

MASTER UNICUSANO

**Executive MBA
Business Competitive Management**

II LIVELLO



L'Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma attiva il Master di II livello in "Executive MBA - Business Competitive Management" di durata pari a 1500 h.

Agli iscritti che avranno superato le eventuali prove di verifica intermedie e la prova finale verrà rilasciato il Diploma di Master di II livello in "Executive MBA – Business Competitive Management"



Obiettivi e modalità

L'Università degli Studi Niccolò Cusano, proseguendo nella sua azione di offrire percorsi di studio professionalizzanti funzionali allo svolgimento di effettive attività di lavoro, istituisce il Master di II livello in "Executive MBA - Business Competitive Management".

Il Master ha l'obiettivo di fornire le conoscenze matematiche e statistiche indispensabili per poter gestire con successo tutte le tematiche di business, il know how e le skill, ed i tools essenziali per educare le scelte di business. Verranno sviluppati i principali temi della corporate strategy nell'ottica di creazione di valore nel lungo periodo e le relative decisioni strategiche di portafoglio, sulla classificazione degli asset strategici tangibili ed intangibili con particolare attenzione al prodotto ed al Brand.

In un contesto economico molto dinamico, il corso si occuperà dei principali strumenti con cui attuare le decisioni strategiche, con riferimento alle operazioni di tipo gestionale e le operazioni relative alla struttura ed all'organizzazione della società.

Verranno analizzate le metodologie per ottenere la massima produttività e valorizzare al meglio le transazioni che costituiscono il fulcro della vita aziendale. Verranno analizzati i differenti scenari di negoziazione e le modalità e strategie con cui affrontarle.

DESTINATARI:

- General Manager, imprenditori, professionisti con un background specialistico che intendono acquisire esperienza in campo manageriale più generale, in modo da procedere nella propria carriera
- Dottori commercialisti e liberi professionisti
- Dipendenti e consulenti di aziende pubbliche o private che desiderino acquisire teorie e strumenti della Business Administration
- Responsabili di settori di contabilità generale e industriale, paghe e contributi, bilancio aziendale, tesoreria, controllo di gestione
- Tributaristi e giuristi d'impresa
- Dottori commercialisti e revisori contabili
- Laureati in discipline economico-giuridiche



Destinatari e ammissione

Per l'iscrizione al Master è richiesto il possesso di almeno uno dei seguenti titoli:

- Laurea conseguita secondo gli ordinamenti didattici precedenti il decreto ministeriale 3 novembre 1999 n. 509;
- Lauree ai sensi del D.M. 509/99 e ai sensi del D.M. 270/2004.

I candidati in possesso di titolo di studio straniero non preventivamente dichiarato equipollente da parte di una autorità accademica italiana, potranno chiedere il riconoscimento del titolo ai soli limitati fini dell'iscrizione al Master.

Il titolo di studio straniero dovrà essere corredata da traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e dichiarazione di valore a cura delle Rappresentanze diplomatiche italiane nel Paese in cui il titolo è stato conseguito.

I candidati sono ammessi con riserva previo accertamento dei requisiti previsti dal bando.

I titoli di ammissione devono essere posseduti alla data di scadenza del termine utile per la presentazione per le domande di ammissione.

L'iscrizione al Master è compatibile con altre iscrizioni nel rispetto della nuova normativa in materia di iscrizione contemporanea a due corsi di istruzione superiore, così delineata ai sensi della Legge n. 33 del 12 aprile 2022.



Durata, organizzazione didattica, verifiche e prova finale

Il Master ha durata annuale pari a 1500 ore di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a 60 cfu; si svolgerà in modalità e-learning con piattaforma accessibile 24 h\24 ed è articolato in:

- lezioni video e materiale fad appositamente predisposto;
- eventuali test di verifica di autoapprendimento.

Tutti coloro che risulteranno regolarmente iscritti al Master dovranno sostenere un esame finale che accerti il conseguimento degli obiettivi proposti.



Ordinamento didattico

TOTALE 60 CFU

- 3 CFU** • Stats and maths for managers

SECS-S/01

Il corso ha l'obiettivo di fornire le conoscenze matematiche e statistiche indispensabili per poter gestire con successo tutte le tematiche di business che presuppongono un approccio quantitativo. Il know how e le skill sviluppate a valle del corso saranno utili anche per affrontare al meglio gli altri esami del programma MBA con contenuti numerici e di analisi dati. Gli argomenti principali saranno: calcolo algebrico, funzioni, serie storiche di dati, elementi di analisi statistica e di statistica descrittiva.

