



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI PERUGIA



Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di  
Perugia  
&  
Nexo Corporation

Corso di alta formazione in  
International Digital Sales Management  
(IDSM)

Regolamento didattico



## ART. 1 - PRESENTAZIONE

In un contesto storico ed economico dove il processo d'internazionalizzazione delle imprese italiane rappresenta la principale risposta alle sfide della competizione globale, la conoscenza dei nuovi media digitali rappresenta il punto di partenza della comunicazione aziendale e di un business di successo.

Sapere cosa sono e come si utilizzano in maniera professionale i New Media digitali rappresenta un bagaglio di competenze ormai irrinunciabile per un'azienda al passo con i tempi.

Interpretando questa necessità, il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Perugia (Dipartimento) e Nexo Corporation - coinvolgendo esperti del settore e aziende del territorio interessate a sviluppare le loro attività nel campo del commercio elettronico - propone l'attivazione del Corso di International Digital Sales Management (IDSM).

La figura professionale che il Corso intende formare è quella di un futuro professionista che abbia conoscenza dei principali strumenti di comunicazione on line e sia in grado di elaborare strategie e di individuare soluzioni tecniche e di comunicazione per la pianificazione di progetti di sviluppo per le aziende che guardano con interesse al mondo delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC). L'esperto in IDSM è una figura ormai irrinunciabile per un'impresa che voglia cogliere le potenzialità della rete, individuando nuove opportunità di business.

## ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI

Il commercio con l'estero e l'Export Management (EM) sono elementi centrali delle strategie europee di crescita delle PMI, e la formazione delle risorse umane che occupano posizioni chiave della struttura organizzativa delle imprese è riconosciuta come uno dei fattori più importanti, in grado di influenzare la capacità di un'impresa di vendere su nuovi mercati ed essere pronta per la competizione globale.

Al giorno d'oggi le aziende necessitano di risorse umane estremamente competenti e specializzate, in grado di progettare strategie di crescita e politiche di marketing efficaci per entrare in nuovi mercati e competere a livello globale.

Per affrontare questo elevato livello di competitività, le strategie d'internazionalizzazione devono essere supportate da approcci di marketing innovativi e creativi al fine di intercettare e di anticipare le tendenze del mercato e farvi fronte con appropriate strategie, con piani di azione e campagne promozionali efficaci.

In ciò, l'uso crescente delle "Risorse 2.0" fornisce un contributo estremamente importante. Attraverso questo nuovo approccio è possibile aggiornare le competenze degli EM tradizionali, sintetizzandole in un nuovo profilo capace di far leva sulle più avanzate soluzioni TIC e sui più efficaci approcci di web marketing per affrontare mercati esteri.

Il percorso formativo che si propone sarà completato, soprattutto, da un'esperienza svolta direttamente all'interno di strutture che si occupano di E-Commerce.

In questo modo i corsisti avranno l'opportunità di acquisire le tecniche, le conoscenze e la cultura indispensabili alla predisposizione di piani strategici di E-Commerce Marketing e alla loro predisposizione e gestione.

### ART. 3 – ACCESSO E RICONOSCIMENTO DEI CREDITI UNIVERSITARI

Gli studenti del Dipartimento che parteciperanno al Corso e frequenteranno il tirocinio aziendale conseguiranno un massimo di 12 crediti formativi universitari riservati ad attività di tirocinio curricolare.

Ai fini dell'ammissione al Corso e del riconoscimento dei crediti è richiesto:

- a) Per gli studenti dei Corsi di laurea triennali del Dipartimento, di aver maturato 120 CFU, o di aver conseguito il diploma di laurea triennale (entro 12 mesi dal bando di iscrizione al Corso).
- b) Per gli studenti dei Corsi di laurea specialistici o magistrali del Dipartimento, di aver terminato le lezioni del I anno, o di aver conseguito il diploma di laurea specialistica o magistrale (entro 12 mesi dal bando di iscrizione al Corso).
- c) Per gli iscritti ad altri Corsi di laurea dell'Università degli Studi di Perugia, di essere in conformità con quanto previsto dai rispettivi regolamenti di Corso di laurea.
- d) Per i non iscritti all'Università degli Studi di Perugia, di aver conseguito il diploma di laurea triennale, specialistica o magistrale.

