



MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITA'

SEDI E CONTATTI

Management Academy
Sida Group
master@sidagroup.com
www.mastersida.com

Numero Verde
800 991 292

MILANO	FIRENZE
BOLOGNA	ANCONA
PARMA	ROMA
PADOVA	NAPOLI
VERONA	ASCOLI PICENO

IN EVIDENZA

- Frequenza in formula part-time
- Executive master finanziabile con i fondi interprofessionali
- Supporto nella ricerca di tirocini formativi post master
- Possibilita' di frequentare singoli moduli
- Corpo docente formato da consulenti manager ed imprenditori
- Trasferimento di strumenti e strategie in linea con le attuali esigenze di mercato



MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITÀ

CONTESTO ATTUALE

La struttura Organizzativa e Strategica di un'azienda rispecchia sempre il mercato di riferimento. In una fase dove sempre più aziende, esistenti e di nuovo avvio, si orientano verso un'offerta di Servizi, le risorse, già presenti e di nuovo inserimento, devono rispondere in maniera efficace e quindi devono poter ricoprire ruoli trasversali, di processo. Una conoscenza approfondita di tutte le funzioni strategiche aziendali è necessaria se non obbligatoria per avere una dimensione professionale/manageriale, in quanto tutte le nuove "leve" vengono fin da subito orientate ad apprendere competenze professionali spendibili in posizioni apicali.

Chi gestisce, coordina o governa ha il compito e l'obbligo di conoscere tutte le fasi del processo meglio di chi in quelle fasi ci opera, per capire tempestivamente se il lavoro svolto è corretto e per prendere le scelte giuste.

"Onori e Oneri": è questo il presupposto base di un leader che ambisce a posizioni manageriali all'interno di un'azienda. Il Direttore Generale o il Responsabile D'Area deve avere il giusto "abito" per concertare le scelte con tutti i colleghi delle diverse funzioni. Deve, altresì, equipaggiarsi di "cappelli" da "cambiare" in rapporto ai soggetti che da "lui" cercano risposta: CFO (Responsabile Finance), Responsabile Acquisti, Risorse Umane, Marketing, di Produzione. . . .

Deve essere, infine, in grado di ragionare come un Imprenditore dapprima di se stesso, poi mantenendo "l'occhio" su quelle che possono essere le reali opportunità per costruire una struttura aziendale autonoma (start up).

OBIETTIVI

Creare una professionista con elevate competenze manageriali, tali da poter, in autonomia, gestire e coordinare un'area, un'attività, una funzione, pronto a poter avviare una nuova attività imprenditoriale, conscio di tutte le dinamiche interne e di mercato.

Costruire un abito idoneo per ricoprire ruoli apicali in azienda (Direttore Generale, Direttore di Funzione, CFO, Responsabile d'Area), che aiuti il soggetto a rispondere tempestivamente alle richieste della proprietà ed ai fabbisogni del cliente interno (collaboratori/colleghi) e finale.

CARATTERISTICHE

DESTINATARI

- Diplomatici
- Laureati in materie economiche, finanziarie, giuridiche, statistiche, matematiche, ingegneristiche, umanistiche
- Figli di imprenditori

DURATA E FREQUENZA

148 ore d'aula + tirocinio formativo facoltativo della durata di 3 - 6 mesi.
Frequenza part-time.

PLUS

- Supporto nella ricerca ed attivazione di tirocini formativi presso aziende e istituti partner
- Corpo docente esperto, composto prevalentemente da manager e consulenti aziendali, attualmente operativi in tutte le tematiche del Master, con pluriennale esperienza nel campo e atti a trasferire i problemi reali aziendali e gli strumenti e le metodiche per risolverli
- Materiale multimediale
- Formazione focalizzata su Case Study, Role Playing, Project Work
- Tutoraggio per l'autoformazione implementativa – fonti, strumenti e metodiche
- Attività di tutoraggio continua e coaching personale sull'orientamento professionale e sull'individuazione delle potenzialità nonché targetizzazione delle professioni, dei settori, delle aziende verso cui indirizzare la ricerca di opportunità lavorativa
- Programmi didattici in linea con le richieste del mercato

MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITÀ

AGEVOLAZIONI PER LE AZIENDE

BORSE E FINANZIAMENTI

Verranno messe a disposizione borse di studio da aziende interessate a futuri inserimenti. Il corso può essere interamente finanziato da Istituti di Credito convenzionati, che consentiranno di rimborsare il prestito in sette anni con due anni di preammortamento. La piattaforma Garanzia Giovani, composta da più di 6.000 aziende e creata appositamente dal Gruppo Sida, contribuirà ad agevolare in modo selezionato l'inserimento dell'allievo nel mondo del lavoro. Il tasso di placement di inserimento in azienda raggiunto dalla Sida è pari all'92%, ulteriore testimonianza di qualità del servizio offerto.

PLACEMENT

Il periodo d'inserimento in Azienda, organizzato e progettato dalla Management Academy Sida Group, rappresenta un valido strumento per agevolare l'ingresso nel mondo del lavoro: è un'opportunità per imparare, farsi conoscere e farsi apprezzare attraverso la pratica aziendale. La cura e l'attenzione rivolta al periodo d'inserimento è garantita dall'intervento di consulenti esperti nella Ricerca e Selezione del Personale, attività che da vent'anni viene svolta per importanti Aziende di rilievo nazionale e internazionale dal Gruppo Sida. Questa attività agevola notevolmente la creazione di un legame tra giovani e imprese. La reale attinenza tra i programmi formativi della Management Academy Sida Group e il mondo del lavoro sono assicurati da un'analisi dei fabbisogni non solo delle aziende partner che richiedono specifici profili professionali, ma anche dallo

svolgimento periodico di indagini nel settore reclutamento.

Negli anni abbiamo raggiunto il placement occupazionale dei nostri allievi pari al 92%. La Management Academy Sida Group, utilizzando l'ampia gamma di aziende collegate in rete nella Piattaforma Garanzia Giovani, offrirà al partecipante, in funzione dei risultati conseguiti e monitorati durante l'attività d'aula, l'opportunità di inserimento in tirocinio formativo attraverso i seguenti Step:

- Organizzazione dell'assessment da parte della Divisione Risorse Umane Sida;
- Predisposizione dei colloqui individuali per identificare il profilo del corsista;
- Individuazione delle aziende ospitanti sulla base di specifici parametri del corsista, quali: residenza, profilo formativo e/o lavorativo, aspettative professionali;
- Orientamento al colloquio di selezione in azienda;
- Affiancamento di un tutor durante il primo colloquio in azienda;
- strutturazione da parte del tutor e del responsabile dell'azienda ospitante, del progetto di tirocinio formativo che il tirocinante dovrà sviluppare;
- monitoraggio costante sulla qualità del tirocinio attraverso la compilazione di questionari rivolti a: tutor, tutor dell'azienda ospitante e corsista.

Al termine dell'iter formativo, la Management Academy Sida Group rilascerà, oltre al diploma che attesta la partecipazione alle lezioni, una "CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE ACQUISITE" dal corsista attraverso il tirocinio formativo e il percorso d'aula.

CERTIFICAZIONI

La Management Academy Sida Group punta alla qualità e soddisfazione degli iscritti, per questo ha ottenuto importanti certificazioni e accreditamenti in materia di formazione



CERTIFICAZIONE UNI ISO 9001:2008 per la progettazione ed erogazione di servizi di formazione. Questa certificazione garantisce all'utenza il rispetto e il controllo dei processi che hanno un impatto diretto sulla qualità della formazione. L'obiettivo è garantire la soddisfazione del partecipante al master attraverso:

- monitoraggio costante e analisi della domanda e dell'offerta
- analisi dei fabbisogni formativi
- eventuali incontri con università e istituti scolastici
- enti pubblici e privati rappresentativi, interviste e meeting con le aziende del tessuto economico territoriale;
- orientamento svolto da psicologi e professionisti specializzati per analizzare le caratteristiche dei diplomati/laureati con attenzione particolare alle loro predisposizioni e in maniera continua attraverso incontri periodici.
- percorso formativo, bilancio delle competenze e certificazione dei crediti formativi per seguire costantemente gli allievi con la somministrazione di questionari, attività specifiche, esami finali, assistenza e tutoraggio e organizzazione dello stage.

MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITA'

PERCORSO FORMATIVO

Modulo 1.

Organizzazione aziendale e r.u.

Modulo 2.

Dimensione economica aziendale

Modulo 3.

Aspetti finanziari

Modulo 4.

Aspetti giuridici e fiscali

Modulo 5.

Marketing, trade & sales

Modulo 6.

Operations e lean production

Modulo 7.

Strategia

Modulo 8.

Internazionalizzazione

Modulo 9.

Stato di crisi dell'azienda

Modulo 10.

Strategia, cambiamento, innovazione

Modulo 11.

Passaggio generazionale

Modulo 12.

Sviluppo imprenditoriale

IL PROGRAMMA

Modulo 1.

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE e R.U.

- Organizzazione aziendale
- Il management by vision: metodologie di definizione della vision e mission.
- L'azienda, scopo e ruolo, le sue funzioni, la pianificazione strategica e strutturazione.
- Le aziende di produzione, commerciali e di servizi.
- L'organizzazione, modelli organizzativi nelle PMI
- Il funzionigramma, l'organigramma, i mansionari, i processi
- La digitalizzazione in azienda
- Ruolo della governance e delle Risorse Umane nell'organizzazione. Il Digital Human Resources
- L'outsourcing
- Le nuove figure professionali: CFO, COO, CMT E DIGITAL, CIS
- Case History

Modulo 2.

DIMENSIONE ECONOMICA AZIENDALE

- Il bilancio
- La dimensione patrimoniale, finanziaria, economica e organizzativa dell'azienda
- Il bilancio: strumento per la guida e il controllo del progetto strategico; strumento di diagnosi, prognosi e terapia aziendale
- L'analisi di bilancio, revisione e lettura

dei valori, la riclassificazione, gli obblighi civilistici e fiscali, le politiche di bilancio

- Strumenti per la normalizzazione dell'attività aziendale e per la presa di decisioni degli investimenti e spese aziendali
- Il direct costing: quali informazioni produce, metodologie di gestione e di strategia, l'utilizzo del Margine di contribuzione in azienda
- Distinta base e scheda prodotto
- Il Pricing: variabile centrale della redditività aziendale
- Case History
- Lo Stato Patrimoniale
- L'equilibrio tra Equity e Debito
- I cicli finanziari e le strategie di investimento
- Il Conto Economico: struttura, significati e funzioni
- Le aree gestionali, le Aree Strategiche d'Affari e gli equilibri economici in azienda.
- Le riclassificazioni dello Stato Patrimoniale.
- Le riclassificazioni del Conto Economico.
- L'analisi per margini
- La funzione amministrativa di controllo e di pianificazione
- Case History
- Controllo di gestione e la revisione contabile
- Il budget economico-finanziario: obiettivi e come si costruisce
- Il piano industriale: quali funzioni, criteri

MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITÀ'

IL PROGRAMMA

- e politiche di redazione
- Il piano attestato per le procedure giudiziarie e extra giudiziarie
- La revisione contabile
- La ristrutturazione economica: quali metodologie, strumenti e strategie, spin-off, alleanze e integrazioni
- Case History

Modulo 3.

ASPETTI FINANZIARI

- Analisi finanziaria
- La funzione finanziaria
- La previsione, pianificazione e controllo finanziario di breve, medio e lungo periodo
- Politiche e strategie finanziarie
- L'approvvigionamento delle fonti finanziarie; finanza strutturata, alternativa e straordinaria; la gestione dei fabbisogni finanziari; politica e strategia degli impieghi
- I finanziamenti e i contributi, le fonti di approvvigionamento per natura dell'impiego; le assicurazioni e le garanzie del credito, Fideiussioni; le società di equity
- Fondo Generale di Garanzia, FII, Sace, Simest, Italiainvest, Cassa Depositi e Prestiti, Bei
- I fondi comunitari, finanziamenti e contributi agevolati
- Pianificazione e gestione della tesoreria
- La ristrutturazione e/o rimodulazione del debito: quali le procedure e la gestione

- Il Valore Aziendale, il Valore del Marchio e dell'Avviamento
- Case History
- Banca Impresa, gestione della finanza e M&A
- I principali servizi offerti dalle banche.
- La concessione del credito: gestione e criteri di assegnazione.
- Varie forme tecniche nella concessione di credito nel breve termine.
- CF Tecnologist
- M&A: cessioni, acquisizioni
- Case History

Modulo 4.

ASPETTI GIURIDICI E FISCALI

- Aspetti societari
- Forme societarie e adempimenti fiscali
- Le operazioni societarie, i contratti aziendali
- Gestione delle Assemblee, consiglio di Amministrazione, collegio sindacale, il revisore contabile, Statuti
- Case History e testimonianze aziendali
- Le imposte
- La fiscalità, imposte dirette, imposte indirette, regimi sanzionatori, Regimi fiscali
- Strategie di contenimento del carico fiscale, l'organizzazione della funzione fiscale
- La pianificazione fiscale internazionale
- Case History

Modulo 5.

MARKETING, TRADE & SALES

- Marketing e Comunicazione
- La funzione commerciale, nuovi modelli organizzativi, il marketing, il digital marketing, il digital trade & sales
- Il Marketing mix; e-marketing mix; e-price, e-product, e-distribution, e-promotion
- La nuova funzione del Chief Marketing Technology: strategie digitali, strutture e capacità necessarie per il nuovo Marketing
- I nuovi strumenti di Marketing: il Web e l'E-commerce e la comunicazione
- Il comportamento d'acquisto del consumatore, consumi, segmentazione strategica ed operativa, profilazione e pianificazione
- La concorrenza e il Benchmarking
- La distribuzione, nuovi modelli organizzativi, nuove aree, nuovi canali, la rete di vendita
- Pianificazione, strutturazione e controllo della distribuzione e vendita dei nuovi strumenti
- Strategie e politiche promozionali
- La vendita, tecniche di vendita e di negoziazione, gestione post vendita
- Politica e strategia del cliente chiave
- Strategia del brand, lead generation, push/pull
- Cessione di licenze; avviamento
- Innovazione e sviluppo prodotti

MASTER

GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITÀ'

IL PROGRAMMA

- Il contenuto delle decisioni strategiche.
- Il processo di definizione di una strategia.
- Il Marketing Analitico, Strategico e Operativo
- Acquisizione dei marchi, brevetti, avviamenti e licenze
- Case History

Modulo 6. **OPERATIONS E** **LEAN PRODUCTION**

- Operations
- La funzione produzione, l'organizzazione produttiva, strategie produttive
- La produttività e i fattori che la determinano, strumenti per l'ottimizzazione, la gestione e il controllo; l'analisi dei metodi, i sistemi di gestione, zero budgeting, l'analisi del valore, la normalizzazione produttiva, l'analisi ABC
- La pianificazione e controllo della produzione, la lean production, produzione a flusso e LTR
- Il layout, industrializzazione e i tempi Ristrutturazione produttiva
- Controllo costi di produzione, l'utilizzo delle informazioni ai fini della presa di decisioni produttive, il sistema di controllo, l'informatizzazione dei processi
- Acquisti e logistica, Supplychain, l'organizzazione e la gestione della funzione e la negoziazione

- La Lean negli acquisti e trasporti
- KPI, Key Performance Indicators
- Just in Time, strumenti e metodologie di miglioramento TPM, SMED, 5S, SIX SIGMA
- Qualità e sicurezza ambiente, la funzione della qualità, sistemi, certificazioni, vincoli giuridici e funzionali
- Reengineering dei processi
- Case History

Modulo 7. **STRATEGIA**

- Innovazione
- Organizzare e gestire l'innovazione
- Pianificazione e controllo dei progetti di sviluppo dei nuovi prodotti
- Strategia delle alleanze e integrazioni, consorzi, reti, M&A
- L'ufficio R&D
- Il ruolo strategico dell'ICT nella produzione: ERP (ciclo attivo e passivo), EDI, CRM, PDM, Database
- Project management

Modulo 8. **INTERNAZIONALIZZAZIONE**

- Internazionalizzazione
- Fondamenti per l'internazionalizzazione di impresa
- Il mercato-Paese e il prodotto: dimensione, caratteristiche, struttura ed evoluzione

- L'analisi competitiva e i presupposti economici: benchmarking Italia-estero; prezzo, costi (variabili, fissi, fissi propri).
- Le tipologie di analisi e le caratteristiche dei dati
- Strategie per l'internazionalizzazione: dove andare, come andare, quando e con cosa andare:
- Il marketing mix per esportare
- Problematiche valutarie, gli aspetti doganali e fiscali.
- La delocalizzazione internazionale
- Il finanziamento per le esportazioni e delle delocalizzazioni

Modulo 9. **STATO DI CRISI DELL'AZIENDA**

- Identificazione e gestione della crisi
- stato di crisi delle imprese (tipologia di crisi, piano di risanamento aziendale, presupposti di continuità, ruolo degli organi sociali)
- superamento della crisi (piani attestati di risanamento, accordi di ristrutturazione del debito, concordati preventivi)
- responsabilità degli organi sociali e del professionista incaricato
- profili fiscali dell'impresa in crisi, fallimento, liquidazione coatta amministrativa. Coop. fallibili e non fallibili

MASTER

GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITA'

IL PROGRAMMA

Modulo 10.

STRATEGIA, CAMBIAMENTO, INNOVAZIONE

- Il percorso strategico e Business Plan
- L'approccio strategico integrato: analisi e risoluzione multidisciplinare delle criticità aziendali.
- La ricerca della sinergia tra le funzioni aziendali.
- Modelli strategico-competitivi avanzati
- Il business Plan: struttura e contenuti
- La definizione del valore proposto dei prodotti/servizi
- I dati di fattibilità economica-finanziaria
- La formulazione e la comunicazione del Business Plan
- Sviluppo verticale ed orizzontale

Modulo 11.

PASSAGGIO GENERAZIONALE

- Criteri di configurazione
- Il passaggio generazionale in azienda
- Continuità, cessione, smobilizzo
- La diagnosi, prognosi e progetto di continuità, strategie e pianificazione
- Il padre, il figlio, esigenze, dinamiche
- Il ruolo del management nel passaggio generazionale
- La formazione, il coacher: strumenti di sostegno al passaggio
- Case History: Figli, capitale in azienda
- Il passaggio generazionale

- I comportamenti e le motivazioni degli attori della proprietà
- La governance
- Criteri di configurazione
- riflessi delle dinamiche sui processi di gestione
- riflessi sull'efficienza aziendale
- Case History

Modulo 12.

SVILUPPO IMPRENDITORIALE

- start up, spin off
- Start up: valutazione dell'iniziativa e dell'architettura del progetto; processo di sviluppo, il problema delle fonti finanziarie, il recruiting finanziario
- L'impostazione giuridica, la scelta del regime fiscale, la definizione della Governance, il controllo, l'acceleratore
- Spin off aziendale
- Laboratorio, project work e testimonianze

MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITÀ

DOCENTI

FLAVIO GUIDI

Fondatore del Gruppo SIDA, esperto di strategia ed organizzazione aziendale, progettista e formatore nell'ambito delle aree della Direzione aziendale, iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti, promotore dell'ISxD – Istituto Studi Direzionali e del periodico "Il Mondo del Lavoro nelle Marche", oltre che di significative integrazioni territoriali e di prestigiose joint-venture internazionali. Autore di numerose pubblicazioni e articoli per il Sole 24 Ore.

