

POLITECNICO DI MILANO SCHOOL OF MANAGEMENT

INTERNATIONAL
BUSINESS & ECONOMICS

PERCORSO EXECUTIVE E CORSI BREVI IN MANAGEMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS

In collaborazione con



Executive Education
Ranking 2013



European Business Schools
Ranking 2013



INDICE

Executive Education	3
Area Tematica e Obiettivi del catalogo	4
Direzione	6
Percorso Executive	7
Calendario corsi brevi	11
Fondamenti di Economia Internazionale	12
Quadro Macroeconomico Mondiale, Strategie e Processi di Internazionalizzazione	13
Marketing Internazionale	14
Management Interculturale	15
Supply Chain, Logistica e Trasporti Internazionali	16
Gestione dei Rischi Paese	17
Gestione dei Rischi di Credito e di Cambio	18
Contrattualistica e Fiscalità	19
Fusioni e Acquisizioni	20
Il Business Plan per l'Internazionalizzazione	21
Costi e Sede dei corsi	22
Il Consorzio	23

La Divisione Executive Education di MIP disegna ed eroga:

Progetti su misura per le imprese: interventi formativi «Tailor-made», disegnati sulla base di specifiche esigenze aziendali. La formazione è di supporto al raggiungimento degli obiettivi strategici dell'azienda, al miglioramento delle sue performance e ad ogni processo di cambiamento organizzativo.

Programmi a catalogo: percorsi di durata variabile (da pochi giorni a diversi mesi) e su diverse tematiche di management. L'offerta comprende: Percorsi Executive, Corsi Brevi, Master in Management su misura.

PROGRAMMI A CATALOGO

Percorsi Executive

I Percorsi Executive sono programmi della durata variabile dai 6 ai 12 mesi, erogati in formato part-time verticale, articolati in moduli didattici avanzati su tematiche specialistiche.

Corsi brevi

I Corsi brevi consentono full immersion su tematiche di management, della durata variabile da 1 a 5 giornate consecutive.

Master in Management

Il Master in Management della Divisione Executive Education è unico nel suo genere. Infatti può essere costruito ad hoc sulla base delle specifiche esigenze professionali o personali del Candidato, selezionando tra i Percorsi Executive e i Corsi brevi i moduli più adatti al raggiungimento dei propri obiettivi.

AREA TEMATICA International Business & Economics

Le imprese italiane sono oggi di fronte ad una congiuntura interna ed internazionale le cui caratteristiche non hanno mai verificato prima negli ultimi sessant'anni.

Da un lato, il mercato interno è in contrazione da quel fatidico 9 agosto 2007, in cui venne annunciata la crisi del sistema bancario che sarebbe stata chiamata 'crisi del credito': i redditi delle famiglie sono in contrazione, come lo sono le spese per gli investimenti da parte delle imprese e le politiche cosiddette 'di austerità' da parte dei recenti governi stanno dando un contributo importante al declino della struttura produttiva del paese. Dall'altro, le stesse politiche 'di austerità' a livello europeo e dell'area dell'euro in particolare, stanno producendo effetti non dissimili a livello continentale con la sola possibile eccezione del Regno Unito. Improvvisamente, piccolo non è più bello, ed essere radicati sul territorio non è più una virtù. La crescita è ormai da anni un fenomeno che riguarda sempre meno l'Italia e gran parte dell'Europa, essa è andata concentrandosi da un lato sugli Stati Uniti e, dall'altro, sulle economie emergenti. **Globalizzazione è, evidentemente, la parola d'ordine.** Globalizzarsi per crescere. Ma: globalizzarsi come? La forma moderna assunta dal processo di globalizzazione si differenzia da molte altre perché essa non richiede l'uso della forza armata, come è stato per la globalizzazione coloniale: in quel caso infatti era lo stato nazionale a 'globalizzarsi', era la forza militare ad attivare i meccanismi di trasferimento di ricchezza dai paesi colonizzati ai paesi colonizzatori. **Nella sua forma contemporanea, la globalizzazione è originata e guidata dalle imprese.** Queste agiscono, ovviamente, sulla base del principio della massimizzazione dei propri profitti, e cioè massimizzare a parità di costi e minimizzare i costi a parità di ricavi. Tre sono le forze che hanno reso possibile il processo di globalizzazione nella sua forma corrente:

- la caduta dei costi di trasporto avvenuta nell'ultimo secolo, in particolare per i trasporti a lunghissima distanza;
- la caduta delle barriere tariffarie e quantitative a carico dei flussi di merci e servizi da paese a paese, avvenuta a partire dalla fine della seconda guerra mondiale;
- la caduta dei costi di connessione e di comunicazione avvenuta nell'ultimo quarto di secolo.

