare e potenziare le performance operative. I partecipanti saranno coinvolti in un laboratorio realizzato in una minifabbrica.

- L'impatto delle nuove tecnologie
- L'organizzazione della produzione nello scenario internazionale
- La gestione della supply chain per il business internazionale
- Dai sistemi informativi alla fabbrica digitale - Industria 4.0
- Competition game in minifabbrica

Area 5 NEW INTERNATIONAL MARKETING AND SALES [italiano/inglese]

Secondo l'approccio olistico del marketing, quale area sempre più trasversale nella gestione dell'impresa, questa macroarea aiuta i partecipanti nel conoscere e sviluppare gli strumenti coerenti con una visione inter funzionale della gestione strategica ed operativa.

I partecipanti imparano a: studiare i mercati globali e i loro trend, ad analizzare i comportamenti e decisioni del consumatore, ideare e progettare un prodotto/servizio, a scegliere i canali distributivi, a costruire e gestire le reti vendita, a selezionare gli strumenti di comunicazione allineati con la value proposition, a misurare e monitorare gli effetti e la redditività delle scelte intraprese.



MASTER IN STRATEGIA D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE

A livello internazionale ampio spazio è dedicato agli strumenti di International marketing, International sales, Country Attractiveness e Business Development in mercati di rilevanza strategica: South-East Asia, Persian Gulf, Russia, Subsaharian Africa, Balkans, North and South America, UAE

- Strategic marketing and marketing planning
- Il valore dei processi e dei prodotti
- Product management
- International marketing
- Digital e social media marketing
- E-commerce
- International sales
- Country attractiveness analysis and business development.
- Doing business in: South-East Asia, Persian Gulf, Russia, Subsaharian Africa, Balkans, North and South America, UAE

Area 6 ORGANIZATION IN INTERNATIONAL ENVIRONMENT [italiano/inglese]

In questa macroarea gli allievi acquisiscono gli strumenti per la lettura e l'analisi dei processi che danno forma ai modelli organizzativi ed ai diversi sistemi di ruoli, compiti e controllo. Verranno esaminati modelli di gestione delle risorse umane, leve motivazionali, sistemi premianti, sistemi di job evaluation, career development in contesti multicultural.

Verranno analizzati e confrontati modelli di business e correlate strategie competitive di imprese operanti sui mercati nazionali ed esteri, attraverso lavori di gruppo e visite aziendali. Le più recenti dinamiche di riorganizzazione industriale (filieri globali) verranno presentate in un contesto di nuove strategie internazionali.

- Modelli organizzativi
- Change management
- Mappatura e analisi dei processi
- Strumenti per il people management
- Project management

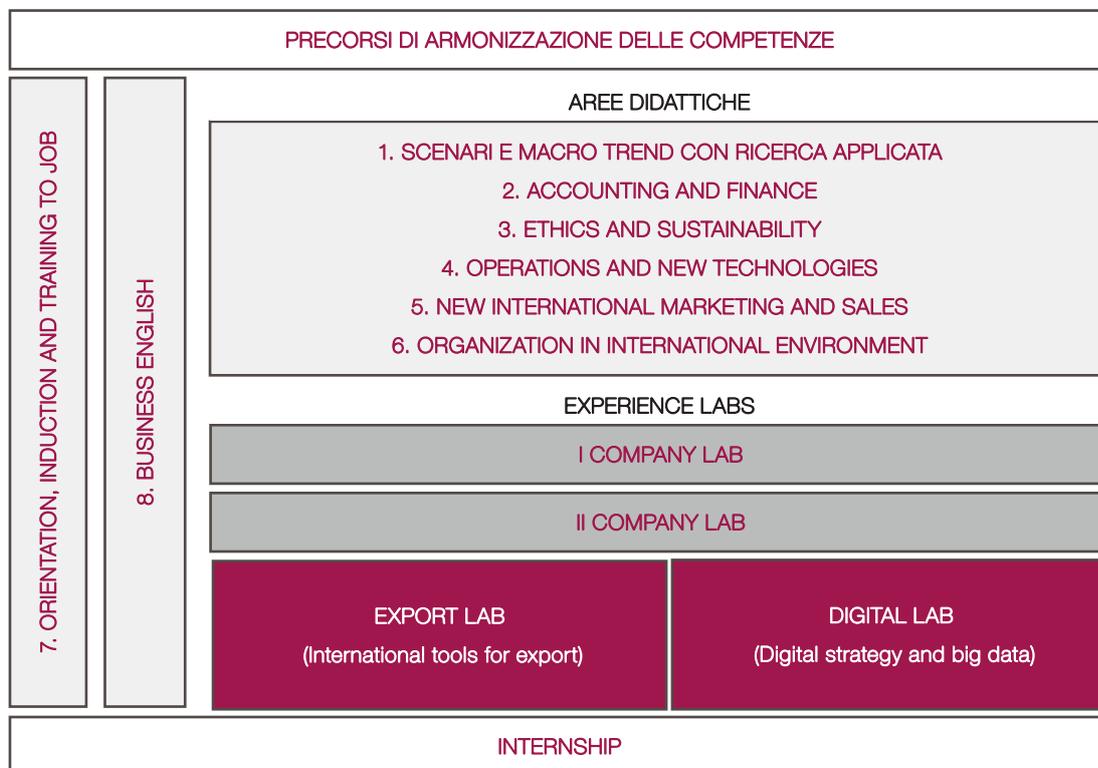
Area 7 ORIENTATION, INDUCTION AND TRAINING TO JOB [italiano/inglese]

