

CATALOGO  
FORMAZIONE CONTINUA IMPRESE  
FORMAZIENDA

*ANNO 2020*



**La nostra vision:  
L' ATENEO DELLE IMPRESE**

**#METODOLOGIA  
DIDATTICA**

Intuitiva ed accessibile

**#CONTENUTI MULTIMEDIALI**

tarati sui fabbisogni delle imprese e del mercato del lavoro

#FORMAZIONE  
manageriale

#ECONOMIA  
& MANAGEMENT

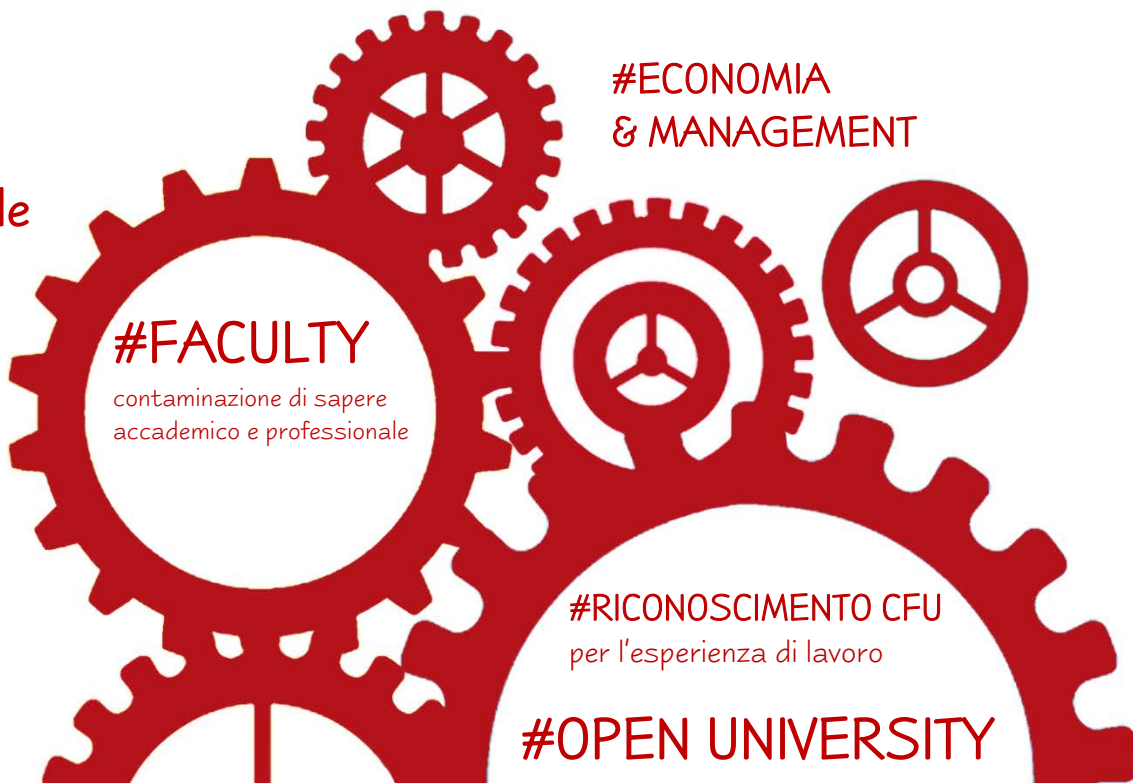
#FACULTY

contaminazione di sapere  
accademico e professionale

#RICONOSCIMENTO CFU  
per l'esperienza di lavoro

#START UP  
innovative

#OPEN UNIVERSITY



## **INDICE**

L' Ateneo.....	pag.5
L'approccio metodologico.....	pag.7
Struttura del catalogo.....	pag.8
Modalità di erogazione.....	pag.9
Informazioni e contatti.....	pag.10
Catalogo corsi on line.....	pag.11
Economia digitale.....	pag.12
Strategie di marketing digitale.....	pag.14
Comunicazione digitale.....	pag.16
Digital Transformation.....	pag.18
Digital strategy e corporate storytelling.....	pag.20
Tecniche di vendita (avanzato).....	pag.22
Digital skills e marketing digitale.....	pag.24
Management aziendale.....	pag.26
Change management.....	pag.28
Business english.....	pag.30
Programmazione e controllo di gestione.....	pag.32
Public speaking e gestione delle riunioni.....	pag.34
Master di I livello Formazione formatori (blended).....	pag.36
Master di I livello Formazione formatori .....	pag.38
Master di I livello Coaching (blended).....	pag.40
Master di I livello Coaching .....	pag.42
Pensiero strategico ed execution.....	pag.44
Master di I livello in Management Aziendale.....	pag.46
Master di I livello in Blockchain e Cryptoasset.....	pag.48
Diritto della privacy: le competenze del data protection officer.....	pag.50
Proprietà industriale.....	pag.52
Master di I livello in Diritto Tributario.....	pag.54

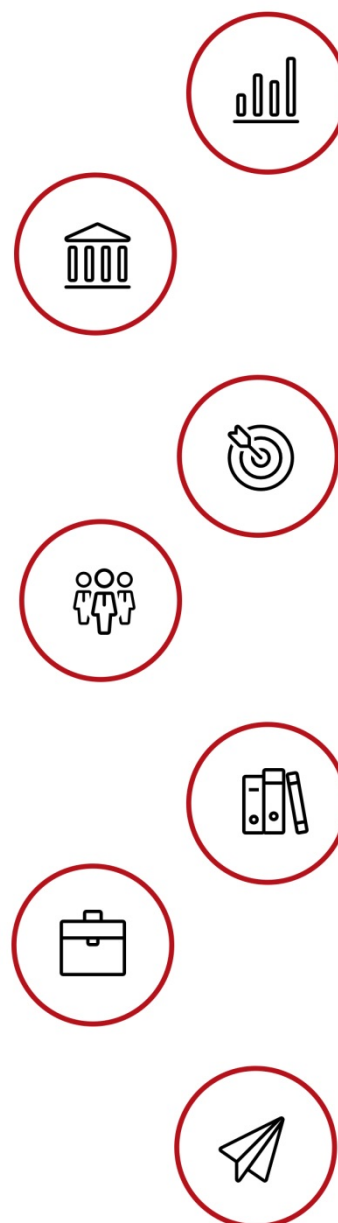
Master di II livello in Diritto Tributario.....	pag.56
Master di I livello in Impresa e valorizzazione per i beniculturali.....	pag.58
Aspetti giuridici dei big data.....	pag.60
Cyber security.....	pag.62
Corso cucina circolare.....	pag.64
Corso di cottura a basse temperature.....	pag.66
Corso sul sushi.....	pag.68
Corso di formazione generale e specifica per lavoratori .....	pag.70

## L' ATENEO

L' Università Mercatorum è l'Ateneo Telematico creata dal Sistema delle Camere di Commercio italiane con l'obiettivo di perseguire, attraverso tecnologie legate alla metodologia, ai modelli e ai sistemi di network, un'eccellente formazione universitaria on-line garantendo la flessibilità spaziale e temporale nell'erogazione della formazione.

L'Ateneo ha due Corsi di Laurea triennali: Gestione d'Impresa (classe delle Lauree L-18) con indirizzo Statutario e in Economia Digitale, Scienze del Turismo (classe delle Lauree L-15), una Laurea Magistrale in Management (classe delle Lauree Magistrali LM-77). Completano l'offerta i Corsi di Laurea triennali in Ingegneria Gestionale e Ingegneria Informatica, Psicologia del lavoro e delle organizzazioni e Scienze Giuridiche, il Corso di Laurea in Gastronomia e in Scienze del Cinema, arti e spettacolo, nonché il corso di laurea in Lingue e Mercati e un'ulteriore Laurea Magistrale in Psicologia del Lavoro.

L'Ateneo, inoltre, organizza Master, Corsi di formazione, di aggiornamento professionale e specialistici, anche nell'ambito delle procedure obbligatorie di formazione continua previste dalla disciplina vigente, costruiti su indicazione dei propri partner, enti pubblici o aziende private, e volti allo sviluppo qualitativo e quantitativo del capitale umano.



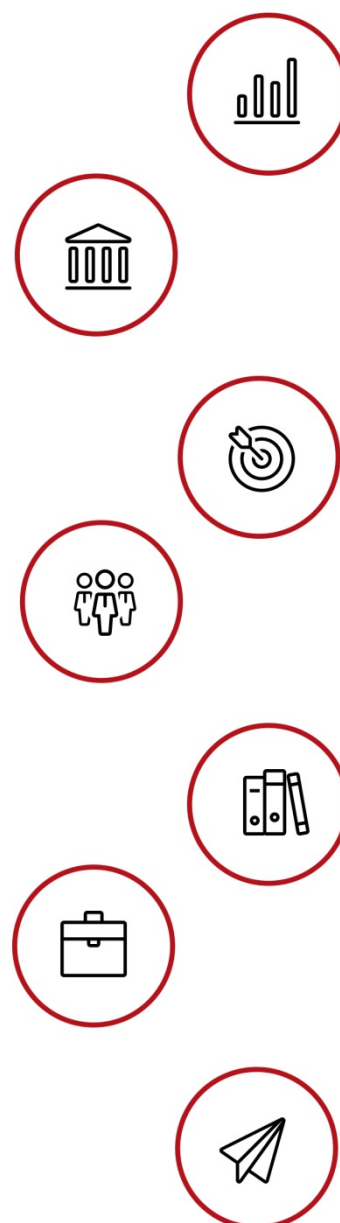
## L' ATENEO

L'Ateneo si avvale di una propria piattaforma di e-learning creata da un team di esperti ingegneri informatici con il supporto di pedagogisti. La piattaforma permette di gestire corsi on line basati sul Learning Management System (LMS). Si tratta di un innovativo strumento didattico che consente di organizzare e strutturare un ambiente virtuale, nel cui ambito condividere materiali di studio, idee e informazioni attraverso il dialogo tra studenti e tutor.

Si tratta di docenti delle più prestigiose Università italiane, professionisti dei diversi settori formativi e professionali, con esperienza in azienda, figure autorevoli della società civile ed esponenti del mondo della cultura in generale, tutti di chiara e riconosciuta fama internazionale.

Ogni studente partecipa alle attività della propria classe virtuale, coordinata da tutor esperti dei contenuti e formati sugli aspetti tecnico-comunicativi della didattica on-line, e viene seguito dal titolare della disciplina che è responsabile della didattica.

L'Ateneo organizza anche corsi in modalità blended e in presenza, sulla base delle specifiche necessità delle aziende.

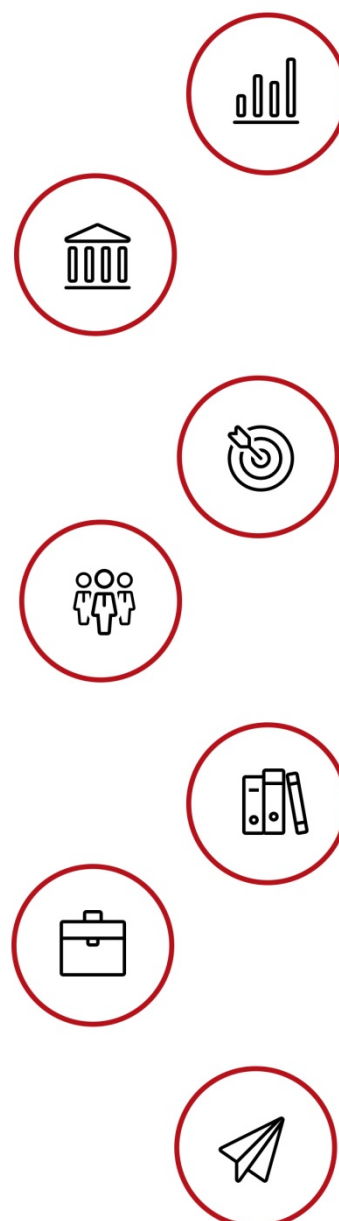


## L'APPROCCIO METODOLOGICO

Il modello di sviluppo manageriale dell'Università per le aziende risponde alle loro specifiche esigenze: l'offerta di servizi infatti si basa su un approccio partecipativo, di condivisione e di personalizzazione che pone l'attenzione su:

- Un'approfondita analisi dei bisogni e del contesto organizzativo in cui opera l'azienda;
- il disegno di interventi mirati e tarati sulle esigenze di sviluppo dell'azienda e nel rispetto delle cultura e dei valori aziendali del cliente;
- un modello di intervento flessibile, adattabile in corso d'opera, grazie anche alla disponibilità della piattaforma e-learning che riduce le barriere spazio-temporali dell'apprendimento tradizionale;
- una *faculty* di esperti e docenti con consolidata esperienza di consulenza aziendale;
- innovativi metodi di apprendimento, basati sul *cooperative learning* e sulla valorizzazione delle esperienze dei partecipanti
- La flessibilità delle metodologie didattiche (on line, blended e in presenza).

Il catalogo formativo rispetta questo approccio e propone costantemente contenuti tarati e personalizzati, con un giusto mix di sapere accademico ed approccio di tipo collaborativo-esperienziale.