La terza di queste cause è quella che promette di essere il propulsore più importante della diffusione e dello sviluppo delle catene globali di produzione. In un paese che parla di 'delocalizzazione' è difficile diffondere il concetto su cui si basano le catene globali di produzione: quello di 'frammentazione internazionale della produzione'.

L'internazionalizzazione delle imprese non avviene infatti soltanto nella modalità 'esportazione'. Le imprese esportano, importano, investono, forniscono e comprano semilavorati e prodotti intermedi da tutto il mondo; esse stilano contratti internazionali, usano intermediari finanziari di altri paesi, si assicurano contro rischi nazionali e internazionali con società nazionali ed estere e assumono collaboratori di nazionalità diverse.

Il MIP Politecnico di Milano è al servizio delle imprese il cui obiettivo è crescere competendo sul mercato globale mettendo a disposizione le proprie capacità, le proprie risorse e la propria determinazione ad internazionalizzarsi esse stesse.

OBIETTIVI DEL PRESENTE CATALOGO

Per il 2014 abbiamo infatti preparato un'offerta formativa ampia nei contenuti e innovativa nella progettazione, che sia in grado di fornire alle imprese gli strumenti necessari a rafforzare tutte le funzioni aziendali coinvolte in un processo di globalizzazione dell'impresa stessa.

Il nostro obiettivo è quello di formare gruppi di dirigenti aziendali che possano elaborare in autonomia strategie di globalizzazione: vogliamo che essi siano nelle condizioni di 'pensare' la propria impresa come una impresa di successo, cioè globale.

Abbiamo messo al centro della nostra attenzione imprenditori e dirigenti ma non solo, anche consulenti e tecnici, vale a dire le figure professionali e produttive che potranno avvalersi con successo degli strumenti che verranno forniti dai nostri esperti.

L'offerta di metodi e di contenuti si basa sui risultati della nostra ricerca teorica ed applicata in tema di globalizzazione delle attività commerciali e produttive, sulla nostra esperienza con un vasto numero di imprese con cui lavoriamo da anni e che da anni assistiamo nei processi di globalizzazione aziendale.



Fabio Sdogati è Ordinario di Economia Internazionale presso il Politecnico di Milano. Ha conseguito il Master of Science (1983) e il Ph. D. (Economics, 1986) presso la University of Wisconsin-Madison.

Ha insegnato negli Stati Uniti, ed è stato Jean Monnet post-doctoral Fellow presso l'Istituto Universitario Europeo di Fiesole.

Rientrato in Italia nel 1990 come ricercatore presso il Politecnico di Milano, è stato quindi Professore Associato di Economia Monetaria e Creditizia presso l'Università di Parma per poi rientrare al Politecnico nel 1996.

È membro del Comitato di Gestione del Mip, dove è anche Direttore dell'area Executive Education e coordinatore scientifico dell'area tematica 'Global Business Management'.

I Suoi interessi di ricerca includono: le determinanti della competitività internazionale delle Imprese, gli effetti della frammentazione internazionale dei processi produttivi sulla allocazione delle risorse a livello globale, le determinanti del ruolo di valuta di riserva per le principali valute. Studia l'evolvere della crisi dal suo inizio, nell'agosto 2007 e le Sue attività di ricerca hanno ricevuto il supporto della Commissione Europea, della Miles Foundation, dell'Istituto Universitario Europeo di Fiesole, del Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica ed infine del Consiglio Nazionale delle Ricerche.

Maggio 2014 – Gennaio 2015

La crisi iniziata ormai sette anni fa sotto forma di crisi del credito ha aggredito dal 2008 tutti i settori dell'economia reale.

Tra il 2007 e il 2012 il reddito pro capite in Italia è sceso di quasi il 10%. La base industriale si è ridotta drammaticamente, la disoccupazione è oltre il 12% e la domanda interna si è contratta in maniera continua.

