

Percorso full time

Aula: 5 mesi

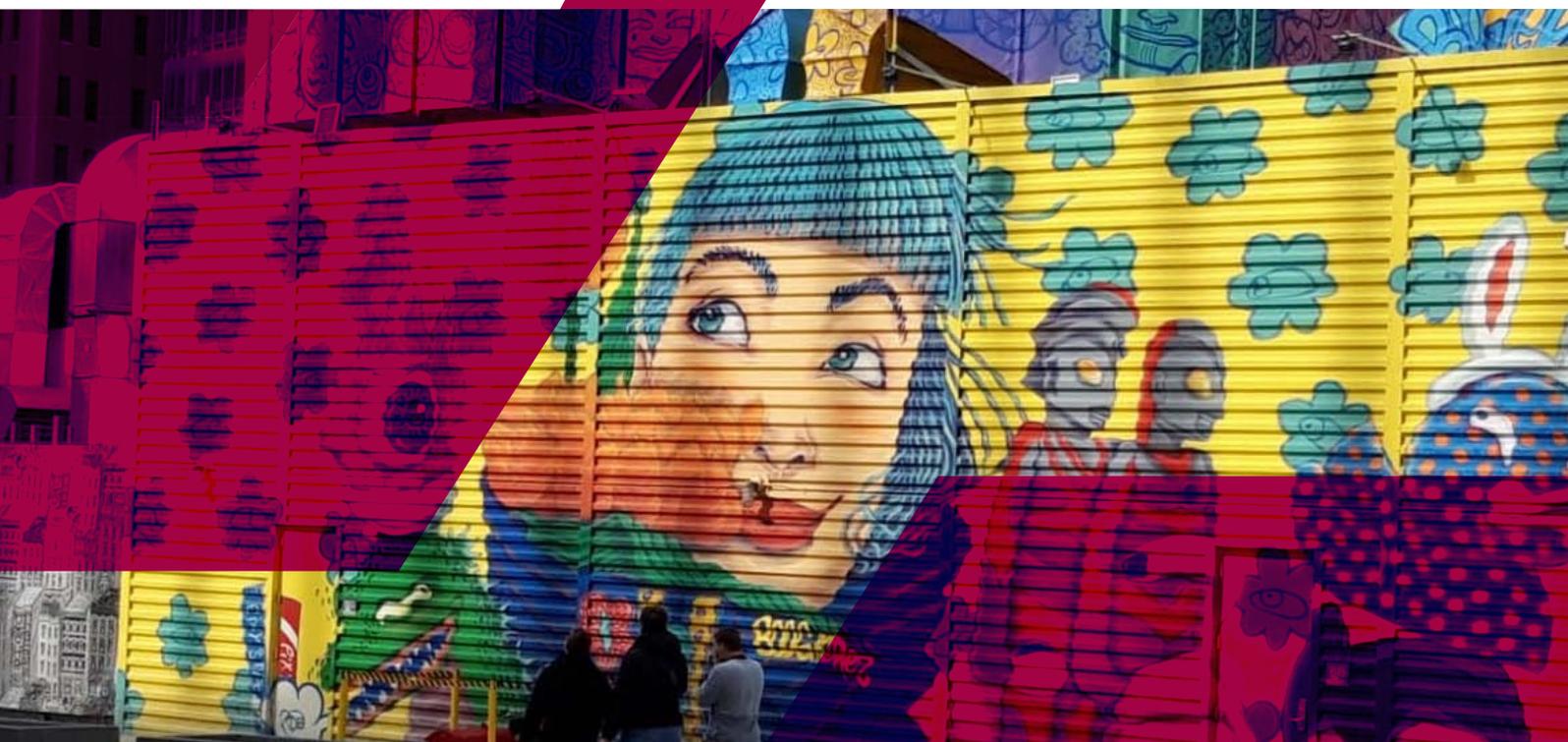
Experience: 3 mesi

Stage: 4 mesi

Selezione: 29 ottobre 2019



NUOVE DATE



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

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

53^a edizione / 4 novembre 2019



Termine iscrizione: 24 ottobre 2019

Selezione: 29 ottobre 2019

Inizio master: 4 novembre 2019

Obiettivi

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

Le figure in uscita saranno in grado di assumere ruoli di responsabilità all'interno delle imprese e del sistema economico e avranno maturato competenze per operare in diverse aree dell'azienda: marketing, trade, commerciale, logistica, produzione, risorse umane, innovazione, data analysis, controllo di gestione e finanza.

