



Percorso formativo -

GENERAL MANAGEMENT NELLA FILIERA DEI BENI STRUMENTALI

Executive program in collaborazione con LIUC Business School e LUISS Business School

Obiettivi

Attraverso una visione organica e trasversale del sistema impresa, il manager svilupperà capacità di analisi, diagnosi e soluzione delle problematiche gestionali aziendali con una visione internazionale. È un'opportunità di arricchimento aziendale e personale che sviluppa competenze a 360° sulla gestione dell'impresa. I formatori dell'Executive Program sono prevalentemente docenti universitari delle principali Business School Italiane e manager e professionisti che condivideranno in aula contenuti e strumenti immediatamente applicabili ad ogni contesto lavorativo.

5 plus del progetto:

Settorialità

Primo e unico Executive Program a livello nazionale sulla Gestione d'Impresa nel settore dei Beni Strumentali

Sinergia tra strutture

L'EPBA nasce dalla collaborazione tra strutture del sistema confindustria per affiancare settori trainanti dell'economia italiana

Apprendimento learning by doing

Presenza di laboratori su moduli selezionati per una formazione esperienziale

Alta formazione

Formatori in prevalenza docenti universitari delle principali business school italiane e coinvolgimento di testimonial esperti provenienti da primarie aziende del settore

Didattica agile

L'EPBA ha una durata di 9 mesi e il calendario è pensato per conciliarsi con l'attività lavorativa del partecipante, alternando sessioni online serali e due appuntamenti mensili al venerdì e sabato mattina

I MODULI FORMATIVI

Modulo 00

MEGATRENDS 2030

giovedì 14 novembre h 17.00 – 19.00

Visione prospettica delle tendenze del settore.

Modulo 01

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.

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

Modulo 02

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

Modulo 03

OPERATIONS, SUPPLY CHAIN, LEAN MANAGEMENT

29 ore

venerdì 21 febbraio h 10.00-18.00 on campus Varese
sabato 22 febbraio h 9.00-13.00 on campus Varese
giovedì 27 febbraio h 16.00-19.00 online live
venerdì 7 marzo h 14.00-18.00 Visita aziendale
venerdì 14 marzo h 10.00-18.00 on campus Varese
4 ore FAD asincrona

Il modulo didattico intende fornire le metodologie e gli strumenti per capire le logiche di progettazione e di gestione dei processi operativi (operations) all'interno delle aziende industriali, delle aziende commerciali e delle aziende che erogano servizi

Far acquisire ai partecipanti la capacità di comprendere le cause che determinano performance operative non soddisfacenti e di saper proporre azioni di miglioramento che possono condurre a una razionalizzazione nell'organizzazione dei processi oggetto del corso

TAKE AWAYS: Diagnosi dello "stato di salute" dei processi operativi aziendali, miglioramento dei processi, sia sotto il profilo gestionale-organizzativo attraverso i principi del lean management, sia sotto il profilo tecnologico attraverso le soluzioni 4.0

- Dal Business Model al Supply Chain Management
- Pianificazione della Supply Chain e Risk Management

- L'approccio VUCA alla Pianificazione della Supply Chain
- Strategic Network Design
- Cost-effective vs. flexible Response Supply Chain
- Visibility & Resilience
- Simulazione: Beer Game
- Il ruolo delle operations come leva di competitività del sistema aziendale
- Garantire lo "strategic fit": coerenza tra fattori critici di successo e decisioni operative
- Gli impatti dell'approccio Lean sulle prestazioni aziendali
- I principi del Lean Management
- Le condizioni per il successo e la sostenibilità del modello Lean all'interno delle organizzazioni
- Utilizzo dei principi Lean e delle tecnologie Industria 4.0 per progettare e realizzare una fabbrica "intelligente" e "connessa".
- La riorganizzazione dei processi in ottica Lean come passo propedeutico all'implementazione di un progetto Industria 4.0
- Valutazione dei benefici sulle prestazioni aziendali e degli impatti di Industria 4.0 sulle competenze del capitale umano
- Legame tra Lean e Industria 4.0

Modulo 04

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

Modulo 05

DIGITAL TRANSFORMATION

18 ore

Mercoledì 8 maggio h 16.00-20.00 online live

venerdì 16 maggio h 10.00-18.00 on campus Varese

sabato 17 maggio h 9.00-13.00 on campus Varese

3 ore FAD asincrona

L'incontro è finalizzato a far comprendere in modo pratico ed esperienziale quali tecnologie del digitale verranno applicate (e come) nelle fabbriche, quali vantaggi tali tecnologie possono davvero portare all'azienda e a scardinare alcuni pregiudizi che causano inevitabili resistenze al cambiamento (per esempio: "i robot autonomi sottrarranno posti di lavoro" e "per le persone della fabbrica è difficile usare le tecnologie dell'industry 4.0").

