



SPEGEA
BUSINESS SCHOOL

EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

IV edizione - 2019/2020

29 novembre 2019

expri^{via}


CONFINDUSTRIA
Bari e Barletta-Andria-Trani

ANCE | BARI
BARLETTA ANDRIA TRANI





PERCHE' ISCRIVERSI ALL'EMS - EXECUTIVE MASTER MBA SERALE

Il Master in Business Administration di Spegea ha interessato per me un momento di forte crescita della mia azienda, la MAC&NIL Gruppo Zucchetti di Gravina in Puglia, una fase in cui devi necessariamente avere "la stoffa" dell'imprenditore, ma nello stesso tempo una fase che richiede Formazione (con la F maiuscola). E' proprio quello che ho trovato nel Master, una squadra affiatata, docenti eccellenti e collaboratori Spegea sempre disponibili. Grazie al Master oggi affronto la gestione del business con maggiore determinazione e sicurezza, perché consapevole dei rischi e dei benefici di tutte le decisioni prese. In un momento difficile come questo la formazione è la carta vincente, che ti consente di fare le scelte giuste al momento giusto.

Mariarita Costanza

Direttore tecnico, MACNIL Gruppo Zucchetti

Il Master Executive MBA Spegea è stato per me utilissimo per acquisire alcune competenze manageriali che mi mancavano, interfacciandomi con docenti di altissima qualità. Il gruppo di discenti che si è creato è stato molto stimolante e vario, il che ha permesso una interessante cross fertilizzazione. E' un'esperienza che consiglio caldamente.

Michaela Nica

Value & Access Manager, NOVARTIS FARMA Spa

Grazie ad un team di docenti di alto livello, il master si è rivelato una fonte di ispirazione, oltre che di informazioni.

Inoltre questa esperienza ha consentito la creazione di un bellissimo network di persone che hanno condiviso esperienze, idee e suggerimenti arricchendosi reciprocamente.

Alessandra Antonacci

Digital Strategist, SIGMASISTEMI Srl

Un'esperienza di crescita professionale a 360° in termini di cultura del management d'impresa, ma anche un'esperienza di crescita umana: oggi affronto le mie sfide con una migliore consapevolezza, i diversi modi di esercitare la leadership incidono fortemente sui comportamenti e sull'efficienza delle risorse umane che gestisco, la ricchezza fondamentale, l'unica imprescindibile, della mia azienda.

Antonio Sacchetti

Founder, CEO, R&D Manager at TERA srl

EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

IV edizione - 2019/2020

OBIETTIVI

L'EMS - Executive Master MBA Spegea - è un percorso formativo che ha l'obiettivo di approfondire i temi fondamentali della gestione aziendale secondo un approccio aggiornato con le più recenti prassi del mondo delle imprese (focalizzando sia le problematiche della grande impresa sia soprattutto quelle locali di piccole-medie dimensioni) fortemente ancorato alla teoria e agli sviluppi della ricerca aziendale.

PROGRAMMA E STRUTTURA

Il percorso è articolato in 9 aree tematiche distinte e complementari, che fanno riferimento ai diversi compiti (e/o mestieri) delle funzioni aziendali e di general management:

1. Comportamenti organizzativi: essere manager
2. General management e strategie. Business game
3. Change management and innovation
4. Operations management
5. Organizzazione e risorse umane
6. Marketing e sales
7. Social media management & web marketing
8. Contabilità, finanza e controllo di gestione
9. Legal business

GLI INCONTRI CON I "TOP PLAYER"

Durante il percorso didattico sono previsti incontri con altrettanti "top player" del panorama economico e finanziario, italiano ed internazionale. Imprenditori, manager e professionisti che hanno maturato esperienze professionali di livello assoluto nei rispettivi settori, racconteranno la loro storia, forniranno il proprio punto di vista su una serie di argomenti di attualità ed interesse generale e forniranno preziosi suggerimenti su come affrontare la delicata fase storica che tutti siamo chiamati a vivere.