## STRUTTURA DEL CATALOGO

Il catalogo ricopre le seguenti ambiti tematici, in linea con le caratteristiche distintive dell'Università, l'Ateneo delle imprese per le imprese, fortemente specializzato **sulle tematiche economiche e dell'innovazione tecnologica e digital transformation**:

**AMBITO TEMATICO:** *Marketing, strategia e comunicazione digitale*

**AMBITO TEMATICO :** *Manageriale e Sviluppo Risorse Umane*

**AMBITO TEMATICO:** *Giuridico-Economico*

**AMBITO TEMATICO :** *Abilità personali*

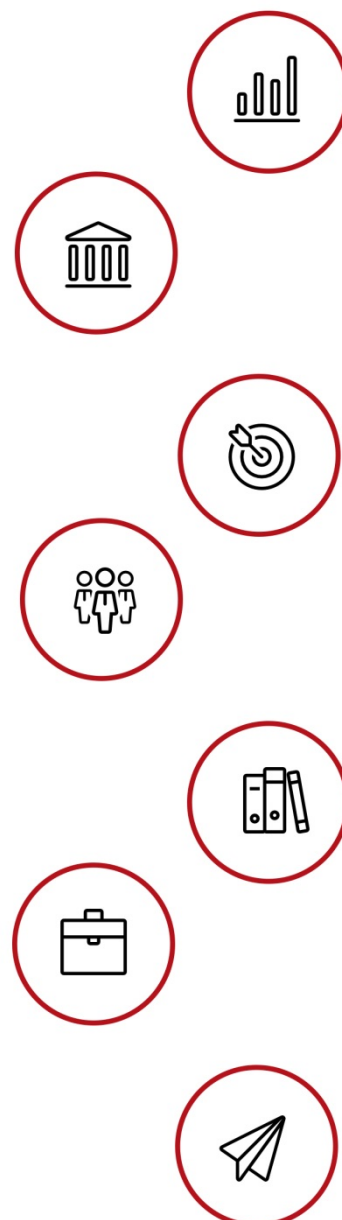
**AMBITO TEMATICO :** *Gestione aziendale, amministrazione e management*

**AMBITO TEMATICO :** *Lingue*

**AMBITO TEMATICO :** *Formazione obbligatoria*

**AMBITO TEMATICO :** *Tecniche di produzione*

**AMBITO TEMATICO :** *Credito, contabilità, finanza e fiscalità*



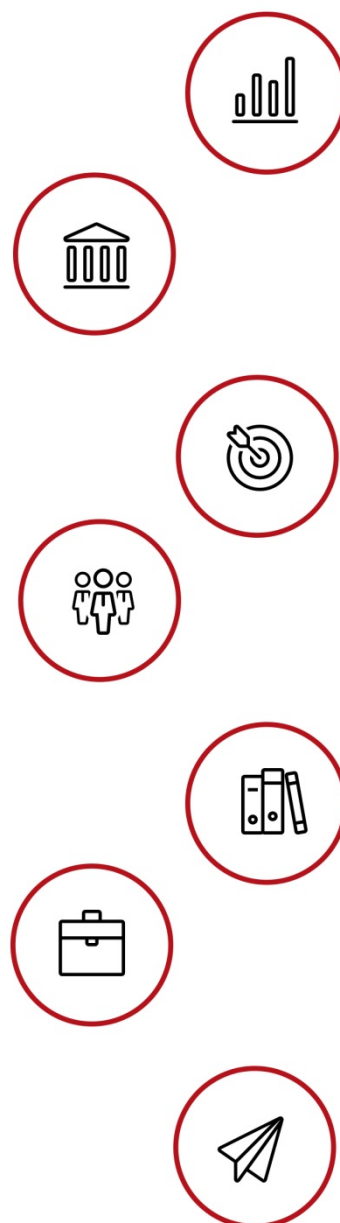
## MODALITÀ DI EROGAZIONE

I corsi sono prevalentemente online.

La formazione on line è caratterizzata da una metodologia didattica che prevede l'utilizzo di percorsi di studio costituiti da learning objects (unità di contenuto didattico), in cui convergono molteplici strumenti, materiali e servizi, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. Il discente, infatti, dispone di: testo scritto della lezione, con riferimenti bibliografici e note; diapositive (arricchite da testi, tabelle, immagini, grafici) commentate in audio dal docente; filmati delle lezioni, disponibili in modalità sincrona e/o asincrona; audiolezioni e video, esercitazioni di autovalutazione per la verifica dello stato di apprendimento.

L'ateneo si avvale della propria piattaforma di e-learning accessibile via web anche attraverso tutti i dispositivi mobili e in ogni momento della giornata.

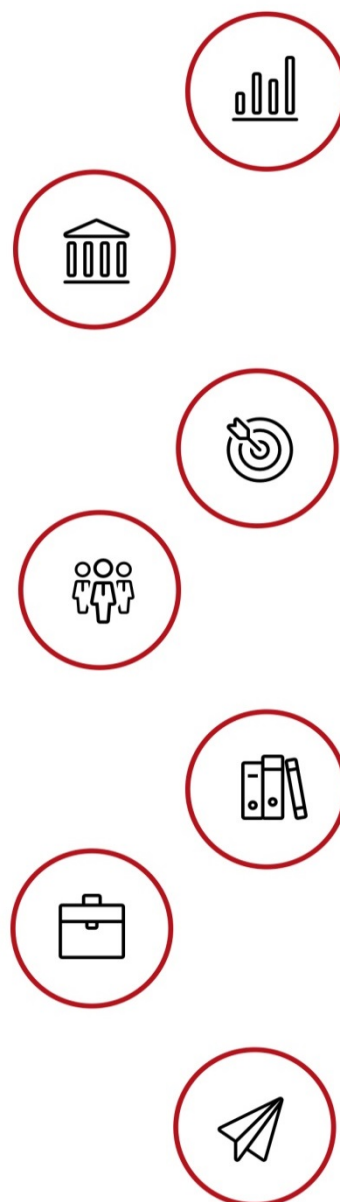
Sono previsti anche corsi blended e in presenza secondo le indicazioni fornite nel calendario disponibile sul sito dell'Ateneo e in ciascuna scheda programma.



## INFORMAZIONI E CONTATTI

Ogni altra informazione è disponibile nella sezione dedicata del sito web dell'Ateneo:

<https://www.unimercatorum.it/formazioneaziendale/formazione-finanziata>



# CATALOGO DEI CORSI



## ECONOMIA DIGITALE

### codice D01 versione 1.0

#### Gli obiettivi

Obiettivo del corso è fornire le conoscenze teoriche e i principi economici per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso con un focus specifico relativo all'Economia Digitale. Sviluppare capacità di interpretare i fenomeni aziendali, competenze alla base dell'impresa digitale. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento in una prospettiva di economia digitale. Attraverso lo studio di tali tematiche il partecipante sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento sempre con riferimento all'economia digitale.

Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento in una prospettiva di economia digitale. Consente inoltre al partecipante di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa. Il corso consente inoltre di sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa digitale.

Il programma consentirà al partecipante di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali e a comprendere e anticipare le evoluzioni del proprio settore. Durante il corso sono approfondite le conoscenze e competenze alla base dell'impresa digitale con particolare attenzione ai principi, la storia, l'ambiente competitivo e l'analisi degli impatti che l'Economia Digitale ha determinato nella società per affrontare le sfide della rivoluzione digitale.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Imprenditori e dipendenti di impresa con ruoli di responsabilità strategica, in possesso di diploma di scuola superiore.



#### Ambito tematico

**DIGITALIZZAZIONE**

#### Durata

**80 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING: 80 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Tutto l'anno**

#### Costo

**€ 500,00**

**Iva 22%**

## ECONOMIA DIGITALE

### codice D01 versione 1.0



#### **Contenuti**

L'impresa nell'era digitale- La rivoluzione digitale- La rivoluzione digitale- Modelli di Business- L'economia dell'informazione- La catena del valore nell'era del digitale- IT Business applications- HR e competenze digitali- La Sharing Economy- La Data Economy- I players nel mercato digitale- la Data Economy- i Media Digitali.

Modulo I - 40 ore: Principi, la storia, l'ambiente competitivo e l'analisi dell'impatto che l'Economia Digitale ha determinato nella società. Il corso si compone di due parti.

Modulo II - 20 ore Gli strumenti di gestione digitale d'impresa.

Modulo III -20 ore Business case significativi dell'applicazione dell'Economia Digitale -

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

#### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

#### **Docenza**

Docente universitario fascia A

## STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE codice M02 versione 1.0

### Gli obiettivi

Il programma consentirà al partecipante di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa.

Obiettivo del corso è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Sviluppare le abilità di analizzare le informazioni del mercato di riferimento, le competenze necessarie ad avviare un processo decisionale.

Saranno trasmesse le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati di riferimento. Specifica attenzione sarà dedicata alle fasi che compongono il piano di marketing, nonché alla variabili operative di marketing mix sulle quali si sviluppa il processo decisionale dell'impresa nell'era digitale.

Mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), il corso consente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale". Potrà quindi sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda. Infine il corso potenzia le competenze comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Imprenditori e dipendenti di impresa con ruoli di responsabilità strategica, in possesso di diploma di scuola superiore.



### Ambito tematico

**MARKETING E VENDITE**

### Durata

**60 ORE**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 60 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

### Costo

**€ 500,00 Iva 22%**



## **STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE codice M02 versione 1.0**



### **Contenuti**

Nella prima parte del corso saranno approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte saranno fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

Modulo I 20 ore Le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; Impresa e ambiente; la formula imprenditoriale; Strategie di crescita; Dall'analisi dell'ambiente all'analisi di settore; Strategie di marca; Marketing Communication

Modulo II 40 ore Le più significative tecniche e metodologie per applicare le conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Docente universitario fascia A



## COMUNICAZIONE DIGITALE

codice D03 versione 1.0

### Gli obiettivi

Il corso consente di: acquisire gli strumenti per sviluppare una strategia di comunicazione digitale; Integrare i social media nella propria strategia di comunicazione; acquisire le leve del successo: eventi, annunci, link, blog e comunicazione di crisi sui social media; comprendere le tecniche per l'analisi dei dati attraverso le metriche di riferimento.

La principale finalità del corso è quella di fornire ai discenti un'esaustiva panoramica degli strumenti digitali con cui poter declinare la comunicazione, sia in termini operativi che istituzionali. Benchè gli assiomi fondamentali siano gli stessi di ogni altro strumento della comunicazione umana, quella digitale richiede alcune conoscenze specifiche necessarie per trarre il massimo dell'efficacia. Conoscenze: conoscenza delle caratteristiche della comunicazione digitale; Abilità: capacità di utilizzare i principali social media nelle funzioni di base e le tecniche di base degli strumenti di comunicazione off e on line; Competenze: costruire un piano di comunicazione digitale per la propria azienda

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il corso è rivolto a tutti coloro che hanno necessità di utilizzare gli strumenti digitali per comunicare, sia a livello personale che aziendale e sia a finalità commerciale che istituzionale, in possesso di diploma di scuola superiore.



### Ambito tematico

**DIGITALIZZAZIONE**

### Durata

**24 ORE**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 24 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Tutto l'anno**

### Costo

**€ 500,00 Iva 22%**

# COMUNICAZIONE DIGITALE

## codice D03 versione 1.0



### **Contenuti**

Saranno trattati i seguenti argomenti: Sviluppare la propria strategia di comunicazione digitale - Comunicare sui social media e in rete - L'advertising sui Social Network - Misurare le azioni di comunicazione digitale – Le fonti pubbliche in tema di comunicazione digitale.

Modulo I 8 ore Nozioni di base della comunicazione di impresa  
Modulo II 4 ore Costruire un vero e proprio piano di comunicazione digitale. Modulo III 4 ore Engagement nell'utilizzo dei nuovi strumenti digitali Modulo IV 8 ore Tecniche base di social media writing, l'arte di adattare la capacità di ognuno ai vari strumenti ed alle loro sostanziali differenze (di destinatari, di funzioni, di tempi di reazione, ecc.)

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Docente universitario fascia A

# DIGITAL TRANSFORMATION

codice D04 versione 1.0

## Gli obiettivi

Il digitale impatta tutte le funzioni aziendali, è una delle leve di innovazione e sviluppo. L'azienda deve adattarsi a una nuova economia collegata ad esso ed evolvere costantemente in un ambiente in continuo cambiamento. Questo corso accompagna nell'affrontare la trasformazione digitale, identificandola come una leva di crescita della loro attività o della loro unità di business.

Il corso consente di: comprendere le sfide della trasformazione digitale in azienda; acquisire una panoramica della trasformazione digitale e relative competenze chiave; azionare le leve organizzative, manageriali e umane; ripensare il proprio modello di business in chiave digitale

La principale finalità del corso è quella di dotare i partecipanti degli strumenti e delle conoscenze più evolute per approcciare nel modo migliore e con la massima efficacia i processi ormai sempre più necessari di cambiamento da aziende tradizionali e business old economy ad aziende digital "ready"; obiettivo finale sarà quello di portare i partecipanti verso il "digital mindset".

Conoscenze delle nozioni di base della trasformazione digitale: Abilità di applicare processi di digitalizzazione nel proprio settore di riferimento. Competenze nel comprendere e rimuovere i principali blocchi culturali ed emotivi alla digital transformation.

## Target di riferimento e requisiti di accesso

Il corso è rivolto a tutti coloro che sono coinvolti in processi aziendali e/o manageriali e/o professionali oggetto di possibile "digital transformation" ed a tutti coloro che vogliono forgiare la loro stessa cultura imprenditoriale e professionale del cosiddetto "digital mindset", in possesso di diploma di scuola superiore.