ALESSANDRO STECCONI

Consulente Divisione Finanza e Progetti Speciali della Sida Srl. Progettista per finanziamenti comunitari, statali e regionali; coordinatore di progetti speciali nell'ambito della programmazione negoziata; tutor nelle fasi di start-up aziendale. Docente con esperienza pluriennale in numerosi master, corsi aziendali ed interaziendali. Esperienze maturate nel campo della Responsabilità Sociale e nell'identificazione di indicatori alternativi di sviluppo. Esperienze professionali: Bcc Fano, Regione Marche, CCIAA di Macerata, Bontempi Cucine, Gruppo Somacis, Gruppo Monaldi, Job&Joy srl.

OSVALDO FANELLA

Consulente senior Sida Group srl con trentennale esperienza nella Direzione d'Impresa, prima nelle Risorse Umane ed Organizzazione aziendale, poi nella Direzione Generale in prestigiose realtà nazionali, in settori diversificati industria e

servizi. Ha gestito e coordinato importanti progetti di change management e ristrutturazioni aziendali.

Tra le principali esperienze professionali: Responsabile Ufficio Studi Gruppo Sigma-Tau, Responsabile del Personale Api Raffineria Ancona, Direttore Risorse Umane Inalca Gruppo Cremonini, Direttore Generale A.c.s., Direttore Generale Gruppo Life Spa ecc.

FABRIZIO PASSAMONTI

Consulente senior, dal 1985, esperto di pianificazione economico-finanziaria, controllo di gestione, contabilità industriale, analisi della redditività e strategia aziendale. Tutor nelle fasi di start-up aziendali e nei passaggi generazionali. Docente con esperienza pluriennale in numerosi master, corsi aziendali, seminari. Esperienze professionali: Bontempi, Gel, Ragni, Falmar, Romagnoli, Cooperativa Albanesi, OAM Carloni, Roccheggiani, Joycare, Euronics (Gruppo Cerioni), Lucesole, Plast 2000, Banca Marche, Federazione Marchigiana Banche Credito Cooperativo ed Enti di Pubblica Amministrazione.

MANUELA MACERATESI

Iscritta all'Ordine degli Avvocati del Foro di Ancona è consulente nell'Area legale, con specializzazione in contrattualistica aziendale, diritto commerciale, diritto civile, diritto del lavoro, diritto tributario. Alcune esperienze professionali: Gruppo SIGE, Gruppo Bontempi, Calzaturificio Franceschetti, Skalo srl, Tecnomatic srl, Casali spa.

MICHELE SASSO

Consulente esperto, in assistenza alla direzione, nei piani di risanamento aziendale e ristrutturazione del debito, di analisi di sostenibilità economico-finanziaria degli obiettivi e delle strategie in essere, nella redazione di piani finanziari e budget di cassa per la determinazione dei fabbisogni monetari aziendali. Ha operato in contesti di M&A, alla valutazione di impresa on le diverse metodologie (E.V.A.-MVA; Multipli empirici; D.F.C.F.; A.P.V.). Docente con esperienza nei corsi di "Analisi Finanziaria" e "Modello E.V.A.".

TORTOLINI CARLO

Dottore Commercialista iscritto all'Albo, Revisore dei Conti, esperto di pianificazione strategica, analisi della redditività aziendale, controllo di gestione e audit interno. Consulente senior, dal 1988, di finanza e controllo presso realtà manifatturiere del centro Italia; sindaco effettivo di società di capitali; componente di Consigli di Amministrazione; revisore in Enti Locali; Perito nominato da vari Tribunali per la valorizzazione di società e di enti pubblici. Esperienze professionali: Banca delle Marche, Gruppo Curvet, Federazione Marchigiana Banche di Credito Cooperativo e Bcc di Filottrano, Calzaturificio Franceschetti, LN, Ersu dell'Università di Camerino, Tecnomatic, Eurotecnica.

