



INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT

Executive Master per la gestione
efficace dell'internazionalizzazione

edizione _ 2018

EXECUTIVE MASTER



Servizi per le Imprese
AGENCY FOR THE WORLD MARKET

DESTINATARI

Il corso si rivolge a imprenditori e manager di imprese marchigiane che hanno già intrapreso o stanno intraprendendo percorsi di sviluppo internazionale e a professionisti interessati ad approfondire le tematiche oggetto del corso.

In particolare, il corso è rivolto a:

| **chi decide l'internazionalizzazione:**
imprenditori, amministratori delegati e chi è direttamente coinvolto nelle scelte strategiche dell'impresa

| **chi gestisce l'internazionalizzazione:**
direttori, responsabili commerciali e marketing, export area manager e chi si occupa della gestione dei mercati internazionali

| **chi controlla l'internazionalizzazione:**
direttori e responsabili finanziari e amministrativi, responsabili ufficio legale e, in generale, chi è coinvolto nei processi di controllo dello sviluppo internazionale della propria azienda.

PROGRAMMA A MODULI

1 PIANIFICARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

TEMATICHE

| il marketing strategico e internazionale:
applicazioni pratiche
| i fondamenti dell'imprenditoria
e del management per l'internazionalizzazione

GIORNATE

2

1

2 VENDERE ALL'ESTERO

| la gestione efficace della distribuzione all'estero
| metodologie e strumenti low cost
per l'ampliamento e la gestione del parco clienti
| l'impatto delle abilità relazionali sul business

1

1

1

3 TUTELARE IL PROPRIO BUSINESS

| la contrattualistica internazionale
| la tutela della proprietà intellettuale

2

1

4 TECNICHE DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI

| le tecniche doganali e i trasporti internazionali
| la fiscalità internazionale
| i pagamenti internazionali

1

1

1

MODULO EXTRA:

WEB E INTERNAZIONALIZZAZIONE

| *web marketing e digital marketing* nell'era dell'e-commerce
| i social network come strumento di business

2

1

MODALITÀ E QUOTE DI ISCRIZIONE

Per favorire la massima flessibilità nella fruizione del percorso formativo, i partecipanti possono scegliere anche soltanto **uno o più moduli**, in base alle proprie specifiche esigenze, costruendo così un percorso formativo personalizzato. La quota di partecipazione a tutto il master è di € 1.120. Sono inoltre previste **agevolazioni** per quelle imprese che vorranno coinvolgere due o più collaboratori. La **scheda di iscrizione**, debitamente compilata, scaricabile dal sito www.marchet.it/formazione, dovrà pervenire tramite fax al numero 071 5898265 o email marchet@an.camcom.it

Scadenza iscrizioni: 16 ottobre 2018.

QUOTE DI ISCRIZIONE

Marchet sosterrà una parte dei costi di realizzazione del master, rendendo pertanto la quota di iscrizione particolarmente vantaggiosa.

NUMERO MODULI ACQUISTATI	COSTO
1	€ 295
2	€ 570
3	€ 850
4	€ 1.120

PAGAMENTO

Il pagamento della quota di iscrizione dovrà essere effettuato tramite bonifico bancario dopo la comunicazione di ammissione da parte di Marchet, sul conto corrente Credito Valtellinese S.c. - Filiale di Ancona c.so Stamira, 44 - codice IBAN IT95H0521602602000007802132 (indicare nella causale: Executive Master 2018)

Tempistiche di pagamento:

| per chi acquista **3 o più moduli**: anticipo di € 570 entro il 16 ottobre 2018 e saldo entro il 16 dicembre 2018

| per chi acquista fino a **2 moduli**: 25% al momento della comunicazione di ammissione e saldo una settimana prima dell'avvio del modulo scelto

L'aula sarà composta da un numero massimo di 15 partecipanti.

Le aziende iscritte a **Fondimpresa** possono finanziarsi la quota di iscrizione al master tramite i **voucher** per la formazione.

DURATA E SEDE

| 102 ore

| 17 giornate (il venerdì intera giornata e il sabato mattina)

Camera di Commercio di Ancona
Largo XXIV Maggio1, Ancona.



