

marketing operations strategy in-tech opportunity
social responsibility development
ethics **Management** 
internationalisation governance strenghts
human resources change
innovation clusters *grow up with us!*

Management

**10 ANNI DI LAVORO CON LA NOSTRA
CONSULTA**

2014-2024



a.a. 2023/2024

SOMMARIO

Introduzione	1
Consulta del Corso di Laurea Magistrale in Management	2
I rappresentanti degli studenti	3
Gli insegnamenti 1° Anno	4
Gli insegnamenti 2° Anno	22
Le Altre Attività Formative	38
Gli incontri con gli studenti della triennale	39
La promozione del programma Erasmus	40
Il progetto Mentoring in Azienda	41
Le attività di orientamento in uscita	42
Le iniziative a supporto della ricerca	46
Il gruppo Alumni di LinkedIn	47
Management fa Scuola	48
Le testimonianze dei nostri Laureati	52

Introduzione

Questo documento ha un duplice obiettivo: il primo, tradizionale, di rendere conto in una logica di accountability e trasparenza delle iniziative didattiche che abbiamo sviluppato nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Management durante l'anno accademico 2023/24; il secondo, straordinario, di celebrare un decennio (2014-2024) di impegno nella costruzione di un Corso di Studi solido e autorevole in collaborazione con la nostra Consulta.

La Consulta ha dato in questi anni un contributo sostanziale all'evoluzione e all'aggiornamento del nostro percorso formativo, in modo da renderlo più rispondente possibile alle esigenze del mondo del lavoro. La Consulta ha anche spesso arricchito i nostri insegnamenti con testimonianze e seminari e con opportunità di stage e di lavoro per i nostri studenti e laureati. Ha partecipato ai nostri progetti, come quello di Mentoring in azienda, offrendo agli studenti un punto di vista concreto e attuale.

Il percorso di miglioramento è continuo e pertanto lo scadere di questo decennio è solo una tappa lungo un percorso che ci auguriamo ancora lungo e sempre più ricco di collaborazioni e partnership all'insegna di un futuro più prospero e sicuro per i nostri giovani.

Silvia Bruzzi
Coordinatore del Corso di Studi

Consulta del Corso di Laurea Magistrale in Management

La Consulta è un organismo che supporta il Consiglio di Corso di Studi nella predisposizione di un'offerta formativa che risponda ai più ampi bisogni culturali e professionali espressi dalla società e dal mercato del lavoro. E' composta dai docenti membri del Consiglio del Corso di Studi e da alcuni attori, le cosiddette Parti interessate rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni, espressione del territorio ligure ma non solo.

Il Corso di Laurea in Management ha istituito nel 2014 la propria Consulta, con cui ha sviluppato nel corso del tempo una stabile collaborazione in modo da rendere l'offerta formativa del Corso di Studi coerente con le istanze espresse dal mondo produttivo in termini di domanda di competenze. Con questa decennale collaborazione il Corso di Studi persegue l'obiettivo di favorire le prospettive occupazionali e soddisfare le esigenze di sviluppo personale e professionale dei suoi laureati.

Parti interessate rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni della
Consulta di Management

Adaci	Generale Conserve
Adico	GiGroup
Alce	Gruppo Cauvin
Circle S.R.L.	Gruppo FOS
Confindustria Genova	Italian Institute of Technology (IIT)
Confindustria Giovani Genova	Italmach
Coop Liguria	Legacoop
Costa Crociere	Liguria Innovation Hub
CTI	Manageritalia
Deloitte	Movendo Technology
Dixet	New Gima
Dottorato di ricerca "Security, Risk and Vulnerability" Unige	Poste Italiane
Dottorato di ricerca in "Logistica e Trasporti",	PWC
CIELI	Seven Development
Duferco	Sogegross
Esaote	Verallia
ERG	YOURgroup
EY	WyLab

2014-2024 Dieci anni di lavoro insieme!

I Rappresentanti degli studenti

Il ruolo del rappresentante degli studenti in università è cruciale perché agisce come ponte tra gli studenti e l'amministrazione accademica. Questa figura raccoglie le preoccupazioni, le esigenze e le prospettive degli studenti, fungendo da voce per l'intera comunità studentesca. Attraverso incontri e discussioni con gli studenti e incontri con docenti e dirigenti accademici, i rappresentanti degli studenti si impegnano a garantire che gli studenti siano ascoltati e che le questioni importanti siano sollevate e discusse in modo efficace. Inoltre, lavorano per promuovere un ambiente accademico inclusivo, sicuro e stimolante per tutti gli studenti, collaborando con diverse parti interessate per affrontare problemi come il benessere degli studenti, le politiche accademiche e le questioni di diversità e inclusione.



L'esperienza delle nostre rappresentanti

Alice Mantovani, rappresentante degli studenti a.a. 2023-2024

"Sono rappresentante da novembre 2023, ho quindi ricoperto questo ruolo durante i miei ultimi due semestri di università nell'a.a. 2023/2024. Essere rappresentante degli studenti è sicuramente un'esperienza arricchente e gratificante. Mi ha permesso di entrare in contatto con la vita accademica che va oltre le lezioni universitarie, ma che si concentra sulla creazione di una relazione più intensa tra professori e studenti. Sicuramente avere questo ruolo implica una grande responsabilità e impegno, ma anche la soddisfazione di poter fare la differenza nella comunità studentesca. Inoltre, rappresentare i miei colleghi mi ha offerto l'opportunità di sviluppare competenze preziose, come la capacità di comunicare efficacemente, negoziare e lavorare in team. In definitiva, essere un rappresentante degli studenti presso l'Università di Genova è stata per me una sfida stimolante che porta con sé una profonda gratificazione personale".

Harlette Marangon, rappresentante degli studenti a.a. 2021-2023

"Sono stata rappresentante degli studenti nel biennio 2021/2023. Essere rappresentante degli studenti nel Consiglio di Corso di Studi e nella Commissione Paritetica di Scuola mi ha permesso di avere un ruolo attivo non solo nelle decisioni che riguardano l'organizzazione e lo svolgimento della didattica nel Dipartimento di Economia, ma anche a livello di Scuola di Scienze Sociali. In particolare, ho partecipato alla stesura della relazione della Commissione Paritetica, che viene presentata ogni anno al Senato accademico per segnalare eventuali criticità della didattica nel corso di Management, sviluppando così capacità di problem solving, lavoro in team e gestione delle scadenze".

GLI INSEGNAMENTI DEL 1° ANNO

Management strategico e decision making

Lara Penco

#valuecreation #corporatestrategy #strategicdecisions
#m&a #strategicprocess



Il Corso

L'insegnamento si propone di approfondire i contenuti delle strategie di sviluppo e di sopravvivenza dell'impresa e le problematiche centrali della formulazione della strategia d'impresa in un contesto di digitalizzazione e di sostenibilità.

Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa.

Al termine del Corso lo studente sarà in grado di conoscere:

- la capacità dell'impresa di creare valore;
- le strategie di business e di corporate;
- l'applicazione del business model (Canvass);
- le modalità di realizzazione della strategia;
- gli strumenti per la valutazione della strategia.

Lavori di gruppo

Gli studenti, raccolti in gruppi, hanno studiato un caso di impresa sotto il profilo delle strategie corporate, business, e della governance. Il business model Canvass è stato creato e discusso dagli studenti per ogni impresa studiata. Il documento è stato presentato e discusso da ogni gruppo durante le sessioni di esame.

Testimonianze

- Gruppo Cauvin;
- Gruppo Calzedonia;
- Deloitte: simulazione di un business plan;
- Visita aziendale presso Coop Liguria Bolzaneto.

Corporate governance e modelli di sviluppo

Giorgia Profumo

#corporategovernance #ownership&control
#corporategroups #shareholders #financialstructure



Il Corso

L'insegnamento intende fornire agli studenti un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, inteso in una duplice accezione. A livello allargato, vengono sviluppate le competenze sui diversi modelli di corporate governance; a livello ristretto, il focus verte su: chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e controllo; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; gruppi di imprese e conflitti di interesse. Particolare attenzione verrà infine posta all'analisi dei rapporti che intercorrono tra corporate governance e mercati finanziari.

Principali tematiche

- L'oggetto del governo dell'impresa.
- Modelli di governance, assetti proprietari e modelli di finanziamento nella concezione allargata di corporate governance, in un'ottica di comparazione internazionale.
- Posizioni e ruoli della proprietà e del management nella concezione ristretta di corporate governance.
- Il governo dell'impresa attraverso la struttura di gruppo.
- La composizione, la struttura e le modalità di funzionamento degli organi di amministrazione e controllo delle imprese.
- Assetti proprietari, di controllo e di finanziamento delle diverse tipologie di impresa in Italia (imprese quotate, imprese familiari, gruppi di imprese).

Iniziative realizzate nel corso dell'a.a. 2023-24

Esercitazioni

Durante l'intero insegnamento, sono state svolte in aula diverse esercitazioni volte a consolidare finanziaria di un'impresa quotata, analisi della struttura e della leva azionaria di un gruppo di imprese italiano, analisi della composizione degli organi di governo di un'impresa quotata.



Cambiamento organizzativo per la Trasformazione Digitale

Angelo Gasparre

#digitalization #ai #organizationalproblems
#digitaltechnologies #thompsonmatrix



Il Corso

Il corso approfondisce le problematiche di cambiamento organizzativo nei processi di trasformazione digitale. L'insegnamento prevede due percorsi a scelta: uno partecipativo, con lavori di gruppo, project work tematici e seminari di discussione di casi studio e uno non partecipativo, caratterizzato da studio individuale su materiale indicato dal docente. Per chi segue il percorso partecipativo, lo sviluppo di capacità di raccolta, analisi e discussione di dati e risultati ricerca costituisce un obiettivo formativo specifico del corso al pari dello sviluppo di nuove conoscenze sul cambiamento organizzativo nei processi di trasformazione digitale.

