



Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane

MASTER di I Livello

**COACHING FOR INTERNATIONAL BUSINESS - Curriculum I - MARKETING E WEB
COMMUNICATION**

1^a EDIZIONE

1500 ore 60 CFU

Anno Accademico 2015/2016

MA014

| | |
|------------------------|---|
| Titolo | COACHING FOR INTERNATIONAL BUSINESS - Curriculum I - MARKETING E WEB COMMUNICATION |
| Edizione | 1 ^a EDIZIONE |
| Area | ECONOMIA |
| Categoria | MASTER |
| Livello | I Livello |
| Anno accademico | 2015/2016 |
| Durata | Durata annuale, per un complessivo carico didattico pari a 1500 ore corrispondenti a 60 CFU |

Presentazione

Il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per le piccole e grandi imprese del nostro paese: le crescenti pressioni competitive da parte dei concorrenti stranieri, le opportunità offerte dalla delocalizzazione produttiva, gli incentivi alla realizzazione di accordi con Paesi in via di sviluppo, la domanda estera di prodotti del Made in Italy, sono solo alcuni dei fattori che spingono le imprese a realizzare progetti di espansione all'estero.

Per far questo, sempre più il mondo aziendale ha necessità di inserire figure professionali che abbiano delle competenze specifiche in grado di definire e guidare i progetti di espansione all'estero, valutandone l'impatto sul piano gestionale, economico e giuridico. Soggetti in grado di portare l'impresa sul mercato internazionale ridisegnandola rispetto: a nuovi modelli di business, alle strategie e azioni di penetrazione nei mercati esteri, ai possibili ostacoli nella realizzazione di tali strategie, al digital come variabile strategica, al ruolo che riveste manager e/o imprenditore nel condizionare il successo dei processi dell'internazionalizzazione della produzione.

La dimensione internazionale è dunque una variabile ordinaria per le aziende che si confrontano sul mercato. Ciò vale in particolare per le start up che, nate dallo sfruttamento di una idea tecnologico-innovativa (spesso ad elevato livello di rischiosità), hanno meno dimestichezza con gli aspetti di posizionamento competitivo e con le scelte strategiche di mercato. La ridotta dimensione organizzativa di queste imprese spesso giustifica un intervento in outsourcing di un Temporary Export Manager per orientare le scelte all'estero, anche valutandone le coerenze dal punto di vista organizzativo. Tutto ciò richiede offerte formative orientate al problem solving, con un approccio capace di mixare gli aspetti di ordine concettuale con competenze di tipo applicativo.

Universitas Mercatorum, per assistere le imprese in questa fase complessa, propone un percorso didattico di carattere "esperienziale", costruendo un quadro generale con la simulazione di un ambiente di lavoro, anche sotto forma di assistenza tecnica specifica, assicurando, supporto pratico e conoscitivo mediante moduli didattici di docenti dell'Ateneo e di altre Università, di esperti provenienti da ambiti professionali differenti, tutti dotati di esperienze in contesti internazionali.

Il Master dal titolo "**Coaching for International Business**" si prefigge di formare una figura di Temporary Export Manager che sia in grado di svolgere tutte le attività fondamentali di coaching e di accompagnamento alle imprese che intendono operare nei mercati esteri.

Il Master vuole offrire un prodotto formativo che non parte dall'Italia e va all'estero, ma ha l'estero "incorporato". In tal senso, l'impostazione culturale del programma prevede un percorso "invertito", finalizzato a consolidare presenze all'estero, a favorire alleanze e partnership. L'enfasi è sulla dimensione locale e sulle dinamiche di sviluppo sostenibile, offrendo la possibilità ai partecipanti di realizzare attività di project working interagendo ed integrandosi con gli operatori locali. Un percorso che prevede l'immersione dei partecipanti in specifiche situazioni-paese, anche ipotizzando un periodo all'estero presso le Camere di Commercio Italiane all'estero.

