



Direttive esami

Modulo General Management

Riferimento: Direttive sul regolamento d'esame per l'ottenimento del "Certificato di Management IFC", ottobre 2021

Riferimento: Linee guida "General Management", ottobre 2021

Versione: 16 marzo 2026



Sommario

1	Certificazione delle competenze	1
2	Modalità di svolgimento della certificazione	1
2.1	Esame scritto	1
2.2	Elaborazione di un documento di certificazione scritto	1
2.2.1	Struttura	1
2.2.2	Modalità di consegna	2
2.3	Presentazione orale del documento di certificazione (piano marketing)	3
3	Condizioni di superamento	3
4	Sessioni di recupero	3
5	Modalità di ricorso	4
5.1	Principio e competenza	4



1 Certificazione delle competenze

La certificazione delle competenze si articola nelle seguenti fasi:

- A. Esame scritto
- B. Elaborazione di un documento di certificazione scritto (piano marketing)
- C. Presentazione orale del documento di certificazione scritto (piano marketing), precedentemente consegnato.

2 Modalità di svolgimento della certificazione

2.1 Esame scritto

L'esame scritto individuale della durata di 120 minuti è volto a verificare la comprensione e l'applicazione dei contenuti trattati nel modulo di General Management.

La data, il luogo e l'orario saranno comunicati tramite convocazione dopo la scadenza per l'iscrizione.

2.2 Elaborazione di un documento di certificazione scritto

2.2.1 Struttura

Per il controllo delle competenze al candidato viene richiesto di elaborare un documento di certificazione scritto riguardante un piano marketing utilizzando gli strumenti appresi durante il modulo General Management.

Il piano marketing deve essere adeguato alle conoscenze e all'esperienza del candidato.

- La lunghezza deve essere compresa tra 10'000 e 20'000 caratteri al massimo (inclusi gli spazi, ma esclusi schemi, grafici, immagini, tabelle e allegati).
- Utilizzo di un linguaggio adeguato al contesto professionale, chiaro e formalmente corretto.
- Coerenza e logica delle scelte: le scelte strategiche devono essere coerenti tra loro e sostenute da una logica chiara e convincente.
- Utilizzo di dati: uso e citazione appropriato e pertinente di dati, statistiche e ricerche di mercato documentate da fonti.
- Utilizzo degli strumenti d'analisi e strategici: il candidato deve dimostrare di saper utilizzare gli strumenti di analisi previsti in un piano marketing, applicandoli correttamente e in modo pertinente.
- Coerenza delle cifre esposte: le cifre presentate devono essere coerenti e realistiche.

- Redazione chiara e completa di tutti gli elementi chiave del marketing:
 - Executive summary
 - Presentazione propria e dell'azienda
 - Descrizione della provenienza dei dati: dati primari o secondari.
 - Analisi del micro e macro ambiente: utilizzare l'analisi dei principali gruppi di interesse e delle sfere aziendali o l'analisi PESTEL per descrivere i fattori di influenza dell'azienda.
 - Analisi competitiva: analisi delle 5 forze di Porter
 - Analisi del mercato: valutazione delle dimensioni del mercato, dei segmenti di mercato e delle tendenze di crescita e fattori esterni che influenzano il mercato
 - Analisi SWOT
 - Segmentazione e target di clientela: segmentazione demografica, psicografica, geografica e comportamentale (massimo due target di clientela e minimo due criteri di segmentazione).
 - Descrizione della strategia di marketing e degli obiettivi SMART.
 - Metriche e KPI: definizione delle metriche per monitorare e misurare gli obiettivi.
 - Definizione del Marketing Mix: descrivere le 4P e definire un portfoglio dei propri prodotti/servizi tramite la matrice Boston Consulting Group.
 - Calcolo del budget: dettaglio dei costi previsti per ogni attività di marketing e allocazione delle risorse finanziarie.
 - Sviluppo di un piano d'azione: descrizione dettagliata delle attività specifiche, dei tempi e delle responsabilità.
 - Mappatura e analisi dei rischi: identificare i rischi e le strategie di mitigazione da adottare in caso di imprevisti o se le azioni pianificate non raggiungono i risultati attesi.
 - Bibliografia (citazioni stile APA: sistema autore-data)
 - Indice figure e tabelle (opzionale)
 - Indice allegati (opzionale)
 - Glossario (opzionale)
 - Allegati (opzionale)
 - **(Obbligatorio)** Dichiarazione di autenticità: alla fine, il lavoro deve essere firmato e corredato dal seguente testo: *“Con la presente dichiaro che il presente documento, necessario per la certificazione del modulo di General management è stato elaborato e redatto personalmente da me (nome e cognome) e che tutte le fonti sono citate e menzionate nella bibliografia”*

2.2.2 Modalità di consegna

Il documento deve essere consegnato entro lunedì **25 maggio 2026 alle ore 23:59** in formato Word e PDF tramite link che verrà inviato con la convocazione ufficiale.

Le consegne pervenute dopo quella data e ora non saranno prese in considerazione e portano all'assegnazione della valutazione “non superato”.



2.3 Presentazione orale del documento di certificazione (piano marketing)

La durata del colloquio orale è di 20 minuti e si compone delle seguenti fasi:

Fase	Durata	Osservazioni
Accoglienza	5 minuti	Il partecipante viene accolto nell'aula da parte di due periti che mettono a disposizione del candidato un computer collegato a beamer. Il tempo dell'accoglienza è il tempo necessario al candidato per prendere posto e preparare il materiale di supporto all'esposizione orale del documento di certificazione scritto (questo tempo non è conteggiato nella durata del colloquio orale).
Esposizione orale	10 minuti	La prima parte prevede una presentazione del proprio piano marketing con supporto a scelta. Nel corso della presentazione, il candidato dovrà motivare le sue scelte strategiche e convincere i periti della bontà del progetto dimostrando una profonda conoscenza dei contenuti.
Colloquio	10 minuti	I periti pongono domande al candidato inerenti al documento di certificazione scritto.

3 Condizioni di superamento

La sufficienza, ovvero la nota 4.0, nelle tre parti d'esame si ottiene con il 55% dei punti totali secondo la ponderazione descritta di seguito. L'esame è considerato superato e il modulo acquisito se la media finale è uguale al 4.0 o superiore.

Parti d'esame	Ponderazione
Elaborazione scritta del documento di certificazione e Presentazione orale	40%
Esame scritto di 120 minuti	60%

La comunicazione del risultato avverrà entro 30 giorni dalla fine della sessione d'esame.

4 Sessioni di recupero

Non è prevista una sessione di recupero. I candidati che non hanno superato il modulo potranno partecipare alla sessione d'esame ordinaria successiva.



5 Modalità di ricorso

5.1 Principio e competenza

- Contro tutte le decisioni della commissione d'esame in merito agli esami modulari e al rilascio dei certificati modulari può essere interposto reclamo alla Commissione d'esame.
- Il reclamo deve essere debitamente motivato e contenere le conclusioni dei candidati.
- Il termine di reclamo è di 15 giorni.
- Contro la decisione della commissione d'esame è data facoltà di ricorso presso la Divisione della Formazione Professionale entro 30 giorni dalla notifica della decisione concernente il reclamo.