Come se tutto ciò non bastasse, i governi succedutisi negli ultimi anni hanno aderito alla linea della cosiddetta 'austerità', contribuendo in maniera decisiva alla recessione prima e alla stagnazione poi, in gran parte dell'Europa.

In questo quadro generale, l'imperativo categorico per ogni impresa italiana è **rafforzare la propria competitività**, di prezzo e non, entrando appena possibile sul mercato globale e, laddove fosse già presente, **esplorare le opportunità** offerte tanto dai paesi ad economia emergente quanto da quei paesi ad alto reddito pro capite che, non soffocati dall'austerità, mostrano una dinamica della domanda interna prossima a quella pre-crisi.

La nostra ricerca e la nostra esperienza mostrano che gli ostacoli principali che le nostre imprese incontrano sulla strada della globalizzazione sono sostanzialmente due: da un lato vi sono le imprese che combattono una battaglia sul piano della competitività di prezzo su linee di prodotti in cui la produttività ha smesso di crescere, i cosiddetti 'settori tradizionali'; dall'altro, tutte le imprese di qualunque settore produttivo soffrono di una forte carenza in tema di capacità di identificare:

- gli scenari internazionali entro cui dovranno muoversi;
- la struttura e i mutamenti delle catene globali di produzione e di distribuzione;
- le problematiche giuridiche e fiscali rilevanti per le imprese coinvolte nel commercio internazionale e nel processo di movimento di capitali finanziari;
- le potenzialità offerte dagli sviluppi dell'ICT.

OBIETTIVI

Il Percorso Executive "Management of International Business", **progettato da MIP Politecnico di Milano in collaborazione con Ecolle**, si pone l'obiettivo di potenziare le capacità manageriali e di fornire alle imprese gli strumenti necessari per definire e sviluppare la propria strategia di inserimento in un contesto multinazionale, a livello di organizzazione dei processi produttivi, penetrazione dei mercati di vendita, relazioni con i fornitori.

In particolare il corso mira a:

- trasferire conoscenze relative a modelli, strumenti di organizzazione e gestione aziendale in contesto internazionale;
- sviluppare la capacità di lettura e analisi dei mercati internazionali per l'elaborazione di strategie di vendita e di approvvigionamento;

- presentare casi di studio concreti e realtà applicative di rilievo;
- formare personale qualificato ed efficiente, esperto in materia di internazionalizzazione tanto sul piano gestionale quanto sul piano economico, finanziario e giuridico.

TARGET

Il Percorso Executive “Management of International Business” è rivolto a imprenditori, dirigenti e professionisti che sono direttamente coinvolti nella definizione della strategia di internazionalizzazione e nella gestione delle attività internazionali dell'impresa.

STRUTTURA E CONTENUTI

La formula Executive è studiata per integrare e rendere sinergiche le responsabilità aziendali del partecipante ed un percorso formativo fortemente basato sull'**Action Learning**.

Il percorso formativo prevede 16 giornate di attività didattica, con frequenza di 2 giornate al mese (128 ore), 1 corso Elective della durata di 2 giornate (16 ore), secondo calendario MIP, un Project Work da svolgere parallelamente alle attività d'aula, con supporto a distanza del tutor MIP (circa 3 mesi).

- **Formazione in aula:** sarà privilegiata una didattica attiva, che prevede esercitazioni e sviluppo di casi, lavori di gruppo e la presenza di testimonianze aziendali.
- **Modulo Elective:** ogni partecipante potrà personalizzare il suo percorso formativo frequentando 1 corso breve di General Management della durata di 2 giornate, selezionato all'interno del catalogo MIP in funzione dei propri interessi ed esigenze di ruolo.
- **Project work:** il percorso prevede lo sviluppo di un progetto di internazionalizzazione applicato alla propria realtà aziendale, con il supporto di un tutor MIP per una durata di circa 3 mesi.

I partecipanti saranno inseriti in aule composte da professionisti e manager provenienti da altre imprese, per creare networking e facilitare gli scambi professionali.