Un'occasione unica che l'EMS offre ai propri partecipanti di approfondimento trasversale e di riflessione, una straordinaria opportunità di crescita professionale e di costruzione di importanti relazioni personali e professionali.



EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

IV edizione - 2019/2020

1. AREA COMPORTAMENTI ORGANIZZATIVI: ESSERE MANAGER

I comportamenti organizzativi efficaci aumentano il valore aggiunto professionale della performance lavorativa.

Il modulo si propone di fornire ai partecipanti le competenze gestionali e relazionali necessarie per ricoprire con efficacia il futuro ruolo di manager.

Il percorso è strutturato sui tre livelli di complessità del comportamento organizzativo:

- direzionale
- operativo
- manageriale

Comportamenti organizzativi direzionali

LA LEADERSHIP

Come identificare i collaboratori efficaci

La leadership situazionale

La delega

LA NEGOZIAZIONE

La definizione degli obiettivi della negoziazione distributiva vs competitiva

La identificazione della zona negoziale

La identificazione del valore aggiunto negoziale

La conduzione della trattativa



LA COMUNICAZIONE EFFICACE E IL TEAM BUILDING

La comunicazione efficace
Gli assiomi della comunicazione
Gli elementi del team building

LA GESTIONE DEL CONFLITTO E IL TEAM WORKING

Dal conflitto al confronto
Tecniche di gestione del conflitto
Lavorare in Team

LA GESTIONE DEL PROBLEM SOLVING

Definizione del problema
La tecnica del fare
Il diagramma causa-effetto

LA GESTIONE DEL COLLOQUIO MOTIVAZIONALE E DI FEEDBACK AL COLLABORATORE

La gestione del ruolo lavorativo
Elementi motivazionali
Elementi comportamentali
Definizione di competenza
Costruzione del feedback
Trasmissione del feedback al collaboratore

LA GESTIONE DELLE RIUNIONI

Come progettare una riunione efficace
Come organizzare una riunione efficace
Come condurre una riunione efficace

IL TIME MANAGEMENT

Gestire il tempo impossibile
La matrice importante/urgente
Abbattere i ladri del tempo



2. AREA GENERAL MANAGEMENT E STRATEGIE – BUSINESS GAME

Questo modulo ha il duplice obiettivo di chiarire - e demistificare - i diversi significati che si attribuiscono al termine strategia e di fornire ai partecipanti i più recenti strumenti concettuali attraverso i quali analizzare e sviluppare strategie di successo. L'enfasi durante il modulo sarà sulle strategie di crescita, sui rischi della crescita, e sulle modalità organizzative per realizzare la crescita. Il modulo sarà altamente interattivo e basato su lezioni introduttive, discussioni di casi e workshop.

LA STRATEGIA DI BUSINESS

Cosa è la strategia?

Come sai se hai una strategia?

Come si valuta la strategia?

Vantaggio competitivo e diverse strategie di business

IL PROCESSO STRATEGICO

I processi di sviluppo della strategia

I trade-off fondamentali nello sviluppo della strategia

Link tra strategia ed implementazione della strategia

LE STRATEGIE DI CRESCITA

La crescita come obiettivo strategico?

Innovazione vs. produttività

Internazionalizzazione

Diversificazione

'Greenfield' vs Acquisizioni



Il business game è una simulazione della gestione aziendale.

Diversi gruppi, o anche un singolo, dirigono un'azienda del settore industriale in competizione con altri gruppi (singoli) sempre appartenenti alla stessa aula.

Lo strumento è utile per l'affinamento e lo sviluppo di diversi soft-skill: team building, decision making, timing, ma soprattutto dà una panoramica sul sistema azienda e sul bilancio d'impresa (ogni società in conseguenza delle proprie decisioni, avrà come output un bilancio semplificato).

In ultima analisi quindi può arrivare a raffinare analisi di costi-benefici, produttività e redditività.