- 3 CFU** • Decision making e metodi di business quantitativo

SECS-P/08

Il corso intende fornire al manager i tools essenziali per educare le scelte di business su base quantitativa. Ai partecipanti del corso saranno pertanto illustrati i principali metodi di analisi, senza la pretesa di approfondimenti teorici e prediligendo la comprensione per fini applicativi attraverso esempi mirati.

- 3 CFU** • Global Business Competitive Management

SECS-P/08

- 3 CFU** • Sustainability and Global Procurement Management

SECS-P/08

- 3 CFU** • Multichannel and omnichannel marketing

SECS-P/08

- 3 CFU** • Sharing economy to compete

SECS-P/02

Politica industriale, prospettiva europea e competitività delle imprese





3 CFU • Accounting and Finance for corporate growth

SECS-P/11 Obiettivo del corso è di costruire competenze tecniche contabili, fornire gli elementi per la comprensione dei risultati aziendali identificando con precisione come le diverse scelte aziendali possano contribuire al miglioramento dei risultati stessi. Inoltre, verranno sviluppate capacità di analisi e valutazione delle performance integrate dai principali strumenti metodologici e applicativi per valutare un'azienda.

3 CFU • Leadership e organizzazione per lo sviluppo d'impresa

SECS-P/10 La leadership è la risorsa essenziale per la creazione e il sostegno di organizzazioni, comunità e società. Dalla strategia alla politica, dallo sviluppo all'innovazione, i manager forti guidano le aziende di successo, spingendole in avanti per incrementarne profitto e reputazione. L'obiettivo principale del programma è di presentare agli studenti un continuum di nuove conoscenze, mettendo a confronto modelli teorici e casi pratici al fine di acquisire metodi di analisi e strumenti per affrontare le sfide del cambiamento, concentrandosi soprattutto sulla figura del leader, sul decision-making process e sulla differenza tra managing and leading.

3 CFU • Competition and pricing policies

SECS-P/08 Il corso si pone l'obiettivo di sviluppare la conoscenza dei concetti chiave del marketing e dell'orientamento al cliente. Si sviluppa partendo dalla comprensione del mercato e del contesto competitivo e procede con l'analisi della domanda e dei driver per la creazione di valore per il cliente, sviluppando i concetti chiave di analisi dei segmenti target, definizione della value proposition e posizionamento strategico. Approfondimenti particolari saranno dedicati alla misurazione del valore percepito dal cliente attraverso tecniche di value pricing ed alle principali innovazioni in ambito digital marketing.

3 CFU • Management Strategico - Corporate Strategy: Tangible & Intangible Assets"

Durante la prima parte del corso si copriranno i principali temi della corporate strategy nell'ottica di creazione di valore nel lungo periodo e le relative decisioni strategiche di portafoglio. Nella seconda parte del corso ci si focalizzerà sulla classificazione degli asset strategici tangibili ed intangibili con particolare attenzione al prodotto ed al Brand.



6 CFU • Business law and Deal negotiation

IUS/04 In un contesto economico molto dinamico, le imprese che intendono essere competitive dedicano particolare attenzione alla propria mission. Per la parte “Business Law”, il corso si occuperà dei principali strumenti con cui attuare le decisioni strategiche, sia con riferimento alle operazioni di tipo gestionale, sia con riguardo alle operazioni relative alla struttura ed all’organizzazione della società, sia con riferimento alle operazioni tese a superare situazioni di crisi aziendale. Per la parte “Deal Negotiation” il corso si occuperà di analizzare le metodologie per ottenere la massima produttività e valorizzare al meglio le transazioni che costituiscono il fulcro della vita aziendale. Verranno analizzati i differenti scenari di negoziazione e le modalità e strategie con cui affrontarle.

3 CFU • La gestione di un gruppo di lavoro: costruire stili di leadership evoluti e riconoscere stili di leadership ingenui

SPS/08 Il corso prevede la disamina della costituzione, della tipologia e del funzionamento di un gruppo. In tal senso saranno definite le distinzioni tra gruppo non-cooperativo e gruppo cooperativo o gruppo di lavoro analizzandone le dinamiche che conducono all’uno piuttosto che ad un altro. Saranno anche descritte le varie dinamiche di relazione e di comunicazione possibili in un gruppo tramite lo studio dei giochi psicologici. Verrà utilizzato il costrutto di Leadership per presentare diversi livelli di pensiero di come un gruppo possa essere gestito e diretto al fine di proporre una specifica vision all’interno di una mission.