PROGRAMMA

modulo 1

PIANIFICARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE: DA "ESPORTATORE PER CASO" A "INTERNATIONAL MANAGER"

Il marketing strategico e internazionale:
applicazioni pratiche

26 ottobre (h 9-18) e 27 ottobre (h 9-14)

- | l'analisi mercato/prodotto: come formulare il concetto di business e di mercato
- | inquadramento generale del marketing strategico, con l'ausilio di modelli pronti per l'uso
- | il processo di segmentazione: tecniche operative ed empiriche | quick-segmentation
- | il targeting: metodi di matching per la scelta dei segmenti
- | le metodologie tabellari e grafiche per la definizione del posizionamento
- | esercitazione su modelli in excel per il marketing strategico
- | la SWOT analysis: l'analisi delle forze/debolezze e delle minacce/opportunità
- | procedimenti tecnici per individuare i fattori critici di successo e le forze/debolezze aziendali e per valutare le opportunità/minacce ambientali

- | l'analisi di impatto incrociato SWOT, l'individuazione delle strategie, i procedimenti di ranking-rating per la scelta delle strategie ottimali
- | esercitazione su modelli in excel per l'analisi SWOT
- | lo sviluppo di un business plan internazionale, in ottica di marketing
- | business case ed esercitazione su software appositi

I fondamenti dell'imprenditoria e del management per l'internazionalizzazione

9 novembre (h 9.30-17.30)

- | definizione degli obiettivi quali-quantitativi aziendali e di internazionalizzazione
- | il rapporto azienda-mercato visto attraverso il conto economico di marketing e vendita
- | un modello per prendere corrette decisioni e sviluppare curva di esperienza
- | organizzazione, gestione e controllo aziendale per l'internazionalizzazione
- | i principi della gestione multi-business

modulo 2

VENDERE ALL'ESTERO: COME CERCARE, RAGGIUNGERE E GESTIRE I CLIENTI IN MODO EFFICIENTE

La gestione efficace della distribuzione all'estero

23 novembre (h 9.30-17.30)

- | strategie di entrata e di presenza nei mercati esteri
- | la gestione del rapporto con l'agente estero
- | la gestione del rapporto con l'importatore/distributore estero
- | il problema dell'esclusiva
- | la presenza diretta sui mercati esteri
- | la gestione del portafoglio mercati esteri
- | come costruire le proprie offerte di fornitura all'estero
- | esercitazione

Metodologie e strumenti low cost per l'ampliamento e la gestione del parco clienti

10 novembre (h 9.30-13)

24 novembre (h 9.30-13)

- | banche dati e strumenti web a supporto del marketing e delle vendite internazionali
- | strumenti operativi a disposizione della funzione commerciale-marketing: Google Adwords, Google Trends, Sendblaster/Mailchimp
- | e-mailing e telemarketing per attività di prospecting e per le relazioni loyalty-based, anche nel mondo B2B
- | la customer satisfaction e i sistemi open source di CRM

L'impatto delle abilità relazionali sul business

30 novembre (h 9.30-17.30)

- | negoziare: principi e strumenti per una negoziazione efficace
- | come riconoscere gli stili comportamentali dei clienti
- | chi è il cliente difficile?
- | come scegliere la strategia durante la trattativa di vendita
- | leve e strumenti per la gestione del conflitto
- | la dimensione interculturale nella comunicazione e nella relazione

modulo 3

TUTELARE IL PROPRIO BUSINESS: PATTI CHIARI OLTRE LA STRETTA DI MANO

La contrattualistica internazionale

11 e 25 gennaio 2019 (h 9.30-17.30)

- | tecniche contrattuali nei rapporti economici internazionali
- | strutturazione di un contratto internazionale
- | la vendita internazionale e le condizioni generali
- | quadro sinottico sulla legge applicabile
- | quadro sinottico sulla risoluzione delle controversie
- | il contratto internazionale di agenzia
- | il contratto di distribuzione internazionale
- | lettera di intenti e prospetto di fattibilità
- | accordo generale di joint venture

La tutela della proprietà intellettuale

26 gennaio 2019 (h 9-14)

- | la tutela del marchio a livello nazionale: requisiti di registrabilità e procedure di deposito
- | l'importanza della ricerca di anteriorità attraverso la consultazione di banche dati specialistiche
- | l'estensione del marchio a livello internazionale e i nomi di dominio
- | la difesa delle idee innovative attraverso l'utilizzo del brevetto
- | l'estensione del brevetto a livello europeo e internazionale: procedure di deposito e vantaggi
- | il ruolo degli organismi europei e internazionali nella tutela della proprietà industriale



TECNICHE DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI: QUELLO CHE SI DEVE SAPERE PER EVITARE LE "BRUTTE SORPRESE"

Le tecniche doganali e i trasporti internazionali

8 febbraio 2019 (h 9.30-17.30)