Gli studenti organizzati in gruppi di lavoro sono guidati nello svolgimento di approfondimenti originali che prevedono la costruzione e l'analisi critica di casi di studio e materiali di ricerca alla luce di framework interpretativi sull'innovazione tecnologica e il cambiamento elaborati dalla teoria organizzativa e presentati nella prima parte del corso. I research topic nell'ultima edizione del corso sono stati i seguenti:



1. Robotic Surgery



2. Humanoid Robotic in Rehab



3. Telemedicine



4. Posthuman Intelligence in Decision Making



5. The revolution of additive manufacturing



6. Electric vehicles in public transportation

Su ognuna di queste tematiche sono previste interviste a testimoni qualificati, visite aziendali in collaborazione con enti di ricerca, imprese e istituzioni, tra cui, negli ultimi anni: IIT, Istituto Gaslini, Unità spinale Ospedale Santa Corona, FCA, AMT, Ita-Airways.

Modalità didattiche

Dopo una prima parte introduttiva, durante la quale si definiscono le coordinate fondamentali del processo di digitalizzazione e dell'analisi del cambiamento organizzativo (3 settimane), l'aula si articola in gruppi di lavoro di 3-4 persone, ad ognuno dei quali è assegnato un tema (una "tecnologia" o un problema organizzativo). I lavori di gruppo realizzati sotto la supervisione del docente (8 settimane) sono esposti in una tesina e discussi nell'ambito di seminari dedicati, nell'ultima parte del corso. A questi seminari partecipano tutti gli studenti e la discussione che ne emerge costituisce materia d'esame. La discussione seminariale avviene secondo uno schema strutturato di dibattito: dichiarazione del tema, presentazione della domanda di ricerca e delle ipotesi di lavoro, illustrazione delle argomentazioni su cui si sviluppa la tesi e delle conclusioni, osservazioni critiche da parte di due o più docenti discussant, replica da parte del gruppo. Ogni seminario occupa la durata di due ore e coinvolge due gruppi di lavoro.

La foto ritrae un gruppo di studenti in visita presso l'Unità spinale del Santa Corona insieme al direttore dell'Unità spinale, dott. A. Massone



Business History dal Novecento all'era digitale

Luisa Piccinno

#businesshistory #storiadimpresa #economichistory
#industrialheritage



Il Corso

Il corso si propone di indagare origine, trasformazione e comportamenti in prospettiva storica dell'impresa quale istituzione centrale dello sviluppo economico moderno. Partendo dalla definizione di un quadro teorico sulla concezione di impresa e sulla sua evoluzione nel corso del tempo, ci si focalizza poi sulle imprese dinamiche, in grado di influenzare con le loro strategie e comportamenti l'ambiente circostante. La finalità è quella di fornire agli studenti un quadro esaustivo dell'evoluzione dei sistemi aziendali in un'ottica di lungo periodo, in funzione dei mutamenti intervenuti nel contesto ambientale in cui essi operano. Vengono quindi analizzati i mutamenti nella forma, dimensione e performance delle imprese in termini generali, per poi indagare nello specifico il modello americano del big business, quello giapponese e sudcoreano dei gruppi di imprese, fino al modello italiano, caratterizzato da un connubio tra grandi imprese, PMI, distretti industriali. Il corso prevede inoltre un modulo di 8 ore, tenuto dal prof. Antonio Iodice, sul tema della trasformazione digitale, con approfondimenti sul percorso attraverso il quale si è giunti a tale mutamento e sulle relative implicazioni per le imprese e per il mondo del lavoro.

Lavori di gruppo

Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di prendere parte a lavori di gruppo su case studies aventi ad oggetto ogni anno tematiche differenti, per il cui svolgimento viene svolta in aula e attraverso incontri dedicati specifica attività di tutoraggio. In questo a.a. gli studenti partecipanti sono stati complessivamente 35 e i casi aziendali analizzati hanno tratto spunto dal volume di A. Guenzi (2022), Mito e brand. Tra Est e Ovest. Più precisamente, gli studenti hanno approfondito l'affermazione e, in taluni casi, il successivo declino, dei seguenti brand: Larkin, Yugo, Pegas, Aunt Jemina, Wrigley, Orlov, Tisza, Ovaltine, Cockta, Giubileo.

Testimonianze con ospiti esterni



Dott. Gianluca Argiolas, presidente di Rete Maker, sul tema
"Dall'individualità all'aggregazione delle imprese sportive: il caso Maker".



Dott. Filippo Rigobello, Department Manager c/o Decathlon Italia, sul tema
"Evoluzione dei modelli di management: adattabilità e flessibilità della leadership nel contesto dell'era digitale".



Il Corso

L'insegnamento si propone di accrescere negli studenti le capacità applicative dei concetti di marketing, nell'ambito delle nuove tendenze evolutive legate allo sviluppo del digitale e delle problematiche che le imprese devono affrontare in risposta all'evoluzione dei mercati e della domanda. In particolare, l'insegnamento ha l'obiettivo di far sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente generato dalle imprese, anche attraverso gli strumenti digitali.

Principali tematiche

- Le tendenze evolutive del marketing, legate in particolare al digitale;
- I mutamenti in atto nei consumatori (principali consumer trends) e nei modelli di consumo;
- Il concetto di valore per il cliente e l'importanza del marketing relazionale e del CRM;
- Metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente, quale elemento di guida delle politiche di marketing;
- Concetti base di digital e social media marketing;
- Le principali metriche di marketing.

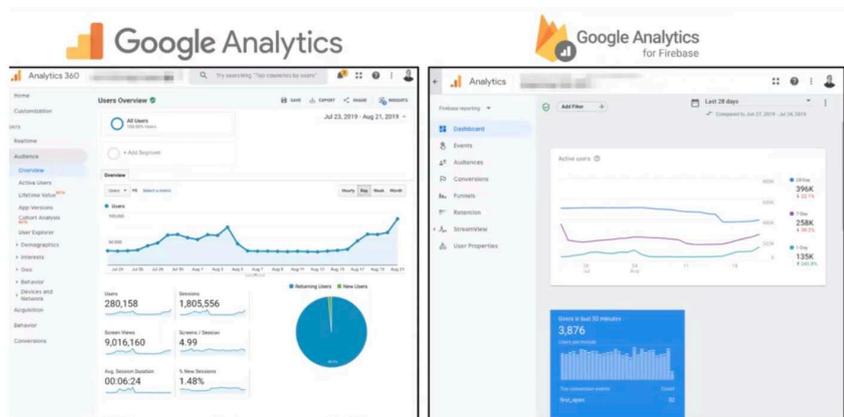


Lavori di gruppo su Business Case SIM 2023-2024 (Società Italiana di Marketing)

Gli studenti frequentanti, in gruppi liberamente formati da 3 persone, hanno sviluppato, vestendo i panni del Marketing Team di CoReVe (Consorzio Recupero Vetro), un piano di marketing rivolto ai cittadini, gli esercenti Ho.Re.Ca e i loro dipendenti per accrescere la loro consapevolezza e il loro engagement nei confronti di una corretta raccolta differenziata del vetro al fine di migliorarne la qualità per il bene della società.

Iniziative realizzate nel corso dell'a.a. 2023-24

Seminari di approfondimento



9 maggio 2024,
Google Analytics, Google Ads e Facebook Ads, *Dott.ssa Ginevra Testa, Assegnista di ricerca Università di Genova*



13 maggio 2024,
Digital Advertising, *Dott. Davide Erulo, Senior Trading Specialist, TheTradeDesk*



Business Ethics e responsabilità sociale delle imprese

Riccardo Spinelli

#businessethics #CSR #sustainability
#stakeholdermanagement #sostenibilità
#responsabilitàsociale



Il Corso

L'insegnamento esplora la relazione tra dimensione etica e razionalità economica, con particolare riferimento alla responsabilità sociale delle imprese (RSI). L'impresa, infatti, non è solo produttore di beni e servizi per il mercato ma anche soggetto attivo in un sistema di relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale diviene quindi chiave interpretativa e normativa dell'essere e del fare impresa in un'ottica di sostenibilità e bene comune.

In primo luogo vengono analizzati alcuni aspetti chiave dello scenario economico, quali lo sviluppo scientifico, la crisi ambientale, l'evoluzione dei modelli di impresa. Viene poi inquadrato il tema dello sviluppo sostenibile e del ruolo che l'impresa gioca per il raggiungimento, in modo particolare, degli obiettivi dell'agenda 2030.

Successivamente si introducono gli elementi base della teoria etica, in particolare i concetti di valori, principi, regole e virtù. Si approfondisce quindi il rapporto tra etica ed economia, con particolare attenzione alla prospettiva della democrazia economica e del bene comune.

Il focus muove poi sull'impresa e sul ruolo strategico della responsabilità sociale. Innanzitutto si presentano la teoria degli stakeholder e le pratiche di stakeholder management & engagement. Si approfondisce poi il concetto di responsabilità sociale – nelle dimensioni economiche, sociali ed ambientali – e il suo ruolo strategico nell'ottica dello sviluppo e della competitività delle imprese; il quadro di riferimento concettuale è rappresentato dalla creazione di valore condiviso e dal superamento dell'antitesi tra impresa e società. Infine, si presentano gli strumenti e gli standard per la rendicontazione di sostenibilità.

L'ultima parte del corso è dedicata ad un approfondimento degli aspetti etici legati al comportamento di imprenditori e manager, con particolare attenzione alle “virtù del manager” e ai dilemmi morali che il manager si può trovare ad affrontare nell'ambito delle sue attività.

Con riferimento alle modalità didattiche, le lezioni frontali da parte del docente titolare sono integrate da interventi di altri studiosi nonché da una serie di testimonianze aziendali collegate a temi specifici del corso.

Seminari



“Etica ed economia del bene comune” (10 ore)

Ciclo di seminari con Lorenzo Caselli, Professore Emerito – Università degli Studi di Genova. I seminari hanno introdotto il tema dell’etica, della responsabilità e della democrazia economica. Hanno esplorato inoltre – evidenziandone le ripercussioni sulla dimensione etica dell’agire d’impresa – alcuni fenomeni di scenario quali lo sviluppo di genetica, neuroscienze e intelligenza artificiale, nonché la crisi ambientale.