MANAGERIANDO CON IL BUSINESS GAME

Presentazione dei docenti e degli obiettivi della due giorni

Il manuale di manageriando (risposta a interrogativi)

La "giocata" di prova e il rapporto di gestione

Commenti alla giocata di prova

La prima "giocata", il conto economico e la redditività

La seconda "giocata" e gli economix

La terza "giocata" e il rendiconto finanziario

La quarta "giocata" e la mini assemblea dei soci



3. AREA CHANGE MANAGEMENT AND INNOVATION

Viviamo un'epoca di intensi cambiamenti, dove tutto evolve con straordinaria rapidità. Restare fermi significa di fatto indietreggiare, perdere opportunità, lasciare spazio a concorrenti più intraprendenti e, di conseguenza, avviarsi verso un inevitabile declino. Il modulo "Change Management and Innovation" ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti tutti gli strumenti utili a comprendere le dinamiche in atto, governare il cambiamento e orientare la propria azienda verso l'innovazione.



IL CAMBIAMENTO

Lo scenario: i trend che cambieranno il mondo
L'equazione del cambiamento
I nemici del cambiamento
La gestione del cambiamento

IL CAMBIAMENTO E L'INNOVAZIONE

La gestione strategica dell'innovazione
I modelli per la gestione dell'innovazione
Il design thinking
Verso un'organizzazione "innovation driven"

LO SCENARIO INTERNAZIONALE

Analisi paesi dell'attività commerciale e produzione nell'area BRICS-USA-EUROPA (in particolare la Germania)
Catena globale del valore e riorganizzazione internazionale della produzione
Politiche per l'industria. Processi di innovazione in America e in Asia
Rischi della delocalizzazione

LO SCENARIO ITALIA

Difficoltà competitive di lungo periodo: imprese e innovazione
Euro e politiche economiche. Problemi della domanda
Rapporto Banca d'Italia: differenze interne al Mezzogiorno



4. AREA OPERATIONS MANAGEMENT

Il termine Operations Management si riferisce al “governo” di tutti quei processi aziendali finalizzati a rendere un determinato prodotto (bene fisico e/o servizio immateriale) disponibile per il cliente.

In tal senso, risultano coinvolti, insieme con i processi di Produzione in senso stretto, quelli relativi alla Logistica e al Servizio al cliente. Lo spettro di analisi è esteso alle attività di Innovazione, Supply Chain Management e Business Process Management in termini di gestione ottimale della catena di distribuzione e di gestione integrata dei processi aziendali.

Il tema dell'OM è posizionato nell'ambito di un quadro strategico, coerente con la ormai affermata impostazione della letteratura specializzata secondo cui l'OM non è mero braccio operativo della strategia, bensì rappresenta una leva critica per sviluppare vantaggio competitivo.

In sintesi, il modulo OM si pone l'obiettivo di:

- fornire ai partecipanti metodi, approcci e strumenti operativi (sia qualitativi che quantitativi) per affrontare i principali problemi di OM in ambito aziendale.
- presentare nuove chiavi di lettura sulle criticità dell'OM, sulle possibilità di innovazione tecnologica e organizzativa, sulle trasformazioni in corso a livello mondiale.

STRATEGIA E SISTEMI DI PRODUZIONE

Presentazione del modulo
Sistemi e tipologie di produzione
Operations strategy
Produzione push e pull

GESTIONE DEI MATERIALI

Gestione a scorta e a fabbisogno
Principali modelli di gestione a scorta
Pianificazione aggregata della produzione

LOGISTICA E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Missione della logistica
Progettare il livello di servizio
Driver e benefici dell'integrazione lungo la supply chain

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT

Processi aziendali e coordinamento
KPI e riprogettazione dei processi (dall'as-is al to-be)

INNOVAZIONE

I driver dell'innovazione
Innovazione e tradizione
Gestione strategica della tecnologia e dell'innovazione

TECNICHE DI SUPPORTO ALLA DECISIONE PER LE OPERATIONS

Tecniche mono-criterio
Tecniche multi-criterio

PROJECT MANAGEMENT

Definizioni e ambiti di applicazione
Organizzazione di progetto: strutture e gestione del team
Pianificazione, programmazione e controllo dei progetti
Cenni alla gestione del rischio nel PM



5. AREA ORGANIZZAZIONE E RISORSE UMANE

L'organizzazione e la gestione delle risorse umane sono viste in questi moduli come attività trasversali all'intera struttura aziendale.

