

Torino, 10 dicembre 2008

LE NUOVE ATTIVITA' DELLA MASTERS DIVISION

Egregio Dottore/Gentile Dottoressa,

sono lieto di comunicare che la Masters Division della Facoltà di Economia ha avviato una nuova attività: **seminari di breve durata** sui recenti sviluppi nelle principali aree di gestione delle imprese.

La Masters Division é stata costituita con l'obiettivo di rispondere alle esigenze di formazione post-laurea. I metodi sono quelli tradizionali delle Business school: metodo dei casi, didattica attiva, numero di partecipanti limitato. Ha un bilancio autonomo. Si autofinanzia. Occupa un'area riservata della Facoltà.

La nuova attività nasce dall'esperienza acquisita in sette anni di sviluppo e miglioramento continuo dei nostri Master

- Master in Business Administration (MBA): in corso di svolgimento. Prossima edizione: inizio 27 ottobre 2009.
- Master in Marketing e Comunicazione: inizio 20 gennaio 2009.
- Master in Management in collaborazione con Fiat Group Automobiles, in corso di svolgimento.

Il programma di seminari brevi risponde ad un'esigenza che sia singole persone sia imprese hanno manifestato: concentrare in pochi giorni di lavoro intenso l'apprendimento di concetti base e di strumenti per dare soluzioni pratiche ai problemi di gestione.

Di seguito trova il programma dei primi mesi del 2009. Per ulteriori informazioni sui contenuti dei seminari, le modalità di partecipazione e per qualsiasi altra richiesta può prendere contatto con noi a: e-mail ecodir@econ.unito.it.

Grazie dell'interesse per le attività della Masters Division.

Un saluto

Prof. Giorgio Pellicelli
Direttore

I SEMINARI BREVI DELLA MASTERS DIVISION

LA NUOVA ATTIVITA'

A chi si rivolge. I seminari sono progettati per chi intenda acquisire le conoscenze fondamentali, i metodi e la loro utilizzazione pratica nelle principali aree della gestione delle imprese.

I metodi di apprendimento. L'approccio della Masters Division è rigoroso, interattivo e dinamico. Ampio uso del metodo dei casi secondo la tradizione delle migliori Business School.

Docenti. La Facoltà di Economia ha una lunga tradizione di eccellenza accademica e di innovazione in particolare nelle discipline economico-aziendali. Il rigore scientifico dei seminari è affidato a docenti della Facoltà che abbiano maturato una lunga esperienza di consulenza alle imprese. Dirigenti di imprese integrano la docenza presentando e discutendo esperienze pratiche.

Luogo. I seminari si svolgono nella Aula Harvard della Masters Division, Facoltà di Economia, Corso Unione Sovietica 218 bis, Torino.

IL PROGRAMMA DEI PRIMI MESI 2009

15- 16- 17 Gennaio 2009/ Costo 1.500 €

Gestire in tempi di recessione. Responsabile: Prof Giorgio Pellicelli.

Dieci regole per superare la recessione e prepararsi a sfruttare la ripresa.

- 1) Valutare dove e come la recessione colpisce la nostra impresa. Financial accounting.
- 2) Capire il contesto competitivo e stabilire quale posto vogliamo occupare in futuro. Individuare i "problemi chiave" da risolvere. Un piano per fronteggiare il calo delle vendite.
- 3) Azioni su cash management, acquisti, gestione operativa, gestione finanziaria, product mix, marketing mix, prezzi.
- 4) In precedenti recessioni alcune imprese sono emerse più forti e con maggior valore rispetto a quando l'economia aveva cominciato a declinare: alcune "case history".

5-6-7 Febbraio 2009 / Costo: 1.500 €

Finanza aziendale. Responsabile: Prof. Sergio Bortolani.

Principali elementi della finanza dal punto di vista del management dell'impresa. Concetti e metodi della finanza moderna.

- 1) Analisi finanziarie. Capire quali effetti le scelte operative e strategiche hanno sulle performance finanziarie e sui bilanci. Previsioni di cash flow. Ratio analysis.
- 2) Fonti di finanziamento. Scelta delle fonti di finanziamento al fine di dare all'impresa la struttura del capitale desiderata. Risk management.
- 3) Decisioni di investimento e creazione di valore. Valutazione dei progetti di investimento. Calcolo del costo del capitale. Valutazione di imprese.

5-6-7 Marzo 2009 / Costo: 1.500 €

Marketing strategico. Responsabile: Prof. Giorgio Pellicelli.

Principi per sviluppare, realizzare e valutare un piano di marketing strategico.