## Ambito tematico

**DIGITALIZZAZIONE**

## Durata

**24 ORE**

## Modalità formativa

**E-LEARNING 24 ore**

## Sede del corso

**Università Mercatorum**

**Piazza Mattei 10 00186**

**Roma, Rm Lazio**

## Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

## Numero partecipanti

**25**

## Frequenza

**minima 75%**

## Iscrizione

**Tutto l'anno**

# DIGITAL TRANSFORMATION

codice D04 versione 1.0



## **Contenuti**

Saranno trattati i seguenti argomenti: Il contesto, i principali attori interni e esterni della trasformazione digitale – Le tendenze di un'economia che cambia - Il ruolo delle tecnologie digitali: mobile, social media, di analisi, il cloud computing, oggetti connessi – La conoscenza dei clienti attraverso E-CRM e Big data – Le competenze digitali dell'organizzazione

Modulo I 8 ore Il Marketing e le vendite e gli strumenti digitali  
Modulo II 8 ore I processi di digitalizzazione all'interno della vita  
comprendere e rimuovere i principali blocchi culturali ed emotivi  
alla digital transformation; Modulo III 8 ore Le risorse digitali nei  
settori aziendali e le modalità collaborative; smart working, e-  
learning, webinar, e-meeting;

## **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

## **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## **Docenza**

Docente universitario fascia A

# DIGITAL STRATEGY E CORPORATE STORYTELLING

## codice D05 versione 1.0

### Gli obiettivi

Il Corporate Storytelling è ormai una disciplina evoluta e articolata. Applicare questa materia nelle aziende significa conoscere le regole di funzionamento non solo dei racconti d'impresa, ma anche delle organizzazioni che devono comunicare, promuovere, vendere prodotti, marchi, servizi o anche semplicemente la propria reputazione.

Gli storyteller d'impresa devono conoscere le variabili manageriali che consentono di gestire e governare progetti narrativi: si tratta di variabili trasversali a business di ogni dimensione e che permettono di comunicare in maniera memorabile e coinvolgente.

Al termine del corso il partecipante sarà in grado di:

- Comprendere un racconto d'impresa
- Costruire un racconto d'impresa
- Conoscere le variabili per gestire un racconto d'impresa

Il corso si propone di sviluppare le competenze e le meta-competenze di imprenditori, manager e professionisti che collaborano in azienda, che intendano migliorare le conoscenze e le abilità di comunicazione aziendale, in scenari di mercato che impongono mutamenti repentini e la scelta di strumenti di comunicazione più idonei e più efficaci.

Conoscenze di base delle applicazioni dell'innovazione digitale nella propria attività economica. Abilità nell'individuare le tecniche e le metodologie di digital strategy. Competenze di strategia aziendale applicata alle nuove tecnologie digitali.

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Imprenditori e dipendenti di impresa con ruoli di responsabilità strategica in possesso di diploma di scuola media o superiore.



### Ambito tematico

**DIGITALIZZAZIONE**

### Durata

**100 ORE**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 76 ore E**

**AULA 24 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum**

**Piazza Mattei 10 00186**

**Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti: 30**

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

### Costo

**€ 500,00 Iva 22%**

# DIGITAL STRATEGY E CORPORATE STORYTELLING

**codice D05 versione 1.0**



## **Contenuti**

Storytelling: prime definizioni - Che cosa è un racconto d'impresa: come riconoscerlo e saperlo usare - Le variabili fondamentali: cosa considerare se si vuole fare Storytelling - Come si costruisce un racconto d'impresa: passaggi chiave – Come si promuove e divulga un racconto di impresa

Modulo I Digital strategy (4 ore in presenza), Modulo II On line advertising (4 ore in presenza), Modulo III Corporate storytelling (4 ore in presenza), Modulo V Laboratorio di “anti-storytelling” (12ore in presenza), Modulo VI Strategie di marketing digitale (76 ore online).

## **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

## **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## **Docenza**

Docente universitario fascia A

## **TECNICHE DI VENDITA (avanzato)** **codice M06 versione 1.0**



### **Gli obiettivi**

Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere le tecniche di vendita per competere in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla “rivoluzione digitale”. Il partecipante anche tramite il confronto con i casi di studio potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all’analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda. Al termine del corso il partecipante sarà in grado di:

- Sviluppare le tecniche di vendita e migliorarle con metodi affermati di negoziazione
- Analizzare i fattori psicologici che influenzano la trattativa
- Elaborare metodi e tecniche di comportamento che migliorino l’efficacia personale e aziendale.

La principale finalità del corso è quella di dotare i partecipanti degli strumenti e delle conoscenze più evolute per approcciare nel modo migliore e con la massima efficacia ogni tipo di mercato, dal B2C al più complesso B2B; completa il corso una panoramica degli strumenti di supporto digitale alle vendite evolute (CRM, KPI, ecc.).  
Conoscenze: Acquisire le conoscenze per comprendere i cambiamenti del mercato di riferimento. Abilità: sapere analizzare il proprio business e le leve di vendita sapendo altresì gestire tutte le fasi di vendita. Competenze: essere in grado di attivare i canali di vendita in coerenza con le proprie strategie di business e di posizionamento sul mercato.

### **Target di riferimento e requisiti di accesso**

Il corso è rivolto a tutti coloro che sono coinvolti in processi di vendita di qualsivoglia prodotto e/o servizio e che abbiano già appreso le tecniche basilari della vendita e che abbiano già maturato le prime esperienze “sul campo” in possesso di diploma di scuola media o superiore

### **Ambito tematico**

**MARKETING E VENDITA**

### **Durata**

**40 ORE**

### **Modalità formativa**

**E-LEARNING 40 ore**

### **Sede del corso**

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

### **Tipologia formativa**

**Formazione  
professionalizzante**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Tutto l’anno**

### **Costo**

**€ 1.000,00 Iva 22%**

## **TECNICHE DI VENDITA (avanzato)**

### **codice M06 versione 1.0**



#### **Contenuti**

Di seguito i principali temi trattati: Breve storia delle tecniche di vendita- A.I.D.A. , SPIN e le tecniche della prima generazione- La seconda generazione di tecniche: la Vendita Creativa- Differenza tra B2B e B2C- Applicazioni: teleselling e telemarketing- Il Venditore Consulenziale e l'analisi dei "bisogni"- La vendita on line: e-commerce, e-shopping e e-subscription- Funnel marketing -Inbound Selling e Funnel Marketing

Modulo I 20 ore: Analizzare il mercato e definire un piano di posizionamento strategico della propria attività

Modulo II 20 ore Tecniche e strumenti di vendita

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

#### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

#### **Docenza**

Docente universitario fascia A



## DIGITAL SKILLS E MARKETING DIGITALE codice M07 versione 1.0

### Gli obiettivi

L'adozione di una nuova visione "Industria 4.0" oriented richiede per tutte le aziende una riflessione sui modelli di business e un profondo ripensamento dei modelli organizzativi e di organizzazione del lavoro dovuti all'applicazione sistematica della tecnologia IoT (Internet of things) ai processi di produzione. Obiettivo del corso è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica e di marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale.

In coerenza con gli obiettivi del corso, saranno sviluppate nei partecipanti:

la conoscenza e la comprensione delle tecnologie della società dell'informazione per il lavoro, con specifiche implicazioni nella gestione di impresa;

le abilità di base nelle TIC con specifico riferimento all'uso del computer per reperire, valutare, conservare, produrre e scambiare informazioni a supporto dell'implementazione di una strategia di marketing digitale;

le competenze tecniche dell'area SMAC (Social, Mobile, Analytics, Cloud), applicate ai fabbisogni di un'impresa che intende aumentare il proprio grado di digitalizzazione.

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Imprenditori e dipendenti di impresa con ruoli di responsabilità strategica, in possesso di diploma di scuola media o superiore.



### Ambito tematico

**MARKETING E VENDITE**

### Durata

**40 ORE**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 40 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

### Numero partecipanti

**25**

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

# **DIGITAL SKILLS E MARKETING DIGITALE codice M07 versione 1.0**



## **Contenuti**

Il programma consentirà al partecipante di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, saranno approfondite le conoscenze e le competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; saranno fornite, inoltre, le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

Modulo I 10 ore Analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; Modulo II 20 ore Le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing Modulo III 10 ore Elaborare un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

## **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

## **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## **Docenza**

Docente universitario fascia A

## MANAGEMENT AZIENDALE

### codice G08 versione 2.0

#### Gli obiettivi

Il Corso in Management Aziendale punta ad offrire conoscenze specifiche in tema di governo e gestione delle aziende, attraverso una solida formazione interdisciplinare. Conoscenze: acquisire le conoscenze sul funzionamento di un'azienda nei settori e mercati di riferimento. Abilità: Utilizzare i principali strumenti applicabili ai processi gestionali e interpretando correttamente gli effetti dei fenomeni economici dell'ambiente esterno sul sistema aziendale. Competenze: sviluppare un approccio analitico alle tematiche aziendali e alla capacità di problem solving.

Il corso mira a sviluppare nei partecipanti:

- La capacità di lettura del contesto economico
- La capacità di analisi dei dati e di modellistica delle relazioni tra variabili rilevanti, mediante l'uso di tecniche quantitative
- La capacità di analizzare e gestire i processi aziendali
- La conoscenza del quadro normativo rilevante per il management
- Le modalità di interazione nell'organizzazione

Attraverso la partecipazione a questo corso l'allievo sarà in grado di applicare nella sua azienda o quella in cui lavora le principali tecniche e strumenti per una gestione manageriale ed efficiente dell'impresa.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il corso si rivolge a Professionisti d'impresa quali Dipendenti, Quadri e Professional, che vogliono integrare al meglio il sapere e l'essere e dunque intendono investire sia in termini di conoscenze professionali sia in termini di sviluppo delle capacità e qualità personali, in possesso di diploma di scuola superiore o laurea.



#### Ambito tematico

**GESTIONE AZIENDALE ,  
AMMINISTRAZIONE E  
MANAGEMENT**

#### Durata

**100 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 100 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Tutto l'anno**

**Costo € 600,00 Iva 22%**

# MANAGEMENT AZIENDALE

## codice G08 versione 2.0



### **Contenuti**

Il corso fornisce nozioni sulle discipline che riguardano l'intera filiera di gestione di un'impresa: principi contabili; organizzazione e sviluppo delle risorse umane; business Planning; statistica Aziendale; programmazione e controllo; diritto tributario

Modulo I 25 ore Nozioni di analisi economica e finanziaria dei fenomeni aziendali. Modulo II 25 ore Economia e gestione di impresa. Modulo III 25 ore Diritto societario Modulo IV 25 ore Marketing e strategia aziendale

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Docenti universitari fascia A

## **CHANGE MANAGEMENT codice**

### **A09 versione 1.0**

#### **Gli obiettivi**

Il corso si pone un duplice obiettivo: garantire una forte focalizzazione su tematiche organizzative e di cambiamento che sono di ostacolo nell'esperienza di business e condividere pratiche ed esperienza per mirare all'eccellenza. Conoscenze: saper analizzare le componenti, origini e classificazioni del cambiamento organizzativo. Abilità di interpretarne le dinamiche sia a livello personale sia a livello aziendale. Competenze: essere in grado di individuare i percorsi di cambiamento più idonei per il proprio settore e mercato di riferimento.

Il corso in change management insegna come realizzare in modo efficace e duraturo nel tempo un cambiamento organizzativo. L'obiettivo è formare risorse in grado di gestire tutte le componenti che strutturano l'intero processo evolutivo aziendale. Questo corso permette agli allievi di acquisire metodologie, tecniche e conoscenze per diventare Change Management Expert e guidare le persone e le organizzazioni verso il necessario e rapido cambiamento, personale e professionale. Risultati attesi sono saper riconoscere e disciplinare il cambio di abitudini individuali e organizzative necessarie in base alle sollecitazioni dell'ambiente interno ed esterno dell'organizzazione, sapere riconoscere e rimuovere i punti di resistenza al cambiamento, agendo nella propria azienda quale agenti interno di innovazione organizzativa.

#### **Target di riferimento e requisiti di accesso**

Il corso è rivolto a chi è chiamato a svolgere un ruolo di guida in fasi di trasformazione della propria organizzazione, a coloro che intendono rafforzare la propria managerialità ovvero a chi in azienda deve assumere il ruolo di agente del cambiamento, in particolare i Manager e gli executive in possesso di diploma di scuola superiore o laurea.



#### **Ambito tematico**

**ABILITA' PERSONALI  
SVILUPPO PERSONALE**

#### **Durata**

**60 ORE**

#### **Modalità formativa**

**E-LEARNING 60 ore**

#### **Sede del corso**

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### **Tipologia formativa**

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Tutto l'anno**

#### **Costo**

**€ 1000,00 Iva 22%**

## **CHANGE MANAGEMENT codice A09 versione 1.0**



### **Contenuti**

Il corso, modulare, si sviluppa intorno a tre aree tematiche: una parte introduttiva, finalizzata a comprendere gli aspetti terminologici e le declinazioni in ambito organizzativo, una parte relativa a inquadrare le componenti comportamentali a livello individuale legate al cambiamento, una parte relativa alle implicazioni organizzative in un contesto aziendale, ed infine, una quarta parte relativa agli alla comprensione e all'utilizzo di strumenti operativi per sviluppare un mindset di change management inteso come una "competenza aziendale".

Modulo I 20 ore: le dinamiche del cambiamento e delle innovazioni, le filosofie manageriali di gestione del cambiamento, le dimensioni psicologiche del cambiamento. Modulo II 20 ore il processo e gli strumenti di gestione del cambiamento, la comunicazione. Modulo III 20 ore la Leadership del cambiamento, i meccanismi di innovazione continua e incrementale.

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Docente universitario fascia A

## **BUSINESS ENGLISH codice A10**

### **versione 1.0**

#### **Gli obiettivi**

Gli obiettivi formativi sono l'acquisizione delle strutture di base del sistema linguistico Inglese (livelli B1/B2) al fine di sviluppare competenze comunicative, sia scritte che orali, per poter interagire in maniera corretta su un'ampia gamma di argomenti. Conoscenze: conoscenza delle strutture lessicali, grammaticali e morfologiche della lingua inglese: Abilità: saper utilizzare il linguaggio tecnico specialistico della lingua inglese commerciale. Competenze: essere in grado di esprimersi in forma orale e scritta in inglese economico.