In caso di titolo di studio conseguito all'estero, lo stesso dovrà essere riconosciuto idoneo dal Dipartimento ai fini della partecipazione al Corso.

In ogni caso non verranno ammessi i candidati NON idonei per mancanza dei requisiti di ammissione.

Il numero minimo di partecipanti è fissato a 15 ed il numero massimo previsto è 25. Nell'ipotesi in cui si ricevessero maggiori domande di partecipazione, verrà effettuata una selezione dei candidati attraverso un test di cultura generale e tenendo conto del livello motivazionale di ciascuno dei candidati. L'ammissione al Corso sarà comunicata a tutti i vincitori, dopo l'approvazione della relativa graduatoria, esclusivamente a mezzo e-mail sulla casella indicata all'atto di domanda, in data 26 giugno 2017. Le domande di iscrizione dovranno essere inviate, entro e non oltre le ore 12:00 di venerdì 16 giugno 2017, per posta elettronica o presentate a mano al Dipartimento al seguente indirizzo: Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Perugia - Ufficio Didattica, via Pascoli, 20 - 06123 Perugia

#### ART. 4 – ORGANI DEL CORSO

Sono organi del Corso:

- Il direttore scientifico, nella persona del Prof. Fabio Raspadori
- Il coordinatore didattico, nella persona del Dott. Marco Raspati
- Il Comitato del Corso, costituito dai docenti, dal tutor, dal direttore scientifico e dal coordinatore didattico.

#### ART. 5 - ATTIVITÀ FORMATIVE E DURATA

La struttura del Corso prevede una fase di aula di 108 ore ed una fase di tirocinio in azienda della durata di 3-4 mesi.

## ART. 6 – PROGRAMMA

### > **Modulo 1 – Introduzione al corso e alle risorse 2.0 (6 ore)**

Introdurre il corso di formazione Export Digital Manager e posizionarlo correttamente nel sistema di istruzione e di formazione professionale.  
Introdurre il concetto di risorse 2.0.

### > **Modulo 2 – Quadro Normativo: il contesto europeo con focus sulle opportunità per i mercati nazionali (6 ore)**

- Accrescere la consapevolezza della centralità dell'E-Commerce nella Strategia europea per il mercato digitale;
- Evidenziare le strategie ed i relativi punti prioritari dell'azione della Ue nel campo dello sviluppo dell'E-commerce nei prossimi anni;
- Fornire gli strumenti per interpretare al meglio ed applicare correttamente le normative europee in materia di E-commerce, comprendendo le implicazioni con il quadro giuridico-normativo interno;
- Evidenziare l'importanza dell'E-Commerce come driver primario dello sviluppo dell'economia europea e come canale rilevante per l'export, attraverso cui le aziende italiane possono cogliere le opportunità emergenti dall'evoluzione della domanda globale.

### > **Modulo 3 – Contesto internazionale (8 ore)**

- Ottenere una buona consapevolezza degli aspetti geo-economici e finanziari di base che condizionano l'ambiente degli scambi internazionali;
- Cosa si intende per E-Commerce.

### > **Modulo 4 – Analisi di mercato internazionale (12 ore)**

- Acquisire conoscenze e competenze nell'uso delle risorse 2.0 che abilitano i processi decisionali di selezione dei mercati di riferimento;
- Sviluppare le competenze digitali per un'efficace ricerca d'informazioni;
- Acquisire una buona conoscenza delle più importanti fonti d'informazione on line sul commercio internazionale;
- Scoprire gli strumenti e sviluppare le competenze obbligatorie per studiare il posizionamento dei concorrenti.

> **Modulo 5 – Contratti internazionali e diritto commerciale (8 ore)**

- Apprendere come ottenere informazioni aggiornate e ufficiali sulla disciplina dei contratti internazionali mediante risorse on line e comprendere il loro utilizzo.

