



Università telematica delle  
Camere di Commercio Italiane

**MASTER di I Livello**

**INTERNATIONAL BUSINESS**

**1<sup>a</sup> EDIZIONE**

**1500 ore 60 CFU**

**Anno Accademico 2016/2017**

**MA031**

<b>Titolo</b>	INTERNATIONAL BUSINESS
<b>Edizione</b>	1 <sup>a</sup> EDIZIONE
<b>Area</b>	ECONOMIA
<b>Categoria</b>	MASTER
<b>Livello</b>	I Livello
<b>Anno accademico</b>	2016/2017
<b>Durata</b>	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 acquisire competenze specifiche in grado di definire e guidare i progetti di espansione all'estero, valutandone l'impatto sul piano economico-territoriale, aziendale e gestionale. Competenze in grado di portare l'impresa sul mercato internazionale ridisegnanola rispetto: agli strumenti aziendali; alle strategie e azioni di penetrazione nei mercati esteri; ai possibili ostacoli e loro superamento nella realizzazione di tali strategie, date certe condizioni di contesto geografico e territoriale; ad elementi quantitativi di supporto in tale processo.

La dimensione internazionale è dunque una variabile ordinaria per le aziende che si confrontano sul mercato. Ciò vale per tutte le imprese e gli imprenditori, specie quelle nelle fasi di start-up, nate dallo sfruttamento di una idea tecnologico-innovativa (spesso ad elevato livello di rischiosità), che spesso non hanno le necessarie conoscenze sugli aspetti di posizionamento competitivo e sulle scelte strategiche di mercato.

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.

L'Università Telematica Unimercatorum, per assistere le imprese e gli imprenditori che vogliono confrontarsi con le "sfide dell'internazionalizzazione", propone un modello didattico semplice da comprendere con un percorso di studio di facile e immediata attuazione. L'obiettivo è quello di partire da un quadro generale di conoscenze necessarie alla gestione d'impresa ed allo studio dei mercati dei mercati, per arrivare a trasmettere strumenti cognitivi, anche sotto forma di assistenza tecnica specifica, che diano un supporto pratico e conoscitivo. A tal fine, sono creati moduli didattici di docenti dell'Ateneo e di altre Università, di esperti provenienti da ambiti professionali differenti, tutti dotati di esperienze in contesti internazionali.

Attraverso la predisposizione delle basi concettuali e degli strumenti a supporto delle attività d'impresa, i docenti del Master, arrivano ad individuare le situazioni pratiche di maggior rilievo su cui confrontarsi per agire nei mercati esteri.

L'analisi e la comprensione delle peculiarità caratteriali e inclinazioni dei candidati, consentono di garantire un orientamento ed indirizzo consapevole nonché finalizzato all'assunzione, da parte dello studente, di scelte formative e professionali in linea con le proprie attitudini e capacità.

Il Master dal titolo "**International Business**" 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 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 d'azienda, di marketing management e strategia di impresa, di studio dei mercati e della concorrenza, di modelli da seguire per le attività di internazionalizzazione, in un'ottica di sviluppo sostenibile per i territori, di strumenti e tecniche per accompagnare le imprese nel processo di internazionalizzazione.

<p><b>Finalità</b></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 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> <p>Il Master segue un percorso didattico, le cui principali aree trattate fanno riferimento: all'analisi aziendale e contabile; ai percorsi di scelta delle strategie d'impresa; allo studio delle condizioni di mercato nell'ottica sia della competitività, sia delle condizioni di contesto territoriale e della comunità di riferimento; all'utilizzo di strumenti quantitativi, nell'ambito della statistica e della finanza. 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il corso ha carattere di trasversalità perché prevede l'integrazione tra le conoscenze di scenari di mercato, di gestione aziendale e strategica nell'ottica della sostenibilità economico-finanziaria, con gli aspetti pratici legati alla finanza, nonché all'analisi dei dati statistici. Tale interazione fra i patrimoni di conoscenza è grado di offrire ai partecipanti quelle competenze interdisciplinari necessarie per l'accrescimento della propria professionalità.</li> </ul>
<p><b>Riconoscimenti</b></p>	<p>Il conseguimento del Diploma Master consente l'iscrizione al secondo anno della Laurea Magistrale LM-77 di Universitas Mercatorum.</p>
<p><b>Comitato Tecnico Scientifico</b></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><b>Competenze abilità</b></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><b>Destinatari</b></p>	<p><i>Il Master è rivolto prioritariamente a:</i></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><b>Strumenti didattici</b></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, 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>In maggior dettaglio, il corso è sviluppato nei descritti 6 moduli didattici, che complessivamente danno 28 CFU. A questi si aggiungono ulteriori attività: stage/project work (CFU 16); testimonianze di manager, imprenditori, figure istituzionali (CFU 6); progetto di tesi (CFU 10).</p> <p>Il numero di esami da sostenere coincide con i 6 moduli didattici</p>
<p><b>Sbocchi occupazionali</b></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**