I partecipanti si alleneranno in particolare a gestire network internazionali per lo sviluppo del business, a stimolare e innescare processi di innovazione e a maturare consapevolezza situazionale.

L'obiettivo è sviluppare le competenze utili alle imprese per governare il cambiamento: dalla capacità di pensiero critico e strategico alle abilità di gestire ambiti e organizzazioni su mercati nazionali ed esteri.

Destinatari

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.

La convivenza di profili di estrazione culturale diversa rappresenta una grande ricchezza e un'opportunità di crescita per i partecipanti le cui competenze trasversali e relazionali vengono continuamente allenate per prepararsi al mondo del lavoro. Le metodologie utilizzate puntano a valorizzare le conoscenze e le attitudini degli allievi al fine di agevolare l'inserimento in realtà aziendali in linea con le caratteristiche di ognuno.

Metodo di lavoro

Il metodo di lavoro si contraddistingue per un forte pragmatismo: laboratori aziendali, testimonianze di manager e imprenditori, progetti in azienda, si alternano con momenti di formazione in aula. 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 e i laboratori simulano così l'attività quotidiana delle realtà aziendali. Al rigore scientifico delle tecniche manageriali trattate da docenti (prevalentemente manager e consulenti), si uniscono le testimonianze di taglio strategico fornite da imprenditori o esperti del contesto economico e culturale offrendo in tal modo una visione globale.

Lingua di lavoro: italiano/inglese

Struttura e contenuti

Il master si articola in moduli specifici che riflettono le diverse aree aziendali: finanza, marketing, digitale, logistica, innovazione e organizzazione. Un modulo trasversale focalizzato sullo sviluppo di competenze soft (soft skill) attraversa tutto il percorso con approfondimenti pratici.

PRECORSI DI ARMONIZZAZIONE

Per armonizzare le conoscenze di base dei partecipanti sono previste lezioni propedeutiche di economia d'impresa e strumenti per l'analisi contabile e finanziaria.

SOFT SKILL

Per lo sviluppo delle competenze trasversali i partecipanti sono coinvolti in attività individuali e di gruppo che simulano le situazioni più frequenti del lavoro in impresa. A tal fine sono inseriti momenti di training, confronto e team work, prevalentemente in lingua inglese, sui seguenti temi:

- Team building
- Team working
- Negotiation
- Public Speaking
- Problem solving
- Coaching and orientation
- Project management

Area 1 SCENARI, MACRO TREND E DATA ANALYSIS

Attraverso un progetto concreto di data analysis, si sviluppano gli strumenti di lettura ed analisi del sistema economico globale e della sua evoluzione (Soft Economy e Web Economy). 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 nelle prime giornate di corso e divisi in gruppi sono chiamati a realizzare un progetto di ricerca con molteplici obiettivi:

- acquisire gli strumenti e le metodologie utili per l'analisi e la gestione dei dati;
- allenarsi alla preparazione di report e alla presentazione di risultati in pubblico;
- conoscersi meglio e affinare la capacità di lavorare in gruppo.

Area 2 FINANZA E ANALISI DI BILANCIO

Partendo da una visione integrata della gestione economico-finanziaria con le altre funzioni aziendali, questa macro-area fornisce i "tools" necessari a leggere, interpretare e valutare le performance d'azienda. 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, per la pianificazione. Gli allievi saranno in grado di avanzare proposte per implementare sistemi di gestione coerenti con gli scenari di business attuali e prospettici. I principali moduli:

- Analisi e gestione della performance economica-finanziaria
- Elementi di Finanza Internazionale
- Costi Industriali
- Budgeting e Reporting
- Finanza Comportamentale
- Finanza e Tecnologia
- Merger&Acquisition

Area 3 ORGANIZZAZIONE, MERCATO E SISTEMI DI PRODUZIONE

La macro-area affronta temi inerenti le attività di organizzazione, pianificazione ed esecuzione della produzione e della supply chain. 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 laboratori ed attività pratiche all'interno del contesto di una minifabbrica.

- Il passaggio dall'organizzazione "classica" per reparto, alla lean production fino all'industria 4.0
- L'impatto delle nuove tecnologie sull'organizzazione del lavoro: competenze e leadership nei modelli di people management
- Dal prodotto al mercato
- La gestione della supply chain per il business internazionale
- Dai sistemi informativi alla fabbrica digitale
- Competition game in minifabbrica



Area 4 MARKETING E MERCATI INTERNAZIONALI

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 interfunzionale della gestione strategica ed operativa.

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

A livello internazionale ampio spazio è dedicato agli strumenti di international marketing, international sales, country attractiveness e business development in mercati di rilevanza strategica.