1. FORMAZIONE IN AULA

Il percorso prevede 7 moduli learning

- **QUADRO MACROECONOMICO MONDIALE, STRATEGIE E PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (2gg):** analizza i principi della competitività internazionale di prezzo, i costi e la produttività, gli effetti della crisi del credito e dei debiti sovrani, lo scenario economico mondiale e l'identificazione dei paesi di massima attrattività, la geografia dei processi produttivi, i paesi emergenti e i paesi ad alto reddito procapite
- **MARKETING INTERNAZIONALE (2gg):** marketing internazionale e marketing globale, le strategie di marketing globale, la razionalizzazione dei mercati esteri tramite il marketing globale
- **MANAGEMENT INTERCULTURALE (1gg):** Il management interculturale, la cultura e i comportamenti manageriali, dimensioni e valori: uno strato di approfondimento della conoscenza del consumatore
- **SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, LOGISTICA E TRASPORTI INTERNAZIONALI (2gg):** Tipologie di supply chain internazionali, metodologia di valutazione delle opportunità di outsourcing/offshoring, rischi e benefici del global sourcing, valutazione impatto economico delle scelte di impostazione del processo logistico, il controllo dei flussi fisici, le dogane: scelta strategica della destinazione doganale, agevolazioni, vantaggi della certificazione doganale
- **GESTIONE DEI RISCHI PAESE (2gg):** L'assicurazione del credito estero: il credito fornitore, il credito acquirente, le cauzioni estero, analisi del rischio Paese: rischi commerciali, rischi politici e analisi delle opportunità nell'area dei BRICs e dei nuovi paesi, lo sviluppo e la promozione delle imprese italiane all'estero, Il supporto delle agenzie di credito all'internazionalizzazione delle imprese
- **CONTRATTUALISTICA E FISCALITA' (2gg):** Aspetti legali e contrattuali nei processi di internazionalizzazione, la fiscalità internazionale, principi e reddito d'impresa, trattamento delle imposte in bilancio
- **FUSIONI E ACQUISIZIONI (2gg):** Fusioni e acquisizioni internazionali: la creazione di valore nelle acquisizioni, le sinergie di costi e di ricavi, la valutazione d'impresa e le strategie di uscita
- **IL BUSINESS PLAN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE (2gg):** Il piano strategico, il piano di marketing, il piano operativo e le risorse umane, la valutazione degli investimenti, le proiezioni finanziarie

2. MODULO ELECTIVE

Per completare il percorso nell'ottica della personalizzazione ogni partecipante avrà la possibilità di scegliere un corso di General Management nell'ambito del catalogo MIP, a seconda dei propri interessi, del proprio background e delle specifiche esigenze di ruolo.

3. PROJECT WORK

L'attività di Project Work prevede la definizione e lo sviluppo di un progetto di intervento individuale o di gruppo che permetta la finalizzazione del Percorso Caratterizzante e del Corso Elective nel contesto lavorativo prescelto dal singolo partecipante. Il progetto consiste nella realizzazione di un vero e proprio progetto di internazionalizzazione di impresa per applicare alla propria realtà aziendale le conoscenze apprese in aula. L'obiettivo del Project Work si definisce in base alla scelta di un Paese target e/o di una strategia di internazionalizzazione di tipo commerciale, produttivo o distributivo.

METODOLOGIE DIDATTICHE

L'architettura del percorso è ispirata dall'adozione di metodologie didattiche basate su partecipazione attiva e momenti di elaborazione personale che facilitano l'apprendimento e stimolano la capacità applicativa. Tali metodologie rappresentano lo schema unificante dell'intero percorso e verranno declinate con modalità diverse nei moduli Learning, con la prevalenza di discussione di casi aziendali, Elective, con riguardo all'approfondimento di best practices e Project work, con l'applicazione ad un caso concreto.

DURATA E IMPEGNO

Il percorso si svolgerà in moduli da 2 giorni consecutivi una volta al mese, formula che, sulla base dell'esperienza MIP, si è dimostrata particolarmente coerente con la normale attività lavorativa dei partecipanti. Le lezioni si terranno dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00 presso il MIP Politecnico di Milano. I Project work verranno svolti parallelamente e successivamente alla docenza in aula.

MODALITÀ DI AMMISSIONE

Al fine di assicurare un'adeguata omogeneità delle esperienze in aula è prevista una selezione basata sulla valutazione dei curricula dei candidati e su eventuali colloqui individuali.