Il Master affronta le principali tematiche di analisi dei mega trend di mercato, di marketing management e strategia di impresa, di studio della concorrenza, di modelli da seguire per le attività di coaching, di strumenti e tecniche per accompagnare le start up di impresa nel processo di internazionalizzazione, in un contesto competitivo sempre più condizionato dalla digitalizzazione dei processi.

Il piano didattico prevede altri due moduli che propongono approfondimenti curriculari volti a costruire competenze specifiche nel percorso dell'internazionalizzazione.

Il corso si completa con un project work relativo alla costruzione di un Business Plan e con uno stage presso un'azienda attiva nei mercati esteri con il supporto delle Camere di Commercio Italiane all'estero.

I due curricula previsti:

- **CURRICULUM I - Marketing e Web Communication**
- **CURRICULUM II - Operation Management**

| | |
|--|---|
| <p>Finalità</p> | <p>Il processo di internazionalizzazione richiede sempre più elevate professionalità nel campo del marketing per essere competitivi in confronto concorrenziale acceso ed in continuo divenire. La diffusione degli strumenti del digitale hanno accelerato tale processo, imponendo continui cambiamenti a livello di cultura, mercati, relazioni personali e business.</p> <p>Il Master intende fornire ai partecipanti gli strumenti fondamentali per avviare un'attività internazionale e per pianificare e monitorare il processo di scelta avviato.</p> <p>Il Master segue un percorso didattico che parte dalla presentazione di un modello di Business, le cui principali aree trattate fanno riferimento: ai megatrend di sviluppo dei mercati dal punto di vista del posizionamento strategico; ai percorsi di scelta delle strategie d'impresa, tipo Modello Canvas, e dei relative modelli organizzativi; alle principali attività che attengono alla figura di coaching soprattutto con riferimento all'utilizzo di strumenti di finanza, alle questioni giuridiche, fiscali e amministrative. Queste aree saranno funzionali a dare le necessarie risposte ad una "Check List" sui possibili ostacoli o opportunità da analizzare per affrontare il processo di internazionalizzazione.</p> <p>L'obiettivo del CURRICULUM I - Marketing e Web Communication è:</p> <ul style="list-style-type: none"> • offrire tutti gli strumenti strategici necessari per il marketing; • fornire le conoscenze teoriche ed operative utili ad affrontare le specificità della gestione del web marketing; • sviluppare le conoscenze necessarie alla gestione degli strumenti di web communication. |
| <p>Riconoscimenti</p> | <p>Il conseguimento del Diploma Master consente l'iscrizione al secondo anno della Laurea Magistrale LM-77 di Universitas Mercatorum.</p> |
| <p>Comitato Tecnico Scientifico</p> | <p>Per la didattica l'Ateneo si avvale di un Comitato scientifico composto da docenti universitari, esperti espressione del mondo professionale e imprenditoriale al fine di trasferire efficacemente le competenze pratico-operative.</p> |
| <p>Competenze abilità</p> | <p>Il corso ha carattere di trasversalità perché prevede l'integrazione tra le conoscenze di scenari di mercato, di gestione strategica nell'ottica della sostenibilità economico-finanziaria, con le competenze relative alla leadership di coaching, e gli aspetti pratici legati alla finanza, alla organizzazione, alla logistica, alle leggi e regolamenti fiscali, logistici, doganali, nonché ai sistemi di pagamento. Tale interazione fra i patrimoni di conoscenza è grado di offrire ai partecipanti quelle competenze interdisciplinari necessarie per l'accrescimento della propria professionalità.</p> <p>Il Master consentirà agli occupati e aspiranti tali e agli imprenditori e neo imprenditori di perfezionare le proprie competenze, capacità e conoscenze, rispetto al percorso dell'internazionalizzazione con un approccio fortemente basate sulle strategia di marketing. L'obiettivo intende essere raggiunto attraverso una formazione di alta specializzazione professionale con l'acquisizione di specifiche competenze nel campo delle discipline a carattere manageriali.</p> |