“Oltre il PIL: misure di benessere” (22/2/2024)

Seminario con Enrico Di Bella, Professore Ordinario di Statistica Sociale - Dipartimento di Scienze Politiche, Università degli Studi di Genova.

Il seminario – a partire da una riflessione sul tema della sostenibilità – ha esplorato il tema delle misure di sviluppo economico e di benessere, evidenziando i limiti del PIL e presentando alcuni dei nuovi indicatori (BES, indice di sviluppo umano, indice di progresso genuino, ecc.).



Testimonianza aziendale Etica sgr (21/3/2024)

Incontro con Aldo Bonati, Stewardship and ESG Networks Manager presso Etica sgr, principale operatore italiano indipendente nel campo della finanza etica. Sono stati introdotti i principi e gli strumenti della finanza etica, con particolare focus sugli investimenti sostenibili e responsabili.



Testimonianza aziendale Deloitte (4/4/2024)

Incontro con le componenti del team Sostenibilità di Genova di Deloitte. Francesca Tognetti, Sophia Mallucci de’ Mulucci, Roberta Mandile, Martina Olivieri e Marianna Rebecchi hanno affrontato il tema degli standard per la rendicontazione di sostenibilità, illustrando in particolare i principi alla base della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e le novità legate all’entrata in vigore degli European Sustainability Reporting Standard (ESRS).



Testimonianza aziendale Costa Crociere (8/4/2024)

Incontro con Luisa Gulluni, Sustainability Coordinator di Costa Crociere, che ha presentato l’impegno dell’impresa in responsabilità sociale e in particolare il manifesto per un turismo di valore, sostenibile e inclusivo. Con l’obiettivo di attivare “the good power of travel”, Costa Crociere si impegna in innumerevoli progetti riconducibili a quattro aree tematiche: carbon neutrality, rigenerazione delle risorse, responsabilizzazione delle persone e costruzione di un ecosistema turistico trasformativo.



Testimonianza aziendale Mesa + Sidel (18/4/2024)

Incontro con Antonio Costa, Business Developer & Innovation Manager presso Mesa e Valeria Beleniuc, Global Sustainability Expert presso Sidel. L’incontro ha esplorato il tema degli strumenti digitali per lo stakeholder management e la rendicontazione di sostenibilità, con particolare attenzione alle richieste in termini di double materiality derivanti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).



Proiezione del film "Il gioiellino" (3/5/2024)

Visione del film – ispirato al crack Parmalat” – seguita da rilevazione online delle opinioni degli studenti rispetto ad aspetti relativi al comportamento morale dei manager; successiva discussione in aula.



Testimonianza aziendale Verallia (6/5/2024)

Incontro con Marta Carlesso, CSR Specialist presso Verallia Italia. La strategia di responsabilità sociale di Verallia, leader mondiale nella produzione di package in vetro per l’industria alimentare, si articola su tre fronti: un approccio di economia circolare, per incentivare il riciclo del vetro e quindi il suo riutilizzo; la decarbonizzazione delle attività, obiettivo particolarmente sfidante in un settore particolarmente energivoro; l’attenzione alla sicurezza sul lavoro, altra attività critica in un ambiente in cui si toccano anche temperature estremamente elevate.



Diritto del lavoro nell'Economia Digitale

Annamaria Donini

#regolaziodellavoro #poteridatoriali #impresadigitale
#lavoroadistanza #piattaformedigitali
#dirittisindacalidigitali #algorithmicmanagement



Il Corso

L'insegnamento di Diritto del lavoro nell'economia digitale intende favorire la comprensione dei cambiamenti determinati dall'avvento dell'economia digitale sulla regolazione dei rapporti di lavoro e sul funzionamento del mercato del lavoro.

Il condizionamento derivante dai sistemi produttivi digitali è significativo e non può essere definito una volta per tutte. Per questa ragione, l'insegnamento si propone di fornire allo studente gli strumenti per sviluppare un'autonoma capacità di valutazione delle questioni giuridiche interessate dalla digitalizzazione dei processi produttivi. Tra queste, in particolare, il problema del trattamento dei dati dei lavoratori; l'adeguamento delle regole per la sicurezza sul lavoro, i nuovi strumenti digitali per la rappresentanza sindacale, i cambiamenti nelle forme di manifestazione dei poteri nell'impresa digitale.

Il corso ricorre a due diverse metodologie didattiche tra loro integrate: da una parte, l'analisi delle norme di regolazione dei rapporti di lavoro, con particolare riguardo alle novità introdotte a livello nazionale ed europeo per far fronte alle esigenze regolative recentemente emerse; dall'altro, l'analisi e la soluzione guidata di casi tratti dalla prassi applicativa (prevalentemente giurisprudenziale).

Approfondimenti

Agli studenti sono stati proposti approfondimenti individuali su alcune questioni oggetto del corso: è stata in particolare prevista e verificata la lettura autonoma di contributi di dottrina sul problema dell'inquadramento dei lavoratori impiegati in imprese ad alta automazione.

Il giorno 2 maggio 2024 la lezione ha avuto ad oggetto la lettura e l'analisi autonoma di un provvedimento giudiziario riguardante la qualificazione dei lavoratori delle piattaforme e la possibilità di accedere al procedimento per la repressione della condotta antisindacale (T. Milano 28 settembre 2023). Gli studenti hanno lavorato assieme per apprendere il linguaggio giuridico utilizzato e conoscere le questioni trattate al fine di verificare le modalità di ragionamento correntemente utilizzate dai giudici del lavoro.



Management e Marketing dell'Innovazione

Nicoletta Buratti

#wellspringsofknowledge #innovationecosystems
#innovationprocess #startup #AI #Robotics



Il Corso

Il corso affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo in particolare le strategie di sviluppo tecnologico.

Lo sviluppo delle nuove tecnologie digitali sta trasformando profondamente i processi di innovazione aziendale. La presenza di cluster eterogenei, costituiti da imprese e istituzioni, rende il processo di innovazione più complesso rispetto al passato in tutti i settori, con un impatto differenziato in relazione alle dinamiche con cui le nuove tecnologie vengono adottate ed assimilate all'interno dei processi aziendali.

Tenuto conto dell'attuale contesto tecnologico, competitivo e di mercato, questo insegnamento si propone di fornire strumenti teorici e manageriali per analizzare e comprendere i processi di innovazione sottostanti alla generazione e diffusione di nuove tecnologie, con particolare attenzione alle nuove tecnologie emergenti del paradigma Industria 5.0, che enfatizza la centralità dello sviluppo sostenibile secondo la declinazione dell'Agenda ONU 2030.

Obiettivi

L'obiettivo dell'insegnamento è fornire agli studenti una solida base di conoscenze teoriche e manageriali per comprendere e analizzare le sfide legate ai processi di innovazione nell'attuale contesto tecnologico, competitivo e di mercato, che richiede la capacità di aziende ed istituzioni di agire in linea con le tendenze in atto a livello globale, valorizzando risorse e competenze distintive disponibili e/o attivabili nei sistemi locali.

Il programma si concentra sull'approfondimento dei concetti fondamentali relativi alla generazione e diffusione dell'innovazione, con particolare enfasi sui processi innovativi sistemici che coinvolgono un vasto spettro di attori pubblici e privati (istituti di ricerca, imprese, agenzie ed enti governativi, organizzazioni ibride che favoriscono l'interazione fra le componenti fondamentali dell'ecosistema dell'innovazione). Sotto il profilo tecnologico, ci si focalizza sulle tecnologie emergenti, con particolare riferimento alle c.d. Deep Tech, delle quali si prevede un impatto significativo nel prossimo futuro e rispetto alle quali esistono importanti preesistenze nell'ecosistema di innovazione regionale. L'obiettivo è dotare gli studenti delle competenze necessarie per:

- analizzare le dinamiche dei processi di innovazione a diversi livelli (territoriale, organizzativo, individuale)
- identificare i principali attori (innovatori, facilitatori, utilizzatori) dei processi di innovazione e analizzare la dinamica delle relazioni fra essi, riconoscendo i fattori incentivanti e quelli di ostacolo allo sviluppo di processi virtuosi
- impostare processi di analisi e progettazione strategica per la traduzione di idee creative in progetti di innovazione di prodotto/processo
- impostare processi di analisi e progettazione strategica per la traduzione di idee creative in progetti di impresa.

La struttura del corso rispecchia le fasi fondamentali di un processo di gestione strategica, procedendo dalla valutazione delle dinamiche dell'ambiente tecnologico e di mercato, alla formulazione della strategia ed alla sua implementazione, con l'approfondimento di tecniche di design thinking e di marketing esplorativo per la creazione di proposizioni di valore innovative.

Il corso prevede lezioni frontali, seminari di approfondimento e attività di gruppo. Al termine del corso, si prevede che gli studenti siano in grado di:

- Descrivere i processi di innovazione, concentrandosi sui processi innovativi sistemici che coinvolgono una varietà di attori pubblici e privati.
- Distinguere e classificare le innovazioni e le soluzioni tecnologiche emergenti.
- Identificare e analizzare le sfide connesse ai processi di innovazione nell'ambito delle tecnologie emergenti, con particolare riferimento ad applicazioni di tecnologie innovative nei settori portanti della strategia di specializzazione intelligente a livello regionale.
- Valutare i processi di adozione delle nuove tecnologie digitali e i meccanismi di diffusione in specifici contesti settoriali.
- Comunicare in modo efficace progetti di innovazione, nonché formulare strategie attraverso attività di gruppo.

Contenuti

L'insegnamento offre una comprensione approfondita dei processi di gestione dell'innovazione. Il programma è strutturato in due parti.

Nella prima, gli studenti apprendono le teorie e le pratiche della gestione dell'innovazione, concentrandosi sulle strategie di generazione, diffusione e adozione delle innovazioni nel contesto aziendale ed ecosistemico.

La seconda parte dell'insegnamento si concentra su trend tecnologici e processi innovativi specifici, che vengono definiti di volta in volta in relazione a bisogni emergenti a livello territoriale e in virtù di relazioni con attori dell'ecosistema dell'innovazione territoriale. In questa parte, di natura esplorativa/applicativa, gli studenti affrontano una particolare tecnologia, o una applicazione settoriale specifica, con l'obiettivo di stimolare processi di apprendimento attivo attraverso un project work che può simulare:

- La presentazione di un progetto di innovazione al management;
- Il lancio di un bene tecnologico ad elevato contenuto di innovazione;
- La presentazione di un progetto di start up agli investitori.