A prescindere dal settore merceologico o dalla dimensione aziendale, gestire la persona è un compito strategico che riguarda l'intera catena gerarchica, dall'imprenditore al capo intermedio con un solo collaboratore.

La persona con le sue competenze professionali e i suoi comportamenti quotidiani resta centrale in qualsiasi tipo di organizzazione.

E' imprescindibile oggi la conoscenza degli strumenti che si possono utilizzare per ottenere che i propri collaboratori raggiungano i risultati richiesti: come si usano i singoli strumenti, quali controindicazioni tenere presenti e come non cadere negli errori più diffusi.



6. AREA MARKETING & SALES

Il modulo di Marketing intende fornire una chiara comprensione dei concetti fondanti la materia, ponendo massima attenzione alle evoluzioni e continue sollecitazioni che la progressiva globalizzazione dei mercati pongono alla disciplina.

La globalizzazione e la crisi impone alle aziende la ricerca di nuovi mercati, nonché l'implementazione di modelli innovativi per la crescita e lo sviluppo del business.

Chi si occupa di Marketing, ha bisogno di nuove competenze per studiare strategie innovative che siano allineate all'evoluzione dei cambiamenti in atto e che tengano presente i nuovi bisogni e comportamenti dei clienti.

Il principio ispiratore del modulo è: coniugare la "teoria" della materia con la "pratica" della sua applicazione, fornendo ai partecipanti solidi riferimenti concettuali sempre applicati a concreti riferimenti pratici.



I "FONDAMENTALI" DEL MARKETING

- La definizione di marketing
- Il modello di marketing management
- Il marketing mix
- La segmentazione
- Il posizionamento
- Il concetto di strategia

IL BRAND MARKETING

- La Brand Equity
- I canali di marketing
- Le ricerche di marketing
- Il processo di acquisto
- Il ciclo di vita del prodotto

IL MARKETING INTERNAZIONALE

- La globalizzazione
- Il marketing internazionale
- Il modello di internazionalizzazione delle imprese
- I fattori di successo del marketing internazionale
- La ricerca dei mercati potenziali
- Le strategie di ingresso nei mercati esteri
- Le politiche di marketing mix in un'ottica internazionale
- Le implicazioni organizzative della internazionalizzazione
- La leadership in un'epoca globale

IL PIANO DI MARKETING

- Case study



7. AREA SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & WEB MARKETING

In questi anni il sistema economico mondiale sta vivendo una nuova rivoluzione. Internet ha modificato radicalmente le relazioni fra le aziende e i clienti. Questi ultimi oggi hanno un potere enorme:

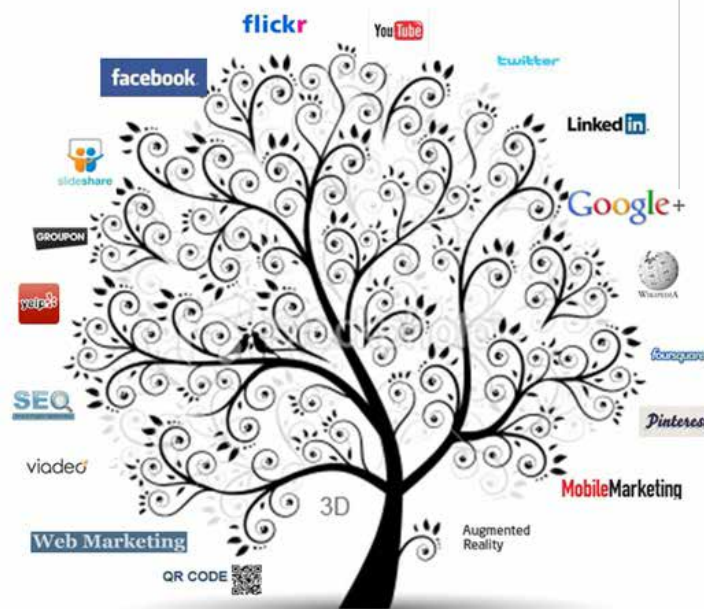
dispongono di molteplici informazioni per scegliere al meglio il prodotto/servizio di cui hanno bisogno.

