

EXECUTIVE PROGRAM
"TECNICI COMMERCIALI E MARKETING
PER LE AGRO-FORNITURE"
dicembre 2024 – dicembre 2025

Descrizione del corso

L'executive program, promosso da SMEA (Alta Scuola in Management ed Economia Agro-alimentare), ha come target formativo primario funzionari e quadri commerciali e di marketing delle imprese delle agroforniture, prende in esame gli aspetti legati alle strategie aziendali, alla gestione economico-finanziaria d'azienda, alla catena del valore, al marketing strategico ed operativo, alle tecniche di negoziazione, alla gestione delle reti commerciali e del business digitale, alla luce delle specificità del settore agricolo (quadro settoriale e evoluzione strutturale, gestione del rischio, ...)

Background

Le profonde trasformazioni in atto nelle aziende agricole, che si caratterizzano tra l'altro per la crescente specializzazione funzionale, l'esigenza di rafforzare i rapporti di filiera, la forte incidenza degli investimenti fissi sia materiali che immateriali e la spiccata aleatorietà del contesto di mercato in cui operano, richiedono agli operatori front desk delle imprese fornitrici di input di sviluppare nei loro confronti approcci innovativi - anche dettati dalle accelerazioni derivate dalla pervasività delle nuove tecnologie -, maggiormente in grado di cogliere le singole esigenze del cliente, più orientati ai servizi rispetto ai prodotti, in grado di costruire rapporti di partnership durevoli, e al tempo stesso maggiormente integrati con le altre funzioni aziendali.

Obiettivi

Fornire conoscenze, competenze tecniche, organizzative, manageriali, commerciali e marketing, oltre che di capacità personali, che ne faccia crescere la professionalità e li metta in grado di gestire in modo ottimale le funzioni che si esplicano nel diretto rapporto con l'imprenditore agricolo.

Competenze e vantaggi

Il percorso proposto porterà i partecipanti ad acquisire la capacità di analizzare l'azienda cliente e i suoi bisogni nella sua complessità, alla luce della peculiarità strategiche ed organizzative della propria impresa, potendo così valutare le problematiche commerciali e di marketing ed implementare le corrispondenti decisioni in un'ottica integrata, sulla base di skills acquisiti nelle aree di produttività e potenziale, comunicazione e competenze comportamentali, responsabilità e lavoro di squadra, pianificazione, organizzazione e leadership, tenendo conto dell'ingresso sul palcoscenico della I.A..

Attraverso l'acquisizione di specifiche metodologie di analisi ed operative, il confronto con altre realtà aziendali, le testimonianze, lo sviluppo di casi e project work, al termine del corso i partecipanti avranno maturato una crescita professionale che consentirà loro di contribuire

sostanzialmente ad una migliore organizzazione e performance dell'area commerciale e marketing nelle imprese di appartenenza, ponendo tra l'altro le basi per una più solida progressione di carriera.

Destinatari

- Laureati che abbiano conseguito una laurea triennale o magistrale selezionati dalle imprese delle agro-forniture per un inserimento in tali funzioni o che intendano porsi sul mercato del lavoro avendo maturato una specifica professionalità in tali funzioni.
- Operatori che all'interno delle imprese delle agro-forniture siano attivi nelle funzioni commerciali e di marketing, o che prevedano di orientare verso tali funzioni la loro carriera

Programma e metodologie formative

Il corso si svolge in modalità executive con attività formative concentrate nelle giornate di giovedì, venerdì e sabato per un totale di 155 ore di lezione.

La formazione del giovedì e venerdì si terrà in presenza (lezioni in aula) mentre il sabato a distanza in modalità live streaming utilizzando la piattaforma Blackboard Unicatt.

Le attività formative includono:

- Lezioni d'aula (in presenza e on line live streaming)
- Casi Studio
- Seminari e Testimonianze Aziendali
- Coaching e sviluppo di Project Work

Il corso di articolerà nelle seguenti aree disciplinari:

- L'azienda e la sua organizzazione
- Programmazione e controllo di gestione
- Economia del settore agro-alimentare
- Filieri dei mezzi tecnici per l'agricoltura
- Marketing B2B e orientamento commerciale
- Marketing multicanale e digital marketing
- Project management e business analysis
- Psicologia delle relazioni