- Marketing strategico e Key Account Management
- Product management
- International marketing
- 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 5 ETICA E SOSTENIBILITÀ

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:

- Etica ed economia
- Finanza etica e innovativa: fundraising, crowdfunding
- Responsabilità di impresa e impresa sociale
- B-Corp e Circular Economy
- Gestione delle persone in impresa

Area 6 STRATEGIE DIGITALI

La macro-area mira a creare le basi per la conoscenza dei principali strumenti digitali. Dalla definizione degli obiettivi aziendali fino alla creazione di contenuti di qualità, gli allievi andranno a delineare il profilo dell'azienda interconnessa e a identificare i caratteri e le dinamiche tipiche di una strategia di business digitale.

- Business Strategy vs Digital Business Strategy
- Strategie di comunicazione integrata
- Contenuti e scrittura per il web
- Processi e piattaforme editoriali

Area 7 BUSINESS ENGLISH

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).

PROGETTI IN AZIENDA

Attraverso i progetti in azienda, definiti anche “Company Lab” gli allievi hanno l’opportunità di partecipare ad esperienze pratiche per “allenarsi” ai comportamenti imprenditoriali e manageriali più efficaci. Mettendosi in gioco in prima persona, sperimentano le proprie attitudini, interessi e passioni in un contesto lavorativo per diventare figure manageriali orientate all’innovazione.

Durante l’esperienza gli allievi non solo si confrontano con consulenti o manager esperti, ma elaborano risultati attraverso la ricerca e il confronto sempre basata su situazioni reali.

Company Labs, dal punto di vista operativo, sono project-work della durata di 4 settimane ciascuna che prendono avvio da specifiche richieste aziendali. Gli allievi risolvono casi 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, 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.

LABORATORI DI SPECIALIZZAZIONE

In aggiunta ai progetti aziendali il Master prevede due Laboratori paralleli, a scelta del candidato, arricchiti anch’essi da testimonianze di manager e workshop in azienda:

1) Export Lab – International tools for export

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 acquisire maggiore conoscenza della pipeline dell’export management: i processi, le dinamiche e l’interazione tra le diverse figure professionali coinvolte.

2) Digital Lab – Digital strategy and big data

Il Digital Lab approfondisce i processi decisionali e operativi utilizzando l’analisi e la gestione dei dati. In particolare vengono analizzati gli strumenti e le piattaforme necessarie alla realizzazione di esperienze online di successo, costruire funnel, gestire campagne SEO e SEM, sfruttare le potenzialità del Marketing Digitale e dell’E- Commerce.

STAGE E PLACEMENT

Il Master si conclude con uno stage individuale di quattro mesi (prorogabili fino a sei). Questa importante esperienza viene pianificata con cura dall’Ufficio Placement e dai responsabili dei Master che assicurano il monitoraggio su tutto il processo e sui singoli progetti. Gli allievi vengono supportati nella preparazione del curriculum, allenati ad affrontare proficuamente colloqui di selezione, presentati ai soci e ai partner dell’Istituto. Lo stage è preceduto da colloqui di selezione e scaturisce da una scelta dell’allievo al termine di un percorso di orientamento individuale. Dopo il Master, l’attività di networking tra gli allievi continua attraverso le attività dell’Alumni CLUB.

SPECIAL PROGRAMME

I corsisti del Master hanno la possibilità di partecipare ad un programma, progettato in collaborazione con una business school internazionale.



I N N O V A T I O N

N
N
O
V
A
Z
I
O

EDUCATION

Scenari, macro trend e data analysis
Marketing e mercati internazionali
Accounting e finanza innovativa
Cambiamento tecnologico e nuovi modelli di produzione
Etica e sostenibilità
Business English

EXPERIENCE

Progetti in azienda
Laboratori di specializzazione
Digital Lab
Export Lab
Business case
Business game
Stage finale

SOFT SKILL

People Management
Leadership e Negoziazione
Comunicazione
Orientamento e Public Speaking
Self portrait in contesti multiculturali
Team Building & Team Working
Problem Solving

I
N
O
V
A
Z
Z
J

Y A N G I L I K
E

I N O V A Ç Ã O

UN PROGETTO CON STUDENTI INTERNAZIONALI

Procedure per l'ammissione e la selezione

Per partecipare alle selezioni è necessario compilare l'apposito modulo online (istao.it) e inviare la documentazione richiesta a informa@istao.it.

Le prove di selezione, che si terranno nel mese di ottobre, 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 (stage 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