La loro scelta non si basa più solo sull'advertising classico proposto dai mass media. Le nuove fonti di informazione:

Blog, Forum, Chat, Wiki, Social Media, APP....e molto altro ancora.

Il passaparola rafforza il suo predominio nelle motivazioni di acquisto.

In questo modulo saranno trasmessi gli strumenti operativi del Social Media Management del Web Marketing.



IL PIANO DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Le principali tipologie di Social Network

Scelta del Target: a chi vogliamo comunicare

Le tecniche per creare un'efficace pagina personale e aziendale sui diversi Social

La condivisione sui Social di contenuti testuali, audio, foto e video della nostra azienda

Le opportunità di investimento pubblicitario su Facebook: Offerte e Promoted Post

La storia della nostra vita aziendale e personale attraverso il TimeLine di Facebook

Una importate novità in arrivo in Italia: FACEBOOK GIFTS

Il social per le aziende e i professionisti: LinkedIn

Il Mobile Marketing

IL WEB MARKETING

Le fasi di progettazione di un sito web efficace ed efficiente

Il sito web Accessibile e Usabile

Il Web Design

Le norme sulla privacy

La Registrazione e il Posizionamento del nostro sito sui Motori di Ricerca

Come monitorare le performance del sito: Google Analytics

Web Marketing & E-Commerce

La pubblicità on-line: Google Ad Words e Ad Sense

Le tecniche di scrittura per il Web: il Business Writing

Come promuovere la nostra professionalità e la nostra azienda attraverso il Blog

I Blog personali e i blog aziendali

Le piattaforme per la creazione dei blog: Wordpress

La Comunicazione Digitale per i Liberi Professionisti

La Roadmap del Marketing Digitale

Il Marketing Relazionale e Multicanale

Il Social Media Marketing: obiettivi di Business e Strategie

Il Marketing nell'era dello smartphone: l'approccio Mobile First

Marketing in Action: ADA, Mobile Engagement Automation Platform

I modelli innovativi di eCommerce basati sui Social

Social Commerce, il fenomeno e i trend in atto

eCommerce e Mobile

Il Social Group Buying

Marketing in Action: Compra con me, l'eCommerce con al centro le Persone



Gestione amministrativa e pianificazione strategica e finanziaria sono sempre più strumenti direzionali decisivi per sostenere le potenzialità di crescita di ogni azienda e accompagnarla nel proprio percorso di sviluppo. L'area specialistica in Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione intende offrire, mediante un percorso completo e innovativo, una visione integrata delle tematiche in oggetto, con l'obiettivo di formare manager e imprenditori, sostenendone la crescita professionale attraverso lo sviluppo di quelle competenze necessarie all'elaborazione e all'utilizzo delle informazioni economiche e finanziarie e l'acquisizione degli strumenti fondamentali per il supporto alle decisioni strategiche aziendali. Partendo dallo studio delle disposizioni civilistiche di riferimento e dagli output del sistema amministrativo, in applicazione dei principi contabili e delle specificità fiscali, si approfondiscono i temi relativi alle politiche di investimento, di finanziamento, a quelli di programmazione economica e finanziaria a breve, medio e lungo termine e la loro interazione per la "costruzione" della redditività aziendale.



