

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

Inizio: 5 novembre 2018



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

**C.MET05**

# MASTER IN STRATEGIA D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE

52<sup>a</sup> edizione



**Termine iscrizione:** 11 ottobre 2018

**Selezioni:** 15 ottobre 2018

**Precorsi di armonizzazione:** 22 ottobre - 31 ottobre 2018

**Inizio master:** 5 novembre 2018



## MASTER IN STRATEGIA D'IMPRESA E MANAGEMENT INTERNAZIONALE

### 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**.

Formare manager in "Strategia d'Impresa" significa educare all'innovazione, alla consapevolezza situazionale e alla capacità di relazione in reti. 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.

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. 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 aziendali in linea con le caratteristiche di ognuno.

### Metodi didattici

Il nostro metodo di lavoro si contraddistingue per un forte pragmatismo: laboratori aziendali, testimonianze di manager e imprenditori, affiancamento 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

Il Master si svolge in lingua italiana e in lingua inglese per le tematiche internazionali.

### 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 skills) attraversa tutto il percorso con approfondimenti pratici.

#### PRECORSI DI ARMONIZZAZIONE

Per armonizzare le conoscenze di base dei partecipanti sono previste lezioni propedeutiche di economia, contabilità e strumenti per l'analisi quantitativa.

#### SOFT SKILLS

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 E MACRO TREND CON RICERCA APPLICATA**

In questa macro area sono sviluppati 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 sono chiamati a realizzare una ricerca di economia applicata, il cui obiettivo è acquisire gli strumenti e le metodologie utili per l'analisi e la gestione dei big data.

Al termine di questo modulo, gli allievi saranno in grado di redigere un Report utilizzando i dati e le serie storiche a disposizione.

### **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 di riferimento sono i seguenti:

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

### **Area 3 ORGANIZZAZIONE, LOGISTICA 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
- 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 di riferimento sono i seguenti:

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

#### **Area 6 STRATEGIE DIGITALI**

Il modulo mira a creare le basi per una 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).

## EXPERIENCE LAB

Nell'Experience Lab 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 orientate all'innovazione.

Nell'Experience Lab 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.

Company Labs: sono esperienze della durata di 4 settimane ciascuna che prendono avvio da specifiche richieste aziendali. Gli studenti 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.

**2 Laboratori** paralleli, a scelta del candidato, arricchiti 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 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.

### 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

Il Master si conclude con uno stage individuale di quattro mesi (prorogabili fino a sei). Anche questa importante esperienza viene pianificata con cura dall'Ufficio Placement e dai responsabili del Master che assicurano il monitoraggio dei singoli progetti.

### "SPECIAL PROGRAMME" ALL'ESTERO

**FACOLTATIVO**

I corsisti del Master hanno la possibilità di partecipare ad un programma di 1 settimana, progettato in collaborazione con una business school internazionale europea.

### PRECORSI DI ARMONIZZAZIONE



### AREE DIDATTICHE

1. Scenari e macro trend con ricerca applicata
2. Finanza ed analisi di bilancio
3. Organizzazione, logistica e sistemi di produzione
4. Marketing e mercati internazionali
5. Etica e sostenibilità
6. Strategie digitali
7. Business English

### SOFT SKILLS

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

### EXPERIENCE LABS

1. Export Lab – International tools for export
2. Digital Lab – Digital strategy and big dat



### STAGE

### "SPECIAL PROGRAMME" ALL'ESTERO

## Procedure per l'ammissione e la selezione

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