SPEGEA
BUSINESS SCHOOL

EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

V edizione - 2021/2022

29 gennaio 2021

exprivia | 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

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 sopratutto 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.

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

Comportamenti organizzativi operativi

LA COMUNICAZIONE EFFICACE E IL TEAM BUILDING

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

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

Comportamenti organizzativi manageriali

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 feedabck 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

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.
I 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 MANGEMENT

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

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' imprenscindibile 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.

L'AZIENDA COME SISTEMA INTEGRATO

Le parti componenti del sistema e le loro variazioni nel tempo
L'evoluzione del sistema impresa e la capacità di adattamento al contesto

L'ORGANIZZAZIONE

Il disegno organizzativo d'impresa
Modelli di configurazione organizzativa e differenze settoriali

LE RISORSE UMANE

La struttura della direzione del personale alla luce delle trasformazioni in atto
Principali problematiche e strumenti gestionali:
- Organizzazione del personale e processo di selezione
- La formazione in azienda: fonti di finanziamento e tipologie
- L'area disciplinare e normativa contrattuale

IL DIRITTO DEL LAVORO E IL DIRITTO SINDACALE

La più recente normativa italiana del lavoro

LA PERFORMANCE APPRAISAL

Sistema di valutazione delle performance e strumenti incentivanti in tempo di crisi

LA GESTIONE DEGLI ESUBERI

Con quali strumenti aiutare l'impresa nel downsizing

LA LEADERSHIP, LA MOTIVAZIONE E IL CLIMA

Come lo stile personale influisce sui risultati complessivi
Misurare e migliorare il clima
Agire sulla motivazione dei collaboratori

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

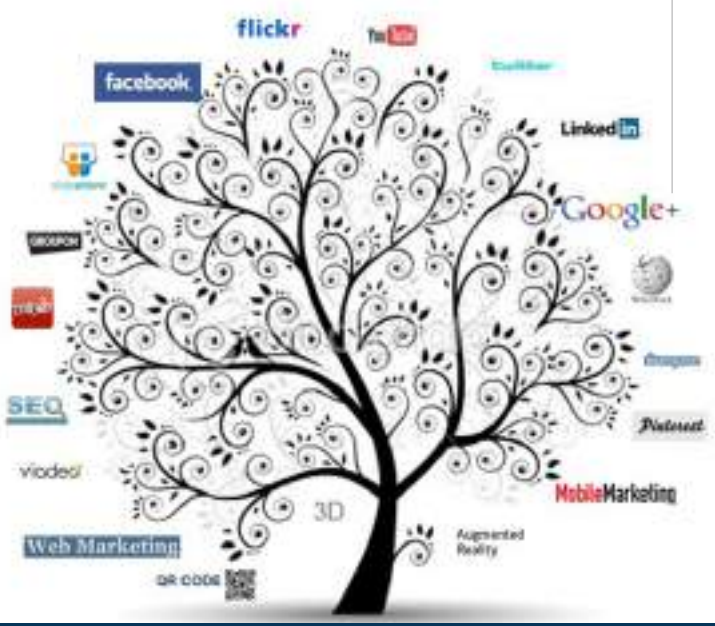
IL MARKETING INTERNAZIONALE

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

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 Managemente 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 Analitycs
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

8. AREA CONTABILITA', FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

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 gruppi 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 2313/01
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.

DIREZIONE MASTER: Gaetano DIOLAIUTO

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

Nicola Ardito
Direttore Risorse Umane, Acquisti e Legale MACNIL
Gruppo Zucchetti

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

Nicola DELL'EDERA
CFO GIGROUP

Gianvito LANZOLLA
Cass Business School, City University London - Gran Bretagna

Michele LENOCI
Temporary Export Marketing Manager - 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

Giuseppe PORCELLI
CFO ROBOZE

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

Fabrizio 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)

EMS-EXECUTIVE MASTER MBA

V edizione - 2021/2022

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 6.500,00 + iva. La quota di partecipazione può essere rateizzata anche in cinque soluzioni.
Per le aziende, l'importo può essere completamente finanziato dai Fondi Interprofessionali e dal Bando Pass Imprese di Regione Puglia.
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 consentente 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

exprivia

CONFINDUSTRIA
Bari e Barletta-Andria-Trani

ANCE BARI BARLETTA ANDRIA TRANI

ACCREDITAMENTI

ASFOR
SOCIO ORDINARIO

Member of CISQ Federation
RINA
ISO 9001:2008
Sistema Qualità Certificato

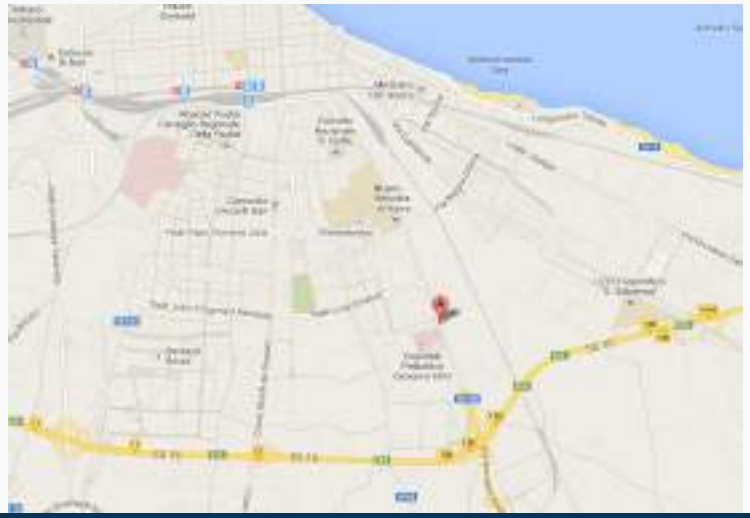
MEMBERSHIP

AMS
Associazione Alumni Master Spegea

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
spegea@spegea.it - www.spegea.it

Seguici su: