

CORSO DI ALTA FORMAZIONE UNIRSM 2019/2020 IN PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

V EDIZIONE

PROGETTO DIDATTICO

ORGANIZZAZIONE: UN VIRTUOSO ESEMPIO DI SINERGIA TRA LE ISTITUZIONI

Il corso in oggetto si propone come il risultato della virtuosa sinergia tra alcune delle istituzioni più rappresentative del territorio: UNIRSM, la Segreteria di Stato Affari Esteri della Repubblica di San Marino e l'Agenzia per lo Sviluppo Economico – Camera di Commercio di San Marino.

L'attività didattica sarà svolta presso la sede del WTC San Marino (Dogana) dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino.

OBIETTIVI FORMATIVI

Partendo da una attenta definizione e razionalizzazione del fenomeno della internazionalizzazione, i docenti identificheranno ed illustreranno nel dettaglio gli strumenti necessari per la gestione delle complessità dei processi di internazionalizzazione. In particolare, il corso fornirà le competenze necessarie per tutti i partecipanti che vorranno intraprendere una carriera nel campo della internazionalizzazione in uno dei seguenti dipartimenti aziendali: vendite, marketing, finanza e controllo di gestione, della produzione e servizi postvendita. Una particolare attenzione sarà posta alle tematiche connesse alle discipline della antropologia culturale e religiosa e alla loro relazione con le attività di impresa.

Anche nell'edizione 2019/2020 del Corso saranno presenti gli insegnamenti "L'Internazionalizzazione delle imprese e destinazioni turistiche" a testimonianza della crescente attenzione verso uno dei motori dello sviluppo economico della Repubblica di San Marino.

Viene altresì confermato il servizio di *counseling* per gli studenti, oltre alla tradizionale funzione divulgativa, per il tramite della pagina Facebook del Corso (facebook.com/unirsm.cafpi): una piattaforma virtuale in grado di mettere in contatto gli studenti con un gruppo di qualificati professionisti dei processi di internazionalizzazione.

ACCESSO E DURATA DEL CORSO

Grazie ad un percorso didattico organizzato secondo la dinamica "*dal generale al particolare*", gli insegnamenti potranno essere seguiti agevolmente da studenti provenienti da qualunque esperienza accademica, di scuola superiore e lavorativa. Al fine di consentire una più efficace e rapida diffusione della cultura della internazionalizzazione nel territorio, l'accesso al corso è possibile a tutti coloro che

sono in possesso di un diploma di scuola superiore. La quota di iscrizione è fissata in EURO 820 e il limite massimo di partecipanti è stabilito nel numero di 30. I curriculum degli aspiranti partecipanti saranno valutati da una apposita Commissione composta dal Direttore Scientifico del corso e da selezionati rappresentanti di UNIRSM, la quale effettuerà una selezione per titoli volta a verificare il possesso da parte dei candidati dei requisiti per partecipare al corso.

ORGANI DEL CORSO

Direttore Scientifico: Massimo Ferdinandi

Tutor di aula: Diego Fernando Balducci

Commissione di valutazione delle domande: Prof. Massimo Ferdinandi assieme a personale incaricato da UNIRSM.

FREQUENZA E DIPLOMA

Il rilascio del diploma di frequenza è subordinato alla partecipazione al 70% delle lezioni e alla presentazione del project work (di gruppo e non individuale).

ESAME FINALE PER L'ASSEGNAZIONE DEI TIROCINI

I tirocini all'estero saranno assegnati sulla base di una graduatoria che sarà stilata sulla base dei risultati di un esame scritto della durata di 2 ore. Il numero dei tirocini disponibili sarà reso noto dalla Segreteria di Stato per gli Affari Esteri entro il mese di marzo 2020.

L'Agenzia per lo Sviluppo Economico – Camera di Commercio di San Marino si prenderà carico delle spese del biglietto aereo, dell'assicurazione di viaggio e dell'alloggio dei partecipanti selezionati.