CALENDARIO CORSI BREVI

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS

CALENDARIO 2014	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Fondamenti di Economia Internazionale 5-6 Maggio					●							
Quadro Macroeconomico Mondiale, Strategie e Processi di Internazionalizzazione 19-20 Maggio					●							
Marketing Internazionale 23-24 Giugno						●						
Management Interculturale 15 Luglio							●					
Supply Chain, Logistica e Trasporti Internazionali 16-17 Settembre									●			
Gestione del Rischio di Credito e di Cambio 23-24 Settembre									●			
Gestione dei Rischi Paese 14-15 Ottobre										●		
Contrattualistica e Fiscalità 11-12 Novembre											●	
Fusioni e Acquisizioni 9-10 Dicembre												●
Il Business Plan per l'internazionalizzazione 13-14 Gennaio 2015	●											

FONDAMENTI DI ECONOMIA INTERNAZIONALE

OBIETTIVI

- Presentare e discutere in maniera rigorosa le determinanti della competitività internazionale di prezzo in un ambito di frammentazione internazionale dei processi produttivi
- Presentare e discutere modelli di internazionalizzazione delle imprese e strategie di globalizzazione

DOCENTE

Fabio Sdogati

DATE

5-6 Maggio 2014

CONTENUTI

- Il concetto di competitività internazionale di prezzo
- Produttività e competitività
- Le politiche economiche come determinanti della competitività
- La divisione del lavoro tradizionale
- Il concetto di frammentazione internazionale dei processi produttivi
- Le catene globali di produzione: “made in” vs. “made by”
- L'Euro, il Dollaro, il Ren Mi Bi
- Scenari globali di crescita e recessione

QUADRO MACROECONOMICO MONDIALE, STRATEGIE E PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

OBIETTIVI

- Comprendere che le imprese che intendono crescere ed essere internazionalmente competitive debbono identificare strategie di internazionalizzazione che facciano leva sulle forze interne quali il prodotto, l'organizzazione, la visione
- Comprendere anche che tali strategie non possono in alcun modo prescindere dalla evoluzione del quadro macroeconomico mondiale e dalle sue prospettive
- Capire che non esiste strategia di successo che non si fondi anche sulla comprensione profonda del quadro e delle tendenze dell'economia mondiale e di quelle nazionali

DOCENTE

Fabio Sdogati

DATE

19-20 Maggio 2014



CONTENUTI

- I principi della competitività internazionale di prezzo, i costi e la produttività
- Gli effetti della crisi del credito e dei debiti sovrani
- Lo scenario economico mondiale e l'identificazione dei paesi di massima attrattività
- La geografia dei processi produttivi, i paesi emergenti e i paesi ad alto reddito procapite

MARKETING INTERNAZIONALE

OBIETTIVI

- Fornire le conoscenze relative alle tecniche di penetrazione dei mercati esteri
- Dare un quadro delle strategie competitive e di sviluppo delle imprese del mercato
- Comprendere la scelta dei canali distributivi nei mercati esteri
- Acquisire le tecniche per la promozione e organizzazione della rete di marketing internazionale

DOCENTE

Fabrizio Maria Pini

DATE

23-24 Giugno 2014

CONTENUTI

- L'espansione dei mercati locali e relativa definizione delle loro linee di sviluppo
- Il primo ingresso sui mercati esteri: timing, modalità e sequenze d'ingresso
- Scelta, posizionamento e segmentazione nei mercati esteri
- La razionalizzazione dei mercati esteri tramite il marketing globale
- La globalizzazione dei mercati e i suoi vantaggi competitivi
- L'impatto organizzativo delle scelte di marketing globale
- L'internazionalizzazione dei mercati e le sue fasi
- Marketing internazionale e marketing globale: origini, differenze, contenuti e strategie di ingresso del marketing in due contesti socio politico economici differenti
- La costruzione del portafoglio paesi: valutazioni e decisioni

MANAGEMENT INTERCULTURALE

OBIETTIVI

- Imparare a valorizzare l'impatto della differenza di cultura sulla profittabilità delle attività sia strategiche sia operative
- Conoscere la propria reazione agli aspetti emozionali della differenza in modo da saperli gestire
- Utilizzare un metodo razionale per strutturare l'approccio interculturale in modo da ridurre il tempo di integrazione
- Imparare a sfruttare la differenza utilizzando i valori culturali come guida alla creazione di valore

