

## Il Master in sintesi

### Caratteristiche distintive

- **Forte orientamento alla pratica:** alle lezioni in aula si affiancano attività di laboratorio, project work, case histories, stage, incontri con i professionisti.
- **Formazione di figure professionali** allineate con i cambiamenti del settore e rispondenti alle attuali richieste del mercato del lavoro (capacità di coniugare abilità commerciali e gestione dei clienti con tecniche comunicative di alto livello).
- Sviluppo di un **network personale e professionale nell'ambito Sales**.

### Destinatari

Il Master in Account e Sales Management è aperto a tutti i laureandi e laureati in possesso di titolo di laurea triennale e/o magistrale di tutte le facoltà.

### Scadenze invio candidatura

17 ottobre 2016 - [master.unicatt.it/ammissione](http://master.unicatt.it/ammissione)

### Numero massimo partecipanti

20

### Durata del percorso didattico

Novembre 2016 - maggio 2017 (lezioni in aula)

### Modalità didattica

Full time. Le lezioni si svolgono dal lunedì al venerdì.  
Alle lezioni in aula seguirà un periodo di **stage**.

### Quota di partecipazione

€ 7000 (in due rate)



### Informazioni

[master.universitari@unicatt.it](mailto:master.universitari@unicatt.it)

[almed.unicatt.it/salesmanagement](http://almed.unicatt.it/salesmanagement)

**ALMED - Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo**

[almed.unicatt.it](http://almed.unicatt.it)

Facoltà di Lettere e Filosofia

Facoltà di Economia

# Account e Sales Management

## Tecniche di gestione e negoziazione applicate alle vendite

III edizione

Milano, novembre 2016 - dicembre 2017

In collaborazione con

**Centrimark Centro di Ricerche di Marketing**

**Ma  
ste  
I** Cattolica



Master  
2016 - 2017



## Perché il Master

La competizione odierna tra i brand per conquistare il mercato è sempre più evidente. Questa sfida complessa e impegnativa rende ancora più cruciale la gestione del patto fiduciario all'interno delle relazioni di business che si vengono a creare fra le imprese, prime tra tutte tra brand, fornitori di servizi e reti di vendita. È proprio in questo particolare contesto di mercato che si inserisce il Master in **Account e Sales Management**. Il Master nasce dalla collaborazione fra Almed - Alta Scuola in media, comunicazione e spettacolo e Centrimark - Centro di Ricerca di Marketing. Esso si propone di fornire una preparazione professionale nel comparto delle vendite, unendo competenze economiche, comunicative e psicologiche.

Il Master mira a rispondere alle attuali richieste del mercato del lavoro nel settore delle vendite - dove si ricercano nuove figure professionali in grado di attivare relazioni produttive, empatiche e di lunga durata - e si avvale della collaborazione di aziende e di realtà di rilievo.

**Mariagrazia Fanchi**

*Direttore*

**Annalisa Tunisini**

*Condirettore*



## Class profile

Il Master si rivolge a tutti i laureandi e laureati in possesso di titolo di laurea triennale e/o magistrale di tutte le facoltà.

La classe si compone di un massimo di 20 partecipanti.

## Learning outcomes

Il Master si rivolge a coloro che sono interessati ad acquisire le diverse tecniche di gestione e negoziazione applicate alle vendite, coniugando in modo innovativo ed efficace due saperi:

- da un lato tecniche comunicative di alto livello: dal *self branding* al *public speaking*, dalla drammaturgia comunicativa d'impresa alle tecniche di retorica applicata, dalla gestione di *trade shows* agli strumenti di *experiential branding on e off line*;
- dall'altro lato elevate abilità commerciali e gestione dei clienti e delle reti di vendita supportate da know how di natura aziendalistica più generali: dal sapere leggere un bilancio a gestire un portafoglio clienti o i canali di vendita, dalle tecniche di marketing *business-to-business* agli strumenti di analisi del mercato.

## Sbocchi professionali

Il Master universitario in **Account e Sales Management** forma esperti di tecniche di relazione e di negoziazione applicata alla vendita di prodotti e servizi nei mercati business-to-business.

I diplomati in **Account e Sales Management** potranno operare, in particolare, nell'area commerciale e delle vendite di aziende e concessionarie di pubblicità a respiro nazionale e internazionale in qualità di:

- **Account Manager**, responsabile del portfolio clienti che opera da interfaccia tra il cliente e il team di vendita e di servizio al cliente interno all'impresa
- **Sales Manager**, responsabile dell'analisi dei mercati e della domanda, della pianificazione delle vendite nonché della gestione delle forze di vendita

Queste figure professionali potranno inserirsi nel mercato del lavoro posizionandosi come indispensabile supporto alla direzione commerciale per la vendita di prodotti e servizi rivolti alle imprese o come interfaccia fra fornitori di servizi e brand, anche all'interno di concessionarie di pubblicità, al fine di individuare e proporre le migliori soluzioni comunicative in affiancamento ai marketing *decision makers*.