INSEGNAMENTI DEL CORSO

Modelli e strategie di internazionalizzazione

Prof. Massimo Ferdinandi

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La definizione strategica del processo di internazionalizzazione. La pianificazione dell'internazionalizzazione sulla base delle diversità economiche, culturali, religiose, legali, finanziarie, geografiche e organizzative. I momenti di similitudine tra i processi di internazionalizzazione delle aziende private e quelli degli Stati Sovrani.

Organizzazione e gestione delle persone nelle aziende che internazionalizzano

Prof. Francesco Maria Barbini

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Configurazioni organizzative per supportare l'internazionalizzazione. Differenti approcci organizzativi all'internazionalizzazione. Metodi e strumenti per gestire le persone in un contesto multinazionale.

Competitività, strumenti e valutazioni economiche in ambito internazionale

Prof.ssa Laura Vici

POLITICA ECONOMICA

Identificazione e analisi delle peculiarità delle differenti aree geopolitiche. Trend macroeconomici. Fattori di competitività. Opportunità e minacce nelle differenti aree regionali.

Internazionalizzazione delle imprese e delle destinazioni turistiche

Prof. Paolo Figini e Prof.ssa Chiara Rabbiosi

ECONOMIA DEL TURISMO

Partendo dalla specificità del turismo nei processi di internazionalizzazione e dopo aver illustrato le peculiarità del turismo come strumento strategico di crescita e di sostenibilità, la didattica si concentrerà sulla destinazione turistica e le relative strategie di internazionalizzazione, analizzando le esperienze di alcune imprese turistiche multinazionali. Seguirà una analisi del turismo secondo una prospettiva culturale, ovvero il turismo considerato come una performance connessa a processi di contaminazione e negoziazione tra attori, oggetti, reti e filiere che rimettono in questione categorie quali quella globale e locale, tra stanzialità e mobilità, tra politica, economia e cultura.”

Gestione dei dati e delle informazioni nelle aziende che internazionalizzano

Dott. Emilio Arceci

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

I sistemi informativi per il coordinamento nell'impresa multinazionale. Scelte tecnologiche, architetture, criticità.

Principi di marketing e web marketing internazionale

Ing. Alberto Maestri

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La promozione del brand e dei prodotti. Strategie e fattori critici di successo. Il comportamento dei consumatori. I canali e la scelta del marketing-mix nei diversi ambiti regionali. La corretta gestione delle attività di web marketing in un contesto internazionale.

Principi di marketing internazionale: Cina

Ing. Alberto Maestri

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La promozione dei prodotti nella più popolosa nazione del mondo: differenze con le metodologie di marketing occidentali e segmentazione del mercato.

Principi di marketing internazionale: Giappone

Ing. Alberto Maestri

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Tradizione e modernità: i due paradigmi che caratterizzano le azioni di marketing verso i consumatori della terza economia mondiale.

Principi di marketing internazionale: Indonesia e Malesia

Dott. Mauro Montanari

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Potenzialità e problematiche delle attività promozionali nel più popoloso Paese islamico del mondo e la rapida ascesa economica e infrastrutturale della Malesia.

Il marketing dei beni di lusso

Prof. Massimo Ferdinandi

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La regionalizzazione della definizione di "bene di lusso". Segmentazione psicografica del mercato dei potenziali consumatori con particolare riferimento al continente asiatico. Le metodologie di promozione del brand.

Strategie di vendita nei mercati internazionali

Ing. Riccardo Quattrini

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Identificare, costruire e mantenere una rete di distributori, agenti e venditori. Adattamento dei metodi e delle tecniche di vendita alle tradizioni e usi locali. La creazione di una relazione profittabile con il cliente. Gestione delle relazioni nei differenti contesti culturali.

La gestione globale della fornitura: delocalizzazione e outsourcing

Prof. Alessandro Pagano

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Definizione e sviluppo della *supply-chain* in un contesto internazionale. Opportunità e rischi connessi con il sistema della scelta di delocalizzare ed esternalizzare.

La gestione finanziaria dei processi di internazionalizzazione

Dott. Massimiliano Altabella

FINANZA AZIENDALE

Il management finanziario dell'impresa che internazionalizza. Il finanziamento all'internazionalizzazione. Strategie e strumenti finanziari.