DOCENTE

Raffaella Bossi Fornarini

DATA

15 Luglio 2014

CONTENUTI

- L'impatto della differenza di cultura: come riconoscerlo e quantificarlo
- La conoscenza e gestione della reazione individuale alla differenza di cultura
- La semplificazione della complessità:
 - 5 elementi chiavi per gestire le differenze
 - Il Project Management interculturale
- La creazione di valore interculturale
- L'utilizzo dei valori di cultura nazionale per gestire le differenze
- Come sfruttare la differenza e trasformarla in un elemento di competitività
- La gestione della differenza di cultura nelle relazioni con media virtuali

SUPPLY CHAIN, LOGISTICA E TRASPORTI INTERNAZIONALI

OBIETTIVI

- Fornire ai partecipanti un quadro delle principali soluzioni per la logistica e il trasporto internazionale
- Sviluppare specifiche competenze sulle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) attualmente disponibili per supportare la gestione della Supply Chain
- Completare e approfondire alcune competenze specifiche inerenti tematiche particolarmente rilevanti e di frontiera nel settore distributivo dalla supply chain planning ai contratti di outsourcing

DOCENTE

Marco Melacini

DATE

16-17 Settembre 2014

CONTENUTI

- Impostazione di una supply chain globale: principali ambiti e strumenti decisionali
- La misura delle prestazioni: analisi componenti del ciclo cash-to-cash; analisi e ottimizzazione del lead time..
- Definizione di un network logistico su scala internazionale: analisi dei drivers e degli strumenti decisionali
- La gestione del trasporto internazionale
- Valutazione impatto economico delle scelte di impostazione del processo logistico (magazzini IVA, magazzini doganali, triangolazioni,...)
- Il controllo dei flussi fisici: scelta delle modalità di resa (i.e. incoterms) e del livello di presidio sul processo
- Case study (testimonianza aziendale)

GESTIONE DEL RISCHIO DI CREDITO E DI CAMBIO

OBIETTIVI

- Fornire una visione attuale riguardo le tematiche della gestione del capitale circolante, con particolare riguardo ai crediti aziendali
- Definire i principali “tools” e strategie per la protezione dei crediti aziendali

DOCENTI

Paolo Vailetti, Luca Anzola

DATE

23-24 Settembre 2014



CONTENUTI

- Analisi i principali aspetti riguardanti il tema dei mancati pagamenti all'interno dello scenario economico e la probabile evoluzione
- L'assicurazione del credito: integrare, in outsourcing, le procedure aziendali di controllo
- L'assicurazione del credito: quantificare ex ante il costo del proprio rischio di credito

OBIETTIVI

- Sviluppare una gamma di conoscenze approfondite sulle modalità di pagamento delle vendite all'estero e sulle possibilità di finanziamento dei processi di internazionalizzazione
- Acquisire maggiore consapevolezza dei rischi dell'operare all'estero e delle soluzioni per mitigarne le conseguenze sull'attività di impresa
- Aiutare le imprese a comprendere l'evoluzione e la segmentazione dei mercati

DOCENTI

Roberto Calugi e contributi da SACE e SIMEST

DATE

14-15 Ottobre 2014

CONTENUTI

- Il supporto delle Agenzie di credito all'export e all'internazionalizzazione delle imprese
- Contrattualistica internazionale e strumenti di copertura del rischio:
 - rischi commerciali e rischi politici,
 - analisi rischio paese,
 - rischi per area geografica e paesi a maggiore rischiosità
- Acquisire gli strumenti per definire: obiettivi, procedure, elementi di criticità e casi specifici dei seguenti prodotti:
 - Credito fornitore
 - Credito acquirente
 - Cauzioni estero
- Sistema produttivo italiano ed evoluzione dei mercati internazionali
- Garanzie per l'export
- Sistema regionale, nazionale, europeo a sostegno delle imprese presente nei mercati internazionali
- Enti multilaterali di sviluppo: copertura degli investimenti all'estero e possibilità di finanziamento