- | esportatore, spedizioniere e vettore: ruolo e responsabilità delle parti
- | problematiche connesse alle varie tipologie di trasporto
- | gli elementi del trasporto (prodotto, imballaggio, mezzo di trasporto)
- | diritto e tecnica doganale (analisi dei principali documenti doganali e dei trasporti)

- | le bollette doganali, l'origine della merce, il DAE e l'appuramento del codice MRN, le esportazioni triangolari
- | le esportazioni a groupage, l'obbligo di trasmissione telematica delle bollette doganali
- | il contratto di spedizione, trasporto, assicurazione e logistica integrata
- | guida ragionata ai termini Incoterms 2010

La fiscalità internazionale

9 febbraio 2019 (h 9.30-13)

23 febbraio 2019 (h 9.30-13)

- | concetto di territorio fiscale e doganale comunitario: territorio della Repubblica Italiana, territorio comunitario, territorio extra-comunitario
- | la territorialità nelle operazioni relative alla cessione di beni mobili e immobili
- | novità in vigore dal 01.01.2013 in tema di fatturazione: contenuto, termini di emissione, indicazioni obbligatorie
- | le cessioni all'esportazione (dirette, indirette, assimilate)
- | le operazioni intracomunitarie
- | presentazione e compilazione degli elenchi Intrastat
- | le operazioni complesse: operazioni triangolari e quadrangolari
- | ultimi chiarimenti dell'Agenzia delle Entrate

sulle prove nelle operazioni triangolari
| sentenza Corte di Giustizia
Ue C-587/10 del 27.09.2012 e C-273/11 del 06.09.2012

I pagamenti internazionali

22 febbraio 2019 (h 9.30-17.30)

- | il credito estero, individuazione e gestione dei rischi
- | la differenza fra strumenti assicurativi e finanziari
- | le variabili critiche: importo, paese, merce, forza contrattuale, cliente
- | come definire le condizioni di pagamento
- | assicurazione dei crediti
- | il credito documentario
- | le implicazioni tra la lettera di credito e gli Incoterms
- | la prestazione di pagamento delle banche
- | l'utilizzo del credito (spedizioni e/o utilizzi parziali, redazione dei documenti)
- | il ruolo delle banche e le conseguenti obbligazioni: banca emittente, confermate, avvisante e rimborsante
- | la lettera di credito stand-by
- | le garanzie bancarie internazionali

modulo extra

il modulo extra sarà offerto gratuitamente a chi acquista almeno tre dei quattro moduli che costituiscono il percorso executive.

WEB

E INTERNAZIONALIZZAZIONE: SE NON CI SEI NON ESISTI

*Web marketing e digital strategy
nell'era dell'e-commerce*

8 marzo 2019 (h 9.30-17.30)

9 marzo 2019 (h 9.30-13.00)

- | cos'è il digital marketing
- | l'evoluzione delle aziende online e del comportamento di consumo
- | come integrare il digital all'interno del marketing tradizionale
- | le basi di una strategia online

- | e-commerce strategies & management: come vendere online
- | le piattaforme digitali: e-commerce, sito web, landing page, mobile app
- | fare business con i Social Media
- | consumatori/utenti come generatori di contenuti
- | le parti essenziali per una buona strategia di Social Media marketing
- | S.E.O. - ottimizzare la propria presenza sui motori di ricerca
- | S.E.M. - le attività di promozione strategiche, svolte sui motori di ricerca, per generare traffico di valore al sito web
- | display ADV - Google Adwords e le sue funzionalità sia di keyword advertising che di display advertising
- | web analytics: l'analisi dei dati per comprendere a fondo le esigenze dei vostri clienti
- | mobile marketing: come raggiungere il cliente nel posto giusto al momento giusto
- | l'importanza del monitoraggio e della misurazione dei risultati
- | misurazioni quantitative vs misurazione qualitative
- | reputation management
- | tools di misurazione e monitoraggio

I social network come strumento di business

22 marzo 2019 (h 9.30-17.30)

23 marzo 2019 (h 9.30-13.00)

