

## **MASTER IN INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA**

**27 ottobre 2007 – 12 aprile 2008**

Il Master è rivolto a Imprenditori e Manager che vogliono sviluppare un progetto di internazionalizzazione della propria Impresa. Nelle 8 giornate verranno affrontati tutti i passi che l'azienda deve compiere per portare a termine con successo il processo di internazionalizzazione. Si studierà come analizzare le potenzialità dei mercati in relazione ai propri prodotti, come preparare le strategie di ingresso per posizionarli correttamente, oltre a conoscere e valutare gli aspetti legali, contrattuali, distributivi ed economici.

Il Master è organizzato in collaborazione con ADICO, associazione fondata nel 1964 che riunisce coloro che si occupano professionalmente di Marketing e di Vendite.

Il percorso formativo del Master in Internazionalizzazione d'Impresa prevede la preparazione, da parte di ogni partecipante, di un progetto di internazionalizzazione della propria azienda (**Project work**). Al termine delle 8 giornate del Master, ogni partecipante avrà a disposizione mezza giornata per la presentazione del progetto. Durante l'incontro individuale, che avverrà in data concordata, il progetto sarà discusso e valutato con il Dr. Serre, coordinatore del Master.

Nelle giornate del Master, ADICO, co-promotrice del corso, organizzerà degli incontri con testimonianze e case history di aziende e imprenditori che hanno intrapreso con successo l'internazionalizzazione della propria impresa: queste testimonianze si svolgeranno durante la pausa pranzo, dalle ore 13 alle ore 14.

### **Benefici**

- Gestire l'internazionalizzazione dell'azienda in modo integrato e attraverso l'uso di una metodologia di valutazione delle opportunità
- Superare gli aspetti emotivi e creare una strategia di internazionalizzazione
- Ottimizzare le risorse disponibili e focalizzare l'attenzione sui paesi veramente "compatibili" con i nostri prodotti evitando avventure e rischi
- Conoscere e gestire tutti gli aspetti organizzativi e gestionali innescati dalla decisione di internazionalizzazione della propria azienda: Marketing strategico internazionale, aspetti contrattuali, fiscali, commerciali e distributivi, logistica, aspetti interculturali, aspetti legali relativi alla tutela di marchi e brevetti, comunicazione, Business Plan.
- Conoscere e confrontare esperienze di internazionalizzazione realizzate da altre imprese al fine di poter valutare diversi approcci e risultati.

### **Coordinatore del Master e Docente: IVANO SERRE**

Titolare di uno studio di consulenza specializzato nel marketing strategico e nell'internazionalizzazione d'impresa. E' Autore del libro: "L'altra internazionalizzazione"; 2005, Ed. Augusta.

### **Gli organizzatori del Master:**

**ADICO**, fondata nel 1964, è l'associazione che riunisce coloro che si occupano professionalmente di marketing e di vendite.

**CESMA**, fondato nel 1968, da circa 40 anni si occupa di formazione aziendale nell'area del marketing e delle vendite, organizzando Master, corsi intensivi e corsi ad hoc per le aziende. I formatori CESMA sono imprenditori e manager che attraverso le proprie capacità di formatori trasferiscono ai partecipanti le proprie esperienze lavorative.

## Lo scenario dell'internazionalizzazione

- Sabato 27 ott. M **Michele Cimino:** Apertura del Master e presentazione dei partecipanti  
**Ivano Serre:** La prima fase della globalizzazione ▪ Piccole e Medie imprese: sviluppo o declino? ▪ La globalizzazione dei mercati ▪ Il ruolo dell'Unione Europea e la struttura dell'economia mondiale ▪ La decisione di internazionalizzarsi ▪ Muoversi nei mercati digitali ▪ PMI globali o equilibristi sulla "Rete"? ▪ Le regole del marketing nell'era digitale
- Sabato 27 ott. P **Ivano Serre:** A cosa serve il marketing? ▪ Il piano di marketing ▪ Le strategie del marketing e la scelta del target ▪ Il marketing mix ▪ Il Marketing management

## Il piano di Marketing

- Sabato 24 nov. M **Ivano Serre:** Una visione completa del progetto di internazionalizzazione ▪ Il piano di Marketing: strumento di orientamento per l'imprenditore ▪ La SWOT analysis ▪ Come selezionare o analizzare il nuovo mercato ▪ L'analisi dei percorsi ▪ Il principio di imitazione delle aziende ▪ La suddivisione per indici
- Sabato 24 nov. P **Ivano Serre:** La suddivisione per fasi economiche ▪ La Check List per individuare i potenziali luoghi per l'investimento ▪ L'analisi socio-politica ed economica ▪ L'analisi degli indici economici ▪ Analisi della domanda ▪ Analisi delle correlazioni tra prodotto/mercato/segmento ▪ Analisi del segmento competitivo allargato

## Project Work

- Sabato 15 dic. M **Ivano Serre:** Avvio del Project Work individuale e modalità di realizzazione
- Sabato 15 dic. P **Ivano Serre:** Definizione di una graduale vendita indiretta all'estero ▪ Apertura di canali di vendita diretta nei mercati selezionati ▪ Graduale ingresso dell'azienda sul mercato ed eventuale inizio di produzione in loco