OBIETTIVI

- Introduzione alla contrattualistica internazionale
- Sviluppare le competenze pratiche giuridico-contrattuali-negoziali richieste dai processi di internazionalizzazione (commerciali e produttivi)
- Fornire una sensibilità alle problematiche tributarie connesse alla gestione ordinaria di impresa, con particolare riferimento alla fiscalità internazionale
- Illustrare i principi generali del sistema tributario e del sistema dell'imposizione diretta
- Illustrare i principi e le disposizioni relative alla fiscalità internazionale con particolare riferimento alla normativa interna sulle operazioni ordinarie e straordinarie di impresa

DOCENTI

Arianna Carlotti, Pietro Ebreo

DATE

11-12 Novembre 2014

CONTENUTI

- Tecniche di negoziazione, gestione e redazione dei contratti internazionali, a partire dall'analisi di clausole negoziali effettivamente adottate nella prassi contrattuale d'impresa
- Nozioni di: Contract management; Drafting International Contracts; contratti di appalto, vendita, fornitura ed approvvigionamento nel commercio internazionale; contratti di cooperazione industriale e di trasferimento di tecnologia in ambito internazionale advanced
- La fiscalità internazionale e la pianificazione fiscale internazionale
- La tassazione diretta nei sistemi tributari evoluti e la doppia imposizione
- Contrasto all'abuso dei tax havens
- L'imposizione diretta ed indiretta,
- I soggetti attivi, passivi, il presupposto, la base imponibile
- Le disposizioni antielusive nazionali, strumenti di accertamento e istituti deflativi del contenzioso
- La tassazione del reddito d'impresa: gestione ordinaria
- Il coordinamento delle valutazioni di bilancio civilistiche e fiscali
- La fiscalità corrente e differita nel bilancio

FUSIONI E ACQUISIZIONI

OBIETTIVI

- Capire, riconoscere e gestire le differenti fasi del processo di acquisizione, con una particolare enfasi sulla valutazione d'impresa e sulla creazione di valore tramite le sinergie
- Trasferire conoscenze di ordine generale relative al contesto giuridico internazionale delle operazioni di acquisizione e fusione

DOCENTE

Franco Quillico

DATE

9-10 Dicembre 2014



CONTENUTI

- Le diverse modalità di realizzazione delle operazioni di M&A
- Le problematiche connesse alle operazioni internazionali: la legge applicabile e la risoluzione delle controversie
- I contratti a formazione progressiva
- Aspetti legali e contrattuali della fase delle trattative: gli accordi di riservatezza e di esclusiva, le lettere di intenti e MOU (Memorandum of understanding)
- Le fasi del processo di acquisizione e la due diligence legale: tipi di due diligence
- La preventiva ristrutturazione della società target: casi pratici ed esempi
- Analisi di alcune delle principali clausole tipiche dei contratti di acquisizione delle partecipazioni
- Le operazioni di “closing” e la post closing due diligence
- La disciplina delle concentrazioni a livello europeo e nazionale: cenni
- La Creazione di Valore nelle Acquisizioni
- Le Sinergie di Costo e di Ricavi
- La Valutazione d'Impresa (La Valutazione Relativa; Il Discounted Cash Flow)
- Le Strategie di Uscita (Exit Strategies)

IL BUSINESS PLAN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

OBIETTIVI

- Fornire agli intervenuti gli strumenti necessari a sviluppare il corretto approccio alle tematiche del Piano di Marketing nel contesto del Business Planning
- Discutere l'applicazione degli strumenti evidenziati a casi aziendali reali, allo scopo di sollecitare la discussione critica
- Illustrare l'analisi finanziaria all'interno del Business Plan, con una particolare enfasi su: proiezioni finanziarie, valutazione degli investimenti e costruzione di scenari

DOCENTE

Raffaello Balocco

DATE

13-14 Gennaio 2015



CONTENUTI

- Il Piano Strategico
- Il Piano di Marketing
- Il piano operativo e le risorse umane
- La Valutazione degli Investimenti
- Le Proiezioni Finanziarie

COSTI E SEDE DEI CORSI

PERCORSO EXECUTIVE € 7.000 + Iva

CORSI BREVI

1 giornata: € 700 + Iva
2 giornate: € 1.300 + Iva

Agevolazioni per iscrizioni ai singoli corsi brevi

- Sconto 10% per iscrizioni con anticipo di 20 giorni sulla data di partenza del corso
- Agevolazioni nel caso di iscrizioni a più moduli o più iscritti allo stesso modulo
- Percorsi personalizzati con acquisto di più moduli: quotazioni su richiesta