Sono obiettivi del corso:

- Fornire gli strumenti e le conoscenze necessarie per redigere andamenti economico-finanziari utilizzando la terminologia adeguata
- Presentare se stessi in maniera professionale, trasmettendo sicurezza e professionalità
- Essere autonomi in una conversazione telefonica
- Fornire le conoscenze relative al contratto di lavoro internazionale
- Essere autonomi e capaci di redigere lettere commerciali professionali, formali ed efficaci

Il corso consente di acquisire le competenze linguistiche necessarie per comunicare efficacemente all'interno di un contesto aziendale; imparare a scrivere una lettera commerciale, a rispondere ad una mail di lavoro, a condurre una telefonata, ad analizzare un contratto redatto in lingua inglese, tutte abilità che consentono di aumentare le aspettative di carriera in ambito lavorativo.

**Target di riferimento e requisiti di accesso** Imprenditori e dipendenti di impresa, in possesso di conoscenza della lingua inglese di livello A2.



#### **Ambito tematico**

**LINGUE**

#### **Durata**

**200 ORE**

#### **Modalità formativa**

**E-LEARNING 200 ore**

#### **Sede del corso**

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### **Tipologia formativa**

**Formazione altamente  
professionalizzante**

#### **Numero partecipanti**

**25**

#### **Frequenza minima 75%**

#### **Iscrizione Tutto l'anno**

#### **Costo**

**€ 1.000,00 Iva 22%**

## **BUSINESS ENGLISH codice A10**

### **versione 1.0**



#### **Contenuti**

What Is Economy - Finding A Job – Companies – Markets - Environment And Business – Retailing - E-Commerce - Intercultural Business Communication.

Modulo I 50 ore Strutture di base del sistema linguistico Inglese. Elementi di fonetica e fonologia, grammatica e sintassi. Esercizi di comprensione e produzione scritta e orale. Particolare attenzione è rivolta ai seguenti aspetti grammaticali: - A1: fonetica e fonologia, il nome, l'aggettivo, gli articoli, gli aggettivi e i pronomi dimostrativi, possessivi, i numerali, i pronomi personali soggetto e complemento, i pronomi interrogativi, le principali preposizioni di tempo e luogo,

Modulo II 50 ore Il modo indicativo nei tempi Simple Present e Present Progressive, i verbi ausiliari, la forma interrogativa, la forma negativa, modali (can/can't); - A2: tempi verbali del past simple, present perfect, present perfect continuous, il condizionale, le forme del futuro, il periodo ipotetico di primo tipo, phrasal verbs; - B1: il periodo ipotetico di secondo tipo, comparativi e superlativi, i tempi del past continuous e del past perfect; 2 - B2: l'uso dei modi e dei tempi verbali, modali (must, may, might, should, could, have to), le preposizioni relative, il periodo ipotetico di terzo tipo.

Modulo III 100 ore Business english

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

#### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con CFU.

#### **Docenza**

Docente universitario fascia A



# PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE codice G11 versione 1.0

## Gli obiettivi

Obiettivo del corso è la comprensione del funzionamento di un moderno sistema di programmazione e controllo di gestione, visto nel suo contesto organizzativo e nei diversi strumenti di rilevazione (antecedente, concomitante e susseguente) di cui si avvale. Conoscenze: acquisire le nozioni di base del sistema di programmazione e controllo in un'azienda. Abilità: sapere utilizzare strumenti di P&G. Competenze: Essere in grado di creare o implementare un sistema aziendale di pianificazione e controllo.

Il corso offre le chiavi di lettura per cogliere gli elementi che regolano il processo di pianificazione e controllo aziendale. I temi trattati copriranno la sfera contabile e analitica: studio dei centri di costo, di ricavo, l'attribuzione dei costi, i modelli di costing, gli strumenti di rilevazione e contabilità generale, l'analisi di budget, proiezioni, e ribaltamenti, oltre che una approfondita sezione sulla reportistica. Risultati efficienti, ottimizzazione dei processi e delle risorse, taglio degli sprechi: sono alcune tra le discriminanti di una strategia di successo.

Sempre più spesso la capacità di sfruttare al meglio le risorse aziendali è la più importante tra le discriminanti tra il successo e il fallimento di una impresa. Il mercato del lavoro è dunque aperto per quei professionisti capaci di ottimizzare i processi e le risorse nel modo più vantaggioso e produttivo per l'azienda.

## Target di riferimento e requisiti di accesso

Imprenditori e dipendenti di impresa, in possesso di diploma di scuola secondaria.



## Ambito tematico

**GESTIONE  
AZIENDALE, AMMINISTRAZIONE  
E MANAGEMENT**

## Durata

**60 ORE**

## Modalità formativa

**E-LEARNING 60 ore**

## Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm  
Lazio**

## Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

## Numero partecipanti

**25**

## Frequenza

**minima 75%**

## Iscrizione

**Tutto l'anno**

## Costo

# PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE codice G11 versione 1.0



## Contenuti

Il ciclo della gestione- Misurazione e controllo - Il Processo di Programmazione e Controllo: dimensione, fasi, tipologie - Pianificazione strategica - Programmazione e redazione budget – I sistemi di misurazione – I sistemi di reporting – Risk management – I sistemi di controllo

Modulo I 30 ore Introduzione al controllo di gestione  
Modulo II 30 ore Tecniche e strumenti di programmazione e controllo aziendale

## Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale

## Certificazione rilasciata

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## Docenza

Docenti universitari fascia A

## **PUBLIC SPEAKING E GESTIONE DELLE RIUNIONI codice A12 versione 1.0**

### **Gli obiettivi**

il corso si rivolge a quanti hanno necessità nei propri contesti di lavoro di acquisire strumenti per comunicare le proprie idee e farsi ascoltare, attraverso una metodologia basata sull'apprendimento in situazione. Sono risultati attesi: comprendere il proprio punto di partenza e lo stile comunicativo personale più "adatto"; sapere utilizzare gli strumenti di comunicazione verbale e non verbale per ottenere l'attenzione dell'uditorio, imparare le strategie e le tecniche per una presentazione di successo o per la gestione di riunioni, formulando discorsi convincenti e comportamenti operativi efficaci nelle riunioni.

Il corso è un'esperienza formativa di executive training rivolto a figure manageriali che operano in contesti privati ed ha l'obiettivo di migliorare le competenze di comunicazione di quanti hanno l'esigenza nei propri contesti di lavoro di acquisire strumenti per comunicare le proprie idee e farsi ascoltare, attraverso una metodologia basata sull'apprendimento in situazione. Conoscenze: essere in grado di conoscere gli elementi principali della comunicazione applicate alla comunicazione in pubblico e al team working: Abilità: Essere in grado di realizzare presentazioni personali e aziendali e preparare riunioni di lavoro. Competenze. Essere in grado di definire la strategia di comunicazione ottimale in funzione degli obiettivi di presentazioni e riunioni

**Target di riferimento e requisiti di accesso** Imprenditori e dipendenti di impresa con ruoli di responsabilità strategica.



### **Ambito tematico**

**ABILITA' PERSONALI**

### **Durata**

**24 ORE**

### **Modalità formativa**

**E-LEARNING 24 ore**

### **Sede del corso**

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

### **Tipologia formativa**

**Formazione di base e  
trasversale**

### **Numero partecipanti 25**

### **Frequenza minima 75%**

### **Iscrizione Tutto l'anno**

### **Costo € 700,00 + IVA 22%**

# PUBLIC SPEAKING E GESTIONE DELLE RIUNIONI codice A12 versione 1.0



## Contenuti

Il corso nasce per consentire a ognuno, a prescindere dalle competenze acquisite, dalle attitudini innate o dall'esperienza maturata sul campo, di giungere a un livello di preparazione ottimale e solido. Comprendere, innanzitutto, se stessi e i propri limiti, è il punto da cui partire per arrivare ad allenare le abilità necessarie per saper gestire un intervento pubblico, di qualsiasi natura e con ogni tipo di uditorio. Per questo motivo, durante il corso, una parte del tempo viene dedicata all'utilizzo di strumenti adeguati a riconoscere e saper gestire le proprie emozioni limitanti. Durante il corso, viene dato ampio spazio anche allo studio della comunicazione, in tutte le sue forme, nonché all'analisi delle personali modalità espressive, per giungere a individuare il proprio stile di comunicazione ideale. Il partecipante acquisisce le conoscenze e le tecniche idonee per gestire una platea, di qualsiasi grandezza e spessore, in modo competente e con il giusto grado di disinvoltura.

Modulo I 8 ore le principali tecniche di comunicazione per preparare e gestire discorsi in pubblico con l'analisi della gestione del corpo, del tempo, dello spazio e della voce, la gestione dell'ansia, Modulo II la preparazione e realizzazione simulata dei speech in azienda e di lavoro. Modulo III la gestione delle riunioni, con particolare riguardo alle modalità di pianificazione, organizzazione e tenuta delle riunioni.

## Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale

## Certificazione rilasciata

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## Docenza

Docenti universitari fascia A

## MASTER DI I LIVELLO

### FORMAZIONE FORMATORI (blended) AA19/20 codice A13 versione 3.0

#### Gli obiettivi

Le nuove sfide e le nuove necessità d'apprendimento che si presentano nelle aziende pubbliche e private trasferiscono sui responsabili delle Risorse Umane e su consulenti e formatori richieste che sempre più spesso l'attività formativa tradizionale d'aula non riesce a soddisfare.

Nuove competenze, nuovi profili professionali, nuove metodologie e tecnologie di comunicazione richiedono inoltre un ripensamento dei modelli didattici e con essi delle strategie didattiche nella gestione delle dinamiche di aula.

Sono risultati attesi: migliorare la capacità di condurre sessioni formative di successo; comprendere e gestire i meccanismi alla base dell'efficacia di un corso di formazione; come valorizzare la formazione in azienda; come aumentare il ritorno dell'investimento formativo nel tempo.

Il Master in Formazione Formatori blended permette agli allievi di acquisire metodologie, tecniche e conoscenze anche per diventare Formatori certificati, capaci di guidare la persona verso il proprio sviluppo personale e professionale, anche attraverso il contestuale conseguimento del Diploma di "Practitioner" in PNL, convalidato dalla prima e unica società americana di NeuroLinguistic Programming "The First Institute" di Bandler & Associates. Conoscenze: acquisire le nozioni e le tecniche di analisi dei fabbisogni formativi; conoscere le dinamiche del proprio Mindset, per rimodularlo ove necessario; Abilità: saper costruire e progettare interventi formativi di ogni tipo (micro e macroprogettazione); saper padroneggiare le più potenti tecniche di gestione dell'aula. Competenze: saper individuare le leve emotive più utili per favorire l'apprendimento degli adulti, sia in contesi individuali che organizzativi.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto a Formatori aziendali, Formatori di sviluppo personale, Direttori Sviluppo Risorse Umane, Responsabili del Personale, laureati di I livello o vecchio ordinamento in qualsiasi disciplina e a diplomati. Per i diplomati è previsto il rilascio di un



**Ambito tematico ABILITA' PERSONALI Durata 1.500 ORE**

**Modalità formativa E-LEARNING 1300 ore e AULA 200 ore**

#### Sede

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 Roma;  
00186 ROMA Lazio**

**Hotel Sheraton Roma  
Viale del pattinaggio 100  
00144 Roma Rm Lazio**

**Tipologia formativa  
Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti: 25**

**Frequenza minima 75%**

#### Iscrizione

**Fine maggio 2020**

#### Costo

**€ 4 500 00 IVA 0%**

## MASTER DI I LIVELLO

### FORMAZIONE FORMATORI (blended) AA19/20 codice A13 versione 3.0



#### Contenuti

Il Master in formazione per formatori prevede l'insegnamento di tecniche formative efficaci relative al governo dell'intera filiera formativa, dalla fase di progettazione, alla realizzazione e gestione, con approfondimenti sulle più recenti strategie di marketing digitale e soluzioni di innovazione didattica di ultima generazione applicata all'apprendimento cooperativo.

Modulo I 125 ore Practitioner 1° livello ; Modulo II 75 ore Mentalità vincente; Modulo III 25 ore Change your mindset ; Modulo IV 25 ore Tecniche avanzate di mindsetting; Modulo V: 100 ore strategie avanzate di gestione di aula; Modulo VI 25 ore : Addestramento individuale sul coaching; Modulo VII 150 ore Tecniche di progettazione e gestione di interventi formativi ; Modulo VIII 150 ore Tecniche di public speaking; Modulo IX 150 ore Psicologia dei processi cognitivi ed emotivi; Modulo X ore 225 Sociologia dei media digitali; Modulo XI ore 225 Economia digitale; Modulo XII ore 150 Progettazione e valutazione dell'e-learning;; Modulo XIII ore 75 tesi finale

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

**Certificazione rilasciata** Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A  
Ricercatori universitari fascia A e B

# MASTER DI I LIVELLO

## FORMAZIONE FORMATORI

### AA19/20 codice A14 versione 3.0



#### Gli obiettivi

Le nuove sfide e le nuove necessità d'apprendimento che si presentano nelle aziende pubbliche e private trasferiscono sui responsabili delle Risorse Umane e su consulenti e formatori richieste che sempre più spesso l'attività formativa tradizionale d'aula non riesce a soddisfare.

Nuove competenze, nuovi profili professionali, nuove metodologie e tecnologie di comunicazione richiedono inoltre un ripensamento dei modelli didattici e con essi delle strategie didattiche nella gestione delle dinamiche di aula.