La gestione dei grandi clienti in ambito internazionale

Dott. Emilio Arceci

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La centralità della persona umana, il corretto utilizzo dell'impresa e delle professioni e la responsabilità sociale come modello gestionale nell'impresa internazionale. Etica e multiculturalità nella gestione d'impresa.

La gestione e lo sviluppo internazionale dei servizi post vendita

Dott. Roberto Bolognini

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

La gestione dei servizi post vendita come elemento qualificante e caratterizzante delle strategie di sviluppo in un contesto internazionale.

Principali aspetti legali e fiscali connessi ai processi di internazionalizzazione

Avv. Jacopo Gasperi

ECONOMIA AZIENDALE

Concetti e terminologia dei principali problemi fiscali, contrattuali e legali connessi con la scelta di internazionalizzare.

Lingua, cultura e internazionalizzazione: il caso dell'India

Prof. Marco Zolli

LINGUE E LETTERATURE MODERNE DEL SUBCONTINENTE INDIANO

La proiezione internazionale e il confronto con culture diverse produce un indubbio incremento di complessità, ma può generare vantaggi competitivi: il caso dell'India.

SEMINARIO – Delocalizzare in Cina: un caso di studio

Ing. Stefano Bartolini

Le complessità del processo di delocalizzazione nel sub-continente cinese. Le principali problematiche affrontate e risolte dalle aziende occidentali.

PROJECT WORK

PREMESSA

Il project work rappresenta una sperimentazione attiva dei contenuti appresi durante un percorso didattico formativo. Questo strumento progettuale si collega alla metodologia *“learning by doing”*, che sottolinea come, in seguito ad un periodo di apprendimento si riesca a realizzare un progetto relativo a

obiettivi prefissati e a contesti reali. Il punto di partenza del project work è dato dalle motivazioni a cui il progetto è chiamato a rispondere; mentre il punto di arrivo è l'obiettivo generale che concretizza l'idea e la soddisfa. Il project work di questa edizione del CAF sarà di gruppo e i risultati saranno oggetto di analisi e discussione in un momento didattico-applicativo. Il rilascio del diploma sarà soggetto alla presentazione del project work, prevista a fine corso.

LE ISTITUZIONI E IL TERRITORIO

Per mezzo di questa attività si intende procedere ulteriormente verso il raggiungimento di una virtuosa interazione sinergica tra le Istituzioni, l'Università e l'imprenditoria privata della Repubblica di San Marino.

FORMAZIONE GRUPPI DI LAVORO E OBIETTIVI

Gli studenti del corso verranno suddivisi in quattro gruppi di lavoro e ad ognuno di questi verrà assegnato l'obiettivo di redigere il piano di internazionalizzazione di una azienda sammarinese in una specifica area geografica del mondo.

PROGRAMMA DI VISITE ALLE AZIENDE SAMMARINESI E OGGETTO DELL'INCONTRO

I gruppi di lavoro visiteranno le aziende sammarinesi oggetto del loro project work in data da concordare con le aziende.

In tale occasione, le aziende dovrebbero fornire ai detti studenti tutte le informazioni necessarie per svolgere il loro lavoro in maniera possibilmente utile anche per le aziende stesse.

Le aziende, infatti, dovrebbero fornire agli studenti le seguenti informazioni:

- fatturato annuale globale;
- fatturato dell'ultimo triennio, della specifica area geografica oggetto del project work;
- organigramma della struttura commerciale esistente;

Le aziende, inoltre, dovranno trasferire agli studenti la maggior conoscenza possibile per quanto riguarda:

- la natura, le specifiche e i processi di lavorazione dei loro prodotti;
- la concorrenza.