ADMISSIONS

Per iscriversi, è necessario scaricare dal sito MIP la scheda di iscrizione del corso scelto, compilarla in ogni sua parte e inviarne una scansione firmata via email a: brunetti@mip.polimi.it allegando copia della ricevuta di pagamento. La scheda di iscrizione è disponibile alla pagina www.mip.polimi.it

CONTATTI

Emanuela Brunetti
Marketing & Sales, Executive Education
Tel: 02 2399 9269
email: brunetti@mip.polimi.it

Silvia Martinelli
Marketing & Sales, Executive Education
Tel: 02 2399 2824
email: martinelli@mip.polimi.it

ORARIO E SEDE DELLE LEZIONI

Mattina: 9.00-13.00
Pomeriggio: 14.00-18.00
MIP Politecnico di Milano
Via Raffaele Lambruschini 4C - building 26/A
20156 Milano



POLITECNICO
DI MILANO



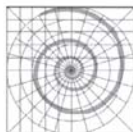
ASSOLOMBARDA

bticino®

 **ITALTEL**

PIRELLI

 **EDISON**



Fondazione
Italcementi
Cav. Lav.
Carlo Pesenti



corporate university
eni's knowledge company

FIAT
SOCIETÀ PER AZIONI

 **TELECOM**
ITALIA

DANIELI 

IBM

HITACHI
Inspire the Next

sky

LUXOTICA®


vodafone

 **Tenaris**

MIP Politecnico di Milano

Il MIP, la Business School del Politecnico di Milano, è dal 1979 uno dei più prestigiosi Enti di Formazione manageriale per laureati di tutte le discipline, orientati verso il mondo delle imprese e della pubblica amministrazione. Insieme al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, fa parte della School of Management del Politecnico di Milano che accoglie le molteplici attività di ricerca e formazione nel campo del management, dell'economia e dell'industrial engineering.

La School of Management ha ricevuto, nel 2007, l'accreditamento EQUIS. Entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School d'Europa nel 2009, la School of Management, nel 2013, vede confermata la qualità dell'offerta formativa posizionandosi al 38° posto, in continua ascesa e con ben cinque programmi in classifica, di cui 3 Master: Executive MBA, MBA Full Time, Master of Science in Ingegneria Gestionale, Programmi Executive 'su misura' per le imprese e Programmi Executive Open per manager e professionisti. Dal 2013 i programmi MBA e Executive MBA hanno il prestigioso accreditamento internazionale AMBA (Association of MBAs). Dal Politecnico di Milano, il MIP eredita l'idea della tecnologia come strumento essenziale per creare, innovare e gestire un'azienda. Lo stretto rapporto che il MIP ha con il mondo delle imprese contribuisce allo sviluppo di progetti di formazione e di ricerca applicata, sempre più vicini alla realtà e alle esigenze del mercato. Strutturato in forma di Consorzio, il MIP vede affiancati al Politecnico di Milano numerose istituzioni ed aziende nazionali e multinazionali.

In collaborazione con

ECOLE – Enti CONfindustriali Lombardi per l'Education è una società nata dalla collaborazione di otto associazioni del sistema confindustriale: Assolombarda, Confindustria Alto Milanese, Confindustria Como, Confindustria Lecco, Confindustria Monza e Brianza, Confindustria Pavia, Confindustria Sondrio, Ucimu-Sistemi per Produrre. Il modello organizzativo a rete delinea una struttura articolata e flessibile, un luogo dove le conoscenze si combinano tra di loro, si sviluppano come in una comunità di pratica e si trasformano in nuove competenze. Ecolè promuove, organizza e realizza attività di orientamento e formazione anche in collaborazione con altri enti, pubblici o privati, nazionali o internazionali; previene e contrasta la disoccupazione di lunga durata attraverso la realizzazione di azioni di orientamento e di accompagnamento al lavoro; sviluppa azioni di ricerca, assistenza, consulenza operativa, studio e diffusione di esperienze nel settore dei servizi alle imprese.

MIP POLITECNICO DI MILANO
SCHOOL OF MANAGEMENT
Via Raffaele Lambruschini 4C - building 26/A
20156 Milano

Tel. +39 0223992820
Fax +39 0223992844

www.mip.polimi.it