Sono risultati attesi: migliorare la capacità di condurre sessioni formative di successo; comprendere e gestire i meccanismi alla base dell'efficacia di un corso di formazione; come valorizzare la formazione in azienda; come aumentare il ritorno dell'investimento formativo nel tempo.

Il Master in Formazione Formatori blended permette agli allievi di acquisire metodologie, tecniche e conoscenze anche per diventare Formatori certificati, capaci di guidare la persona verso il proprio sviluppo personale e professionale, anche attraverso il contestuale conseguimento del Diploma di "Practitioner" in PNL, convalidato dalla prima e unica società americana di NeuroLinguistic Programming "The First Institute" di Bandler & Associates. Conoscenze: saper individuare il fabbisogno formativo; saper comprendere e modificare ove necessario il proprio Mindset; Abilità: saper costruire e progettare interventi formativi di ogni tipo (micro e macroprogettazione); saper padroneggiare le più potenti tecniche di gestione dell'aula. Competenze: saper individuare le leve emotive più utili per favorire l'apprendimento degli adulti, sia in contesi individuali che organizzativi.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto a Formatori aziendali, Formatori di sviluppo personale, Direttori Sviluppo Risorse Umane, Responsabili del Personale, laureati di I livello o vecchio ordinamento in qualsiasi disciplina e a diplomati. Per i soli diplomati è previsto il rilascio di un attestato di frequenza

#### Ambito tematico

**ABILITA' PERSONALI**

#### Durata

**1.500 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio  
2020**

**Costo € 3.000,00 Iva**

**0%**

## MASTER DI I LIVELLO

### FORMAZIONE FORMATORI

AA19/20 codice A14 versione 3.0



#### Contenuti

Il Master in formazione per formatori prevede l'insegnamento di tecniche formative efficaci relative al governo dell'intera filiera formativa, dalla fase di progettazione, alla realizzazione e gestione, con approfondimenti sulle più recenti strategie di marketing digitale e soluzioni di innovazione didattica di ultima generazione applicata all'apprendimento cooperativo.

Modulo I 125 ore Practitioner 1° livello ; Modulo II 75 ore Mentalità vincente; Modulo III 25 ore Change your mindset ; Modulo IV 25 ore Tecniche avanzate di mindsetting; Modulo V: 100 ore strategie avanzate di gestione di aula; Modulo VI 25 ore : Addestramento individuale sul coaching; Modulo VII 150 ore Tecniche di progettazione e gestione di interventi formativi ; Modulo VIII 150 ore Tecniche di public speaking; Modulo IX 150 ore Psicologia dei processi cognitivi ed emotivi; Modulo X ore 225 Sociologia dei media digitali; Modulo XI ore 225 Economia digitale; Modulo XII ore 150 Progettazione e valutazione dell'e-learning;; Modulo XIII ore 75 tesi finale

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

#### Certificazione rilasciata

Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A  
Ricercatori universitari fascia A e B



## MASTER DI I LIVELLO COACHING (blended) AA19/20 codice A15 versione 3.0

### Gli obiettivi

Il master forma Coach professionisti con alte competenze in life coaching, corporate coaching, business coaching, executive coaching. **Conoscenze:** acquisire metodologie, tecniche e conoscenze per diventare un Coach certificato capace di guidare la persona verso il proprio sviluppo personale e professionale, anche attraverso il contestuale conseguimento del Diploma di "Practitioner" in PNL, convalidato dalla prima e unica società americana di NeuroLinguistic Programming ("The First Institute" di Bandler & Associates). **Abilità:** Essere in grado di utilizzare le principali tecniche di coaching individuale e aziendale. **Competenze:** Essere in grado di intervenire efficacemente sulle strategie comportamentali dei clienti, per dare loro la massima performance; apprendere nuove metodologie da applicare nella vita personale, sportiva e professionale.

Il Master in Coaching è rivolto sia a tutti coloro che vogliono diventare Coach sia a chi desidera ampliare il proprio bagaglio di conoscenze per utilizzare gli strumenti del Coaching nella propria professione: manager, imprenditori, liberi professionisti, insegnanti, allenatori sportivi, formatori, medici, psicologi, etc

I risultati di apprendimento al termine del master sono: saper individuare il mindset del coachee; saper costruire e gestire la relazione costruttiva coach/coachee; saper padroneggiare l'arte delle domande guida; saper riconoscere, attraverso l'uso della lettura paraverbale e non-verbale, gli stati emotivi del coachee; saper guidare il coachee nel processo di determinazione degli obiettivi; saper guidare processi di cambiamento di mindset (mindset shift); saper gestire coaching di gruppo; saper superare situazioni di comunicazione critica e conflittuale.

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto sia a tutti coloro che vogliono diventare Coach sia a manager, imprenditori, liberi professionisti, insegnanti, allenatori sportivi, formatori, medici, psicologi, etc. , laureati di I livello o vecchio ordinamento in qualsiasi disciplina e a diplomati.



**Ambito tematico ABILITA' PERSONALI**

**Durata 1.500 ORE**

**Modalità formativa  
E-LEARNING 1300 ore e  
AULA 200 ore**

### Sede

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 Roma;  
00186 ROMA Lazio**

**Hotel Sheraton Roma  
Viale del pattinaggio 100  
00144 Roma Rm Lazio**

**Tipologia formativa  
Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti: 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione maggio 2020**

**Costo € 4.500,00 Iva 0%**

# MASTER DI I LIVELLO

## COACHING (blended) AA19/20

### codice A15 versione 3.0



#### Contenuti

Il Master in Coaching è il più completo programma di alta formazione universitaria e l'unico, a valore legale, che forma Coach professionisti con alte competenze in life coaching, corporate coaching, business coaching, executive coaching, richieste in misura crescente da manager, imprenditori, team, organizzazioni e da tutti coloro che vogliono raggiungere traguardi per loro importanti.

Il Coaching è, infatti, uno strumento potente ed estremamente efficace per scoprire e sviluppare le proprie potenzialità, raggiungere i propri obiettivi ed esplorare nuove opportunità per l'espressione dell'eccellenza personale.

Modulo I 125 ore Practitioner 1° livello ; Modulo II 75 ore Mentalità vincente; Modulo III 25 ore Change your mindset ; Modulo IV 25 ore Tecniche avanzate di mindsetting; Modulo V: 100 ore strategie avanzate di gestione di aula; Modulo VI 25 ore Laboratorio: Addestramento individuale sul coaching; Modulo VII 25 ore NLP for Coaching; Modulo VIII 25 ore Il Mindset Coach: tecniche, conoscenze, ruolo; Modulo IX 50 ore Mindsetup 21 giorni per cambiare Modulo X 25 ore Laboratorio NLP Web Academy; Modulo XI ore 150 Organizzazione e sviluppo delle risorse umane Modulo XII ore 300: Economia e management dell'innovazione Modulo XIII 225 ore Strategie di marketing digitale Modulo XIV 175 Economia digitale Modulo XV ore 150 Tesi finale

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

**Certificazione rilasciata** Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A Ricercatori universitari fascia A e B

# MASTER DI I LIVELLO

## COACHING AA 19/20 codice A16

### versione 3.0

#### Gli obiettivi

Il master forma Coach professionisti con alte competenze in life coaching, corporate coaching, business coaching, executive coaching. Conoscenze: acquisire metodologie, tecniche e conoscenze per diventare un Coach certificato capace di guidare la persona verso il proprio sviluppo personale e professionale, anche attraverso il contestuale conseguimento del Diploma di "Practitioner" in PNL, convalidato dalla prima e unica società americana di NeuroLinguistic Programming ("The First Institute" di Bandler & Associates). Abilità : Essere in grado di utilizzare le principali tecniche di coaching individuale e aziendale. Competenze: Essere in grado di intervenire efficacemente sulle strategie comportamentali dei clienti, per dare loro la massima performance; apprendere nuove metodologie da applicare nella vita personale, sportiva e professionale. Il Master in Coaching è rivolto sia a tutti coloro che vogliono diventare Coach sia a chi desidera ampliare il proprio bagaglio di conoscenze per utilizzare gli strumenti del Coaching nella propria professione: manager, imprenditori, liberi professionisti, insegnanti, allenatori sportivi, formatori, medici, psicologi, etc. I risultati di apprendimento al termine del master sono: saper individuare il mindset del coachee; saper costruire e gestire la relazione costruttiva coach/coachee; saper padroneggiare l'arte delle domande guida; saper riconoscere, attraverso l'uso della lettura paraverbale e non-verbale, gli stati emotivi del coachee; saper guidare il coachee nel processo di determinazione degli obiettivi; saper guidare processi di cambiamento di mindset (mindset shift); saper gestire coaching di gruppo; saper superare situazioni di comunicazione critica e conflittuale.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto sia a tutti coloro che vogliono diventare Coach sia a manager, imprenditori, liberi professionisti, insegnanti, allenatori sportivi, formatori, medici, psicologi, etc. , laureati di I livello o vecchio ordinamento in qualsiasi disciplina e a diplomati.



#### Ambito tematico

**ABILITA' PERSONALI**

#### Durata

**1.500 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio  
2020**

**Costo € 3.000,00 Iva  
0%**

# MASTER DI I LIVELLO

## COACHING AA 19/20 codice A16

### versione 3.0



#### Contenuti

Il Master in Coaching è il più completo programma di alta formazione universitaria e l'unico, a valore legale, che forma Coach professionisti con alte competenze in life coaching, corporate coaching, business coaching, executive coaching, richieste in misura crescente da manager, imprenditori, team, organizzazioni e da tutti coloro che vogliono raggiungere traguardi per loro importanti.

Il Coaching è, infatti, uno strumento potente ed estremamente efficace per scoprire e sviluppare le proprie potenzialità, raggiungere i propri obiettivi ed esplorare nuove opportunità per l'espressione dell'eccellenza personale.

Modulo I 125 ore Practitioner 1° livello ; Modulo II 75 ore Mentalità vincente; Modulo III 25 ore Change your mindset ; Modulo IV 25 ore Tecniche avanzate di mindsetting; Modulo V: 100 ore strategie avanzate di gestione di aula; Modulo VI 25 ore Laboratorio: Addestramento individuale sul coaching; Modulo VII 25 ore NLP for Coaching; Modulo VIII 25 ore Il Mindset Coach: tecniche, conoscenze, ruolo; Modulo IX 50 ore Mindsetup 21 giorni per cambiare Modulo X 25 ore Laboratorio NLP Web Academy; Modulo XI ore 150 Organizzazione e sviluppo delle risorse umane Modulo XII ore 300: Economia e management dell'innovazione Modulo XIII 225 ore Strategie di marketing digitale Modulo XIV 125 ore 125 Economia digitale Modulo XV ore 75 Tesi finale

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

#### Certificazione rilasciata

Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docente universitario fascia A; Consulenti aziendali fascia A  
Ricerca universitari fascia A e B

# PENSIERO STRATEGICO ED EXECUTION codice A17 versione 1.0

## Gli obiettivi

La principale finalità del corso è quella di dotare i partecipanti degli strumenti più efficaci per pensare in modo strategico, sia nella vita che nel business, unitamente alla comprensione delle metodiche più concrete per far sì che piani e strategie possano diventare realmente “esecutivi”.  
Conoscenze: Acquisire nozioni e informazioni sulla strategia aziendale e della declinazione esecutiva nella propria organizzazione;  
Abilità: Essere in grado di utilizzare gli strumenti semplici del pensiero strategico;  
Competenze: Essere in grado di presidiare le diverse fasi di una strategia di execution nella propria organizzazione. La capacità di capire l’ambiente in cui opera e di creare e sostenere un vantaggio competitivo è ciò che distingue l’impresa di successo dalle altre. Scopo della strategia è individuare le determinanti del vantaggio competitivo e la maniera di perseguirlo. Ma la strategia da sola non porta a nessun risultato se nell’azienda non si traducono le scelte strategiche in piani operativi.

I risultati attesi sono sviluppare nei partecipanti le capacità manageriali di tradurre le scelte strategiche in scelte operative orientate alla congruenza tra struttura organizzativa, politiche funzionali e strategia.

**Target di riferimento e requisiti di accesso** Il corso è rivolto a tutti coloro che sono coinvolti in processi decisionali e strategici di qualsivoglia natura, a prescindere dal ruolo formale e che abbiano l’esigenza di vedere le loro strategie e le azioni pianificate divenire concrete e produrre risultati effettivi.



## Ambito tematico

**ABILITA' PERSONALI  
SVILUPPO PERSONALE**

## Durata

**24 ore**

**Modalità formativa  
E-LEARNING 24 ore**

## Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm  
Lazio**

**Tipologia formativa  
Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti  
25**

**Frequenza  
minima 75%**

**Iscrizione  
Tutto l’anno**

**Costo  
€ 700,00 Iva 22%**

# **PENSIERO STRATEGICO ED EXECUTION codice A17 versione 1.0**



## **Contenuti**

Il corso approfondisce attraverso l'uso di tecniche e strumenti analitici il processo di pianificazione strategica, attraverso la comprensione del processo di formulazione della strategia e dei connotati salienti delle attività che lo compongono e affronta le modalità di implementazione della strategia, attraverso la comprensione delle implicazioni a livello di politiche funzionali e a livello di struttura organizzativa.

Modulo I ore 8: La traduzione delle scelte strategiche in un piano esecutivo; Modulo II ore 8 Tecniche strumenti semplici e potenti (come l'albero decisionale o i diagrammi *what-if*); Modulo III 8 Progetti e team di progetto, i processi fondamentali e le dinamiche motivazionali che garantiscono la massima "execution" ad ogni fase.