Attraverso un approccio integrato tra teoria e pratica, l'insegnamento mira a sensibilizzare gli studenti rispetto alle sfide complesse poste dalle dinamiche del cambiamento tecnologico, e a sfruttare le opportunità emergenti.

Webinar

17 aprile 2024: Seminario con la partecipazione della dott.ssa C. Crippa (iit, Project Manager Technology Transfer) e del dott. A. Pagnin (iit, Head of Innovation & Development Office) sul tema: *Next Generation Humanoids. Knowledge Transfer from Research to Market: Methodologies, Actors, Instruments.*

24 aprile 2024: Seminario con la partecipazione della dott.ssa Francesca Picasso (Wylab, Chief Operating Officer), sul tema: *Accelerazione e incubazione di start up nella blue economy.*

15 maggio 2024: Seminario con la partecipazione del dott. A. Pescino (StratejAI, Founder), sul tema: *AI4GOOD - Potenzialità e utilizzi dell'Artificial Intelligence per il benessere della società e la cura dei territori.*

FEROS
L'acceleratore Blue Economy della Rete Nazionale CDP

LA SPEZIA HUB
Accelerating maritime innovation

ACCELERAZIONE E INCUBAZIONE DI STARTUP NELLA BLUE ECONOMY

un focus sull'innovazione in ambito
Smart Ports & Green Shipping

Mercoledì 24 Aprile 2024
09:00 - 11:00

Università degli Studi di Genova
Dipartimento di Economia

cdp
Rete Nazionale Acceleratori

Partners: cdp, wylab, CREDIT AGRICOLE, Dufenco, FINCANTIERI, a|cube, RINA, Fondazione Carispezia, PROMOSTILI LA SPEZIA, BCC SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE, RINA, CDP, CREDIT AGRICOLE, Dufenco, FINCANTIERI, a|cube, RINA, Fondazione Carispezia, PROMOSTILI LA SPEZIA, BCC SAN MARZANO DI SAN GIUSEPPE.



Operations Management

Silvia Bruzzi

#operations #supplychain #procurement
#performance #resilience



Il Corso

Nell'attuale contesto competitivo l'Operations Management assume un ruolo fondamentale per l'acquisizione di un vantaggio competitivo durevole su scala globale. A fronte delle continue situazioni di crisi e di incertezza che le imprese devono gestire, conoscere e saper applicare principi, metodologie e strumenti dell'Operations Management e del Supply Chain Management costituisce un atout di primo piano per il laureato in Management. Per questa ragione il corso approfondisce queste discipline nel quadro delle grandi trasformazioni che interessano l'economia a livello globale, in modo che lo studente sia in grado di interpretare i fenomeni reali nella loro attualità e nella loro evoluzione futura, preparandosi ad operare in contesti in continuo cambiamento.

Tematiche fondamentali sono quindi la gestione dei processi e per processi, la gestione delle operations, la gestione della supply chain, gli acquisti e la gestione dei fornitori, la valutazione della performance.

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di:

- descrivere principi, metodologie e strumenti che governano la gestione delle Operations sia a livello strategico che operativo;
- descrivere principi, metodologie e strumenti che governano la gestione della Supply Chain sia a livello strategico che operativo;
- descrivere principi, metodologie e strumenti che governano la gestione degli Acquisti e dei fornitori sia a livello strategico che operativo;
- applicare le conoscenze acquisite per interpretare situazioni reali con pensiero critico autonomo;
- risolvere problemi connessi alla gestione delle Operations, della Supply Chain e degli Acquisti riferiti a specifici contesti di business e aziendali;
- utilizzare il linguaggio tecnico della disciplina per comunicare in modo chiaro e costruttivo, dialogando sia con interlocutori specialisti della stessa funzione aziendale che con specialisti di diverse funzioni aziendali con atteggiamento collaborativo;
- continuare ad aggiornare in modo autonomo le principali tematiche trattate.

Oltre alle lezioni frontali da parte del docente titolare sono organizzati interventi di esperti aziendali, sia in logica seminariale che di workshop, e visite aziendali. Inoltre l'attività formativa è arricchita da una esperienza di simulazione di negoziazione clienti-fornitori realizzata in collaborazione con ADACI Lombardia e Liguria.

Interventi di esperti aziendali a.a. 2023/24



17 aprile 2024: Seminario su “La supply chain dell’energia nell’attuale contesto geopolitico globale”, Relatore: Dott. Alessandro Sciarretta, Trader Power&Gas Duferco Energia.



24 aprile 2024: Seminario su “La gestione degli Acquisti e dei fornitori in Verallia Italia SpA”, Relatore: Massimo Barzaglia, Direttore Acquisti Verallia Italia SpA.



8 maggio 2024: Seminario su “La gestione della supply chain in Alstom: una overview”, Relatrice: Ing. Lara Grossi, Head of Supply Chain RS Vado Ligure, Alstom Ferroviaria.

Visite aziendali a.a. 2023/24

9 aprile 2024: Visita dello stabilimento di Esaote SpA Multedo (GE) e seminario su “Gestione delle Operations e della Supply Chain in Esaote”. Relatore: Ing. Domenico Fazio, Direttore Operationsu Esaote SpA



7 maggio 2024: Visita dello stabilimento Pirelli Settimo Torinese (TO) e seminario di presentazione dell'Ing. Rodrigo González, Plant Manager Pirelli

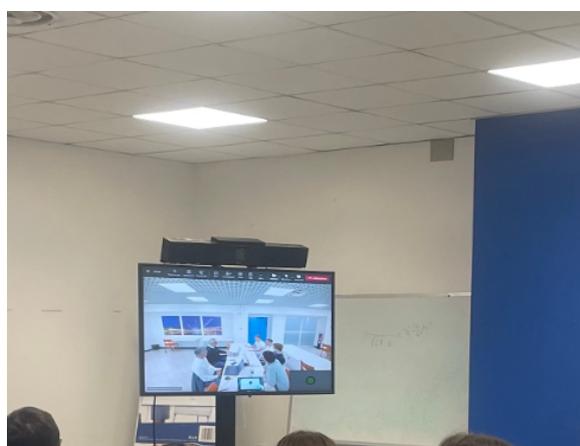


Simulazione aziendale di negoziazione clienti-fornitori *Se ascolto dimentico, se vedo ricordo, se faccio capisco (Confucio)*

10 aprile 2024: Kick-off progetto di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, Relatori: Dott. Vincenzo Genco e Ing. Nicola Balbi, ADACI Lombardia e Liguria.

23 aprile 2024: Seminario su “Le tecniche di negoziazione”, Relatori: Dott. Vincenzo Genco e Ing. Nicola Balbi, ADACI Lombardia e Liguria.

14 maggio 2024: Attività di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, svolta secondo una specifica metodologia didattica, nella quale i team aziendali di studenti negoziano una proposta di fornitura con i manager degli Acquisti di ADACI Lombardia e Liguria. Gli studenti sono chiamati ad utilizzare gli strumenti di analisi e decisione tipici della Funzione Acquisti (TCO, vendor rating, matrice di Kraljic, gestione win-win della relazioni, ...).



GLI INSEGNAMENTI DEL 2° ANNO



Management internazionale interculturale

Clara Benevolo

#internationalisation #interculturalnegotiation
#internationalbusiness #teamwork



Il Corso

L'insegnamento si propone di fornire strumenti conoscitivi e di interpretazione dei processi di globalizzazione e delle problematiche più avanzate di gestione delle imprese internazionali. Attraverso lo studio di casi e testimonianze in aula, vengono studiate le modalità strategiche e gestionali a disposizione delle imprese per affrontare da protagoniste i cambiamenti legati ai processi di globalizzazione dei mercati. Durante il corso sono state approfondite le tematiche dell'organizzazione e del management interculturale, della negoziazione interculturale, della contrattualistica e dei pagamenti internazionali, delle modalità di gestione della presenza dell'impresa nei paesi esteri.

Iniziative realizzate nel corso dell'a.a. 2023-24

Sono stati realizzati, dagli studenti frequentanti, tre lavori di gruppo sui seguenti temi:

- Processo e modalità di internazionalizzazione di Stevanato Group;
- Valutazione e stima dei driver di globalizzazione di un settore economico e individuazione delle opzioni strategiche per le imprese operanti in tale settore;
- Individuazione e diagnosi degli errori commessi durante una negoziazione internazionale fallimentare.

Moduli formativi e seminari di approfondimento

- Le relazioni di business in contesti economici e culturali esteri - Ing. Giuseppe Zampini, presidente della Camera di Commercio e Industria Italo-Iraniana-CCII – 21 novembre 2023.
- Pagamenti internazionali e gestione del rischio - Fabrizio Favali, Head of GTB Sales & Distribution, e Guido Ruggeri, Responsabile BPER Estero e Partnership per l'Internazionalizzazione, 28 novembre 2023.
Relazioni tra casa madre e filiali, processo decisionale e deleghe - Ing. Gianvittorio Frezza, Partner yourCFO, YOURgroup.
- Contratti internazionali. Casi pratici - Avv. Andrea Cuneo, Partner di LCA Studio legale, 5 dicembre 2023.
- La gestione del rischio di cambio – Dott. Eugenio Boero, CFO Gruppo Cauvin, 7 dicembre 2023.
- La negoziazione nelle operazioni di M&A – Avv. Benedetto Lonato, E. Partner di LCA Studio Legale, 11 dicembre 2023.

Altre iniziative

Partecipazione degli studenti agli incontri del ciclo "Un aperitivo con..." organizzato dal Gruppo Giovani di Confindustria Genova.



Ricerca operativa per il management

Daniela Ambrosino

#teoriadelledecisioni
#modellidiottimizzazione #scenarioanalysis
#supplychainmanagement
#grafiperlagestionedeiprogetti



Il Corso

Il corso si propone di fornire conoscenze e competenze su strumenti e tecniche proprie del management science (dalla teoria delle decisioni ai modelli di ottimizzazione) per poter affrontare consapevolmente problemi di pianificazione strategica, tattica e operativa nell'ambito della Supply Chain Management.