| | |
|-------------------------------------|--|
| <p>Destinatari</p> | <p>// Curriculum I: MARKETING E WEB COMMUNICATION è rivolto prioritariamente a:</p> <p>potenziali imprenditori e manager, consulenti e professionisti che intendono approfondire i contenuti dell'evoluzione del marketing in un'ottica internazionale, ma con una specifica individuazione e applicazione degli strumenti di web communication.</p> |
| <p>Strumenti didattici</p> | <p>Il modello didattico prevede una mirata combinazione di didattica in presenza e on line e con il fattivo supporto di attività a carattere complementare (tesi, project work, testimonianze, studio individuale), da organizzare in autonomia e attraverso cui sviluppare competenze manageriali e da utilizzare in azienda. Il percorso formativo si completa con un'esperienza di stage in una azienda o altro ente dipendente dalla scelta del modulo relativo all'indirizzo curricolare, della durata di 400 ore, quale aspetto imprescindibile per mettere in pratica le competenze acquisite e raggiungere la finalità di una formazione utile all'occupazione e all'imprenditorialità.</p> <p>I corsi per il conseguimento del titolo di Master sono comprensivi di attività didattica frontale e di altri strumenti formativi, di studio guidato e di didattica interattiva. In particolare la didattica seguirà le linee guida del modello Learn and Act di Universitas Mercatorum. Come indicato al termine della formazione di aula e di studio individuale, per raggiungere l'obiettivo di realizzare un corso di Master professionalizzante, è previsto un periodo di stage, funzionale, per durata e modalità di svolgimento, ai medesimi obiettivi. Gli studenti già occupati effettueranno, invece, un project work di analoga durata.</p> <p>All'insieme delle attività suddette, integrate dall'impegno riservato allo studio e alla preparazione individuale, corrisponde l'acquisizione da parte degli iscritti di 60 crediti complessivi, pari a 1500 ore complessive.</p> |
| <p>Sbocchi occupazionali</p> | <p>Il master consentirà di formare professionisti, consulenti, manager, imprenditori sulle competenze di base per operare nei mercati internazionali e fornirà alla Pubbliche Amministrazioni (Ministeri, Regioni, Enti Locali), alla istituzioni Intermedie (Camere di Commercio, Associazioni di categoria) e agli organismi internazionali figure professionali specializzate dotate delle competenze per l'avvio e lo sviluppo di un'impresa nei contesti internazionali.</p> |

Contenuti

| | Tematica | SSD | CFU | ORE |
|---------------|---|-----------|-----------|-------------|
| 1 | MODULO I - Economia e politica del contesto internazioanle | SECS-P/01 | 1 | 25 |
| 2 | MODULO I - Statistica economica | SECS-S/3 | 1 | 25 |
| 3 | MODULO I - Strategia e Marketing | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 4 | MODULO I - Business Planning | SECS-P/07 | 1 | 25 |
| 5 | MODULO I - Geografia del Made in Italy | M-GGR/02 | 1 | 25 |
| 6 | MODULO I - Disciplina ed acquisizione delle aziende | IUS/04 | 1 | 25 |
| 7 | MODULO I - Marketing territoriale | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 8 | MODULO II - Descrizione del Business | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 9 | MODULO II - Strategie e posizionamento | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 10 | MODULO II - Il Piano operativo | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 11 | MODULO II - Struttura e Management | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 12 | MODULO II - Le fonti e gli strumenti di finanziamento Schemi economici e finanziari | SECS-P/07 | 2 | 50 |
| 13 | MODULO II - Schemi economici e finanziari | SECS-P/07 | 1 | 25 |
| 14 | MODULO II - Dal piano all'azione | SECS-P/07 | 1 | 0 |
| 15 | MODULO III - L'analisi di attrattività su base territoriale | M-GGR/02 | 2 | 50 |
| 16 | MODULO III - Valutazione del potenziale di internazionalizzazione | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 17 | MODULO III - La stima dei potenziali di mercato | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 18 | MODULO III - Il Piano di marketing | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 19 | MODULO III - Le Strategie distributive sui mercati internazionali | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 20 | MODULO III - Il Budget Commerciale | SECS-P/07 | 1 | 25 |
| 21 | MODULO III - La check list | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 22 | CURRICULUM I - Marketing Globale e Internazionalizzazione | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 23 | CURRICULUM I - International Marketing avanzato | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 24 | CURRICULUM I - Web marketing | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 25 | CURRICULUM I - Web Communication | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 26 | CURRICULUM I - Brand Management | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 27 | CURRICULUM I - Customer Relationship Management | SECS-P/08 | 2 | 50 |
| 28 | CURRICULUM I - Cross Cultural Management | SECS-P/08 | 1 | 25 |
| 29 | Project work | | 4 | 100 |
| 30 | Stage | | 16 | 400 |
| Totale | | | 60 | 1500 |