## Curriculum overview

L'offerta didattica si caratterizza per l'elevata presenza di moduli a orientamento pratico (sia didattica frontale, sia laboratoriale), analisi di case histories, project work guidati da professionisti del settore.

La formazione si basa su insegnamenti e laboratori dedicati all'acquisizione e consolidamento di:

- 1) **Elementi base di conoscenza del Contesto Impresa;**
- 2) **Elementi di marketing e di management delle vendite** finalizzati a capire il mercato/cliente e a saper gestire le relazioni di vendita con il mercato/cliente;
- 3) **Tecniche di negoziazione e di relazione interpersonale;**
- 4) **Tecniche di comunicazione applicate ai mercati business-to-business;**

I 10 corsi e i 13 laboratori sono organizzati in due macro aree:

Moduli di Marketing e gestione delle vendite	
<b>Corsi (10 CFU)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elementi base di Management e di Marketing (SECS-P/08)</li><li>• Teoria e tecniche di marketing business-to-business e dei servizi (SECS-P/08)</li><li>• Strategie e Tecniche di gestione della vendita nei contesti nazionali e internazionali (SECS-P/08)</li><li>• Gestione del portafoglio clienti e key account management (SECS-P/08)</li><li>• Gestione del canale di vendita (SECS-P/08)</li></ul>	<b>Laboratori (6 CFU)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Leggere un bilancio I (SECS-P/07)</li><li>• Leggere un bilancio II (SECS-P/07)</li><li>• Applicazioni di business marketing (SECS-P/08)</li><li>• Strumenti di analisi del mercato (metriche/tools) (SECS-P/08)</li><li>• Tecniche di Gestione della Customer Experience - CRM (misurazione, gestione e monitoring) (SECS-P/08)</li><li>• Redazione di un piano di vendita (SECS-P/08)</li></ul>

Moduli di Tecniche di negoziazione e relazione interpersonale e tecniche di comunicazione applicate ai mercati business to business	
<b>Corsi (10 CFU)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Teorie e Tecniche di argomentazione e di retorica applicata (L-ART/06)</li><li>• Drammaturgia della comunicazione d'impresa (L-ART/05)</li><li>• Analisi delle motivazioni di consumo e delle dinamiche di acquisto (SPS/07)</li><li>• Psicologia della negoziazione on e off line (M-PSI/05)</li><li>• Tecniche e strategie di comunicazione in ambiente digitale e off line (SPS/ 08)</li></ul>	<b>Laboratori (7 CFU)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Laboratorio di Self branding e Public Speaking (dizione, tecniche di presentazione) (M-PSI/05)</li><li>• Tecniche di costruzione della fiducia (M-PSI/05)</li><li>• Laboratorio di Team working (M-PSI/05)</li><li>• Laboratorio di tecniche comunicative applicate alla vendita (giochi di ruolo) (M-PSI/06)</li><li>• Strumenti di Experiential Branding: storytelling and content management (L-ART/06)</li><li>• Laboratorio di Trade Shows (M-PSI/06)</li><li>• Tecniche di comunicazione digitale (introduzione alla mobile e social communication) (SPS/08)</li></ul>

**Durante** il percorso didattico i partecipanti potranno frequentare un corso di **Business English** (extracurriculare).

Tipologia di impegno	Ore
Lezioni	300
Laboratori	195
Incontri con professionisti	48
Project work	200
Presso enti esterni (stage)	480
Studio individuale	277

Sono previsti momenti di incontro con professionisti del settore anche di rilievo internazionale e analisi di case histories su aree tematiche, come: Comunicazione interpersonale applicata alle vendite; Creazione del valore in ambito commerciale; Management della performance di vendita; Media Agency Landscape.

Il Master prevede una **prova finale**, la realizzazione di un project work (8 CFU) e un periodo di **stage** (15 CFU) per l'inserimento formativo nel contesto reale dell'area commerciale e delle vendite.

## Alumni

"Il Master mi ha permesso soprattutto di confrontarmi con referenti aziendali del mercato italiano e internazionale. Attualmente lavoro in una start-up con il ruolo di Demand Supporter e proprio in questa posizione ritrovo quelli che al Master ci sono stati presentati come i punti di forza di un Account e Sales Manager: preparazione e conoscenza del prodotto e del mercato, apertura rispetto ai i clienti e lavoro di squadra con i colleghi".

**Camilla Ceriani**, Demand Supporter - StickyADS



"Ho deciso di frequentare il Master per affrontare nel modo migliore l'approccio alla realtà lavorativa, rispetto alla formazione accademica. Del programma mi ha attratto l'unione di due aspetti fondamentali: l'economia e la comunicazione. Le skills apprese mi consentono oggi di svolgere il mio lavoro con una marcia in più, avendo, come Account Manager di una piattaforma di content marketing, un ruolo da un lato consulenziale e dall'altro di gestione delle campagne".