	<b>Tematica</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>	<b>ORE</b>
1	MODULO I - INTRODUZIONE AL MANAGEMENT	SECS-P/07	6	150
2	MODULO II - CENNI DI STATISTICA	SECS-S/3	2	50
3	MODULO III - INTERNATIONAL BUSINESS	SECS-P/08	11	275
4	MODULO IV - GEOGRAFIA ED ECONOMIA DEI TERRITORI	M-GGR/02	4	100
5	MODULO V - DESTINATION MANAGEMENT	SECS-P/08	3	75
6	MODULO VI - FINANZA	SECS-P/09	2	50
7	TESTIMONIANZE		6	150
8	PROJECT WORK / STAGE		16	400
9	TESI		10	250
<b>Totale</b>			<b>60</b>	<b>1500</b>

## Attività

Il percorso didattico è organizzato in 6 moduli, i cui contenuti sono di seguito sintetizzati.

Il primo modulo dal titolo “**Introduzione al Management**”, di carattere generale, è focalizzato sulle problematiche di gestione operativa e strategica, per trasmettere le conoscenze fondamentali all’avvio di un percorso internazionale dell’impresa. In tale ambito, il modulo si compone di specifici approfondimenti sulla disciplina dei principi contabili nazionali ed internazionali, ai fini della predisposizione del bilancio, delle relative leve valutative e logiche di analisi. Inoltre, sono trattati argomenti di pianificazione e attuazione del modello di business, sempre in un’ottica di internazionalizzazione della produzione.

Il secondo modulo dal titolo “**Cenni di Statistica**”, affronta tematiche di Statistica aziendale e di Analisi di mercato al fine di fornire gli strumenti statistici necessari sia ai manager che agli analisti di mercato per prendere, in condizioni di incertezza, decisioni razionalmente fondate. Nel modulo vengono altresì descritti i metodi statistici necessari per la messa a punto delle strategie di marketing; così come vengono affrontate alcune problematiche aziendali quali l’analisi di un processo produttivo, la sua qualità e valutazione.

Il terzo modulo, dal titolo “**International Business**”, partendo dalle criticità dello sviluppo internazionale, tratta della pianificazione strategica per l’internazionalizzazione e dell’analisi dei mercati internazionali. Obiettivo principale del modulo è quello di trasmettere le competenze economiche e di gestione per competere sui mercati esteri, anche con l’ausilio di teorie e modelli di commercio internazionale, con particolari approfondimenti sul ruolo degli attori coinvolti in tale percorso e sulle nuove sfide ed opportunità.

Il quarto modulo dal titolo “**Destination Marketing**”, si pone l’obiettivo di trasmettere le conoscenze utili a orientare i problemi di indirizzo strategico e operativo delle destinazioni turistiche e degli attori in esso operanti. Si esamineranno le principali tematiche legate al turismo dal punto di vista del management e del marketing, partendo dai concetti di sistema territoriale e Destination Marketing Organization, per arrivare agli strumenti di analisi della competitività e attrattività di una destinazione turistica e delle imprese in essa presenti. Particolare attenzione è data alla politica di branding, considerata la sua importanza per il posizionamento delle imprese turistiche in un’ottica internazionale.