CONTABILITÀ, BILANCIO E FISCALITÀ DI IMPRESA

Fondamenti di contabilità e Bilancio d'esercizio
I principi contabili nazionali e internazionali
La redazione del Bilancio consolidato
Fiscalità d'impresa

ANALISI DI BILANCIO E INTERPRETAZIONE DEI DATI

La riclassificazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico
I margini di tesoreria, di capitale circolante netto e di struttura
I margini reddituali
L'analisi statica di bilancio per indici
Il rendiconto finanziario e l'analisi per flussi



PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE

Analisi economiche per il controllo di gestione
Il budgeting
Analisi degli scostamenti
Il controllo delle produzioni su commessa
La progettazione del sistema di Reporting
La pianificazione strategica e la valutazione economica delle strategie

PRINCIPI E TECNICHE DI CORPORATE FINANCE

La finanza e il suo ruolo all'interno delle organizzazioni aziendali
Capital budgeting: convenienza economica e fattibilità finanziaria di progetti di investimento. Metodologie valutative adottate dalle aziende e trattamento dell'incertezza
Le componenti del costo del capitale: la determinazione del costo dell'Equity e la stima del costo del capitale di debito. La stima del costo degli strumenti finanziari ibridi
Le scelte di struttura finanziaria (equity/debt) e i differenti strumenti di copertura dei fabbisogni
Decisioni finanziarie a breve e a lungo termine e gli strumenti a sostegno della pianificazione finanziaria: dal rendiconto finanziario al piano finanziario, dal budget delle fonti e degli impieghi al budget di tesoreria

GESTIONE DELLA TESORERIA AZIENDALE E CASH MANAGEMENT

La gestione della tesoreria domestica e internazionale
Tesoreria centralizzata o tesoreria decentrata
Il cash management e l'ottimizzazione dei flussi di cassa
La gestione del rischio di cambio, del rischio di tasso, del credit risk, del commodity risk

VALUTAZIONE D'AZIENDA, FINANZA STRAORDINARIA E PRIVATE EQUITY

Principali metodi per la determinazione del valore dell'impresa. Le diverse metodologie: dal metodo patrimoniale, a quello reddituale e misto, dal DCF al metodo dei multipli
Operazioni di finanza straordinaria (fusioni, scissioni, acquisizioni e operazioni di buy back)
IPO
Operazioni di Private Equity e Venture Capital



Il programma si struttura in modo da offrire approfondimenti sulle principali tematiche giuridiche necessarie per fornire una competente assistenza legale all'impresa.

Verrà dunque trattato l'ambito della contrattualistica e del diritto societario, focalizzando l'attenzione sul funzionamento della società e dei suoi organi e sulle modificazioni dell'atto costitutivo e sulle emissioni obbligazionarie. Saranno inoltre prese in considerazione le varie forme societarie dedicando un focus particolare alle società a responsabilità limitata.

Una unità didattica, sarà dedicata alle operazioni straordinarie (acquisizioni e fusioni), con esame della documentazione contrattuale tipica di tali transazioni economiche. Una particolare attenzione sarà posta sugli aggiornamenti normativi più recenti e alle problematiche gestionali nuove da essi posti.



I DIVERSI TIPI DI SOCIETÀ

Le ragioni della scelta sulla forma da adottare
Struttura ed organizzazione di una società e di un gruppo di società
Gli organi sociali ed il loro funzionamento; l'amministrazione ed il controllo
I gruppi di società:

- Rapporti tra controllante e controllate
- I conflitti di interesse
- La corporate governance
- Le figure apicali dell'impresa: ruoli e potere d'azione
- Gli accordi che disciplinano le fasi di negoziazione e verifica
- Le attività propedeutiche; la due diligence

I CONTRATTI DI JOINT-VENTURE

Joint-venture: i diversi tipi e le figure affini
Struttura del contratto

I soggetti destinatari degli obblighi

La responsabilità amministrativa delle imprese: il d.lgs. 231/01

Applicazioni pratiche

LA SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

La costituzione della società e le sue possibili semplificazioni
Il finanziamento della società
L'amministrazione e i controlli della società
Le decisioni dei soci

LE ACQUISIZIONI E LE FUSIONI NEL DIRITTO SOCIETARIO

Le acquisizioni
Le trattative precontrattuali e le lettere di intenti
La due diligence e la valutazione delle partecipazioni
I contratti di compravendita di partecipazioni sociali
Le garanzie del venditore e i rimedi
Le fusioni
Le forme di fusione
Il leveraged buy out
La procedura di fusione
L'invalidità della fusione e il risarcimento del danno



FACULTY

La Faculty è composta da docenti senior e noti esperti delle singole materie di insegnamento, ai quali si aggiungono consulenti, manager e testimonial che operano nei mercati nazionali ed internazionali. Risorse chiave per trasferire alle persone ed alle organizzazioni competenza, conoscenza, skills e knowledge.