CALENDARIO 2019/2020

Orari: venerdì 14:30-19:30 - sabato 9.00/14.00

Sede delle lezioni: WTC – Consiglio del Sessanta – Dogana - Repubblica di San Marino

Prima parte 2019

Data 2019	orario	insegnamento	docente
8 novembre	14.30/19.30	Modelli e strategie di internazionalizzazione	Massimo Ferdinandi
9 novembre	9/14	Organizzazione e gestione delle persone nelle aziende che internazionalizzano	Francesco Maria Barbini
15 novembre	14.30/19.30	Modelli e strategie di internazionalizzazione	Massimo Ferdinandi
16 novembre	9/14	Competitività, strumenti e valutazioni economiche in ambito internazionale	Laura Vici
22 novembre	14.30/19.30	Modelli e strategie di internazionalizzazione	Massimo Ferdinandi
23 novembre	9/14	Organizzazione e gestione delle persone nelle aziende che internazionalizzano	Francesco Maria Barbini
29 novembre	14.30/19.30	Modelli e strategie di internazionalizzazione	Massimo Ferdinandi
30 novembre	9/14	Competitività, strumenti e valutazioni economiche in ambito internazionale	Laura Vici
6 dicembre	14.30/19.30	Modelli e strategie di internazionalizzazione	Massimo Ferdinandi
7 dicembre	9/14	Giornata per i recuperi	
13 dicembre	14:30/17:30	Gestione dei dati e delle informazioni nelle aziende che internazionalizzano	Emilio Arceci
	17:30/19:30	La gestione dei grandi clienti in ambito internazionale	Emilio Arceci
14 dicembre	9/14	La gestione dei grandi clienti in ambito internazionale	Emilio Arceci
20 dicembre	14:30/19:30	SEMINARIO: <i>Lingua, cultura e internazionalizzazione: il caso dell'India</i>	Marco Zolli
21 dicembre	9/14	Giornata per i recuperi	

Seconda parte 2020

Data 2020	orario	insegnamento	docente
10 gennaio	14.30/18.30	Visita alle aziende sammarinesi oggetto del Project Work	
17 gennaio	14.30/17.30	Principi di marketing internazionale	Alberto Maestri
	17.30/19.30	Principi di web marketing internazionale	Samuele Guiducci
18 gennaio	9/11	Principi di marketing internazionale: Indonesia e Malesia	Mauro Montanari
	11/12	Principi di marketing internazionale: Cina	Alberto Maestri
	12/14	Principi di marketing internazionale: Giappone	Alberto Maestri
24 gennaio	14.30/19.30	La gestione globale della fornitura: delocalizzazione e <i>outsourcing</i>	Alessandro Pagano
25 gennaio	9/14	Strategie di vendita nei mercati internazionali	Riccardo Quattrini
31 gennaio	14.30/19.30	La gestione globale della fornitura: delocalizzazione e <i>outsourcing</i>	Alessandro Pagano
1 febbraio	9/14	La gestione e lo sviluppo internazionale dei servizi post vendita	Roberto Bolognini
7 febbraio	14.30/19.30	La gestione finanziaria dei processi di internazionalizzazione	Massimiliano Altabella
8 febbraio	9/14	La gestione finanziaria dei processi di internazionalizzazione	Massimiliano Altabella
14 febbraio	14.30/19.30	Principali aspetti legali e fiscali connessi ai processi di internazionalizzazione	Jacopo Gasperi
15 febbraio	9/14	Principali aspetti legali e fiscali connessi ai processi di internazionalizzazione	Jacopo Gasperi
21 febbraio	14.30/19.30	Il marketing dei beni di lusso	Massimo Ferdinandi
22 febbraio	9/14	SEMINARIO: Delocalizzare in Cina: un caso di studio	Stefano Bartolini
28 febbraio	14.30/19.30	Giornata per i recuperi	
29 febbraio	9/14	Giornata per i recuperi	
6 marzo	14.30/19.30	L'internazionalizzazione delle imprese e delle destinazioni turistiche	(da definire) Paolo Figini
7 marzo	9/14	L'internazionalizzazione delle imprese e delle destinazioni turistiche	(da definire) Chiara Rabbiosi
13 marzo	14.30/19.30	Giornata per i recuperi	
14 marzo	9/14	Giornata per i recuperi	
20 marzo	9/14	Presentazione del Project Work	
21 marzo	10/12	Esame scritto ai fini dell'assegnazione dei tirocini	

Per ulteriori informazioni:

Dipartimento di Economia, Scienze e Diritto dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino
Tel. 0549 888116

Email: corsointernazionale@unirmsm.sm

ORARI: lunedì - venerdì: 08.30 - 13.30