## **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

## **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

## **Docenza**

Docente universitario fascia A

# MASTER DI I LIVELLO

## MANAGEMENT AZIENDALE

### codice G18 versione 3.0

#### Gli obiettivi

Il corso mira a rafforzare le competenze di gestione di un'attività economica, con particolare focus sugli ambiti gestionali e i processi operativi di un'impresa. Conoscenze: Sapere analizzare gli scenari macro e micro economici utili per finalizzare le scelte di posizionamento strategico di una impresa ("make or buy", politiche di "capital structure", opzioni di crescita "interna" piuttosto che "esterna"); Abilità: Essere in grado di padroneggiare gli strumenti e di gestione operativa (ad esempio, il ricorso alle leve di marketing, la selezione di finanziamenti più convenienti per profilo di costo e rischio, le politiche di gestione delle risorse). Competenze: essere in grado di padroneggiare l'analisi dei dati e di modellistica delle relazioni tra variabili rilevanti (es. analisi economico-finanziaria di bilancio, modelli statistici per le decisioni aziendali). Il Master Universitario in Management Aziendale mira a sviluppare nei partecipanti:

- La capacità di lettura del contesto economico, dettato dalla congiuntura e dalle politiche economiche, e le dinamiche competitive che si sviluppano nelle diverse forme di mercato.
- La capacità di analisi dei dati e di modellistica delle relazioni tra variabili rilevanti, mediante l'uso di tecniche quantitative
- La comprensione delle regole e delle dinamiche del governo societario a livelli apicali, al fine di interpretare in modo corretto i problemi connessi alla gestione dei rapporti tra i diversi portatori d'interessi presenti in azienda.
- La conoscenza del quadro normativo rilevante per le competenze gestionali specifiche, che lo studente si propone di sviluppare.

**Target di riferimento e requisiti di accesso** Dipendenti di imprese ed imprenditori che ricoprano ruoli manageriali che intendano proseguire o aggiornare la propria preparazione nell'ambito del management nei contesti aziendali, in possesso di diploma di laurea triennale e/o laurea magistrale.



#### Ambito tematico

**GESTIONE AZIENDALE,  
AMMINISTRAZIONE E  
MANAGEMENT**

#### Durata

**1.500 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm  
Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio 2020**

#### Costo

**€ 1.500,00 IVA 0%**



## MASTER DI I LIVELLO

### MANAGEMENT AZIENDALE

codice G18 versione 3.0



#### **Contenuti**

Il Master, che conferisce 60 crediti formativi universitari, fornisce nozioni sulle discipline che riguardano l'intera filiera di gestione di un'impresa: principi contabili; organizzazione e sviluppo delle risorse umane; business Planning; statistica Aziendale; programmazione e controllo; diritto tributario.

Modulo I Elementi di economia e gestione di impresa 250 ore;

Modulo II Marketing 250 ore; Modulo III Diritto societario e

commerciale 250 ore; Modulo IV Bilancio e fiscalità 250 ore;

Modulo V Diritto del lavoro 250 ore; Modulo V Organizzazione e sviluppo delle risorse umane 250 ore

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

#### **Certificazione rilasciata**

Diploma di Master di I livello

#### **Docenza**

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A

Ricercatori universitari fascia A e B



# MASTER BLOCKCHAIN ECONOMY E CRYPTOASSET AA19/20 codice C19 versione 1.0

## Gli obiettivi

La Blockchain apre scenari innovativi nell'ambito del mondo del lavoro come ultima tecnologia emersa unitamente all'Ecosistema tecnologico esistente e costituisce per le aziende una nuova soluzione per le applicazioni industriali. Il Master si propone come riferimento formativo per il dialogo operativo tra le nuove professioni ed il tessuto economico- Industriale. Il Master intende creare un "Mindset" adatto a beneficiare dei cambiamenti che la Blockchain porta e porterà nella vita aziendale e non. Conoscenze: Acquisire nozioni e tecniche per individuare le aree di utilizzo strategico della blockchain; abilità: saper comprendere il mindset individuale e organizzativo; Competenze: essere in grado di costruire e progettare interventi di change management. La tecnica finanziaria e la tecnologia digitale stanno progressivamente fondendosi e il Master si propone come riferimento formativo per il dialogo operativo tra le nuove professioni e il tessuto economico – industriale.

Il Master in Blockchain e le sue applicazioni aziendali consentono al partecipante di acquisire tutte quelle conoscenze e quelle abilità che gli permetteranno di guidare il processo di sviluppo e gestione dei progetti basati su questo tipo di tecnologia.

## Target di riferimento e requisiti di accesso

Dirigenti Aziende e Imprenditori che vogliono approfondire l'eventuale impatto della Blockchain nella loro attività.



## Ambito tematico

**CREDITO, CONTABILITA',  
FINANZA E FISCALITA'**

**Durata 1.500 ORE**

## Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

## Sede del corso

**Università Mercatorum  
Piazza Mattei 10 00186  
Roma, Rm Lazio**

## Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

## Numero partecipanti

**25**

## Frequenza

**minima 75%**

## Iscrizione

**30 giugno 2020**

## Costo

**€ 3.000,00 IVA 0%**

# MASTER BLOCKCHAIN ECONOMY E CRYPTOASSET AA19/20 codice C19 versione 1.0



## Contenuti

Il Master introduce un nuovo approccio allo studio della materia che unisca lo studio tecnico e lo sviluppo delle capacità di programmazione con un approfondimento dal punto di vista economico, partendo da un'ottica macroeconomica generale, per poi concentrarsi sul livello intermedio rappresentato dall'aggregato aziendale per passare a considerare le potenzialità dello sviluppo della blockchain nei diversi settori della vita aziendale.

Modulo I ore 200 Elementi di economia aziendale Modulo II 200 ore Elementi di gestione d'Impresa ; Modulo III 100 ore Elementi di Digital Transformation ; Modulo IV ore 100 Mindsetting e change management; Modulo V ore 100 Fondamenti della Blockchain ; Modulo VI ore 100 Storia delle Crypto ; Modulo VII ore 100 Crypto mining ; Modulo VIII ore 100 Exchange, wallet e mining Ico e smartcontracts Modulo IX ore 100 IPO e ICO: analogie e differenze Cryptoasset e Finanza Modulo X ore 100 Fiscalità e diritto del mondo crypto Modulo XI ore 100: Contestualizzazione strategica ed applicazioni Stage 200 ore.

## Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

## Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

## Certificazione rilasciata

Diploma di Master di I livello

## Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A Ricercatori universitari fascia A e B

## DIRITTO DELLA PRIVACY:

# LE COMPETENZE DEL DATA PROTECTION OFFICER codice D20 versione 1.0



### Gli obiettivi

Alla luce del nuovo regolamento europeo, il corso si pone come obiettivo quello di esaminare l'impatto operativo in azienda della normativa sulla privacy fornendo ai partecipanti le modalità operative necessarie a tutelare i dati personali con diligenza, al fine di non incorrere nella responsabilità civile, penale e nelle sanzioni amministrative. Conoscenze: acquisire nozioni sul quadro regolatorio e le implicazioni per la propria azienda; Abilità: saper applicare le norme in azienda; competenze essere in grado di definire e implementare i provvedimenti obbligatori in tema di privacy. Il nuovo Regolamento Europeo sulla protezione dei dati ha introdotto la figura del Data Protection Officer (DPO) o Responsabile della Protezione dei Dati Personali per le Aziende e le Pubbliche Amministrazioni che effettuano trattamenti su larga scala su dati sensibili o giudiziari o che effettuano un monitoraggio regolare e sistematico degli interessati.

In questo scenario aziende, autorità ed enti pubblici dovranno adeguarsi alla nuova normativa, assegnando all'interno della propria struttura o rivolgendosi a professionisti esterni, la funzione di "responsabile della protezione dei dati", il quale, oltre ad un bagaglio di conoscenze normative di settore, dovrà assicurare conoscenze avanzate di security e di sistemi informativi.

Il Corso, pertanto, è in grado di assicurare una preparazione adeguata sia dal punto di vista del quadro teorico di riferimento, che delle conoscenze pratico-applicative necessarie a ricoprire la figura professionale di *Data Protection Officer*, al pari di altre figure professionali delegate all'attuazione e implementazione della disciplina in materia di protezione dei dati personali, nonché di tutti coloro che in ambito forense si trovano a lavorare nell'ambito della protezione dei dati personali.

**Target di riferimento** Il corso si rivolge ai Responsabili Privacy, Responsabile IT, Incaricato del Trattamento Dati Personali, Security Manager a tutti gli addetti e ai responsabili HR e marketing nonché ai liberi Professionisti quali Commercialisti, Avvocati, Ingegneri, etc..

### Ambito tematico

**DIRITTO**

### Durata

**24 ore**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 24 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm  
Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

### Numero partecipanti 25

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

### Costo

**€ 500,00 Iva 22%**

## DIRITTO DELLA PRIVACY:

### LE COMPETENZE DEL DATA PROTECTION OFFICER codice D20 versione 1.0



#### **Contenuti**

Il corso consente ad aziende ed enti l'adeguamento alla nuova normativa, e fornisce tutti gli strumenti per esercitare tale adempimento al fine di consentire di assegnare all'interno della propria struttura o rivolgendosi a professionisti esterni, la funzione di "responsabile della protezione dei dati", il quale, oltre ad un bagaglio di conoscenze normative di settore, dovrà assicurare conoscenze avanzate di security e di sistemi informativi.

Modulo I 8 ore I principi e delle Linee Guida del nuovo Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali; Modulo II 8 ore Le novità in materia di informativa, consenso e accesso ai dati; gestione del rischio privacy; del diritto all'oblio; della portabilità dei dati, dei sistemi di archiviazione dei dati, Modulo III 8 ore L'impatto della Privacy nelle attività aziendali soprattutto on-line.

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

#### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

#### **Docenza**

Docente universitario fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B

## PROPRIETÀ INDUSTRIALE (COME TUTELARE LE PROPRIE IDEE E I MARCHI) codice D21 versione 1.0

### Gli obiettivi

Obiettivo del corso è fornire gli elementi di base di conoscenza del diritto d'autore e industriale, messi altresì in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali, nonché del diritto della concorrenza e della privacy, con specifico riferimento alla tutela delle opere dell'ingegno, dei marchi e dei brevetti. Conoscenze: saper riconoscere gli istituti giuridici che regolano la proprietà intellettuale; Abilità: Essere in grado di applicare le norme al proprio contesto aziendale; Competenze: Saper individuare le opportunità e le implicazioni operative in azienda.

Il corso intende introdurre ai principi ed all'uso degli strumenti di tutela della proprietà industriale ed intellettuale in Italia e all'estero, con particolare riferimento all'ambito ed al contesto aziendale.

Vengono forniti gli strumenti pratici e mirati per proteggere e valorizzare in modo sicuro ed efficace le innovazioni industriali tecnologiche, intellettuali e di immagine, anche nella prospettiva del digitale.

**Target di riferimento e requisiti di accesso** Imprenditori e dipendenti di impresa



### Ambito tematico

**DIRITTO**

### Durata

**40 ore**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 40 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm  
Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e  
trasversale**

### Numero partecipanti

**25**

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

### Costo

**€ 500,00**

# PROPRIETÀ INDUSTRIALE

## (COME TUTELARE LE PROPRIE IDEE E I MARCHI)

### codice D21 versione 1.0



#### Contenuti

La Tutela dell'Innovazione tecnologica tramite i Brevetti per Invenzione Industriale e per Modello di Utilità - La Tutela dell'Innovazione di immagine ed estetica tramite i Marchi di Impresa ed i Modelli Industriali/Design – Le violazioni e le forme di Tutela – Le istituzioni nazionali e comunitarie competenti – Le ricerche di anteriorità – Le Banche dati disponibili.

Modulo I 20 ore: diritto commerciale con specifica attenzione al diritto industriale per la tutela della proprietà industriale e alle implicazioni operative per le aziende.

Modulo II 20 ore Analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti, ricerche di anteriorità, titoli di proprietà industriale), e strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa e alle relative forme di pubblicità e tutela.

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### Prove di valutazione

Test scritti intermedi e finale

#### Certificazione rilasciata

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B

## MASTER DI I LIVELLO

### DIRITTO TRIBUTARIO AA 19/20

codice D22 versione 1.0

#### Gli obiettivi

Il Master in diritto Tributario di I livello intende sviluppare le competenze e le conoscenze tecnico specialistiche necessarie per indagare le diverse problematiche tributarie, con riferimento sia ai profili sostanziali della materia (lo studio dei principi generali e delle imposte di maggiore rilievo), sia ai profili procedurali (accertamento e riscossione) sanzionatori e processuali. Conoscenze: essere in grado di conoscere i principali aspetti teorici della disciplina tributaria; Abilità: essere in grado di acquisire il giusto metodo di analisi e di risoluzione dei problemi. Competenze: essere in grado di governare i profili sostanziali della materia (lo studio dei principi generali e delle imposte di maggiore rilievo), sia ai profili procedurali (accertamento e riscossione) sanzionatori e processuali.

Fornisce un programma intensivo e completo con un approccio teorico-pratico sui complessi rapporti tra fisco e contribuenti e una formazione specifica sulle tecniche, sulle procedure e sul contenzioso tributario

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto a imprenditori e dipendenti degli uffici amministrativi delle imprese che intendono approfondire la conoscenza della materia tributaria, in ambito aziendale, in possesso della Laurea o del Diploma Universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.