Alla fine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di:

- Analizzare un problema decisionale e capire quale tecnica di supporto alla decisione può essere utilizzata;
- Applicare diversi criteri decisionali per valutare le alternative disponibili partendo dalla tabella dei Payoff;
- Formulare un problema decisionale ed implementare un modello matematico di programmazione lineare (intera-binaria);
- Valutare con consapevolezza il livello di apprendimento personale e della capacità di applicare le tecniche studiate, comprendendo le eventuali necessità di sviluppo di ulteriori competenze;
- Risolvere alcuni dei problemi tipici della gestione della catena logistica (distribuzione, produzione, gestione delle scorte);
- Analizzare criticamente le soluzioni ottenute valutandone la correttezza e l'ammissibilità;
- Effettuare analisi di scenario e confrontare le alternative (anche con riferimento alla dominanza).

Principali tematiche esaminate:

Problemi inerenti alla gestione dei processi logistici:

- Progettazione di una rete logistica;
- Pianificazione /gestione delle capacità;
- Pianificazione /gestione della distribuzione;
- Previsioni di vendita e Gestione delle scorte;
- Gestione e controllo dei tempi /costi di attività;
- Scheduling.

Metodi per la risoluzione di problemi esaminate:

- Teoria delle decisioni: dalle tabelle dei payoff ai criteri di scelta;
- Teoria dei grafi;
- Programmazione Lineare, Programmazione Lineare Intera e Binaria;
- What if analysis;
- Tecniche CPM e PERT a supporto del project management.

Lavori di gruppo

Lezioni frontali, analisi di casi ed esercitazioni svolte in aula. Particolare attenzione viene dedicata alle esercitazioni relative all'analisi critica delle soluzioni. Progetto finale presentato in aula a fine corso.

Testimonianze/visite

Il Dott. Luca Vezzani direttore della logistica e della produzione di Sogegross è intervenuto in aula per presentare un problema della Supply Chain Optimization: l'ottimizzazione delle rotte dei mezzi per le consegne in ambito urbano e valutazione per l'utilizzo dei mezzi elettrici.

I progetti di gruppi si sono svolti sui temi presentati dal dott. Vezzani.

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI GENOVA
LM IN MANAGEMENT
RICERCA OPERATIVA PER IL MANAGEMENT

GRUPPO SOGEGROSS
SISTEMI DISTRIBUTIVI

Caratozzolo Chiara 4839046, Masiniere Matteo 4840002, Sanguineti Chiara 4797410

TOP SELLER

INFORMAZIONI INIZIALI

- deposito a bolzaneto
- 45 punti vendita da rifornire
- 9 ore lavorative comprensive della pausa

fascia oraria:

- clienti 7-18
- deposito 6-20

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

GRUPPO SOGEGROSS
SISTEMI DISTRIBUTIVI

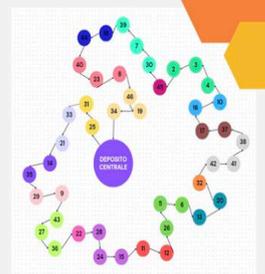
FORMALIZZAZIONE DEL PROBLEMA

Variabili e vincoli considerati per la risoluzione del problema:

01 Capacità veicoli: hp 16 e 4	05 Veicolo fermate max dei mezzi: max 2 consegne
02 Finestre temporali clienti: dalle 7 alle 18	06 Costo fisso per utilizzo veicolo
03 Ricarica del mezzo: non presente nella nostra soluzione	07 Possibilità per ogni veicolo di fare più viaggi
04 Veicolo tempi autisti: 0h di guida al giorno, con 45 min di pausa ogni 4,5h	08 Collegare i clienti in base alla distanza

GRUPPO SOGEGROSS
SISTEMI DISTRIBUTIVI

ROUTE FIRST, CLUSTER SECOND:
elaborare un unico percorso che parta dal deposito, visiti tutti i clienti e torni indietro, immaginando di avere un veicolo con autonomia e capacità infinita che possa farlo.
In seguito, il percorso verrà diviso in funzione della flotta a disposizione e della capacità dei veicoli (considerando tutti i vincoli precedenti).





Statistica per il Marketing e il Management

Corrado Lagazio

#statisticaltools #marketingresearch #datacollection
#regression #factoranalysis

Il Corso

Obiettivi formativi

L'insegnamento introduce gli studenti alle principali tecniche di campionamento statistico, ai metodi per la costruzione di questionari e agli strumenti più utilizzati per l'analisi di mercato. Al termine, lo studente è in grado di utilizzare le principali tecniche di rilevazione dei dati e costruire campioni probabilistici; analizzare i comportamenti di acquisto e segmentare il mercato. Verrà dato ampio spazio all'utilizzo di software statistici per l'applicazione delle metodologie presentate.

Obiettivi formativi (dettaglio) e risultati di apprendimento

Conoscenza e comprensione: Gli studenti conosceranno i principali metodi per le indagini campionarie e gli strumenti propri dell'analisi di mercato.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Gli studenti saranno in grado di organizzare un'indagine campionaria, costruire un questionario articolato ed implementarlo su alcune piattaforme per le indagini di mercato, svolgere analisi preliminari per valutare la qualità dei dati raccolti, analizzare i dati al fine di investigare i comportamenti di consumo.

Autonomia di giudizio: Gli studenti devono saper utilizzare sia sul piano concettuale che su quello operativo le conoscenze acquisite con autonoma capacità di valutazione e con abilità nei diversi contesti applicativi.

Abilità comunicative: Gli studenti acquisiranno il linguaggio tecnico tipico della disciplina per comunicare in modo chiaro e senza ambiguità con interlocutori specialisti e non specialisti.

Capacità di apprendimento: Gli studenti svilupperanno adeguate capacità di apprendimento che consentano loro di continuare ad approfondire in modo autonomo la materia.

Relazione dell'insegnamento con gli altri insegnamenti del corso: Gli argomenti trattati in questo insegnamento consentiranno agli studenti di interpretare adeguatamente dati numerici nel contesto di altre discipline.

Programma

1. Introduzione al corso;
2. Le fonti informative;
3. Metodi di indagine quantitativi: le indagini campionarie;
4. Metodi di campionamento: campionamento casuale semplice, stratificato, a grappoli e a più stadi;
5. Redazione e somministrazione di un questionario: struttura di un questionario, tipologia di domande, scale di misura, modalità di somministrazione;
6. Metodi di indagine qualitativi: interviste in profondità, tecniche proiettive, focus group;
7. Principi di analisi dei dati;
8. Logica dell'inferenza statistica: stima e test;
9. Regressione lineare e regressione logistica;
10. Analisi in componenti principali e analisi fattoriale;
11. Analisi dei gruppi e segmentazione del mercato.

Modalità didattiche

Lezioni e esercitazioni di tipo tradizionale. Siccome gli obiettivi formativi riguardano sia abilità di carattere teorico che di carattere applicativo, le lezioni in cui si presentano gli aspetti metodologici della statistica saranno alternate a esercitazioni in cui, utilizzando opportuni strumenti computazionali, si impara ad implementare un questionario per la somministrazione via web o social media e si affronta l'analisi di dati reali.



Risorse umane e comportamento organizzativo

Teresina Torre - Laura Strazzeri

#people #organizationalbehavior #hrm
#jobanalysis #totalreward



Il Corso

L'insegnamento intende approfondire interrogativi quali:

Chi sono le risorse umane?

Cosa significa gestirle nelle organizzazioni?

Come le necessità della gestione si correlano ai cambiamenti in atto nel lavoro, nei suoi contenuti e nelle sue modalità?

Come, attraverso quali processi e strumenti si gestiscono i lavoratori?

Chi ne ha la responsabilità?

Che cosa determina il comportamento delle persone nelle organizzazioni?

E come questo può essere supportato nella gestione?

Infine, quali problematiche sono oggi maggiormente rilevanti per una efficace gestione?

In particolare, vengono sviluppati i seguenti approfondimenti:

- Lavoro, persona, organizzazione;
- La gestione della persona nel contesto organizzativo;
- Il processo di gestione: le fasi e gli strumenti;
- Il comportamento organizzativo (motivazione, leadership ed e-leadership, gruppi e decisioni);
- Le tendenze recenti (variety management, total reward, gestione internazionale).

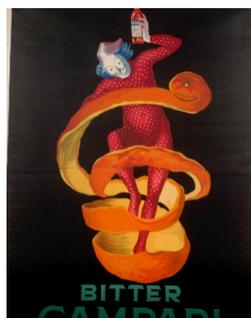
Al termine del percorso gli studenti sono in grado di motivare le scelte di gestione e di impostare gli strumenti di base funzionali all'operatività dei processi di gestione delle risorse umane.

In coerenza con la collocazione del corso nell'ambito di un percorso di laurea magistrale, agli studenti è richiesto un approccio critico nel rapporto con le problematiche oggetto di approfondimento, oltre che uno stile interattivo di partecipazione alle lezioni.

Inoltre, le attività e le modalità didattiche variegata consentono agli studenti di esercitare e sviluppare le proprie capacità di comunicare in maniera efficace utilizzando le appropriate argomentazioni e gestendo le interazioni sociali, acquisendo pertanto anche utili soft skills e competenze in creazione progettuale di livello avanzato.