Calendario del corso

Data	Sessione	Argomento	Modalità
13-dic-24	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Il mercato delle materie prime agricole e degli alimenti: Politica agricola comunitaria	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Strumenti per l’analisi e la mappatura dei processi organizzativi	
14- dic-24	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	La gestione del coordinamento organizzativo	Da remoto su piattaforma Blackboard
17-gen-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Pilastri fondamentali della Business Strategy (Vision, Mission, Values, Positioning)	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Gestione dei conflitti	Campus Santa Monica Cremona
18-gen-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Pilastri fondamentali della Business Strategy (Vision, Mission, Values, Positioning)	Da remoto su piattaforma Blackboard
13-feb-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Project management	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Project management	Campus Santa Monica Cremona
14-feb-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Fondamenti di bilancio	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Tecniche di analisi di bilancio	

15-feb-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Conto economico per aree di risultato	Da remoto su piattaforma Blackboard
14-mar-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Business analysis	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Business analysis	
11-apr-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Controllo di gestione: analisi costi volumi risultati	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Controllo di gestione: analisi costi volumi risultati	
12-apr-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Tecniche di analisi di bilancio	Da remoto su piattaforma Blackboard
15-mag-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Conto economico per aree di risultato	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Elaborazione del business plan	
16-mag-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Principali processi in ambito logistico- produttivo	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Controllo e gestione della distribuzione fisica	

17-mag-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Controllo e gestione della distribuzione fisica	Da remoto su piattaforma Blackboard
20-giu-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Governance delle reti commerciali e gestione della soddisfazione del cliente	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 15:45)	Testimonianza	
	Venerdì pomeriggio (16:00 – 17:45)	Testimonianza	
17-lug-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Negoziazione e Leadership	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Negoziazione e Leadership	
18-lug-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Comunicazione e tecniche di vendita	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Comunicazione e tecniche di vendita	
18-set-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Marketing investigativo: concorrenti, clienti, prezzi	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 15:45)	Testimonianza	
	Giovedì pomeriggio (16:00 – 17:45)	Testimonianza	
19-set-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Analisi dei bisogni del cliente	Campus Santa Monica Cremona

	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Modelli di vendita	
20-set-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Il marketing per il cliente La vendita multicanale	Da remoto su piattaforma Blackboard
16-ott-25	Giovedì mattina (8:30 – 12:30)	Digital e AI	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Digital e AI	
17-ott-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Perché internazionalizzarsi	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 15:45)	Testimonianze	
	Venerdì pomeriggio (16:00 – 17:45)	Testimonianze	
18-ott-25	Sabato mattina (8:30 – 12:30)	Le alternative organizzative	Campus Santa Monica Cremona
13-nov-25	Giovedì mattina (9:00 – 10:45)	Testimonianze	Campus Santa Monica Cremona
	Giovedì mattina (11:00 – 12:45)	Testimonianze	
	Giovedì pomeriggio (14:00 – 15:45)	Testimonianze	
	Giovedì pomeriggio (16:00 – 17:45)	Testimonianze	

14-nov-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	Plenaria Commerciale	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)	Presentazioni	Campus Santa Monica Cremona
12-dic-25	Venerdì mattina (8:30 -12:30)	CHIUSURA CORSO	Campus Santa Monica Cremona
	Venerdì pomeriggio (14:00 – 17:00)		

Direttore scientifico: Prof. Gabriele Canali

Coordinatore didattico: Prof. Davide Mambriani

Docenti del corso

- Alberto Ancora: General Manager AgroSolutions Division EMEA Region - Sumitomo Chemical
- Gabriele Canali: professore presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, sede di Piacenza-Cremona. Direttore del Centro Ricerche Economiche Filiere Sostenibili (CREFIS).
- Franca Cantoni: professore associato di presso l'Università Cattolica, sede di Piacenza-Cremona.
- Alberto Dezza: Managing Director, Blumen Group, Milano-Piacenza.
- Edoardo Favari: professore a contratto presso il Politecnico di Milano, Engagement manager, Capgemini Engineering, Milano.
- Ricciardi Arcangela: Assegnista di ricerca presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Luigi Radaelli: Senior Advisor, Ambienta SGR S.p.A., Milano.
- Ivan Russo: professore ordinario presso l'Università di Verona. Editor-in-Chief, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management (UPDLM).
- Giuseppe Scaratti: professore ordinario; direttore Dipartimento di Scienze Umane e Sociali; Università degli studi di Bergamo. Co Founder, DigitalIKBC.
- Alessandra Todisco: professore a contratto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, sede di Piacenza-Cremona. Direttore generale CAI Nutrizione S.p.A., Bologna.
- Gianluigi Zenti: Operating Partner, Menomadin Group, Senior Business Advisor, GLG Group.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