- 1) Il processo di formazione del piano di marketing strategico. Analisi della competizione. Analisi della domanda e segmentazione. Scelta del target. Posizionamento. Costruire e difendere i vantaggi competitivi.
- 2) Tradurre le strategie in scelte operative. Marketing audit. Sviluppo di nuovi prodotti. Approccio analitico alle scelte dei prezzi. La scelta dei canali della distribuzione. Il piano di comunicazione.
- 3) Marketing planning cycle. Marketing metrics. Analisi finanziaria delle performance di marketing.

2-3-4 Aprile 2009 / Costo: 1.500 €

Controllo di gestione. Responsabile: Prof. Luigi Brusa.

Il controllo di gestione come strumento di guida e di responsabilità del management.

- 1) I costi per il controllo di gestione. Capire la natura e la dinamica dei costi fissi e variabili, dei costi diretti e indiretti.
- 2) Il budget: contenuti, struttura, funzioni e modalità di costruzione.
- 3) Analisi degli scostamenti e reporting. Il reporting direzionale e il controllo di gestione a livello di centri di responsabilità.
- 4) Acquisire la capacità di valutare le performances dei centri di profitto.

7-8-9 Maggio 2009 / Costo: 1500 €

Finanza Aziendale. Responsabile: Prof.ssa Paola De Vincentiis.

Valutare e scegliere progetti di investimento alternativi.

Il corso mira a fornire alcune nozioni utili per valutare la redditività di un progetto sulla base dei flussi di cassa previsti, comparare opportunità di investimento alternative, scegliere la tempistica migliore di realizzazione di un investimento, valutare l'impatto di varie tipologie di rischio sui risultati potenziali dell'investimento.

FREQUENT ASKED QUESTIONS (FAQ).

Quale orario? Ore 9-18 i primi due giorni (giovedì-venerdì); ore 9-13 (sabato) il terzo. Abbiamo molte richieste per una edizione in ore pre-serali 18.30-21.30. Pensiamo di programmarla per l'autunno 2009.

Attestato finale? E' rilasciato dalla Facoltà di Economia. Attesta la frequenza al seminario. Non sono previsti esami.

Chi è ammesso? Non sono previsti esami di ammissione. E' consigliabile la frequenza a chi ha già conoscenze di base della materia oggetto del seminario.

Iscrizione? Agli interessati ad iscriversi manderemo via mail un modulo di registrazione con l'indicazione per il pagamento. L'iscrizione e il pagamento devono essere fatti almeno 30 gg prima l'inizio del seminario.

Esiste un numero chiuso? Sì, non più di 10 iscritti. La modalità basata sui metodi dei casi impone una stretta interazione con i Docenti.

Docenti responsabili dei seminari? Prof. Sergio Bortolani per "Finanza aziendale". Prof. Giorgio Pellicelli per "Gestione in tempi di recessione" e "Marketing strategico". Prof. Luigi Brusa per Controllo di Gestione. Prof. De Vincentiis per Valutare e scegliere progetti di investimento alternativi. Il responsabile del seminario è affiancato da dirigenti di imprese, e società di consulenza.

Materiale didattico? E' fornito dalla Masters Division. Un testo base + articoli da riviste e altro materiale didattico (casi, stampa delle slides usate dai Docenti, ecc).

La frequenza può valere per l'aggiornamento obbligatorio previsto per i Dottori commercialisti? A seguito di questa richiesta, abbiamo avviato la procedura per l'equiparazione dei seminari di Finanza Aziendale e di Controllo di gestione a quanto richiesto dall'Ordine professionale. Tempo stimato per la risposta, che presumiamo positiva: due mesi.

**SEMINARI BREVI DELLA MASTERS DIVISION – FACOLTA' DI ECONOMIA DI TORINO
CALENDARIO 2009**

Area	Titolo seminario	Prezzo	Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Ago.	Set.	Ott.	Nov.	Dic.
Strategia d'impresa	Gestire in tempi di recessione. Dieci regole per superare la recessione e prepararsi a sfruttare la ripresa.	1.500 €	15/01 16/01 17/01											
Finanza Aziendale	Principali elementi della finanza dal punto di vista del management dell'impresa. Concetti e metodi della finanza moderna.	1.500 €		05/02 06/02 07/02										
	Valutare e scegliere progetti di investimenti alternativi.	1.500 €					07/05 08/05 09/05							
Marketing Strategico	Principi per sviluppare, realizzare e valutare un piano di marketing strategico.	1.500 €			05/03 06/03 07/03									
Controllo di gestione	Il controllo di gestione come strumento di guida e di responsabilità del management.	1.500 €				02/04 03/04 04/04								