La macroarea sviluppa le competenze necessarie ad inserirsi in modo corretto ed efficace all'interno di un contesto lavorativo nazionale ed internazionale: gestire efficacemente le relazioni, imparare a lavorare in team, comunicare e parlare in pubblico, sviluppare capacità di problem solving e di pensiero creativo. Accanto a laboratori esperienziali e momenti di didattica attiva sulle soft skills, è previsto un percorso di orientamento sviluppato attraverso sessioni di facilitazione e colloqui one-to-one con gli esperti dell'area Placement di ISTAO. Gli allievi rifletteranno sui propri punti di forza e di debolezza per acquisire consapevolezza di sé finalizzata a sviluppare un atteggiamento imprenditivo e proattivo.

- Team building
- Team working
- Gestione delle relazioni e problem solving
- Negoziazione e cross cultural management
- Public speaking
- Orientamento professionale

Area 8 BUSINESS ENGLISH [inglese]

La conoscenza della lingua inglese rappresenta un elemento imprescindibile per operare in un contesto professionale ed internazionale. Oltre a misurare il livello di conoscenza dell'inglese in fase di ingresso, durante il Master verrà articolato un percorso di approfondimento di Business English con docenti madrelingua. Gli allievi saranno coinvolti in simulazioni di contesti aziendali e role playing. Il programma prevede una sessione di lezioni per l'ottenimento di una certificazione di Business English (B2 o C1) rilasciate dal Cambridge English e riconosciute a livello internazionale (su richiesta).



Experience Labs

Nell'Experience Labs gli allievi hanno l'opportunità di partecipare a molteplici esperienze pratiche per "allenarsi" ai comportamenti imprenditoriali e manageriali più efficaci. Gli allievi si mettono in gioco in prima persona, sperimentando le proprie attitudini, interessi e passioni per diventare figure manageriali di riferimento quali catalizzatori di bisogni e di innovazione. In quest'Area gli allievi producono dati e risultati attraverso la ricerca e il confronto. Qui l'esperienza e lo scambio generano nuova conoscenza e attraverso le practices community e le ricerche multidisciplinari si sviluppano competenze per ottenere risultati innovativi.

2 Company labs: sono esperienze della durata di 4 settimane ciascuna che prendono avvio da specifiche richieste aziendali. Gli studenti risolvono casi aziendali concreti, sperimentano soluzioni innovative affinando le competenze tecniche acquisite in aula. In particolare imparano a: lavorare per progetti ed obiettivi, predisporre ed attuare piani di lavoro, pianificare e condurre brief di progetto, raggiungere obiettivi nei tempi dati, sviluppare capacità di problem solving ed un approccio anticipatore dei problemi, a gestire il cambiamento e le situazioni ad alto contenuto di complessità.

La realizzazione dei progetti esecutivi si conclude con la presentazione finale alle imprese committenti.