Attività

Il percorso didattico è organizzato in 5 moduli, con modalità didattiche diversificate, 3 moduli comuni e 1 di indirizzo, Curriculum I - MARKETING E WEB COMMUNICATION.

Il primo modulo dal titolo “**Le competenze base per le Strategie di internazionalizzazione**”, è di carattere generale e approfondisce le discipline di base di tipo economico, finanziario, giuridico e territoriale, con uno spiccato orientamento a quelle aziendali. Il fine è quello di trasmettere le conoscenze fondamentali all’avvio di un percorso internazionale dell’impresa.

Il secondo modulo dal titolo “**La costruzione del Business Model per l’Internazionalizzazione**”, prevede gli insegnamenti specifici per la redazione del Business Model e per l’internazionalizzazione.

Il terzo modulo, centrale per il piano didattico del master, dal titolo “**International Strategy Manager**”, prevede l’acquisizione delle competenze e degli strumenti necessari a formare la figura del temporary manager, con l’obiettivo di dare le risposte fondamentali a una check list preliminare alla pianificazione delle strategia di sviluppo internazionale.

IL Curriculum I - MARKETING E WEB COMMUNICATION prevede l’approfondimento di:

Marketing Globale e Internazionalizzazione. I mercati internazionali. L’analisi e la selezione. Il trade off tra standardizzazione e adattamento. Strategie e politiche di prodotto. Definire il prezzo. Canali di distribuzione e retailing. La comunicazione internazionale.

International Marketing avanzato. Global International Management. Innovation and product development. The risk management process. Big Data e analisi per le decisioni aziendali

Web Marketing. La digitalizzazione: quale discontinuità per i marketing. Il marketing 3.0. Livelli di utilizzo del marketing 3.0. Marketing digitale, strutture e modelli di business. Il Piano di marketing 2.0. la definizione della strategia di e.commerce

Web Communication. La comunicazione e il web marketing. Le caratteristiche distintive della comunicazione digitale. I vettori della comunicazione interna ed esterna. I principali strumenti della comunicazione digitale. I social network.

Brand Management. Come comunicare il proprio brand. Comunicazione e Brand Equity. Gli strumenti operativi della comunicazione.

Customer Relationship Management. Il Marketing relazionale. Le strategie orientate alla fidelizzazione. Gli strumenti di gestione delle relazioni.

Cross Cultural Management. L’impatto del web sul lavoro: il Cow-working. Strumenti utili nel lavoro condiviso. Dalla condivisione alla cooperazione. Il Crowdsourcing ed il Crowdfunding.

Un credito formativo (CFU) equivale a 25 ore delle quali 8 di didattica frontale.