Il quinto modulo dal titolo “ **Finanza Aziendale**” si propone di fornire i principi fondamentali della Finanza Aziendale e di valutazione degli investimenti, con approfondimenti in materia di analisi del bilancio, analisi per indici e analisi dei flussi finanziari. Saranno, inoltre illustrate le scelte di capital budgeting, per porre in essere strategie finanziarie di breve e lungo termine; i meccanismi di realizzazione delle operazioni di finanza straordinaria, di Project Financing e di Partenariato Pubblico Privato. Infine, particolare attenzione è dedicata alla finanza per le start up, per trasmettere le informazioni sulle criticità per le nuove imprese nell’accesso ai mercati internazionali.

Il sesto modulo di “**Geografia ed Economia dei Territori**” è centrato sul rapporto fra territorio e sviluppo economico, con riferimento alle tematiche proprie dell’internazionalizzazione e delle imprese multinazionali. In particolare, sono affrontati i principali modelli tradizionali e nuovi della geografia economica e la relazione fra competitività e sviluppo territoriale alle diverse scale geografiche; nonché il ruolo che oggi riveste in Made in Italy nel contesto globale della competizione.

Il corso si completa con un project work relativo alla costruzione di un piano di sviluppo internazionale e/o con uno stage presso un’azienda attiva nei mercati esteri con il supporto delle Camere di Commercio Italiane all’estero.

<p><b>Adempimenti richiesti</b></p>	<p>Ai corsisti vengono richiesti i seguenti adempimenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• studio del materiale didattico, video e scritto, appositamente preparato;</li> <li>• superamento dei test di valutazione on-line;</li> <li>• superamento della prova finale in presenza.</li> </ul> <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>												
<p><b>Titoli ammissione</b></p>	<p>Diploma di laurea triennale o laurea magistrale o laurea vecchio ordinamento.</p>												
<p><b>Termini iscrizione</b></p>	<p><b>31 Gennaio 2017</b></p>												
<p><b>Condizioni</b></p>	<p>Il corso si attiva al raggiungimento di un <b>numero minimo di 50 partecipanti</b>.</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>												
<p><b>Quota di iscrizione</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>€ 1500,00</b> (ai quali si aggiungono € 50.00 per spese di bollo)</p> <p style="text-align: center;"><b>da versare in unica soluzione all'atto dell'iscrizione oppure mediante le seguenti rateizzazioni</b></p> <table border="1" data-bbox="528 1413 1477 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>31 Marzo 2017</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>500€</td> <td>30 Giugno 2017</td> </tr> </tbody> </table>		RATA	SCADENZA	1	500€ + € 50.00 per spese di bollo	all'atto dell'iscrizione	2	500€	31 Marzo 2017	3	500€	30 Giugno 2017
	RATA	SCADENZA											
1	500€ + € 50.00 per spese di bollo	all'atto dell'iscrizione											
2	500€	31 Marzo 2017											
3	500€	30 Giugno 2017											



<p><b>Modalità pagamento</b></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><b>UNIVERSITÀ TELEMATICA UNIVERISTAS MERCATORUM</b></p> <p>alle seguenti coordinate bancarie:</p> <p><b>IBAN IT24 M032 9601 6010 0006 7096 780</b></p> <p><b>Indicare nella causale del bonifico "Nome e Cognome del corsista" seguito dal <u>Codice del corso MA 0031 e edizione.</u></b></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><b>Titolo Rilasciato</b></p>	<p>Diploma Master Universitario di I° Livello.</p>
<p><b>Trattamento dati personali</b></p>	<p>I dati personali e sensibili saranno custoditi e trattati nel rispetto del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.</p>
<p><b>Iscrizione studenti stranieri</b></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 <a href="http://www.miur.it">www.miur.it</a>) 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><b>Informazioni</b></p>	<p><b>Per qualsiasi informazione inviare una e-mail al seguente indirizzo:</b></p> <p><a href="mailto:infomaster@unimercatorum.it">infomaster@unimercatorum.it</a> (di carattere amministrativo e didattico)</p> <p>o contattare il <b>NUMERO VERDE 800.185.458</b></p>