

AC
AD
EM
Y

CREDIT MANAGEMENT MASTERCLASS

EXECUTIVE
PROGRAM

2019

DESTINATARI E OBIETTIVI

Credit Manager e responsabili di aziende medio-grandi di diversi settori che, partendo da una solida base di preparazione ed esperienza in materia, desiderano:

- rafforzare specifiche competenze legate ai **temi più innovativi del mondo finanziario**
- operare in contesti caratterizzati da complessità e **gestire progetti interfunzionali**
- **fare networking** tra addetti ai lavori.

METODOLOGIA DIDATTICA

Integrando lezioni di strategia con lezioni di tecniche e strumenti e di sviluppo delle competenze, il percorso utilizza una metodologia volta alla **valorizzazione dello scambio tra settori, delle conoscenze, delle competenze aziendali e delle potenzialità dei singoli partecipanti.**

IL PERCORSO FORMATIVO

MOD 1	STRATEGIE SCENARI, INNOVAZIONE E STRATEGIE	MOD 2	COMPETENZE CHANGE MANAGEMENT
MOD 3	TECNICHE GESTIONE STRATEGICA DEL CREDITO	MOD 4	TECNICHE LEGAL & PRIVACY
MOD 5	COMPETENZE PROJECT MANAGEMENT	MOD 6	COMPETENZE NEGOZIAZIONE

I PARTNER DEL PROGETTO

MP

POLITECNICO DI MILANO
GRADUATE SCHOOL
OF BUSINESS

Business School
del Politecnico di Milano,
prima università italiana
nella classifica QS World
University Rankings.

COVISIAN
—re inventing bpo—

Società leader sul mercato
italiano di servizi per
la gestione del cliente
e struttura ospitante
dell'iniziativa presso gli
ambienti di un innovativo
contact center.

TEMATICHE AFFRONTATE

- I principali trend evolutivi della finanza;
- L'impatto della normativa;
- Il digital finance e l'impatto sulla filiera;
- I nuovi entranti;
- I nuovi strumenti finanziari "digital";
- La blockchain e l'impatto potenziale sul credit rating.

LEARNING OUTCOME

- Comprensione dell'impatto potenziale dei principali macro-trend (economici, tecnologici, normativi) sul settore finanziario;
- Conoscenza delle nuove opportunità offerte dalla digitalizzazione e dal "fintech".

DOCENTE

MARCO GIORGINO

Professore Ordinario di Finanza Aziendale e Global Risk Management del Politecnico di Milano

PAOLO MACCARRONE

Professore Associato di Accounting, Finance and Control del Politecnico di Milano

TEMATICHE AFFRONTATE

- Il contesto VUCA;
- Individuo, team. Organizzazione:
- l'impatto del cambiamento tra desiderio: di evoluzione e spirito di sopravvivenza;
- Le dimensioni e gli strumenti del change management nelle organizzazioni;
- Il leader di cambiamento: strumenti, skills, motivazione

LEARNING OUTCOME

- Riflettere sui cambiamenti in atto nel contesto di riferimento (cliente – modelli di business - value chain), identificare e condividere i macro-trend trasformativi e le implicazioni per le persone e le organizzazioni;
- Conoscere i principali strumenti di change management e scegliere i più adatti ai diversi contesti applicativi;
- Individuare ostacoli e resistenze interne e superarli con uno storytelling efficace e una mobilitazione dell'energia individuale e collettiva;
- Il leader di cambiamento: conoscermi meglio per aumentare il mio impatto.

DOCENTE

ALESSANDRA DE CARLO

Executive Coach e Advisor sui temi di People Management

TEMATICHE AFFRONTATE

- Le attività di credit management nell'ambito dei processi di gestione strategica del cliente (customer management). Le relazioni con le altre unità organizzative e i possibili trade-off tra gli obiettivi;
- Credit management e ciclo di vita del cliente;
- La gestione strategica del rapporto con i fornitori di soluzioni e servizi di credit management.

LEARNING OUTCOME

- Comprensione dei legami esistenti tra le attività di gestione del credito e i processi di gestione strategica del cliente;
- Capacità di definire la strategia ottimale alla luce di tutte le variabili di contesto;
- Miglioramento della capacità di selezione degli outsourcer più appropriati alla luce degli obiettivi specifici.

DOCENTE

MARCO GIORGINO

Professore Ordinario di Finanza Aziendale e Global Risk Management del Politecnico di Milano

PAOLO MACCARRONE

Professore Associato di Accounting, Finance and Control del Politecnico di Milano

TEMATICHE AFFRONTATE

- La normativa in tema di gestione del credito;
- Strategie legali e condotte ammissibili: prassi diffuse e linee guida;
- La normativa europea e italiana in tema di Privacy: implicazioni organizzative, policy da adottare, ruoli soggettivi nella gestione del credito;
- Rispetto dei principi ex art.5 e 25 Reg. 2016/679/UE;
- Punti di contatto tra le discipline privacy delle banche dati di informazioni commerciali e dei sistemi di informazione creditizia;
- Cenni sulla disciplina PSD2 e servizi avanzati digitali di gestione del credito;
- L'utilizzabilità dei dati dei debitori e la collocazione dei ruoli soggettivi nella gestione del credito;
- Rischi sanzionatori amministrativi e penali.

LEARNING OUTCOME

- Saper trovare le migliori soluzioni agli aspetti legali più controversi legati alla gestione dei crediti insoluti, da un punto di vista del trattamento dei dati dei debitori;
- Conoscere e applicare la normativa in materia di privacy, rispettare la «data protection by design» senza bloccare l'attività aziendale;
- Conoscere il rischio legale comportato da determinate pratiche scorrette nel trattamento di dati personali per gestione del credito.

DOCENTE

LUCA BOLOGNINI

Presidente dell'Istituto Italiano per la Privacy e la Valorizzazione dei Dati (IIP)

TEMATICHE AFFRONTATE

- Concetti base di project management;
- Lanciare un progetto: project charter e kick-off meeting;
- Definire il piano di progetto: attività, responsabilità, tempistiche;
- Coinvolgere gli attori interessati. Piano di ingaggio degli stakeholder.

LEARNING OUTCOME

- Applicare le competenze metodologiche basilari per l'avvio, la pianificazione e il controllo di progetti di credit management;
- Porsi ed agire come punto di riferimento di progetti focalizzati sul credit management, nei confronti delle diverse organizzazioni e aziende coinvolte.

DOCENTE

TIZIANO VILLA

PMP®, PMI-ACP® CEO di The Project Management Lab - Past Director PMI® Northern Italy Chapter

TEMATICHE AFFRONTATE

- Affrontare un conflitto: potere, persuasione, negoziazione;
- Il set negoziale: distributivo o integrativo;
- Le tipologie di accordo negoziale;
- La razionalità limitata;
- Le tattiche negoziali;
- I livelli della negoziazione: problema, ruolo, persona;
- Le logiche decisionali: conseguenza e appropriatezza;
- La comunicazione negoziale: la strategia a blocchi;
- Il communication mix.

LEARNING OUTCOME

- Comprendere i diversi contesti negoziali, interni ed esterni;
- Scelta delle tecniche e tattiche negoziali;
- Costruzione di una strategia di comunicazione al tavolo negoziale;
- Massimizzazione del valore generato attraverso il processo negoziale.

DOCENTE

LUCA BAIGUINI

Docente di Comportamento Organizzativo alla School of Management del Politecnico di Milano, al MIP e al Cefriel