#### Ambito tematico

**DIRITTO**

#### Durata

**1.500 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

#### Numero partecipanti

**25**

#### Frequenza

**minima 75%**

#### Iscrizione

**Fine maggio 2020**

#### Costo

**€ 2.000,00 Iva 0%**

## MASTER DI I LIVELLO

### DIRITTO TRIBUTARIO AA 19/20

codice D22 versione 1.0



#### Contenuti

L'impostazione didattica seguirà un aggiornamento sulla normativa e un approfondimento dei contenuti relativi al bilancio di esercizio, allo stato patrimoniale, il conto economico, le relazioni sulla gestione e del collegio sindacale fino al passaggio dal reddito di bilancio al reddito fiscale.

Verranno quindi esaminate le tassazioni dirette delle persone fisiche e delle società di capitali e la tassazione indiretta per il calcolo e gli adempimenti IVA.

Ampio spazio sarà dedicato alla disciplina dell'accertamento e del contenzioso.

Nella trattazione didattica saranno presi in considerazione tutti gli aggiornamenti normativi in corso.

Modulo I 75 ore Il diritto tributario italiano; Modulo II ore 125 ore Le imposte dirette; Modulo III 200 ore Le imposte dirette; Modulo IV 125 ore Le imposte indirette: l'IVA; Modulo V 125 ore I modelli di dichiarazione dei redditi; Modulo VI 200 ore L'attività di controllo dell'amministrazione finanziaria Modulo VII ore 125 Gli istituti deflattivi del contenzioso tributario; Modulo VIII ore 50 L'attività di riscossione delle imposte; Modulo IX 125 ore: Il contenzioso tributario; Modulo X 125 ore Il processo tributario telematico; Modulo XI 225 ore Il processo penale tributari.

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

#### Certificazione rilasciata

Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A  
Ricercatori universitari fascia A e B



## MASTER DI II LIVELLO

### DIRITTO TRIBUTARIO AA 19/20

codice D23 versione 1.0



#### Gli obiettivi

Il Master in diritto Tributario di II livello intende sviluppare le competenze e le conoscenze tecnico specialistiche necessarie per indagare le diverse problematiche tributarie, con riferimento sia ai profili sostanziali della materia (lo studio dei principi generali e delle imposte di maggiore rilievo), sia ai profili procedurali (accertamento e riscossione) sanzionatori e processuali. Conoscenze: essere in grado di conoscere i principali aspetti teorici della disciplina tributaria; Abilità: essere in grado di acquisire il giusto metodo di analisi e di risoluzione dei problemi. Competenze: essere in grado di governare i profili sostanziali della materia (lo studio dei principi generali e delle imposte di maggiore rilievo), sia ai profili procedurali (accertamento e riscossione) sanzionatori e processuali.

Fornisce un programma intensivo e completo con un approccio teorico-pratico sui complessi rapporti tra fisco e contribuenti e una formazione specifica sulle tecniche, sulle procedure e sul contenzioso tributario

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il Master è rivolto a imprenditori e dipendenti degli uffici amministrativi delle imprese che intendono approfondire la conoscenza della materia tributaria, in ambito aziendale, in possesso della Laurea o del Diploma Universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

#### Ambito tematico

**DIRITTO**

#### Durata

**1.500 ORE**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

#### Numero partecipanti

**25**

#### Frequenza

**minima 75%**

#### Iscrizione

**Fine maggio 2020**

#### Costo

**€ 2.000,00 Iva 0%**

## MASTER DI II LIVELLO

### DIRITTO TRIBUTARIO AA 19/20

codice D23 versione 1.0



#### Contenuti

L'impostazione didattica seguirà un aggiornamento sulla normativa e un approfondimento dei contenuti relativi al bilancio di esercizio, allo stato patrimoniale, il conto economico, le relazioni sulla gestione e del collegio sindacale fino al passaggio dal reddito di bilancio al reddito fiscale.

Verranno quindi esaminate le tassazioni dirette delle persone fisiche e delle società di capitali e la tassazione indiretta per il calcolo e gli adempimenti IVA.

Ampio spazio sarà dedicato alla disciplina dell'accertamento e del contenzioso.

Nella trattazione didattica saranno presi in considerazione tutti gli aggiornamenti normativi in corso.

Modulo I 75 ore Il diritto tributario italiano; Modulo II ore 125 ore Le imposte dirette; Modulo III 200 ore Le imposte dirette; Modulo IV 125 ore Le imposte indirette: l'IVA; Modulo V 125 ore I modelli di dichiarazione dei redditi; Modulo VI 200 ore L'attività di controllo dell'amministrazione finanziaria Modulo VII ore 125 Gli istituti deflattivi del contenzioso tributario; Modulo VIII ore 50 L'attività di riscossione delle imposte; Modulo IX 125 ore: Il contenzioso tributario; Modulo X 125 ore Il processo tributario telematico; Modulo XI 225 ore Il processo penale tributario

#### Materiale didattico

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### di valutazione

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

#### Certificazione rilasciata

Diploma di Master di I livello

#### Docenza

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B

## MASTER DI I LIVELLO IN IMPRESA E ORGANIZZAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI AA 19/20 codice G24 versione 1.0

### Gli obiettivi

La figura professionale del manager culturale necessita di una solida e ampia preparazione culturale di base; deve sapersi muovere in una logica trasversale, di integrazione tra i saperi umanistici e i saperi tecnico gestionali. Conoscenze: conoscere i principi dell'economia della cultura e i fattori determinanti delle politiche culturali. abilità: essere in grado di analizzare e utilizzare gli strumenti di analisi, di programmazione e pianificazione, di comunicazione, coordinamento e gestione di risorse sia umane che finanziarie, oltre che di valutazione. Competenze. Saper esprimere Competenze di pianificazione, gestione e controllo di organizzazione di eventi o gestione di strutture museali. Il Master in Impresa e Valorizzazione per i beni culturali ha lo scopo di formare professionisti con competenze manageriali e culturali approfondite, che siano in grado di gestire strumenti di comunicazione, coordinamento e gestione delle risorse umane e finanziarie, abbinandole a una conoscenza accurata del nostro patrimonio culturale e del nostro territorio e che possano pertanto sfruttare la rete di istituzioni che operano nel settore per creare nuove sinergie e circuiti virtuosi per una nuova gestione e valorizzazione culturale.

Il partecipante al termine del master può operare all'interno di musei, gallerie, associazioni culturali, fondazioni, case d'asta, società di comunicazione e fundraising, studi di progettazione, società per l'organizzazione di eventi culturali, enti per la valorizzazione turistica e del territorio con lo scopo di creare nuovi servizi di fruizione culturale per la società attuale e permettere al nostro Paese di collocarsi in una posizione di rilievo a livello internazionale.

### Target di riferimento e requisiti di ammissione

Il Master si rivolge a dipendenti di aziende del settore dei beni culturali, società di comunicazione, società di produzione interessati a migliorare le competenze manageriali richieste nella gestione di imprese culturali in possesso di Diploma di laurea triennale



### Ambito tematico

**GESTIONE AZIENDALE,  
AMMINISTRAZIONE E  
MANAGEMENT**

### Durata

**1.500 ORE**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 1500 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione altamente  
professionalizzante**

### Numero partecipanti

**25**

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**30 giugno 2020**

### Costo

**€ 2.000,00 Iva 0%**

## **MASTER DI I LIVELLO IN IMPRESA E ORGANIZZAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI AA 19/20 codice G24 versione 1.0**



### **Contenuti**

La didattica del corso offre un variegato programma formativo, finalizzato a formare professionisti in grado di ricoprire sia ruoli tecnico – professionali, sia di profilo manageriale o direttivo presso enti pubblici, ovvero a trovare un’adeguata collocazione in strutture private, che sempre più numerose operano nel campo dei beni culturali.

Modulo I 150 ore Creazione e gestione di impresa culturale; Modulo II 100 ore Economia dell’entertainment; Modulo III: 100 ore Elementi di digital transformation; Modulo IV 150 ore Mindsetting e change management; Modulo V 150 ore Copyright ed elementi di diritto di impresa culturale; Modulo VI 200 ore Economia dei territori e Made in Italy; Modulo VII 200 ore Luoghi ed eventi espositivi. Tecniche ed organizzazione; Modulo VII 100 ore Storia dell’arte moderna; Modulo VIII 200 ore Storia dell’arte contemporanea; Modulo IX 50 ore Metodologia e storia della critica d’arte; Modulo X 100 ore Seminari e altre attività laboratoriali.

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale. Esame scritto finale

### **Certificazione rilasciata**

Diploma di Master di I livello

### **Docenza**

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B

## ASPETTI GIURIDICI DEI BIG DATA

### codice D25 versione 1.0



#### Gli obiettivi

La principale finalità del corso è quella di dotare i partecipanti degli strumenti giuridici, economici ed etici per comprendere l'evoluzione digitale rappresentata dai big data nel contesto industriale- aziendale e/o istituzionale. Il corso mira a fornire competenze spendibili presso istituzioni e imprese che fanno uso di big data con particolare attenzione al profilo giuridico. Conoscenze: acquisire le nozioni di base relativi ai big data e al loro utilizzo; Abilità: saper individuare realizzare e progettare soluzioni di utilizzo dei big data nel proprio contesto di lavoro; Competenze: acquisire competenze strategiche per ottimizzare i processi aziendali attraverso i big data.

Risultato atteso è rendere i partecipanti in grado di applicare le nozioni giuridiche fondamentali inerenti la raccolta e l'impiego dei dati nel proprio contesto di lavoro e professionale.

#### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il corso è rivolto a tutti i dipendenti aziendali coloro che sono interessati al tema dei Big Data e vogliono lavorare nel settore o per chi già lavora e vuole acquisire nuovi strumenti e competenze per migliorare la propria posizione lavorativa.

#### Ambito tematico

**DIRITTO**

#### Durata

**24 ore**

#### Modalità formativa

**E-LEARNING 24 ore**

#### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm Lazio**

#### Tipologia formativa

**Formazione di base e trasversale**

#### Numero partecipanti

**25**

#### Frequenza

**minima 75%**

#### Iscrizione

**Tutto l'anno**

#### Costo

**€ 700,00 Iva 22%**

## **ASPETTI GIURIDICI DEI BIG DATA**

### **codice D25 versione 1.0**



#### **Contenuti**

La filiera dei Big Data – Impatti giuridici nelle fasi di raccolta, elaborazione ed interpretazione dei Big Data - Profilazione, anonimizzazione del dato e algoritmi - Gestione del dato e acquisizione del consenso - Portabilità dei dati, interoperabilità e accesso ai dati - Utilizzo dei dati di traffico - Il ruolo del Garante Privacy e dell'AGCOM.

Modulo I 8 ore: Definizione di big data e inquadramento nell'ordinamento giuridico italiano; Modulo II 8 ore Tecniche di analisi e raccolta delle fonti di dati; modulo III 8 ore Progettare di soluzioni di impronta giuridica basate sui big data.

#### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

#### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

#### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

#### **Docenza**

Docente universitario fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B

# CYBER SECURITY

## codice D26 versione 1.0

### Gli obiettivi

La principale finalità del corso è quella di fornire consapevolezza e conoscenza dei rischi ai quali si è soggetti nel contesto digitale in cui viviamo, fornendo una panoramica dei principali rischi alla sicurezza informatica e dei principali comportamenti da adottare per difendersi dai cyberattacchi e dagli hackers. Conoscenze: acquisire le conoscenze di base della cybersecurity; Abilità: essere in grado di riconoscere e fronteggiare i principali pericoli degli attacchi informatici; Competenze: essere in grado di definire e adottare in azienda piani integrati di sicurezza informatica. Il corso si propone di fornire al partecipante le competenze necessarie per comprendere e valutare problematiche di sicurezza informatica nell'ambito di realtà produttive, progettare sistemi informatici e reti con un certo livello di sicurezza, gestire le attività legate alla sicurezza informatica anche in riferimento agli obblighi normativi italiani.

Il corso trasferisce la capacità di applicare le conoscenze acquisite in processi di accertamento della vulnerabilità delle reti, di verificare e testare l'applicazione di procedure, strumenti e standard di sicurezza. Attraverso le competenze acquisite, il partecipante potrà valutare punti di forza e punti di debolezza di soluzioni, tecniche, strumenti e servizi di sicurezza delle connessioni e della comunicazione in reti di TLC.

### Target di riferimento e requisiti di accesso

Il corso è rivolto a tutti coloro che in azienda utilizzano in modo massivo le tecnologie digitali e gli strumenti internet, a qualsiasi livello, così come è rivolto a chiunque abbia a che fare con il mondo web e voglia muoversi con coscienza ed un minimo di attenzione preventiva.



### Ambito tematico

**DIRITTO**

### Durata

**40 ore**

### Modalità formativa

**E-LEARNING 40 ore**

### Sede del corso

**Università Mercatorum Piazza  
Mattei 10 00186 Roma, Rm Lazio**

### Tipologia formativa

**Formazione di base e trasversale**

### Numero partecipanti

**25**

### Frequenza

**minima 75%**

### Iscrizione

**Tutto l'anno**

### Costo

**€ 1.000,00 Iva 22%**

# CYBER SECURITY

## codice D26 versione 1.0



### **Contenuti**

Di seguito i principali temi trattati: Sicurezza delle informazioni, attacchi passivi e attivi, meccanismi e servizi di sicurezza - Crittografia simmetrica - Crittografia asimmetrica – Applicazioni per la sicurezza delle reti – Cybersecurity, intrusioni, malware (virus, worm, ecc.), attacchi e contromisure - Blockchain e distributed ledger - Protocolli per l'anonimato.