Oltre alle tradizionali lezioni frontali, agli studenti vengono proposte numerose iniziative:

- **interventi di esperti e testimonianze aziendali per consentire un'elaborazione critica di quanto appreso;**
- **lavori individuali**
 - la redazione di una job description a partire da interviste al “titolare” di una posizione organizzativa;
 - la preparazione di interviste a direttori del personale di aziende che operano in ambiti diversi, contestualizzando quindi le problematiche ed imparando a capire le specificità;
 - la compilazione e il commento in autonomia dei risultati ottenuti con alcuni famosi test di personalità, in una logica di apprendimento in modalità flipped classroom;
- **lavori di gruppo**
 - la partecipazione al contest proposto da ASSOCHANGE “costruire nuove organizzazioni, comunicare e monitorare il cambiamento”, contribuendo con la realizzazione di un video sulla relazione fra Intelligenza artificiale e processi di reclutamento aziendali (che ha portato all’ottenimento del secondo premio nazionale alla studentessa partecipante).
 - la partecipazione con modalità problem-based learning alla sfida lanciata da Campari nello sviluppo di “Distillery of Talents”, programma per attrarre “giovani talenti” per le funzioni tecniche e che l’azienda intende estendere a tutti i plants Campari nel mondo. Avendo come obiettivo di predisporre un documento che sintetizzasse la strategia, che identificasse i KPIs, e che fornisse guidelines per gli HR locali (tenendo conto delle diverse specificità), gli studenti si sono impegnati in un lavoro per loro sfidante e stimolante, che ha prodotto ottimi risultati e che ha anche premiato addizionalmente alcune studentesse partecipanti con la visita al quartiere generale del Gruppo a Milano, dove hanno discusso le loro proposte e hanno visitato la “Galleria Campari”, cogliendo il legame tra mondo aziendale e arte.





Lingua Inglese B2 Management

Justin Rainey

#GlobalEnglish #Corporateculture #ethics
#Humanresourcemanagement #customerrelations
#competitiveadvantage #marketing



The Course

The course adopts a 'Content & Language Integrated Learning' (CLIL) approach that focuses on the principal topics covered in the degree course.

The course's principal objective was to raise students' awareness of the importance of increasing their communication skills in English by not only using sector-specific content but crucially by exploiting the knowledge and competences acquired during their degree courses, i.e. focusing on what they know rather than what they do not. The course sought to increase students' communicative competence and knowledge in these specific topic areas: Corporate culture & ethics; Human resource management; Competitive advantage; Managing customer relations; Leadership.



The course sought to increase students' communicative competence and knowledge in these specific topic areas: Corporate culture & ethics; Human resource management; Competitive advantage; Managing customer relations; Leadership.

Face-to-face lessons based on the sector-specific syllabus described above asked to participants to produce a variety of group and individual task responses.

Traditional Marketing	Digital Marketing

For example, in the analysis of corporate culture models, students in groups were asked to discuss which of the theories of corporate culture they felt were most appropriate to particular types of business entities, arguing the pros and cons and reaching a final solution.

Video interviews, e.g. Ted Talks, on a range of course topics exposed participants to the diversity of global English.

Course content and activities tracked the objectives and requirements of The Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) at the B2 upper intermediate level.

End-of-course examinations assessed the extent students could:

- understand the main ideas of complex texts on concrete or abstract topics, including some technical discussions;
- express themselves fluently and spontaneously enough to comfortably communicate with other English speakers;
- produce clear, detailed text on the course topics and explain a complex viewpoint, including expressing advantages and disadvantages.



Intellectual Property and Algorithmic Innovation

Andrea Ottolia

#strategiediproprietàintellettuale #impreseinnovative
#dataeconomy #intelligenzaartificiale #dirittodautore
#brevetti #datipersonali #segretoindustriale #startup.



Il Corso

Descrizione degli obiettivi formativi e dei contenuti dell'insegnamento

Questo insegnamento è stato dedicato agli strumenti giuridici destinati a proteggere e a sfruttare le risorse immateriali dell'impresa operante in ambito tecnologico e, in particolare, algoritmico quali dati, opere dell'ingegno, software, segreti e invenzioni.

Le lezioni frontali e, in particolare, le esercitazioni hanno avuto l'obiettivo di formare lo studente a un utilizzo delle regole normative e contrattuali funzionale al perseguimento delle concrete strategie dell'impresa innovativa anche attraverso la valorizzazione delle capacità di confronto e dialettica negoziale. L'utilizzo della lingua inglese è stato poi essenziale al fine di far acquisire terminologie giuridiche tipicamente utilizzate nella prassi commerciale e legale dei settori di riferimento.

Lavori di gruppo

Una parte sostanziale del corso è stata dedicata a lavori di gruppo e simulazioni relative a casi concreti per la soluzione di forme di protezione e assetti contrattuali che riguardano iniziative di (e collaborazioni tra) imprese operanti nell'innovazione tecnologica generale e algoritmica in particolare. Queste simulazioni potranno essere affiancate in future edizioni dall'effettiva testimonianza di imprese a supporto diretto degli effettivi casi simulati.



Issues in Economic Policy

Luca Beltrametti

#transizione demografica #sistemi pensionistici #teoria delle votazioni #digitalizzazione #automotive



Il Corso

Descrizione degli obiettivi formativi

Coerentemente con la natura del corso di laurea magistrale in management, l'insegnamento privilegia un'analisi rigorosa ma poco formalizzata di tematiche di grande rilevanza non solo nel dibattito di politica economica ma anche per la vita delle imprese. L'insegnamento mira a mettere gli studenti in condizione di comprendere la letteratura scientifica sui temi proposti e di formulare opinioni autonome, anche sulla base di dati da raccogliere autonomamente presso fonti primarie.

La discussione in aula di temi di stretta attualità è finalizzata a fornire elementi culturali unitamente ad una capacità di comprendere il dibattito in corso sui media sviluppando capacità dialettiche e cogliendo le implicazioni delle grandi tendenze economiche e tecnologiche sulla vita concreta delle imprese.

Contenuti dell'insegnamento

L'insegnamento affronta principalmente due grandi tematiche:

- i) le implicazioni economiche e di politica economica dell'invecchiamento della popolazione e
- ii) le implicazioni economiche della digitalizzazione dell'economia.

La tematica i) prevede un'introduzione al tema delle determinanti del cambiamento demografico (tassi di fertilità, mortalità...) e una discussione delle implicazioni di tali cambiamenti sui sistemi pensionistici, sulle politiche di assistenza e su alcuni mercati. Si offre una dettagliata esposizione dei principi di funzionamento delle diverse tipologie di sistemi pensionistici e delle implicazioni dei cambiamenti demografici sulla loro sostenibilità.

La discussione della tematica i) porta a cogliere il ruolo decisivo delle dinamiche della produttività nella sostenibilità della transizione demografica e, conseguentemente, porta ad individuare nei processi di digitalizzazione un elemento fondamentale rispetto all'obiettivo della crescita della produttività.

La tematica ii) indaga quindi i meccanismi attraverso i quali la digitalizzazione, la cosiddetta “industria 4.0” e l’intelligenza artificiale possono tradursi in aumenti di produttività. Ad una trattazione teorica di queste tematiche si affianca anche un’analisi basata su esempi concreti. L’insegnamento prevede anche una breve parte dedicata alla teoria delle votazioni e una parte dedicata a temi di attualità. A quest’ultimo proposito, quest’anno si è diffusamente trattato il tema delle prospettive del settore automotive italiano ed europeo, con particolare riferimento alle sfide poste dai produttori cinesi. Si sono anche discusse le implicazioni del possibile arresto e della possibile inversione dei processi di globalizzazione.

Nell’insegnamento di quest’anno sono state offerte due autorevoli testimonianze di operatori esterni: l’Ing Sesini (VHIT-Weifu) ha illustrato applicazioni di intelligenza artificiale nel mondo manifatturiero e l’ing Novi (VHIT-Weifu) ha presentato un quadro del panorama mondiale del settore automotive.

Diritto delle Crisi d'Impresa

Marco Arato

#bankruptcylaw #procedureconcorsuali #pianidirisanamento #codicedellacrisi



Il Corso

Il corso approfondisce il tema della crisi di impresa dal punto di vista giuridico, ponendo particolare attenzione alle rilevanti e fondamentali connessioni con le prospettive economiche aziendali dell'impresa in crisi. Si focalizza sugli strumenti e procedure di composizione della crisi alternativi alla liquidazione giudiziale e che mirano alla conservazione dell'attività d'impresa, introdotti o modificati dal Codice della Crisi e dell'Insolvenza, entrato in vigore nel luglio 2022 e per il quale è in corso di emanazione un decreto correttivo.

Durante il corso verranno illustrati numerosi casi pratici con l'obiettivo di fornire agli studenti un solido background operativo e di facilitare la comprensione delle dinamiche aziendali e delle strategie di risoluzione della crisi. Questa modalità didattica richiede una costante interazione con gli studenti, al fine di garantirne un continuo coinvolgimento attivo.

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di comprendere le complessità legate alla crisi d'impresa e avranno gli strumenti per individuare possibili soluzioni.

Argomenti del Corso

1. L'evoluzione della disciplina fallimentare. Gli strumenti di composizione delle crisi e le procedure concorsuali in genere
2. La tempestiva emersione della crisi di impresa
3. Definizioni di crisi, insolvenza e sovraindebitamento. Le norme "manifesto": gli obblighi dei soggetti che partecipano alla regolazione della crisi e dell'insolvenza.
4. Le disposizioni comuni agli strumenti di regolazione della crisi e dell'insolvenza. La composizione negoziata - I parte
5. La composizione negoziata - II parte
6. Principi di carattere processuale. Il procedimento unitario. La domanda con riserva
7. Gli strumenti negoziali stragiudiziali. Il piano di risanamento.
8. Gli accordi di ristrutturazione dei debiti.
9. La transazione fiscale. La convenzione di moratoria
10. Il concordato preventivo - I parte
11. Il concordato preventivo - II parte
12. Il concordato preventivo - III parte

13. Il piano di ristrutturazione soggetto a omologazione
14. La liquidazione giudiziale. I presupposti della liquidazione. Gli organi della procedura
15. Gli effetti dell'apertura della liquidazione giudiziale per il debitore.
16. Gli effetti della liquidazione giudiziale per i creditori.
17. Gli effetti della liquidazione giudiziale sugli atti pregiudizievoli ai creditori.
18. Gli effetti della liquidazione giudiziale sui rapporti giuridici pendenti. Gli effetti della liquidazione sui rapporti di lavoro subordinato (profili generali).
19. Custodia e amministrazione dei beni compresi nella liquidazione giudiziale. Avviso ai creditori. Domande di ammissione al passivo. Effetti della domanda
20. Le impugnazioni e il relativo procedimento
21. Esercizio dell'impresa e liquidazione dell'attivo
22. Ripartizioni dell'attivo
23. Cessazione della procedura di liquidazione giudiziale
24. Il concordato nella liquidazione giudiziale
25. L'esdebitazione
26. Le società nel codice della crisi e dell'insolvenza
27. La liquidazione giudiziale delle società: le disposizioni sulle società in generale
28. Regolazione della crisi e dell'insolvenza del gruppo di imprese
29. Le procedure di composizione della crisi da sovraindebitamento.
30. Il concordato minore
31. La liquidazione coatta amministrativa
32. Amministrazione straordinaria – I parte
33. Amministrazione straordinaria – II parte
34. La procedura "Marzano"
35. Le amministrazioni straordinarie speciali



Market Structure And Competition Policy

Claudio Piga



#strategicbehaviour #oligopolytheory #costtheory
#verticalintegration #optimalpricing #pricingtactics

Il Corso

Educational Objectives

Familiarize students with fundamental concepts of Economics and Economics of strategy, with particular emphasis on basic Game Theory concepts.