MASTER GENERAL MANAGEMENT, PASSAGGIO GENERAZIONALE E NUOVA IMPRENDITORIALITA'

DOCENTI

GERARDO URTI

Ventennale esperienza manageriale e imprenditoriale, si occupa di temi relativi a start up aziendali e passaggi generazionali. Sviluppa attività in qualità di Business Angel con particolare attenzione ai settori emergenti, consolidando la conoscenza delle strutture aziendali e dei tessuti economici e industriali italiani. Si è fabbricato esperienze nella Direzione d'Impresa, prima come CFO poi nella Direzione Generale ricoprendo incarichi manageriali, nel settore privato, in aziende leader: Ferretti Group, Pershing, Itama, Postecom, Indesit Company, Benelli Moto, Mercatone Uno. Formatore con esperienza pluriennale in numerosi master, corsi aziendali e seminari su tematiche connesse a leadership, innovazione e management internazionale

RITO STRACCIA

Attuale Direttore Succursale di Ancona-Jesi e Responsabile Area Adriatica del Gruppo UBI Banca; ex Direttore Generale per Banca delle Marche per la commercializzazione dei prodotti/servizi Centrobanca. Ha rivestito per 3 anni il ruolo di Direttore Generale dell'Uff. Controllo di Gestione presso Banca Carima SpA. partecipando alla definizione, sviluppo e gestione del sistema di controllo di gestione della Banca: budget annuale, analisi di costo per centro di responsabilità, risk management e gestione integrata dell'attivo e del passivo (ALM). Ha svolto Incarichi di docenza, anche ai Master della SIDA GROUP, su i temi della Finanza e Controllo di Gestione, della

segmentazione della clientela corporate nelle banche, dei prodotti derivati e della finanza straordinaria, Basilea II.

LUCA SQUARTINI

Ha lavorato per oltre 25 anni in alcune delle più grandi multinazionali del mondo del largo consumo, sia food che non food, maturando competenze nell'ambito Marketing & Sales sia sul mercato italiano che internazionale. Ha creato e diretto reti commerciali modellate in base alle esigenze dei diversi canali distributivi, con particolare focus sulla GDO.

PAOLO DELL'UOMO

Laureato in Scienze Politiche, ha ricoperto importanti ruoli dirigenziali in area Sistema Qualità in aziende di elettrodomestici. E' Auditor di Sistemi di Gestione Qualità e collabora con Enti di certificazione accreditati: SGS, TUV, RINA, AJA, BUREAU VERITAS. E' consulente senior presso SIDA, dal 1998, nella progettazione di sistemi di qualità secondo le norme più note: ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001. Ha esperienza di docenza pluriennale per corsi di sistemi qualità, six-sigma, lean thinking.

EMIDIO MARCHETTI

Dal 1986 è consulente senior di direzione aziendale per l'area relativa all'organizzazione ed al controllo della produzione con particolare esperienza nella gestione ed ottimizzazione delle risorse produttive. E' docente esperto e tutor nell'organizzazione del lavoro, nel controllo della produttività,

nell'implementazione di sistemi per il controllo della redditività dei prodotti e nella riduzione dei costi di trasformazione. Ha partecipato come leader in numerose operazioni di risanamento e di sviluppo in diverse realtà aziendali, sia nell'interno che all'esterno della nostra regione.

GIANLUCA CURZI

Ingegnere meccanico, master in business administration, ha ricoperto ruoli dirigenziali in aziende multinazionali in ambito operations. Dal 2009 e' consulente senior per società leader del settore nell'ambito project management, programmazione produzione e logistica. Collabora con la SIDA dal 2008 come docente dei corsi master.



Le informazioni presenti nel materiale pubblicitario hanno valore puramente illustrativo al solo scopo di fornire informazioni generali. Sida Group Srl, che si riserva, comunque, il diritto di apportare modifiche a sua totale discrezione. Nessuna responsabilità al riguardo potrà essere attribuita a Sida Group Srl.

Per partecipare ai colloqui di orientamento e selezione invia la tua candidatura a:
master@sidagroup.com
o contattaci al numero verde **800.991.292**

SEDI E CONTATTI

Management Academy
Sida Group
master@sidagroup.com
www.mastersida.com

Numero Verde
800 991 292

MILANO	FIRENZE
BOLOGNA	ANCONA
PARMA	ROMA
PADOVA	NAPOLI
VERONA	ASCOLI PICENO

Sede Amministrativa
Via I°Maggio, 156
60131 Ancona
Tel.07128521
Fax 0712852245