> **Modulo 6 – Dogane, Trasporti e Logistica (8 ore)**

- Apprendere come accedere alle informazioni on line gratuite ed ufficiali in materia doganale e di dazi;

- Utilizzare la nomenclatura delle tariffe doganali, l'origine preferenziale delle merci e dei documenti.

> **Modulo 7 – Profili legali e fiscali e Ruolo della Guardia di Finanza nel contrasto alle frodi correlate all'E-Commerce (6 ore)**

- Fornire una prospettiva legale e fiscale degli sviluppi più recenti in materia di commercio elettronico;

- Apprendere i principali adempimenti a cui sono tenuti gli operatori e-commerce italiani.

Conoscere il ruolo della Guardia di Finanza nel contrasto alle frodi correlate all' E-commerce.

> **Modulo 8 – Strumenti di pagamento (6 ore)**

- Apprendere come utilizzare gli strumenti web-based più avanzati per i pagamenti online e le altre soluzioni per il trasferimento di denaro.

> **Modulo 9 - Il piano di marketing digitale internazionale (part 1) – Attrarre potenziali clienti (10 ore)**

- Imparare a creare un piano di marketing digitale internazionale per attirare i clienti al sito aziendale;

- Selezionare le risorse umane o un provider di servizi per la gestione del piano di marketing.

> **Modulo 10 - Il piano di marketing digitale internazionale (parte 2) - Conversione di visitatori in clienti (10 ore)**

- Apprendere come sfruttare con successo la visibilità sul web, convertendo i visitatori del sito in clienti.

> **Modulo 11 - Il piano di marketing internazionale digitale (parte 3) - Social media per il Business development e per la gestione delle risorse umane (10 ore)**

- Sfruttare i Social Media nell'attività di internazionalizzazione;

- Imparare ad utilizzare le risorse 2.0 nel quadro della Gestione delle Risorse Umane.

> **Modulo 12 - La gestione delle attività commerciali attraverso l'impiego delle tecnologie digitali (12 ore)**

- Fornire una preparazione integrata ed eterogenea di tutti i principali strumenti ad oggi adottati nella comunicazione digitale, immediatamente spendibili per sviluppare il business aziendale.

> **Modulo 13 - Politiche europee per l'internazionalizzazione ed opportunità di business on-line (6 ore)**

- Imparare ad intercettare e attivare opportunità di business attraverso le opportunità dell'Unione europea e attraverso Risorse 2.0.

> **Stage – Project work individualizzato**

(3-4 mesi).



## ART. 7 – FREQUENZA E ATTESTAZIONE FINALE

La frequenza è obbligatoria. E' previsto un massimale di ore di assenza pari al 25% del totale delle ore.

## ART. 8 – MODALITÀ DI ACCESSO

E' prevista una quota di iscrizione, che verrà indicata nel bando di ammissione di ciascuna edizione, da versare al Dipartimento che, a fronte dei versamenti emetterà le relative fatture in quanto trattasi di didattica in attività commerciale, ai sensi del comma 8 - art. 98 del Regolamento per l'amministrazione, la finanza e la contabilità dell'Ateneo.

## ART. 9 – SEDE DEL CORSO

Le lezioni si svolgeranno presso la sede del Dipartimento a Perugia.

## ART. 10 – DOCENTI

I docenti del corso sono: Prof. Fabio Raspadori, Dott. Marco Liviantoni, Dott. Papini Matteo, Dott. Fabrizio Minelli, Col. GdF. Dario Solombrino, Dott. Luca Primieri, Dott.ssa Saladino Francesca, Dott. Piselli Matteo.

## ART. 11 – AZIENDE ED ENTI OSPITANTI

Durante il Corso verranno indicate le Aziende che operano nel settore di E-Commerce che si sono rese disponibili ad ospitare i corsisti in qualità di tirocinanti. L'assegnazione di ciascun tirocinante alla relativa azienda verrà stabilito dal Comitato del corso in accordo con le aziende ospitanti e sentito il parere del corsista.