3 CFU • Strategy & Innovation in the age of disruption

SECS-P/13 Il corso si pone l’obiettivo di fornire allo studente i metodi e gli strumenti per affrontare con confidenza le scelte strategiche chiave per la creazione di un vantaggio competitivo sostenibile in contesti di elevata volatilità in cui i modelli di business sono in costante evoluzione e ripensamento. Il corso attraverso un excursus sulle principali tecniche e teorie di strategic management consolidatisi nel tempo presenterà come nell’era della crescita esponenziale siano necessari e si stiano affermando nuovi approcci e tool per definire la strategia aziendale in cui la capacità di pianificare nel lungo termine e di innovare nel continuo sono elementi distintivi delle aziende vincenti.

Le lezioni attraverso una sequenza attentamente progettata di casi aziendali concreti ed esperienze dirette Monitor Deloitte consentiranno di comprendere cosa garantisca alle aziende che outperformano il mercato il loro vantaggio competitivo.



3 CFU • Strumenti per la crescita aziendale: sviluppo organico vs M&A

SECS-P/08 Nell'attuale contesto la crescita dimensionale per le imprese italiane è una variabile discriminante fra sviluppo e declino e rappresenta pertanto un imperativo: M&A o sviluppo organico? Entrambe le strategie, spesso complementari, hanno storicamente guidato le aziende non solo alla crescita, ma ad ottenere una migliore redditività e stabilità finanziaria. Talvolta tuttavia, qualora la strategia non sia stata abbinata ad un execution impeccabile, le stesse si sono rivelate fatali per le aziende stesse. Il corso permetterà agli studenti di acquisire le competenze essenziali alla base delle due strategie di crescita combinando alle basi teoriche un approccio pratico, riportando numerosi esempi di successo ed insuccesso sia a livello italiano che internazionale.

3 CFU • Operation management & transformation

SECS-P/08 Il contesto di mercato e tecnologico spinge le aziende ad affrontare imponenti percorsi di trasformazione, dove la leva Operations si interseca sempre più fortemente con la Strategia. All'interno del modulo "Operation Management & Transformation" approfondiremo i fondamenti del modello operativo e come contesto e tecnologia possano trasformarlo in un vantaggio.

1 CFU • Bilancio consolidato

SECS-P/07 Chi redige il bilancio consolidato
Il gruppo ed il concetto di controllo
Definizione di bilancio consolidato
Area di consolidamento
Metodi e Teorie di consolidamento
Consolidamento integrale
Il contenuto del Bilancio Consolidato (IAS 1 e IAS 7)

3 CFU Workshops

8 CFU Project Work Finale



Agli studenti è offerta l'opportunità di partecipare a 4 incontri realizzati di sabato (9:30-17:00) con relatori invitati e successivo workshop volti a:

- Assistere a seminari con docenti e head hunter
- Ascoltare testimonianze aziendali
- Visitare realtà aziendali di riferimento
- Facilitare una comunità di ricerca integrata con le imprese
- Sviluppare network dei partecipanti
- Partecipazione gratuita ad un percorso di Coaching professionale

Il calendario degli incontri verrà comunicato successivamente. Tutti coloro che risulteranno regolarmente iscritti al Master dovranno sostenere un esame finale che accerti il conseguimento degli obiettivi proposti.



Ordinamento didattico e scientifico

Direttore del master: Mario Riso

Co-Direttore per le Strategie delle Imprese: Matteo Biscarini

RISSO MARIO

Preside della Facoltà di Economia presso l'Università Niccolò Cusano

BISCARINI MATTEO

Business Development Manager presso Finconcordia S.p.A.;
President of Hyppo Com-munity

MADONNA VALERIO

Head of Meter to CashHead of Meter to Cash presso Acea Ato 2 S.p.A.

ERRICO ALESSANDRO

Membro dell'associazione dottori di ricerca italiani, è socio del gruppo economisti di impresa (gei), del consorzio internazionale per i trasporti e la logistica.
È il rappresentante dell'Istituto Nazionale di astro fisica presso il Finance Committee della Large binocular telescope corporation.

BRONDONI SILVIO

Professore straordinario in Market-Driven Management e Global Pricing Management presso l'Università Niccolò Cusano-Roma e Professore ordinario senior di Market Driven Management e di Price Management presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca. Presidente Commissione Giudicatrice ASN 2016.

MUSSO FABIO

Presidente del Corso di laurea magistrale in Marketing e comunicazione per le aziende presso la Scuola di Economia dell'Università di Urbino - Dipartimento di Economia, Società e Politica.