- | il marketing su Facebook
- | la "costruzione" di pagine aziendali
- | come coinvolgere gli utenti/clienti
- | best practices per realizzare una pagina business di successo
- | come promuovere la propria pagina Facebook
- | twitter: profili personali e aziendali e integrazione con gli altri social
- | twitter Ads: come creare una campagna di annunci per i propri obiettivi aziendali
- | blogging e micro-blogging
- | utilizzo di blog esistenti per la promozione
- | linkedIn come Social Media per il B2B
- | linkedIn: creazione di pagine aziendali; community management; campagne ADV
- | google+: piattaforma di integrazione tra web e social media e strumento di integrazione dei servizi di Google
- | instagram: utilizzare in modo originale ed efficace l'immediatezza del visual content



breve profilo dei docenti

ANTONIO FERRANDINA

Esperto di marketing, pianificazione e controllo strategico. Autore di diversi libri e pubblicazioni, è attualmente docente di Organizzazione e Marketing delle aziende turistiche presso l'Università del Molise, docente senior area Marketing alla Luiss Business School e presso la John Cabot University. Consulente e formatore per enti pubblici e aziende private, collabora con riviste manageriali ed ha curato la progettazione di modelli quantitativi per il marketing planning di importanti aziende.

MARIA LETIZIA DINI

Formatore e coach, specializzata nello sviluppo delle capacità manageriali. Svolge attività di consulenza per lo sviluppo organizzativo e del personale, in accompagnamento a processi di cambiamento. In precedenza, oltre un decennio di esperienza in azienda in ruoli di responsabilità direzionale. Professore a contratto dell'Università degli Studi Carlo Bo di Urbino presso il corso di laurea in Comunicazione interculturale di impresa. Componente di nuclei di valutazione della performance della dirigenza.

MARCO CURTI

È stato Export Manager e poi Direttore Commerciale in aziende del settore metalmeccanico. A seguire, molte esperienze in settori diversi, sia industriali che di servizio, quale socio fondatore e partner operativo di due società di consulenza di cui una di direzione strategica e l'altra di marketing d'acquisto internazionale. Notevole l'esperienza anche in termini formativi grazie alla lunga collaborazione con Centri di Formazione e Business School. Collabora da tempo all'implementazione di modelli di supporto alle decisioni e ad oggi svolge la professione di Consulente di Direzione free-lance in area Marketing, Vendite e Commercio Internazionale.

LUCA TOCCACELI

Temporary export manager, consulente aziendale e formatore in ambito marketing, vendite e commercio internazionale. Si occupa della gestione e dello sviluppo delle vendite estere, affianca le aziende nella pianificazione commerciale strategica e nell'organizzazione dell'ufficio commerciale estero. Si occupa inoltre della formazione del personale preposto alla gestione dei rapporti commerciali esteri e collabora con enti e istituzioni nazionali ed internazionali con incarichi di consulenza e formazione manageriale.

MICHELE LENOCI

Avvocato d'impresa, è consulente esperto in direzione e organizzazione aziendale e si occupa di marketing internazionale, promozione export e fiere, creazione ufficio export, ricerca partner commerciali esteri ed e-commerce. Svolge attività di consulenza a favore di imprese, associazioni industriali e delle PMI, cooperative e Camere di Commercio. È membro dell'Associazione Italiana Formatori AIF dal 2000 e svolge attività di docenza per svariate business school (Master Il Sole 24 Ore, Cuoia Vicenza, Forpin, ICE e NIBI). È autore di diversi articoli pubblicati sul giornale "AE - Attività con l'Estero".

MARCO TUPPONI

Avvocato civilista specializzato in contrattualistica nazionale ed internazionale, consulente aziendale e formatore professionale esperto nel commercio estero.

Professore a contratto di Diritto dell'impresa avanzato presso la Facoltà di Economia dell'Università di Bologna (sede di Forlì).

Svolge abitualmente attività didattica nei Master organizzati da: Il Sole 24 Ore, l'ICE, il CUOA e nei seminari organizzati dalle Camere di Commercio e dalle associazioni di categoria.

Tra le sue pubblicazioni "I contratti di distribuzione commerciale" edizioni MAGGIOLI; "Il contratto di Joint Venture" edizioni EsseLibri 2004; "Le Joint Ventures ed il Contratto di Rete" Edizioni CEDAM 2012, oltre a numerosi articoli su riviste specialistiche.

GIUSEPPE DE MARINIS

Consulente aziendale e formatore per il commercio con l'estero per conto di varie associazioni di categoria ed enti di formazione. Svolge attività di docenza presso l'ICE, Il Sole 24 Ore, CUOA, ISTAO

e altri importanti scuole di formazione manageriale. Socio di Commercio Estero Network, opera in qualità di esperto in contrattualistica internazionale, diritto e tecnica doganale e dei trasporti internazionali. Professore a contratto di International trade law and WTO rules presso l'Università di Macerata (anno accademico 2016/2017) e Cultore della materia presso la cattedra di Diritto privato comparato presso la Facoltà di Giurisprudenza di Bologna e di Diritto dell'impresa avanzato presso la Facoltà di Economia e Commercio Università di Bologna (Sede di Forlì).