## Il Budget e il Business Plan

- Sabato 12 gen. M **Carlo Santagostino:** La costruzione del Budget ▪ Il vantaggio di avere un piano ▪ L'idea imprenditoriale: condizione necessaria ma non sufficiente ▪ La creazione di alcuni semplici strumenti di controllo di gestione nell'internazionalizzazione ▪ Il sistema di Reporting
- Sabato 12 gen. P **Carlo Santagostino:** Aspetti della gestione d'impresa: gli equilibri finanziari, la dinamica economica finanziaria ▪ Dal Budget al Business Plan ▪ L'utilità delle previsioni attraverso l'uso degli obiettivi: valutazione delle prestazioni ▪ Analisi dei flussi finanziari ▪ I fabbisogni e le fonti finanziarie

## La Legislazione e la gestione fiscale

- Sabato 16 febb. M **Fulvio Mastrangelo:** La creazione di una *joint venture* internazionale: gli aspetti da regolare nel contratto di *joint venture* internazionale ▪ Ufficio di rappresentanza, branch, subsidiary, etc, alternative a confronto ▪ Vincoli e le opportunità nell'internazionalizzazione della variabile fiscale ▪ Aspetti fiscali e doganali della vendita di beni all'estero: territorialità dell'imposta sul valore aggiunto, cessione all'esportazione e assimilate, servizi internazionali o connessi agli scambi internazionale
- Sabato 16 febb. P **Francesca Monica Cocco:** La corretta scelta dello strumento giuridico: agente plurimandatario o monomandatario, distributore ▪ L'importanza della forma giuridica di un contratto con il partner estero ▪ La negoziazione e la conclusione del contratto internazionale ▪ I problemi da regolare in un contratto di vendita internazionale

## Scelte strategiche per il nuovo mercato. La comunicazione

- Sabato 8 mar. M **Ivano Serre:** L'importanza della scelta strategica adeguata al nuovo mercato ▪ L'offerta dello stesso prodotto ▪ La rielaborazione del prodotto di riferimento ▪ La realizzazione di un prodotto per il mercato globale
- Sabato 8 mar. P **Ivano Serre:** Come far conoscere la nostra azienda in un nuovo mercato ▪ Le diverse forme di promozione ▪ Come comunicare la pubblicità ▪ La partecipazione a fiere, mostre, esposizioni, workshop  
**Matteo Panelli:** Un corretto approccio ai finanziamenti pubblici per le imprese ▪ I regolamenti finanziari e i relativi finanziamenti

## Il ruolo della tecnologia e lo sviluppo della logistica

- Sabato 29 mar. M **Mario Soavi:** I vantaggi di essere presenti su Internet ▪ Il passaggio da effettuare in impresa, prima di ottimizzare il proprio sito ▪ Come presentare al meglio la nostra azienda su Internet ▪ Il webmarketing: quali azioni sviluppare per il sito dell'azienda

Sabato 29 mar. P

**Guido Bongo:** La logistica economica ▪ Il ruolo della logistica nel sistema economico di un Paese ▪ La logistica come fattore di competitività ▪ Le tendenze attuali ▪ La politica italiana ed europea nel settore della logistica ▪ Le criticità del sistema logistico italiano ed europeo ▪ Le proposte di intervento di "policy" ▪ La logistica come "strumento" aziendale

### La gestione di brevetti e marchi. Prospettive e obiettivi della formazione transculturale

Sabato 12 apr.

**Luigi Boggio:** I brevetti e i marchi nella strategia di impresa: il patrimonio tecnologico e di immagine ▪ I brevetti: i diversi tipi di brevetti, i requisiti di brevettabilità delle invenzioni, le modalità di deposito dei brevetti ▪ Il design industriale nazionale e comunitario ▪ I marchi: le strategie di tutela internazionale e le modalità di deposito ▪ Le ricerche su brevetti e marchi ▪ La proprietà industriale nella contrattualistica d'impresa

### Orari e tempi

La formula prevista per il Master in Internazionalizzazione d'Impresa è caratterizzata da **8 giornate per una durata complessiva di 64 ore**. Il corso si svolgerà nelle giornate di **sabato dalle ore 9.30 alle ore 17.30**. **Le date delle giornate del corso sono indicate nel programma.**

### Quota di partecipazione e agevolazioni

Quota di partecipazione

**€ 3.260** (IVA esclusa)

Per i **soci ADICO**

**sconto € 400** (IVA esclusa)

Per iscrizioni **entro il 30 settembre 2007**

**sconto 10%**

Per iscrizioni da parte di privati **senza Partita IVA**

**sconto 10%**

**(gli sconti sono cumulabili)**

### Possibilità di finanziamento 6 mesi a tasso zero

La quota di iscrizione è comprensiva delle giornate di formazione, del materiale didattico e della documentazione. Al termine del Master verrà consegnato ai partecipanti l'attestato di partecipazione.

I posti disponibili per il Master sono 15. E' previsto lo svolgimento di un colloquio di ammissione.

### Segnala un amico

Tutti gli iscritti ad un Master Cesma che ci segnaleranno un amico interessato ad iscriversi ad un Master o ad un corso Cesma, riceveranno, se l'iscrizione andrà a buon fine: € 100 + IVA in caso di iscrizione ad un modulo di un Master o ad un Corso Intensivo € 250 + IVA in caso di iscrizione ad un Master Completo

### Per informazioni

**CESMA – Centro Esperienze e Studi di Management – C.so Magenta, 56 – 20123 Milano. Scrivere a [info@cesma.org](mailto:info@cesma.org) o telefonare allo 02 4819121 oppure visitare il sito [www.cesma.org](http://www.cesma.org)**