Develop an analytical approach to distinguish between different market structures and the competitive dynamics that characterizes them.

Acquire skills on the use of Techniques, Methodologies and Tools able to deal with real world problems in Economics with specific attention to Pricing and Business Development in Monopolies and Oligopolies, Determinants of Market Structure, Vertical Integration, and cost analysis.

Course Program & Elements

First Part of the Course addresses the basic concepts of Economics of Strategy:

- Revision of Basic Economic Concepts: Costs and Scale, Scope, Learning Economies their determinants.
- Revision of Basic Economic Concepts: Elasticity and Profit Maximization.
- The Vertical Boundaries of the Firm: the Make or Buy decision.
- Vertical Integration and its Alternatives.
- The Hold-up Problem: Williamson's Transaction Cost Economics.

Second Part develops a more technical analysis of the following topics:

- Perfect Competition and Monopoly.
- Determinants of Market Structure.
- Pricing; Standard Methods; Personalised Pricing (First Degree Price Discrimination); Group Pricing and Segmentation Techniques (Third Degree Price Discrimination); Menu Pricing (Second Degree Price Discrimination).
- Pricing and Competition Policy.
- Other forms of pricing: Tie-in Sales and Bundling.
- Strategic Thinking and Game Theory.
- Oligopoly Theory and Product Differentiation.
- The Structure Conduct Performance Paradigm.

Teaching Approach

All the topics and issues will be studied by making real-world examples and combining theory with exercises and applications. The Classes are based on lectures and exercises.

Le nostre Altre Attività Formative (AAF) – 3 CFU

Il nostro Corso di Studi è arricchito da attività formative altamente professionalizzanti utili all'ingresso nel mondo del lavoro. Le attività sono in genere erogate da professionisti specializzati nell'ambito di competenza

Brand Management in the digital landscape

Dott. Luca Sabatini

The course objective is to introduce students to the mechanisms of communication from the perspective of the brands that communicate, and the recipients of the message, all in the context of online communication. In addition, the course aims to provide a complete overview of the several digital marketing and communication tools currently available, their theoretical and practical use with respect to the various marketing and communication objectives that the brand has set itself. Central part of the course is also a Workshop activity where students put into practice what they have learned through the opening of social communication channels aimed at generating content and measuring the results obtained, after which the students are invited to present own results to the class.

Imprenditorialità, start up e business plan

Dott. Stefano Ferrazza

Il corso ha ad oggetto le Start up e in particolare la costruzione di un business plan a partire da un'iniziativa imprenditoriale. Le lezioni avranno un approccio pragmatico con l'obiettivo di fornire gli strumenti per la realizzazione di un business plan completo ed in equilibrio economico, patrimoniale e finanziario.

Il corso è pensato per apprendere tecniche e conoscenze immediatamente spendibili nel mondo del lavoro o, in alternativa, funzionali all'avvio di un'autonoma iniziativa imprenditoriale. In questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla concreta predisposizione del business plan mediante l'utilizzo del programma Microsoft Excel. Verrà fatto un focus sulle start-up innovative e in generale sulle tecniche maggiormente utilizzate nello sviluppo di un'idea di business.

Gli studenti dovranno essere in grado di sviluppare un'idea di business costruendo un piano economico-finanziario tecnicamente corretto e completo di tutti gli aspetti qualitativi (oltre che quantitativi) mettendo a frutto conoscenze pluridisciplinari.

Project Management (utile per accedere alla certificazione CAPM del PMI)

Ing. Stefano Setti

Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute.

Gli incontri con gli studenti della triennale



Guardiamoli in faccia...

**Incontro informale di presentazione del Corso di
Laurea Magistrale in Management
agli studenti del triennio DIEC**

24 aprile 2024

Ti aspettiamo!

Erasmus

Le nostre iniziative di promozione dell'esperienza Erasmus

Aula Arsenale, 7 marzo 2024

I nostri studenti rientrati dall'estero raccontano la loro esperienza agli studenti di Management del primo anno.



La dott.ssa Ludovica Merlino, rientrata dall'estero, racconta la sua esperienza agli studenti di Management del primo anno.

“Nel 2023 ho partecipato al programma Erasmus, studiando un semestre a Bordeaux, in Francia. Questa esperienza mi ha arricchito sia personalmente che professionalmente, migliorando il mio francese e inglese e facendomi apprendere metodi didattici alternativi; ma non solo... L'Erasmus ti spinge fuori dalla tua comfort zone, insegnandoti indipendenza e adattabilità in un contesto nuovo. Ho avuto la possibilità di vivere in una città bellissima e dinamica: Bordeaux è una città vivace e universitaria, ricca di opportunità di svago e di networking internazionale. L'unico rimpianto? Non aver prolungato l'esperienza di un altro semestre!”

Ludovica Merlino

Progetto Mentoring in Azienda

**Un programma di mentoring per educare alla complessità gestionale
a.a. 2022/23-2023/24**

Il programma è stato ideato dal Corso di Laurea magistrale in Management per avvicinare gli studenti al tessuto economico-industriale del territorio ligure. Esso offre agli studenti selezionati l'opportunità di arricchire il percorso formativo di una esperienza "sul campo", sviluppata secondo la logica dell'osservazione di una real life business experience lungo tutto il percorso formativo magistrale, presso una azienda del territorio genovese/ligure.

Ad ogni studente selezionato viene quindi assegnata un'Azienda associata a Confindustria Genova, presso la quale lo studente, sotto la guida di un tutor aziendale e di un tutor accademico, beneficia di una attività di mentoring entrando in relazione (secondo modalità e tempi definiti con il tutor aziendale) con i manager delle diverse aree e funzioni aziendali. In tal modo può, da un lato, approfondire operativamente specifiche tematiche/problematicità studiate e, dall'altro, discuterne con i docenti durante il corso di studio.

Il programma copre quindi due anni accademici. Nel biennio 2022/23-2023/24 sono state coinvolte 16 imprese e altrettanti studenti e studentesse.

Attilio Carmagnani AC SpA
Circle Group
Duferco
Ergotec
Ggallery
Gruppo Cauvin
JP Droni srl
Indemar SpA
Poseico SpA
Radio Babboleo
Ravano Power
Regina Broker Srl
Stampaggio Plastica e Affini SpA
The Winesider
Unistara SpA
Victoria Srl/Comarco SpA

LE ATTIVITÀ DI ORIENTAMENTO IN USCITATA

CV CHECK

**Ti stai avviando verso la fine degli studi universitari?
Stai iniziando a pensare al tuo ingresso nel mondo del lavoro?
Hai già scritto un CV ma non sei sicuro di averlo fatto bene?
Oppure non lo hai ancora fatto e non hai le idee chiare?**

Il curriculum vitae, questo sconosciuto ...

Il CV rappresenta il proprio biglietto da visita per presentarsi al mondo del lavoro: è importante saperlo redigere in maniera adeguata a valorizzare le proprie competenze. Non è infatti scontato né conoscere i propri punti di forza e quello che le imprese apprezzano in un CV, né saperlo scrivere in maniera chiara ed esauriente.

Per questi motivi, nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Management, abbiamo ritenuto utile offrire ai nostri studenti la possibilità di un servizio personalizzato.

Elisabetta Lenzi, Senior Recruitment Specialist di Gi Group Spa, prima multinazionale italiana nei servizi per il lavoro, il 7 marzo 2024 mattina sarà disponibile su appuntamento per fornire un contributo per migliorare il tuo CV.

Come fare?

1. Entra su Aulaweb, all'interno degli insegnamenti della Laurea Magistrale in Management, iscriviti nell'attività **Servizio personalizzato di compilazione CV** e prenota il tuo appuntamento.
2. **Registrati** al portale Gi Group <https://it.mygigroup.com/login> e **carica a portale il CV che avrai cura di portare al colloquio in copia cartacea**



Dove?

Il giorno dell'appuntamento all'orario previsto, recati presso la Sala delle Mappe del Dipartimento di Economia, al primo livello.

Se non riesci a prenotarti per un colloquio in presenza puoi fare richiesta di un colloquio a distanza nei tempi da concordare.

La scadenza per l'iscrizione al servizio è il 3 marzo 2024.

Coordinatore dell'iniziativa:

Prof. Silvia Bruzzi (silvia.bruzzi@unige.it)

Improve your employability!

Vieni a conoscere le professioni manageriali presentate dai nostri laureati in Management

27 novembre 2023, h 13,30
Aula Lanterna, Dipartimento di Economia
Via F. Vivaldi, 5 - Genova

Introduzione

Prof. Silvia Bruzzi, Coordinatore Corso di Laurea Magistrale in Management, Dipartimento di Economia

Presentazione delle professioni

Dott. Stefano Bavestrello

Consolidated Financial Statement, ERG

Dott.ssa Sonia Di Natale

Bid Manager-Sales, Leonardo Automation

Dott. Massimo Iaccarino

Demand Planning Manager, Leroy Merlin Italia

Dott.ssa Giulia Ciarapica

Digital Properties&Event Manager, Ansaldo Energia



Improve your employability!