2 Laboratori paralleli, a scelta del candidato, arricchiti da testimonianze di manager e workshop in azienda:

- **Export Lab – International tools for export** [italiano/inglese]

L'Export Lab è focalizzato sugli strumenti necessari a favorire i processi di internazionalizzazione e a promuovere l'apertura delle imprese al commercio estero. Il percorso approfondisce la gestione dei mercati e del network a livello internazionale per generare nuove opportunità di business. Verranno affrontate le problematiche doganali, fiscali, contrattuali e di protezione dei marchi per allenare la capacità degli allievi di tradurre stimoli, idee e strategie in soluzioni tecniche operative. Verranno sviluppati i seguenti temi: International contracts, International Accountability and Taxation, Intellectual property management, Customs regulation and IN.CO. TERMS, International payments, EU project cycle management.

- **Digital Lab – Digital strategy and big data** [italiano/inglese]

Il Digital Lab approfondisce i processi decisionali e operativi utilizzando l'analisi e la gestione dei dati generati e a disposizione dell'impresa. In particolare vengono analizzati gli strumenti e le infrastrutture IT per il data sourcing e il data warehousing. All'interno del percorso verranno approfonditi elementi di fuzzy logic e applicazioni in ambito aziendale. Gli strumenti per l'analisi e l'utilizzo dei dati sono sviluppati nell'ottica della pianificazione strategica e della gestione del business.

Internship

Il Master si conclude con uno stage individuale di quattro mesi (prorogabili fino a sei), a completamento della formazione dell'allievo e per prepararlo al definitivo inserimento nel mondo del lavoro. Anche questa importante esperienza viene pianificata con cura dai responsabili del master dell'Istao che assicurano il monitoraggio dei singoli progetti. Al termine dello stage, l'allievo dovrà redigere una relazione sulle attività svolte, metodologie applicate, esperienza ed interazione con i referenti aziendali, che concorrerà alla sua valutazione finale.

Special programme con IEB - Madrid (Spagna)

Nel periodo giugno-luglio i corsisti del Master hanno la possibilità di partecipare al programma "Innovation and financial technology", della durata di una settimana, progettato in collaborazione con lo IEB (Istituto de Estudios Bursatiles) di Madrid. Il corso, interamente in lingua inglese, si svolge a Madrid.

Verranno analizzati i nuovi scenari competitivi, gli impatti della digitalizzazione dei mezzi di pagamento e di investimento nei mercati internazionali con focus su nuovi strumenti di collaborazione tra banche, imprese e start-up.

Moduli didattici:

- I. Financial Industry Outlook and Digital Banking Challenges
- II. New Competitive Environment
- III. Bitcoins and Cryptocurrencies
- IV. Cybersecurity
- V. Payment Methods
- VI. Bigdata
- VII. Startups and Fintech Venturing
- VIII. Crowdfunding & Crowdlending
- IX. Social Media and Social Business

IEB è membro di AACSB, EFMD, CLADEA e AEEDE, è inoltre l'unica istituzione spagnola accreditata per il settore finanziario dalle associazioni professionali mondiali CFA Institute, GARP e CAIA.
<http://www.ieb.es/>

FACOLTATIVO

Procedure per l'ammissione e la selezione

Per partecipare alle selezioni è necessario compilare un apposito modulo online e inviare la documentazione richiesta a informa@istao.it. Il modulo e l'elenco della documentazione sono reperibili sul sito (istao.it).

Le prove di selezione, che si terranno il **13 e 14 ottobre 2017**, mirano a verificare le attitudini, le capacità e le motivazioni di ciascun candidato e prevedono:

Prove scritte. Test di cultura generale ed economia, lingua inglese, produzione scritta in lingua italiana e inglese.

Prova di gruppo.

Colloqui di selezione con due commissioni diretti a verificare le attitudini e le motivazioni dei candidati.

La graduatoria finale verrà determinata in base al punteggio ottenuto secondo la seguente modalità:

Prove scritte 20%; Prova di gruppo 20%; Colloqui di selezione 60%.

Il punteggio verrà espresso in decimi e la soglia di ammissione è pari a 5/10.

Costi e borse di studio

La quota di frequenza è di 7.500,00 Euro e potrà essere corrisposta in più rate.

Ai candidati più meritevoli che avranno superato la selezione verrà assegnata una borsa a copertura totale o parziale (50%) della quota di frequenza del Master. Il beneficiario della borsa avrà l'obbligo di frequenza per tutta la durata del corso (internship incluso) e dovrà produrre una relazione a fine corso sull'attività svolta.



ISTAO Istituto Adriano Olivetti

Tel. +39 071 2137011 - Villa Favorita - Via Zuccarini, 15 - 60131 Ancona istao.it