

Corso - 14/11/2024

Executive Program - percorso manageriale

Percorso manageriale dell'Executive Program General Management nella filiera dei Beni Strumentali

Programma

Il percorso include i moduli dell'Executive Program General Management nel settore dei Beni Strumentali sulla gestione manageriale dell'impresa, dalla comprensione del contesto industriale alle sfide di gestione, il bilancio, l'analisi della performance aziendale, la gestione di vendite, marketing e risorse umane.

MEGATRENDS 2030

giovedì 14 novembre h 17.00 – 19.00

Visione prospettica delle tendenze del settore.

GENERAL MANAGEMENT E SISTEMA AZIENDA

19 ore

Venerdì 22 novembre h 10.00-18.00 on campus Modena

Sabato 23 novembre h 9.00-13.00 on campus Modena

giovedì 28 novembre h 16.00-20.00 online live

4 ore FAD asincrona

Il modulo intende guidare i partecipanti nella comprensione del contesto industriale di riferimento e le dinamiche competitive in esso presenti, analizzare l'impatto dei megatrend sulla gestione, analizzare il comportamento e le performance delle imprese in differenti condizioni di concorrenza e diverse strutture di mercato e valutare la posizione competitiva di un'impresa e usare degli strumenti per il suo miglioramento

- La Digital Transformation: l'impatto delle nuove tecnologie sui modelli di business
- L'ambiente esteso e competitivo; sistema dei beni strumentali
- La filiera produttiva e la catena del valore
- Elementi di organizzazione aziendale
- Lo sviluppo organizzativo e la gestione del cambiamento
- Scelte strategiche per lo sviluppo sostenibile
- Innovazione e modelli di business: Adventure LAB
- Business Game Simulation

ECONOMICS D'IMPRESA

27 ore

giovedì 9 gennaio h 16.00-19.00 online live

venerdì 24 gennaio h 10.00-18.00 on campus Milano

sabato 25 gennaio h 9.00-13.00 on campus Milano

giovedì 30 gennaio h 16.00-20.00 online live

giovedì 6 febbraio h 16.00-19.00 online live

6 ore FAD asincrona

Attraverso questo modulo formativo i partecipanti saranno in grado di comprendere la costruzione del bilancio e interpretare i principali valori del bilancio di esercizio, analizzare le performance aziendali, valutare gli strumenti di controllo dei costi, discutere le metodologie di valutazione degli investimenti

- Guida al bilancio e alla lettura dei dati economico finanziari

- Le tipologie di riclassificazione del bilancio
- Indicatori di bilancio e diverse tipologie di analisi: solidità, liquidità, redditività
- Guida alla finanza d'impresa
- Il rendiconto finanziario
- Come si costruisce un flusso di cassa: margine di contribuzione, EBITDA, EBIT ecc.
- Metodologie di valutazione degli investimenti
- La struttura finanziaria aziendale fra capitale proprio e capitale di credito
- Guida agli strumenti di controllo dei costi in azienda
- Costi fissi e variabili: la leva operativa e il Make or Buy
- Costi diretti e indiretti
- Budget, Reporting e Performance management
- L'analisi degli scostamenti
- Case Competitions

MARKETING & COMMUNICATION MANAGEMENT

19 ore

giovedì 3 aprile h 16.00-20.00 online live

venerdì 11 aprile h 10.00-18.00 on campus Milano

sabato 12 aprile h 9.00-13.00 on campus Milano

4 ore FAD asincrona

Nel modulo formativo verranno analizzati modelli, processi, strumenti e tecniche essenziali per guidare analisi, decisioni e gestione nel campo del marketing. Si approfondiranno i fondamenti del marketing e gli elementi cruciali della comunicazione per creare valore per i clienti e costruire relazioni durature con loro, con un focus sul ciclo di vita della relazione, quali l'acquisizione, la retention e lo sviluppo. Inoltre, si esaminerà attentamente le dinamiche dei bisogni dei consumatori e dei processi decisionali, insieme ai processi di comunicazione

