

INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT

percorso formativo per la gestione
efficace dell'internazionalizzazione

edizione _ 2018

EXECUTIVE MASTER

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: 26 giugno 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 26 giugno 2018 e saldo entro il 30 settembre 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 Maggio 1, Ancona.

PROGRAMMA

modulo 1

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

Il marketing strategico e internazionale:
applicazioni pratiche

6 luglio (h 9-18) e 7 luglio (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
20 luglio (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
14 settembre (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

15 settembre (h 9.30-13)

29 settembre (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

28 settembre (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

16 e 26 ottobre (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

27 ottobre (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

9 novembre (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

10 novembre (h 9.30-13)

24 novembre (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

23 novembre (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

30 novembre (h 9.30-17.30)

1 dicembre (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

14 dicembre (h 9.30-17.30)

15 dicembre (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



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.