TOMMASO FONTI

Partner dello Studio Legale Bacciardi and Partners, dove presiede il dipartimento di Fiscalità Internazionale.

Si occupa di IVA internazionale, fiscalità internazionale (e, più precisamente, stabile organizzazione, residenza fiscale delle società e delle persone fisiche, transfer pricing, convenzioni contro le doppie imposizioni sui redditi, cfc, tassazione dei flussi derivanti dagli investimenti esteri) e diritto applicabile alle assegnazioni di lavoratori all'estero.

Ha conseguito il "Master of Advanced Studies in International Tax Law" presso l'International Tax Center di Leiden (Olanda).

Svolge attività di consulenza e di docenza in seminari formativi a favore di imprese, associazioni industriali, cooperative e Camere di Commercio.

È membro del network internazionale IR Global.

ALESSANDRO RUSSO

Avvocato internazionalista specializzato in Diritto commerciale internazionale, si occupa di contenzioso, sistemi di pagamento, recupero crediti all'estero e diritto societario nazionale ed internazionale.

È professore a contratto di Lingua giuridica presso la facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Bologna, sede di Ravenna e Cultore di Diritto del Commercio Internazionale presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Macerata e di Diritto dell'Impresa avanzato presso la facoltà di Economia di Forlì.

Svolge abitualmente attività di consulenza ed attività didattica nei Master organizzati da: Il Sole 24 Ore, l'ICE, il CUOA e nei seminari organizzati dalle Camere di Commercio e dalle associazioni di categoria.

MASSIMO TEGON

Da sempre appassionato di comunicazione e attento alle nuove tendenze, si applica dapprima alla promozione pubblicitaria sui canali tradizionali e poi su quelli più innovativi.

Dal 1986 ha alternato occupazioni di natura commerciale sia nella vendita propriamente detta (B2B e B2C) che nel marketing.

Nel 2005 fonda Marketing Informatico srl, società con diverse sedi in Italia, il cui scopo è quello di assistere le imprese nella loro presenza on line, allo scopo di massimizzare le vendite.

Svolge attività di docenza sui temi della comunicazione, del web marketing, dell'e-commerce, nei corsi organizzati da diverse Camere di Commercio e associazioni di categoria, oltre ad una continuativa attività di consulenza alle imprese.

STEFANIA D'ALESSANDRO

Consulente aziendale, si occupa di marketing e web marketing dal 2006 e supporta le imprese nella realizzazione di piani di marketing e analisi di mercato.

È dipendente della società Marketing Informatico srl ed è specializzata in online advertising, copywriting in ottica SEO e di attività SEO, oltre che nella gestione efficace dei social network per il business.

È formatrice sui temi di propria competenza, in corsi organizzati da diverse Camere di Commercio, associazioni di categoria ed imprese private.



Servizi per le Imprese
AGENCY FOR THE WORLD MARKET



www.marchet.it

© 2018 Marchet

Marchet | Azienda Speciale
della Camera di Commercio di Ancona

Largo XXIV Maggio 1, 60123 Ancona - Italy
T +39 071 20 72 913 | F +39 071 58 98 265
marchet@an.camcom.it

Marchet, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Ancona, è al fianco delle imprese per aiutarle a rendere i loro progetti d'internazionalizzazione una realtà concreta.

Dal 2002 circa 3.500 aziende hanno partecipato con noi a fiere internazionali e a progetti promozionali.

Consideriamo l'aggiornamento e la specializzazione del personale un grande vantaggio competitivo per le imprese, tanto che offriamo loro continue occasioni di crescita tramite corsi specialistici, convegni, seminari e giornate paese.

Circa 4.000 tra imprenditori, manager, operatori o giovani

laureati, hanno partecipato fino ad oggi alle nostre attività formative.

Siamo consapevoli che operare nei mercati esteri costituisce una sfida nuova, alla quale non è possibile rispondere con un atteggiamento incerto o conservatore.

Con l'executive master **International Business Management**, vogliamo quindi favorire lo sviluppo di conoscenze e capacità considerate essenziali per operare in contesti economici orientati all'internazionalizzazione e per svolgere funzioni con responsabilità manageriale in aziende multinazionali o italiane, con spiccata propensione all'export.