Vito ALBINO

Professore Ordinario di Ingegneria economico-gestionale
Dipartimento di Meccanica, Matematica e Management
Politecnico di Bari

Stelio CAMPANALE

Avvocato, Professore a contratto di Diritto del Commercio
Internazionale presso la LUM Jean Monnet

Nunzia CARBONARA

Professore associato Politecnico di Bari

Vito CARNIMEO

Management Consultant

Giovanni CHIARELLO

Senior partner YOURCFO

Laura CONTE

Consulente di Risorse Umane, Docente di Psicologia del Lavoro

Gaetano CONTENTO

CEO Never Before Italia

Dario DE GREGORIO

People Development of Organization
Director OVS

Nicola DELL'EDERA

Managing Partner VALUETREE

Gianvito LANZOLLA

Cass Business School, City University London - Gran Bretagna

Michele LENOCI

Temporary Export Marketing Manager

Matteo MASCIALE

Partner ISMO

Antonio MESSENI PETRUZZELLI

Ricercatore in sistemi avanzati di produzione - Politecnico di Bari

Michele LENOCI

Temporary Export Marketing Manager

Gianluca MONTELEONE

Senior Advisor and Member of Executive Committee Boggi Milano

Antonio PERFIDO

Marketing Manager - The Digital Box

Virgilio PICCA

CFO Winston European Holding INC SPA

Pierpaolo PONTRANDOLFO

Professore Ordinario di Ingegneria Economico-Gestionale - Politecnico di Bari

Morena RAGONE

Responsabile strumenti di ingegneria finanziaria - TEAM RTD Regione Puglia

Augusto SANTORI

Consulente finanziario e formatore aziendale Formanager

Gianni SEBASTIANO

Amministratore Delegato di Spegea e Direttore Pianificazione
Strategica - Gruppo Exprivia SPA

Giovanni SERRANO

Management Consultant

Luciano STORNELLI

Operations Service Director at AGS (Advanced Governance Solutions)





METODOLOGIA DIDATTICA

Il percorso si basa su metodologie coinvolgenti e interattive che includono: lezioni frontali tradizionali, case histories e analisi di best practice, simulazioni e project work individuali e di gruppo, e confronto diretto con docenti e professionisti di aziende nazionali.

DESTINATARI

Il Corso è rivolto a imprenditori, dirigenti, quadri, impiegati con funzioni direttive, liberi professionisti e a quanti intendano sistematizzare o aggiornare le proprie conoscenze con l'obiettivo di crescere all'interno della stessa azienda o in previsione di futuri cambiamenti.

CALENDARIO DELL'ATTIVITA'

Durata: 258 ore

Le lezioni si terranno ogni venerdì dalle 16.30 alle 20.30 e il sabato dalle ore 9.00 alle ore 18.00.

Il Master adotta una formula finalizzata a fornire a chi lavora una possibilità di frequenza compatibile con i propri impegni professionali.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Euro 5.400,00 + iva. La quota di partecipazione può essere rateizzata anche in cinque soluzioni.

Per le aziende, l'importo può essere completamente finanziato dai Fondi Interprofessionali.

Per le iscrizioni di più persone della stessa azienda si prevede **uno sconto del 15% sulla quota.**





SPEGEA - Business School, nata nel 1981 per volontà dell'Associazione degli Industriali di Bari, da oltre 30 anni mette a disposizione la professionalità avanzata di docenti e brillanti specialisti, l'esperienza di uomini e donne d'azienda, la competenza di risorse qualificate per semplificare e risolvere i problemi delle imprese locali di piccole e medie dimensioni, per garantire successi a giovani laureati e diplomati, per rispondere alle esigenze di rinnovamento organizzativo della

Pubblica Amministrazione.