Modulo I ore 8 Il quadro di riferimento normativo; Modulo II 24 ore le principali dinamiche di cyber attack così come le modalità di diffusione e motivazioni degli attacchi; le principali fattispecie criminali: malware, ransomware, spamming, phishing e spamming; Modulo III 8 ore Tecniche , sistemi e strumenti per mettere in sicurezza account di posta e profili social; gestire in sicurezza i principali social network; apprendere le basi di cyber security sui dispositivi mobili.

### **Materiale didattico**

Videolezioni; slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Docenti universitari fascia A; Consulenti aziendali fascia A e B



## CORSO CUCINA CIRCOLARE

codice T27 versione 1.0

### Gli obiettivi

La cucina circolare rappresenta un nuovo modo di gestire la creazione di valore, in linea con le esigenze di sostenibilità. E' caratterizzata da logiche di approvvigionamento-produzione-utilizzo-scarto. Obiettivo del corso è insegnare a conoscere e utilizzare le materie prime e ideare menu creativi con cibo "da spazzatura". Conoscenze: acquisire le nozioni utili ad applicare la cucina circolare; Abilità: padroneggiare le tecniche di utilizzo delle materie prime in cucina; Competenze: essere in grado di applicare la cucina circolare al menu del proprio ristorante. Obiettivo del corso è fornire al partecipante la conoscenza necessaria perché lo stesso ingrediente venga declinato in modi differenti in base ai diversi metodi di preparazione e di cottura che permettono di ottenere diverse consistenze, gusti e aspetti partendo dalla stessa materia prima. Una cucina dove la materia prima è protagonista a 360° per mano del partecipante.

### Target e requisiti di accesso

Il corso è rivolto a imprenditori titolari di ristoranti, agriturismi, imprese operanti nel settore dell'enogastronomia, personale di cucina (chef, sous-chef).



### Ambito tematico

**TECNICHE DI PRODUZIONE**

**Durata 5 giorni**

### Modalità formativa

**AULA E LABORATORIO 40 ore**

### Sede

**Campus Principe di Napoli, Via Salvatore di Giacomo 8 Agerola 80051 Na Campania**

### Tipologia formativa

**Formazione altamente professionalizzante**

**Numero partecipanti : 12**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio 2020**

**Costo € 3.000,00 IVA 22%**

## CORSO CUCINA CIRCOLARE

**codice T27 versione 1.0**



### **Contenuti**

La cucina circolare rappresenta un nuovo modo di gestire il cibo in un'ottica di ottimizzazione dei tempi e delle risorse per il raggiungimento di risultati eccellenti anche in termini di benessere di chi mangia, senza abbassarne la qualità. La cucina circolare intesa dunque come cucina progettuale.

La circolarità della cucina è definita dal Corso come lotta allo spreco e fondamentale utilizzo di tutto ciò che fornisce il prodotto.

Conoscenza: acquisire le nozioni alla base della cucina circolare, con particolare riferimento ai temi della sostenibilità alimentare.

Abilità: sviluppare capacità e tecniche di trattamento e uso delle materie prime

Competenze: essere in grado di leggere le tendenze del mercato e tradurle in scelte strategiche ed operative e i legami con l'adozione di una cucina responsabile e sostenibile.

Modulo I 10 ore Definizione di cucina circolare. Come utilizzare le materie prime. Modulo II 10 ore Metodologie di approvvigionamento delle materie prime. Modulo III 10 ore Tecniche di lavorazione degli scarti. Modulo IV 10 ore Realizzare menu con riuso di tutti i prodotti.

### **Materiale didattico**

slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Esperti del settore fascia A e B

## CORSO SULLE COTTURE A BASSA TEMPERATURE

**codice T28 versione 1.0**

**Gli obiettivi** Il Corso ha come obiettivo quello di fare conoscere le tecniche di applicazione del sottovuoto alla cottura, lo stoccaggio degli alimenti e la rigenerazione delle preparazioni gastronomiche trattate con queste tecniche. Conoscenze: acquisire nozioni di base sulle nuove tecniche di cottura degli alimenti; Abilità Sviluppare abilità di base nel trattamento degli alimenti con bassa cottura; Competenze: essere in grado di utilizzare le leve del marketing per presentare ai clienti il valore aggiunto del proprio menu.

Obiettivo del corso è far acquisire tutte le conoscenze necessarie per applicare il metodo di cottura a bassa temperatura alle uova, il sottovuoto, la canditura, la vasocottura e l'oliocottura.

Si tratta di una preziosa occasione per tutti i professionisti del settore che desiderano specializzarsi e formarsi approfondendo le proprie conoscenze per arricchire il menù rendendolo sempre più ricco e concorrenziale. Un pass-partout che consente di distinguersi nel settore della ristorazione.

### **Target di riferimento e requisiti di accesso**

Il corso è rivolto a imprenditori titolari di ristoranti, agriturismi, imprese operanti nel settore dell'enogastronomia, personale di cucina (chef, sous-chef).



### **Ambito tematico**

**TECNICHE DI PRODUZIONE**

**Durata 5 giorni**

**Modalità formativa**

**AULA E LABORATORIO 40 ore**

**Sede**

**Campus Principe di Napoli, Via  
Salvatore di Giacomo 8 Agerola  
80051 Na Campania**

**Tipologia formativa**

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti : 12**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio 2020**

**Costo**

**€ 4.000,00 Iva 22%**

## **CORSO SULLE COTTURE A BASSA TEMPERATURE**

**codice T28 versione 1.0**



### **Contenuti**

Nei ristoranti vengono richiesti sempre più spesso cibi ricchi di sapori e di alto livello estetico che non vadano però a pregiudicare le sostanze nutritive della materia prima. Le cotture alternative aiutano a mantenere inalterate le componenti della materia prima e aiutano il food cost dell'azienda essendo cotture che si prestano ottimamente al risparmio e ad un'organizzazione a monte del lavoro. I metodi di cottura a basse temperature mirano a salvaguardare sia i valori nutrizionali ( vitamine, proteine, grassi ) che valori organolettici, migliorando le caratteristiche sensoriali e la conservabilità dell'alimento serbandone colori, gusti e profumi originari.

Modulo I 10 ore Le cotture a bassa temperatura sottovuoto  
La bassa temperatura applicata alle uova Modulo II 10 ore La canditura. Modulo III 10 ore Vasocottura Vasocottura con frutta e verdura: Modulo IV 10 ore Olicottura.

### **Materiale didattico**

slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Esperti del settore fascia A e B

## **CORSO SUL SUSHI codice T29 versione 1.0**

### **Gli obiettivi**

Il Corso ha come obiettivo quello di introdurre alle tecniche di base della cultura giapponese, con particolare attenzione a trasferire nei partecipanti le competenze tecnico-specialistiche per impostare una linea della cucina dedicata al menu giapponese e fusion. Conoscenze: fare acquisire le conoscenze di base della cucina giapponese; Abilità: essere in grado di utilizzare tecniche e strumenti di lavorazione del pesce e preparazione di piatti fusione e giapponesi; Competenze: saper analizzare le potenzialità per la propria attività nell'attivazione di un menu di cucina giapponese. Essere in grado di presidiare ed adottare le diverse componenti legate all'adozione di un menu di cucina giapponese, dalla scelta degli alimenti, al confezionamento alle strategie di comunicazione con i propri clienti.

Un percorso utile per acquisire la tecnica, la professionalità e le competenze necessarie e indispensabili a creare piatti di alta qualità. Saranno abilità facilmente spendibili sia per chi vuole intraprendere il mestiere con possibilità di inserimento lavorativo in ristoranti, mense, alberghi, agenzie di catering, bistrot, aziende di produzione e distribuzione del settore culinario, che per chi lo vive semplicemente come hobby e passione.

### **Target di riferimento e requisiti di accesso**

Il corso è rivolto a imprenditori titolari di ristoranti, imprese operanti nel settore dell'enogastronomia, personale di cucina (chef, sous-chef).



### **Ambito tematico**

**TECNICHE DI PRODUZIONE**

**Durata 5 giorni**

### **Modalità formativa**

**AULA E LABORATORIO 40 ore**

### **Sede**

**Campus Principe di Napoli, Via  
Salvatore di Giacomo 8 Agerola  
80051 Na Campania**

### **Tipologia formativa**

**Formazione altamente  
professionalizzante**

**Numero partecipanti : 12**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione Fine maggio 2020**

### **Costo**

**€ 5.000,00**

**Iva 22%**

## **CORSO SUL SUSHI codice T29 versione 1.0**



### **Contenuti**

La cucina giapponese cattura sempre più l'attenzione del pubblico italiano. Un mercato in crescita che richiede professionisti in grado di conoscere e realizzare piatti amati da tutti, come sushi, sashimi, nigiri, hosomaki, futomaki, makimono, ma anche tartare e tempure, senza dimenticare le deliziose e saporite salse tipiche dell'Oriente.

Modulo I ore 4 Introduzione alla cultura giapponese, storia del sushi dagli albori ad oggi. Modulo II ore 4 Elementi di base: utensili ed ingredienti, prestando particolare attenzione al pesce. Modulo III ore 4 Descrizione delle attrezzature, del loro utilizzo. Spiegazione e preparazione della linea. Modulo IV ore 2 Il riso e la sua preparazione. Modulo V ore 2 Il taglio del pesce e l'affettatura dei filetti. Modulo VI 8 L'abbattimento del pesce, conservazione e norme base haccp. Modulo VII 8 ore Preparazione di vari tipi di sushi e sashimi. Rumen, doodles e zuppe. Modulo VIII 8 ore Cucina giapponese vegetariana. Introduzione alla cucina fusion

### **Materiale didattico**

slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Esperti del settore fascia A e B

## **CORSO DI FORMAZIONE GENERALE E SPECIFICA PER LAVORATORI codice T30 versione 1.0**

### **Gli obiettivi**

Il Corso ha come obiettivo quello assicurare l'ottemperanza per i datori di lavoro della formazione obbligatoria di carattere generale e specifica dei lavoratori in tema di sicurezza sui luoghi di lavoro. Conoscenze: Essere in grado di conoscere i principali elementi di sicurezza e prevenzione sui luoghi di lavoro; Abilità: essere in grado di riconoscere e fronteggiare le diverse situazioni di pericolo sui posti di lavoro, Competenze; Essere in grado di applicare sul lavoro le disposizioni normative per garantire la salute propria e dei colleghi.

L'obiettivo del Corso, in rispetto dell'Accordo Stato Regioni in vigore dal 26 gennaio 2012 è fornire conoscenze e metodi ritenuti indispensabili per conoscere i rischi dello specifico lavoro del lavoratore e conoscenze circa l'utilizzo dei dispositivi di protezione individuale nell'ambito del quadro normativo che disciplina la sicurezza e salute sul lavoro.

Consente ai lavoratori di conoscere, nel dettaglio i concetti di rischio, danno, prevenzione e i relativi comportamenti da adottare al fine di tutelare la propria sicurezza e salute e quella dei propri colleghi. Il partecipante sarà incoraggiato a sviluppare capacità analitiche (individuazione dei rischi), comportamentali (percezione del rischio), e corredato di conoscenze generali sui concetti di danno, rischio, prevenzione, concetti e approfondimenti legislativi compresi gli organi di vigilanza in materia di sicurezza e salute sul lavoro.

### **Target di riferimento e requisiti di accesso**

Il corso è rivolto a dipendenti in forza delle aziende di tutti i settori economici che devono adempiere all'obbligo normativo di sicurezza sui luoghi di lavoro ex (D.Lgs.81/08 art. 37 – Accordo Stato Regioni 21/12/2011).



### **Ambito tematico**

**FORMAZIONE OBBLIGATORIA**

**Durata 12 ORE**

**Modalità formativa**

**AULA 8 ore E E-LEARNING  
4 ore**

### **Sede**

**Università Mercatorum  
Roma Piazza Mattei 10  
00186 Rm Lazio**

**Tipologia formativa**

**Formazione di base e  
trasversale**

**Numero partecipanti 25**

**Frequenza minima 75%**

**Iscrizione**

**Fine maggio 2020**

**Costo**

**€ 300,00 + IVA 22%**

## **CORSO DI FORMAZIONE GENERALE E SPECIFICA PER LAVORATORI codice T30 versione 1.0**



### **Contenuti**

Il corso rappresenta dunque il percorso di formazione generale e specifica ai sensi dell'art 37 comma 2 del Dlgs 81/08 e disciplinato nei contenuti dall'Accordo Stato Regioni in vigore dal 26/01/12 per tutti i lavoratori impiegati in azienda. Il target del corso è composto da lavoratori impiegati sia nel settore pubblico sia privato (art. 37 D.Lgs n. 81/2008), che hanno l'obbligo normativo di formazione/informazione sul tema della sicurezza, secondo quanto stabilito dall'accordo Stato-Regioni del 21 dicembre 2011, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 8 dell'11 gennaio 2012.

Modulo I giuridico 4 ore e-learning: L'evoluzione storica della normativa di sicurezza e tutela della salute dei lavoratori; I concetti di rischio, danno, prevenzione e protezione; Organizzazione della prevenzione aziendale; Diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali; Organi di vigilanza, controllo e assistenza

Modulo II tecnico 8 ore aula: La valutazione dei rischi: definizione e individuazione dei fattori di rischio. Rischi specifici: Microclima e illuminamento; Rischi da esposizione al videoterminale; Ambienti di lavoro ; Movimentazione manuale dei carichi ; Rumore e vibrazioni; Dispositivi di protezione individuale; Procedure esodo e incendi; Procedure organizzative per il primo soccorso

### **Materiale didattico**

Videolezioni slides; dispensa didattica

### **Prove di valutazione**

Test scritti intermedi e finale

### **Certificazione rilasciata**

Attestato di frequenza con riconoscimento di CFU.

### **Docenza**

Esperti del settore fascia A e B