- INTRODUZIONE ALL'INDUSTRIA 4.0
- Origini e cenni storici della quarta rivoluzione industriale
- Quali sono le tecnologie abilitanti descritte nel paradigma
- Prerequisiti per l'introduzione delle tecnologie abilitanti
- LE TECNOLOGIE

- Suddivisione dei partecipanti in gruppi che affronteranno a rotazione i seguenti temi:
- FILIERA DEL DATO: introduzione e sperimentazione ai sistemi di raccolta e analisi dei dati provenienti dalla fabbrica;
- ROBOT: introduzione e sperimentazione ai robot collaborativi antropomorfi e ad AGV a guida naturale; come tecnologie per il miglioramento continuo del processo
- SIM VR AR: introduzione e sperimentazione della simulazione ad eventi discreti, alla realtà virtuale e alla realtà aumentata, come strumenti per la progettazione, monitoraggio e gestione del processo
- ADDITIVE MANUFACTURING: introduzione e sperimentazione alla manifattura additiva e alla stampa 3D; come tecnologie per il miglioramento continuo del processo

Modulo 06

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.

Modulo 07

OPEN INNOVATION

19 ore

venerdì 12 settembre h 10.00-18.00 on campus Modena

sabato 13 settembre h 9.00-13.00 on campus Modena

venerdì 19 settembre h 14.00-18.00 visita aziendale

4 ore FAD asincrona

Il modulo formativo guiderà i partecipanti nel comprendere i potenziali vantaggi e limiti della open innovation, discutere casi reali di adozione di modelli di innovazione aperta, acquisire gli strumenti di base per affrontare le decisioni di open innovation

- Introduzione al paradigma industriale dell'Open Innovation: definire il paradigma dell'Open Innovation e le sue principali dimensioni (Inbound e Outbound Innovation), mostrando casi di successo di imprese o Start-Up che lo hanno adottato
- Modelli di collaborazione efficace: Mappare i principali modelli di collaborazione di Open Innovation, mostrando esempi concreti ed analizzandone i principali punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce
- Proprietà intellettuale e l'Innovation Patent Index quale strumento per misurare e conoscere la capacità innovativa di imprese, e territori (osservatorio IP Cube Centro sull'Innovazione Tecnologica ed Economia Circolare)
- Presentazione dati di territori e settori interessati dalle imprese

Modulo 08

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 strutture organizzative adeguate e efficaci in relazione alla strategia aziendale ed alle necessità di gestione del personale, discutere le principali 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

Modulo 09

SOSTENIBILITA'

25 ore

Giovedì 23 ottobre h 16.00-19.00 online live

venerdì 7 novembre h 10.00-18.00 on campus Varese

sabato 8 novembre h 9.00-13.00 on campus Varese

Giovedì 13 novembre h 16.00-19.00 online live

Venerdì 14 novembre h 14:00 -18:00 visita aziendale

4 ore FAD asincrona

Il modulo formativo tratterà i concetti fondamentali dell'Economia Circolare, i macro-trend dell'economia globale e limiti del modello lineare e le Regolamentazioni sull'Economia Circolare a livello europeo, italiano e globale, per osservare poi modelli di business circolari fino a studiare strumenti e tecniche per la progettazione degli stessi. Verranno inoltre analizzati modelli di configurazione e coordinamento di supply chain circolari, sperimentando la progettazione di una supply chain circolare e relativa architettura delle relazioni e misurandone la sostenibilità.

- Concetti fondamentali dell'Economia Circolare.
- Macro-trend dell'economia globale e limiti del modello lineare.
- Regolamentazioni sull'Economia Circolare a livello europeo, italiano e globale.
- Modelli di business circolari: principi e best practices.
- Strumenti e tecniche per la progettazione di modelli di business circolari.
- Modelli di configurazione e coordinamento di supply chain circolari.
- Progettazione di una supply chain circolare e relativa architettura delle relazioni.
- Misurare la sostenibilità di una supply chain circolare.
- Principi di misurazione della circolarità in azienda.
- Funzionalità e uso della dashboard di indicatori interattiva.
- Interpretazione dei risultati e sviluppo di piani di azione.

SPECIAL DAY

4 ore

Giovedì 27 novembre h 10.00-16.00 Modena

- Il general manager del futuro
- Conclusioni executive program

Metodologia didattica:

Uno dei punti di forza del percorso è rappresentato da metodologie didattiche caratterizzate dall'alternanza tra lezioni on campus a Modena, Milano e Varese, lezioni online live che garantiscono un confronto costante tra i partecipanti e gli esperti, alternate a momenti anche di fad asincrona in sessioni individuali di approfondimento e giornate di laboratorio.

Destinatari

Futuri manager e imprenditori, titolari di seconda generazione e manager deputati a sviluppi di carriera, capaci di contribuire al successo delle imprese sempre più orientate all'innovazione, all'internazionalizzazione e alla digitalizzazione dei mercati.

Durata

203 ore

Allegati

» [BROCHURE EXECUTIVE PROGRAM](#)