- DI CHE COSA SI OCCUPA IL MARKETING OGGI?
- Dal classico marketing management (Kotler) al Marketing per una società migliore
- Le grandi sfide del mondo di oggi e il contributo del Marketing
- Marketing Management e Customer management: nuove competenze e nuove responsabilità nate intorno al cliente.
- Il Marketing nel mondo fisico e il Marketing nel mondo digitale
- La creazione di valore per il cliente e il valore percepito per il cliente: i fattori determinanti
- Customer Journey, customer Experience e omni-canalità.
- BRAND MANAGEMENT
- Valori dell'azienda, Mission e Vision: punto di partenza per la definizione della Brand Identity
- Brand Identity, Brand Image e Brand Positioning
- La gestione della Brand Architecture e delle Brand Extension
- LA COMUNICAZIONE AZIENDALE
- I principi base
- Lo Story Telling
- Comunicazione classica e comunicazione digitale: punti di contatto e differenze
- Gli Stakeholder della comunicazione aziendale
- La strategia complessiva di comunicazione

SALES MANAGEMENT

19 ore

giovedì 12 giugno h 16.00-20.00 online live

venerdì 20 giugno h 10.00-18.00 on campus Modena

sabato 21 giugno h 9.00-13.00 on campus Modena

4 ore FAD asincrona

Il modulo formativo approfondisce elementi di Sales Management volti a disegnare strategie di vendita efficaci. In particolare, ci si concentrerà sulle tecniche di vendita e negoziazione per comunicare il valore dei prodotti e servizi, concentrarsi sulle prestazioni e migliorare gli aspetti di vendita, per ottimizzare le performance. Si analizzeranno anche le strategie di pianificazione delle vendite.

LEADERSHIP, HR, ORGANIZZAZIONE

19 ore

Giovedì 2 ottobre h 16.00-20.00 online live

venerdì 10 ottobre h 10.00-18.00 on campus Milano

sabato 11 ottobre h 9.00-13.00 on campus Milano
4 ore FAD asincrona

Il modulo formativo intende analizzare le struttura organizzative adeguate e efficaci in relazione alla strategia aziendale ed alle necessità di gestione del personale, discutere le principale metodologie di recruitment, selezione e di valorizzazione del capitale umano, comprendere le criticità collegate alla trasformazione organizzative, identificare gli stili di leadership

- Modelli organizzativi e di gestione del personale
- Criteri di progettazione organizzativa
- La mappatura dei processi e il BPR
- La trasformazione organizzativa
- La funzione evoluta di HR
- Creative Leadership: Flight Simulation
- Leadership sostenibile (ENG)
- Le metodologie di Recruitment e selezione
- Employer Branding
- La valutazione del capitale umano: performance, potenziale e competenze
- La valorizzazione e lo sviluppo del capitale umano: la mappatura delle competenze e i percorsi di sviluppo per orientare e gestire il talento
- Il Reward Management: l'approccio Total Reward
- Il Welfare aziendale
- Smartworking
- Nuovi Trend: Mindfulness, Remote Leadership
- Testimonial

SPECIAL DAY

4 ore

Giovedì 27 novembre h 10.00-16.00 Modena

- Il general manager del futuro
- Conclusioni executive program

Durata

109 ore

Quota di adesione:

6.000,00 € + IVA a persona per le aziende associate

7.000,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

14/11/2024 17.00-19.00 - ONLINE

22/11/2024 10.00-18.00 - Modena

23/11/2024 09.00-13.00 - Modena

28/11/2024 16.00-20.00 - ONLINE

09/01/2025 16.00-19.00 - ONLINE

24/01/2025 10.00-18.00 - Milano - Sede di LUISS Business School

25/01/2025 09.00-13.00 - Milano - Sede di LUISS Business School

25/01/2025 16.00-20.00 - ONLINE

06/02/2025 16.00-19.00 - ONLINE

03/04/2025 16.00-20.00 - ONLINE

11/04/2025 10.00-18.00 - Milano - Sede di LUISS Business School

12/04/2025 09.00-13.00 - Milano - Sede di LUISS Business School

12/06/2025 16.00-20.00 - ONLINE

20/06/2025 10.00-18.00 - Modena

21/06/2025 09.00-13.00 - Modena

02/10/2025 16.00-20.00 - ONLINE

10/10/2025 10.00-18.00 - Milano - Sede di LUISS Business School



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108