IEZZI MARCO

Economista presso il Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca. Nel corso della sua carriera ha lavorato come Economista presso la Direzione Generale per il Mercato e la Concorrenza (Ministero dello Sviluppo economico) e presso la Commissione europea in Belgio.



FABIANO MIRKO

Business Controller in Gruppo A.BE.T.E. Spa.

PACE DOMENICO

Capo Ufficio Generale Programmazione Finanziaria dello Stato Maggiore Esercito a Roma. Da marzo 2021 è stato chiamato in servizio per ricoprire l'incarico di Consulente per le Relazioni Esterne nell'ambito della Struttura Commissariale per l'emergenza Covid-19.

BARTALOTTA FAUSTO

Responsabile Customer Value Management presso Poste Italiane – Banco Posta. Dirigente con oltre 20 anni di esperienza in Italia e all'estero, di cui 10 in consulenza strategica (Bain & CO., KPMG e Accenture) e in Azienda (Poste Italiane e ACI - Sara Assicurazioni), ha acquisito nel tempo una profonda conoscenza del settore dei Financial Services (Customer analysis, CRM e campaign management, strutturazione e lancio prodotti finanziari, gestione delle reti, sottoscrizione e gestione accordi di Partnership, definizione di sistemi incentivanti per le reti, strategie multicanali ed omnicanali, strategie digitali e di innovazione).

MURRO FRANCESCO

Vice President Massey Ferguson Global Marketing, Sales Enablement & Partnerships - AGCO Corporation (Beauvais, Hauts-de-France, Francia).

D'AURIA DARIO

Docente in Business Law e Deal Negotiation nell'ambito dell'Executive MBA – Business Competitive Management e Avvocato presso Studio Legale D'Auria.

Ha maturato un'esperienza professionale significativa per assistere numerose società sia in procedimenti giudiziari ordinari o arbitrali per la redazione e la negoziazione di contratti di impresa.

COEN LORENZO

Avvocato presso Studio Legale Coen, aggregatosi nel 2007 con lo Studio Associato Palandri (dottori commercialisti), annovera tra i propri clienti enti pubblici, società di capitali ed istituti bancari di primaria importanza. Lo Studio è corrispondente di accreditati e primari studi legali nazionali, ed ha corrispondenti accreditati in Europa, USA, Cina, Emirati Arabi Uniti e Argentina.



DONATI GIACOMO

Psicoterapeuta, psicologo, counselor, orientatore, coach e formatore.

PINCETTI MANUEL

Equity Partner presso Monitor Deloitte.

Nel corso della sua carriera ha maturato una vasta e solida esperienza cross-industry in ambito Corporate & BU Strategy, M&A e Innovation, specializzandosi negli anni nel settore dei Financial Services. Ha guidato con successo progetti di strategic planning, crescita organica e inorganica, lancio di nuovi business e ingresso in nuovi mercati, oltre che di trasformazione organizzativa. Ad oggi, membro dell'EMEA Banking Strategy Hub e tra i 20 Future Leaders Deloitte in ambito Banking a livello globale, guida il team Banking per Monitor Deloitte Italia.

MARIANI RUBENS

Dirigente d'azienda con oltre 20 anni di esperienza in Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione, maturata in diversi settori economici (spazio, difesa, energia e lusso) e presso alcuni dei principali Gruppi Multinazionali (Leonardo, Edison e LVMH). Specializzato in bilancio consolidato e principi contabili internazionali, vanta una vasta esperienza in progetti di innovazione, digitalizzazione e ridisegno dei processi gestionali dell'area finance. Ha partecipato e diretto diversi progetti di implementazione di nuovi strumenti ERPs (SAP, Oracle, Anaplan), operazioni di finanza straordinaria e di ristrutturazione aziendale.

DANESIN MARCO

Vice President Investindustrial LLP a Lugano.

GIANNI CRISTIANO

Head of Health Services and Innovation in AXA Assicurazioni.



Costi e agevolazioni

Il costo annuo del Master è di € 3.600,00 (tremilaseicento/00).

Il pagamento verrà corrisposto in sei rate di pari importo.

È prevista una quota d'iscrizione ridotta per determinate categorie.

Si invita a consultare il [bando](#) del Master.



Contatti

**Ufficio consulenza orientamento didattico Master e Corsi di Perfezionamento
(pre-iscrizione):**

Telefono: 06 45678363

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Mail: infomaster@unicusano.it

Ufficio Assistenza Didattica (post-iscrizione):

Telefono: 06 89320000

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 22:00

Mail: master@unicusano.it

unicusano.it/master-universitari-online