In linea con questo orientamento, SPEGEA sviluppa una molteplicità di progetti di formazione:

- **Seminari specialistici e percorsi di formazione in house**, costruiti su misura di specifiche esigenze aziendali col supporto di fondi interprofessionali, per Imprenditori, Quadri e Dirigenti, Consulenti di azienda interessati ad aggiornarsi continuamente sui temi e sui metodi della gestione;
- **Master e Corsi di specializzazione** su tematiche di forte attualità, strutturati su una formula ormai consolidata nel tempo che prevede l'alternanza dell'aula con un periodo di stage in azienda, per giovani laureati e diplomati da avviare verso brillanti carriere manageriali;
- **Percorsi di formazione ad hoc** per i differenti livelli di responsabilità di Dipendenti e Funzionari della Pubblica Amministrazione.

Dal 1991 la scuola è socio ordinario ASFOR - Associazione per la formazione alla direzione aziendale; dal 2005 la scuola fa parte dell'organizzazione internazionale TopMBA Careers, un'associazione composta da 80 importanti "business schools" che opera come network mondiale di contatti, al servizio degli studenti e delle stesse scuole, per facilitare il processo di "recruiting" e di sviluppo di carriere in ben 30 paesi del mondo attraverso job meeting, utilizzo piattaforme per l'invio di curriculum vitae, diffusione di pubblicazioni che raccolgono i profili degli allievi delle varie scuole; nel 2008 riceve il Premio italiano "ALDO FABRIS" per la formazione alle imprese. Alla scuola fa riferimento l'AMS-Associazione Alumni Master Spegea che, da molti anni, riunisce un gran numero di ex allievi diplomati master, con l'obiettivo di garantire scambio di esperienze, occasioni di confronto, momenti ludici e di piacevole evasione.

Grazie alla rete di rapporti di collaborazione con molte Business School italiane ed internazionali, Spegea partecipa a progetti di sviluppo nel campo delle nuove metodologie della formazione e nel campo della ricerca scientifica di tipo informatico; ciò le consente di affrontare con serenità le sfide del prossimo decennio.

Spegea oggi è la Business school partecipata da Exprivia S.p.A. e da Confindustria e da Ance BARI e BAT.

SPEGEA E' PARTECIPATA DA



ACCREDITAMENTI



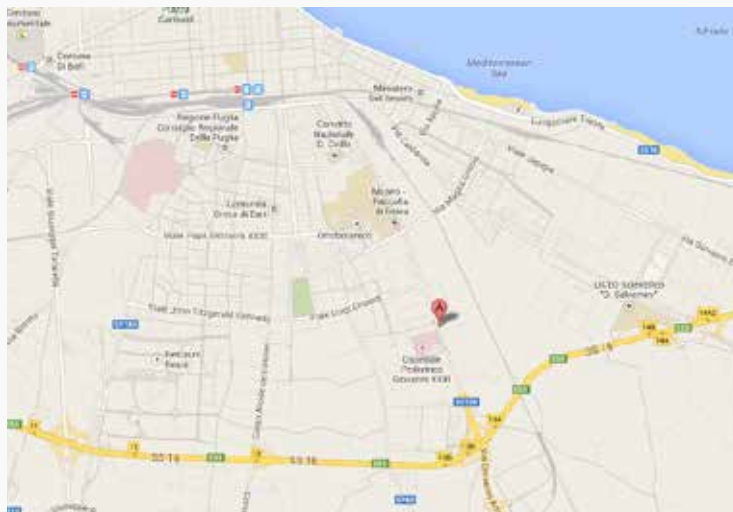
MEMBERSHIP



TEAM DI PROGETTO

Gianni SEBASTIANO - Amministratore Delegato
Rossana MONTEMURNO - Direttore
Gaetano DIOLAIUTO - Coordinatore

DOVE SIAMO



CONTATTI

SPEGEA - Business School
via Amendola 172/c - Executive Center - 70126 - Bari
Tel. +39 080.591.94.11 - FAX +39 080.591.94.35
master@spegea.it - www.spegea.it

Seguici su:



EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

IV edizione - 2019/2020