**Patrick Dolci**, Account Manager - AManzoni & C. (Gruppo Editoriale l'Espresso)

"Se avete un forte spirito di iniziativa e volete mettervi in gioco in prima persona nel business, vi consiglio questo Master. A mio parere uno dei pochissimi corsi che forniscono gli strumenti per affrontare il mondo del lavoro in maniera scientifica, sviluppando skills economiche, retoriche e relazionali, che consentono di diventare dei veri professionisti. Grazie a questo percorso e al forte impegno, oggi sono Head of Partnership in una delle realtà più innovative del mercato".

**Stefano Fugazza**, Head of Partnership - DoveConviene



"Laureato in giurisprudenza, ho partecipato alla prima edizione del Master con grandi aspettative, che a distanza di tempo posso confermare essere state soddisfatte in pieno. Il valore aggiunto risiede, oltre che nella professionalità dei docenti, anche nella scelta di trasporre tutti gli insegnamenti nella pratica attraverso molteplici business cases: un modo per imparare a lavorare in gruppo, requisito fondamentale per affermarsi nel mondo del lavoro".

**Fabio Terzi**, Trade marketing specialist - Contitrade (business unit di Continental Italia)

"Il Master è stato un percorso di crescita personale che mi ha portato ad avvicinarmi in maniera più consapevole al mondo lavorativo: ho imparato l'importanza della comunicazione nel sales, dall'approccio iniziale, alla costruzione della fiducia tra i diversi interlocutori. Il valore aggiunto è stato rimarcare l'importanza dell'aspetto economico in un rapporto lavorativo e di vendita. Ora lavoro negli U.S.A. come Junior Sales in un'azienda di distribuzione di formaggi e prodotti caseari. Il mio obiettivo è capire e interfacciarmi in prima persona con un settore e un mercato completamente differente rispetto a quello italiano".

**Mariella Pinna**, Junior Sales - InterSource Inc.



## Comitato scientifico

**Direttore:** **Mariagrazia Fanchi** (Università Cattolica)

**Consiglio Direttivo:** **Mariagrazia Fanchi** (Università Cattolica), **Annalisa Tunisini** (Università Cattolica), **Claudio Bernardi** (Università Cattolica), **Mario Franzino**, (BSH Elettrodomestici), **Carlo Galimberti** (Università Cattolica), **Roberta Sebastiani** (Università Cattolica), **Salvatore Esposito** (Blogo.it), **Walter Bonanno** (CityNews), **Luca Gurrieri** (A. Manzoni & C.), **Patrizia Musso** (Brandforum.it).

**Coordinatore scientifico:** **Annalisa Tunisini**, Università Cattolica

**Coordinatore didattico:** **Patrizia Musso** (Università Cattolica) patrizia.musso@unicatt.it

**Tutor d'aula e di stage:** **Alessandra Olietti** alessandra.olietti@unicatt.it

## Partner

Collaborano alla realizzazione dell'iniziativa, in qualità di partner:



## Le relazioni con il mondo del lavoro

Nel corso delle precedenti edizioni del Master si sono avvicinati in aula numerosi esperti del mondo sales, tra cui:

**Savoldi Giovanni**, Responsabile vendite Mass Market, A2A; **Garbelli Roberto**, Responsabile vendite Consumer & Small Business, A2A; **Marco Brioschi**, DEM & FI Manager, Axalta; **Nataschia Crivellaro**, Key Account, Axalta; **Stefano Sanginiti**, Head of Direct Sales, Arval; **Sabina Conte**, HR Business Partnership Manager, Arval; **Paola Sala**, Recruiting Specialist, Arval; **Grazia De Sensi**, Senior Marketing Manager, Blogo; **Vito De Mitri**, Advertising Marketing and Operations Director, Blogo; **Laura Russo**, HR Manager, BSH Elettrodomestici; **Luca Bordin**, Marketing Manager Small Appliances, BSH Elettrodomestici; **Mario Franzino**, Amministratore Delegato, BSH Elettrodomestici; **Alessia Braunè**, Area Manager, Coca-Cola HBC Italia; **Massimiliano Pesare**, HR Talent Acquisition, Coca-Cola HBC Italia; **Elena Dominique Midolo**, CEO, ClioMakeUp; **Walter Bonanno**, Chief Business Officer, DoveConviene; **Marco Durante**, Sales Director, DoveConviene; **Domiziano Pontone**, Sales Director EMEA, Gi Group; **Ennio Caiolo**, Direttore Commerciale Modern Trade, Gruppo Lactalis Italia; **Luca Gurrieri**, Sales Director print e digital - A. Manzoni; **Edoardo Tilli**, Executive Manager - Page Personnel Italia; **Fabrizio Travaglini**, Executive Director, Page Personnel Italia; **Roberta Frau**, Project supervisor Marketing division, Samsung; **Daniele Rosella**, Responsabile Commerciale, Sinfotel; **Luca Morpurgo**, Country Manager Italy & Spain, StickyAdstv; **Stefano Padovan**, Sales Consultant, TeamSystem; **Benedetta Pratisoli**, Recruitment Specialist, TeamSystem; **Alberto Vottero**, Client Manager, Triboo Digitale; **Barbara Liati**, Senior Buyer, QVC Italia; **Francesca Cantatore**, Recruiter, QVC Italia