| Adempimenti richiesti | <p>Ai corsisti vengono richiesti i seguenti adempimenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • studio del materiale didattico, video e scritto, appositamente preparato; • superamento dei test di valutazione on-line; • superamento della prova finale in presenza. <p><u>La calendarizzazione degli esami in itinere, che potrebbero svolgersi anche in momenti congiunti, avverrà sulla base del settore scientifico disciplinare (SSD).</u></p> <p>Il corso prevede incontri in presenza ad integrazione delle attività formative. Gli esami si terranno presso la sede di Roma di Universitas Mercatorum. Previo il raggiungimento di un numero minimo di candidati pari a 50 gli esami potranno essere svolti nelle sedi d'esame, in Italia, dell'Ateneo.</p> | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--|--------------------------|------|----------|---|-----------------------------------|--------------------------|---|------|----------------|---|------|-----------------|
| Titoli ammissione | Diploma di laurea triennale o laurea magistrale o laurea vecchio ordinamento. | | | | | | | | | | | | |
| Termini iscrizione | <p style="text-align: center;">30 Giugno 2016</p> | | | | | | | | | | | | |
| Condizioni | <p>Il corso si attiva al raggiungimento di un numero minimo di 50 partecipanti.</p> <p>L'Università si riserva di attivare il corso anche con un numero inferiore.</p> <p>L'iscrizione comporta l'accettazione del Regolamento sulle condizioni d'utilizzo riportate sul sito.</p> | | | | | | | | | | | | |
| Quota di iscrizione | <p style="text-align: center;">€ 1500,00 (ai quali si aggiungono € 50.00 per spese di bollo)</p> <p style="text-align: center;">da versare in unica soluzione all'atto dell'iscrizione oppure mediante le seguenti rateizzazioni</p> <table border="1" data-bbox="528 1413 1481 1644"> <thead> <tr> <th></th> <th>RATA</th> <th>SCADENZA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>500€ + € 50.00 per spese di bollo</td> <td>all'atto dell'iscrizione</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>500€</td> <td>30 Agosto 2016</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>500€</td> <td>30 Ottobre 2016</td> </tr> </tbody> </table> | | RATA | SCADENZA | 1 | 500€ + € 50.00 per spese di bollo | all'atto dell'iscrizione | 2 | 500€ | 30 Agosto 2016 | 3 | 500€ | 30 Ottobre 2016 |
| | RATA | SCADENZA | | | | | | | | | | | |
| 1 | 500€ + € 50.00 per spese di bollo | all'atto dell'iscrizione | | | | | | | | | | | |
| 2 | 500€ | 30 Agosto 2016 | | | | | | | | | | | |
| 3 | 500€ | 30 Ottobre 2016 | | | | | | | | | | | |

| | |
|---|---|
| <p>Modalità pagamento</p> | <p>Il pagamento della quota di iscrizione e della marca da bollo, assolta virtualmente (da non apporre sulla domanda), avviene, secondo lo schema indicato nella presente scheda, mediante bonifico a favore di:</p> <p>UNIVERSITÀ TELEMATICA UNIVERISTAS MERCATORUM</p> <p>alle seguenti coordinate bancarie:</p> <p>IBAN IT 98 T 02008 03493 000103996044</p> <p>Indicare nella causale del bonifico "Nome e Cognome del corsista" seguito dal <u>Codice del corso e edizione</u>.</p> <p>Si informa che non saranno emesse quietanze sui pagamenti ricordando che, ai fini fiscali per la determinazione del reddito, il bonifico, eseguito secondo le su riportate istruzioni, consente la detrazione del costo del corso.</p> |
| <p>Titolo Rilasciato</p> | <p>Diploma Master Universitario di I° Livello.</p> |
| <p>Trattamento dati personali</p> | <p>I dati personali e sensibili saranno custoditi e trattati nel rispetto del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.</p> |
| <p>Iscrizione studenti stranieri</p> | <p>Gli studenti stranieri provenienti da Paesi non appartenenti all'Unione Europea dovranno presentare domanda di pre-iscrizione (entro la data stabilita ogni anno dal MIUR reperibile sul sito www.miur.it) presso la rappresentanza italiana competente per il territorio.</p> <p>Ai fini dell'iscrizione il candidato dovrà presentare dichiarazione di valore in loco del titolo conseguito e fotocopia autenticata degli studi compiuti. Tutti i documenti vengono rilasciati dalla rappresentanza italiana competente per territorio. Non verranno accettate domande presentate oltre i termini, prive dei su citati documenti e pervenute autonomamente e non tramite nota consolare.</p> <p>Non sono ammesse iscrizioni sotto condizione.</p> |
| <p>Informazioni</p> | <p>Per qualsiasi informazione inviare una e-mail al seguente indirizzo:</p> <p>infomaster@unimercatorum.it (di carattere amministrativo e didattico)</p> <p>o contattare il NUMERO VERDE 800.185.458</p> |