Vieni a conoscere le professioni manageriali nell'ambito del trading

10 aprile 2024 h 13,30
Aula Doria, Dipartimento di Economia

Introduzione

*Prof. Silvia Bruzzi, Coordinatore Corso di Laurea Magistrale in Management,
Dipartimento di Economia*

Presentazione delle professioni

Dott.ssa Deborah Righeschi

Specialty Coffee Trader – Head of Quality NKG BERO Italia

Dott. Alessandro Sciarretta

Power and gas Trader Duferco

Dott. Marco Toffolutti

Owner New Gima snc, International Trade Agency



Le nostre iniziative a supporto della ricerca



La tesi di laurea magistrale

Corso di Laurea Magistrale in Management
a.a. 2023/24

16 gennaio 2024 - Studenti frequentanti
26 febbraio 2024 - Studenti non frequentanti



Vieni a conoscere le opportunità offerte dal dottorato

Silvia Bruzzi e Teresina Torre

2 maggio 2024 – Aula Passadore

UniGe	INVULNERABILIA	Name	Management
SRV	Poster session	Affiliation	DIEC
	6-7 June 2024	Contact	silvia.bruzzi@unige.it



The M.Sc. program in a nutshell

- At Genoa
- Educating future managers able to understand actual organizational context and to operate proactively
- Job opportunities in private enterprises working in different sectors and public institutions
- Internships and thesis in enterprises are proposed to enrich the program
- Many interactive activities and laboratories useful to develop soft skills are provided
- Fully in Italian, but teachers support foreign students and suggest Italian ones to deal with English materials and relationships

In times of crisis and disruptive events, we train our graduates with a set of skills that will make them very ready for change and more resilient in facing the challenges of the productive world. Our milestones are change readiness, innovation, digitization, and sustainability

Il gruppo Alumni di LinkedIn



Alumni di Management - Università di Genova

Il gruppo è stato creato nell'aprile 2021 e ad oggi conta 206 membri tra studenti, laureati, docenti e membri della consulta di Management.

MANAGEMENT FA SCUOLA

HTE GeNiUS 2024

High Tech Entrepreneurship

Il workshop su High-Tech Entrepreneurship nasce su iniziativa di Management (referente Prof. Angelo Gasparre) dalla collaborazione tra il DIEC e Istituto Italiano di Tecnologia (IIT), a cui da alcuni anni si è aggiunto anche il prezioso contributo di UCA, Université Côte d'Azur.

Il workshop è in lingua inglese, è gratuito e si rivolge sia a giovani ricercatori di IIT interessati ad avviare una start-up tecnologica a partire dai risultati dei propri progetti di ricerca sia a studenti universitari delle magistrali del DIEC, di UCA e, a partire da quest'anno, anche del Dipartimento di Giurisprudenza (DIGI). I posti riservati a UNIGE sono circa 15 e altrettanti sono riservati a UCA.

Quest'anno sono state previste 9 idee imprenditoriali legate ad altrettante innovazioni nei diversi ambiti di ricerca di IIT: Computational Science, LifeTech, Nanomaterials, e Robotics.

Intorno a ogni idea/innovazione viene creato un team misto ricercatori-studenti che lavora per verificarne i vincoli economici, le complessità manageriali e giuridiche, e le prospettive di business potendo contare sulla supervisione dei manager di Manageritalia, con i quali abbiamo avviato una collaborazione già da qualche anno. L'obiettivo è di stimolare la contaminazione tra i saperi e le esperienze dei partecipanti e simulare una condizione di lavoro frequente nelle start-up high-tech, in cui ci sono persone con background tecnologico e persone esperte di business.

Il programma prevede due incontri preparatori online brevi (il 22 e il 23/2/2024), una settimana full-immersion (dal 26/2 al 1/3/2024) in presenza presso IIT, una giornata dedicata alla preparazione dei pitch a Nizza (15/4) e una giornata finale di presentazione dei project work presso il DIEC (19/4). Ogni giornata è composta da testimonianze di imprenditori o manager, una breve lezione teorica e da un ampio spazio per il lavoro di gruppo. A chi porta a termine il workshop riconosciamo 6 CFU nei crediti a scelta.

HTE GeNiUS High Tech Entrepreneurship

When research meets young talents





Laboratorio di autosviluppo e autoapprendimento guidato delle competenze abilitanti

Laura Strazzeri

#enablingskills #softskills #digitalskills
#autosviluppo



Il laboratorio è la persecuzione e l'ampliamento dell'esperienza maturata da DIEC nello sviluppo soft skills a partire dal 2017. DIEC e in particolare il Corso di Laura Magistrale in Management è stato infatti il primo di tutto l'Ateneo a proporre percorsi strutturati per lo sviluppo delle competenze c.d. trasversali (video su <https://www.youtube.com/watch?v=HrPJ3eTJgak>)

In questo laboratorio le studentesse e gli studenti apprendono quali siano le competenze abilitanti per la vita, per il lavoro e digitali, come si caratterizzano e come si sviluppano, attraverso un metodo di autosviluppo guidato che resta loro patrimonio.

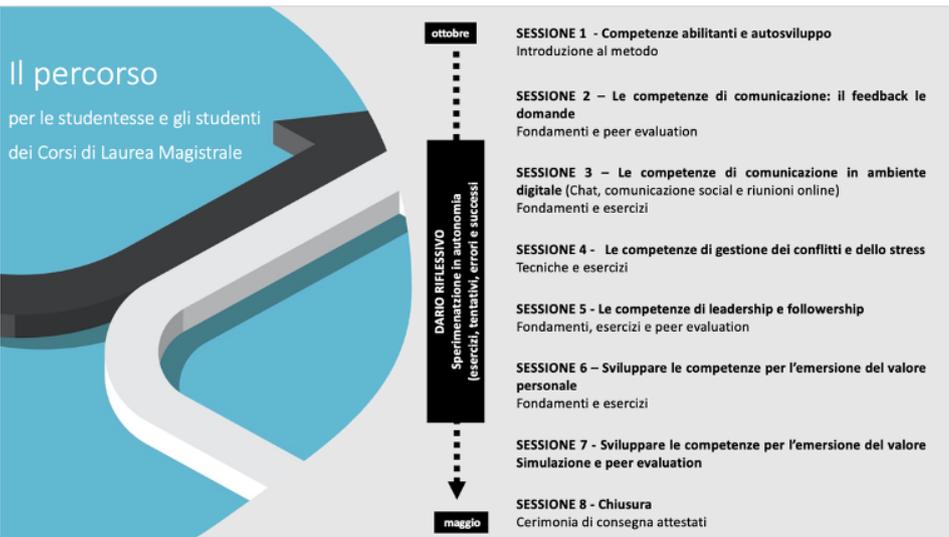
Le studentesse e gli studenti imparano a scoprire i propri punti di forza e a potenziarli e i propri aspetti da migliorare, imparano come ci si confronta e come si agisce in un sistema professionale capendo cosa interessa loro e come ottenerlo per loro stessi. Un vantaggio immediato è di potere organizzare meglio i propri studi e gestire il proprio tempo con successo, ottenendo di più e con meno fatica dal proprio percorso di studi. Inoltre il laboratorio aiuta a valorizzare le proprie competenze e a farle emergere con efficacia nelle comunicazioni professionali.

Il laboratorio, con un impegno complessivo di 24 ore, utilizza diverse modalità didattiche: sessioni in aula di apprendimento del metodo e di allenamento dal vivo, ore di di team-based learning, peer evaluation e lavoro in autonomia, con esercizi e sperimentazione.

Al termine del laboratorio le studentesse e gli studenti con idoneità ricevono oltre a 3 CFU, anche un attestato con la certificazione delle competenze allenate e 3 Open Badge.

Il laboratorio DIEC per allenare e sviluppare le Enabling Skills

15 ore IN AULA (in 8 sessioni) di apprendimento del metodo e di allenamento	9 ore di team-based learning, peer evaluation e lavoro in autonomia, con esercizi e sperimentazione in autonomia (supporti su Aulaweb)	3 CFU e 1 attestato con la certificazione delle competenze allenate	Open Badge Capacità di imparare a imparare livello avanzato Competenza personale livello avanzato Competenza sociale livello avanzato



Le testimonianze dei nostri laureati



*Dott.ssa Sonia Di Natale, Marketing & Communication Manager,
Leonardo Automation*

La mia esperienza universitaria è stata estremamente formativa e mi ha permesso di studiare diverse discipline spendibili nel mondo del lavoro, tra cui risorse umane, marketing, cambiamento organizzativo e gestione della supply chain. Questi insegnamenti mi hanno fornito una solida base teorica e pratica, consentendomi di avere un ampio ventaglio di scelte una volta laureata, e di individuare quella disciplina che più corrispondeva al mio carattere.

I corsi di Management mi hanno trasmesso nozioni trasversali molto utili nelle aziende di oggi. Grazie a queste conoscenze, mi sono sentita sicura e preparata ad affrontare le sfide del mondo lavorativo contemporaneo.

Un aspetto che ho particolarmente apprezzato del corso è stata la possibilità di partecipare a programmi opzionali, come Erasmus, simulazioni di acquisto/vendita e lavori di gruppo in collaborazione con l'Université Côte d'Azur (UCA), e tanto altro. Queste esperienze mi hanno aiutato a sviluppare una maggiore sicurezza nell'esporre le mie idee e nelle mie capacità, aspetti in cui prima mi sentivo meno sicura.

In conclusione, ritengo che questo corso di laurea sia completo a 360 gradi e offra davvero innumerevoli sbocchi nel mondo del lavoro. Grazie a questa formazione, mi sono sentita pronta ad intraprendere una carriera professionale con una solida preparazione alle spalle. E ad oggi, dopo quasi 5 anni dalla Laurea Magistrale in Management, posso confermare che il percorso di studi scelto sia stato estremamente utile per la mia carriera.



***Dott. Leonardo Barcellini,
Global Commodity Manager Fedrigoni Group***

Il corso di Laurea Magistrale in Management è stata un'esperienza straordinaria che mi ha permesso di acquisire le competenze necessarie all'ingresso nel mondo del lavoro e di scoprire la mia passione per l'innovazione e il Procurement.

Ho avuto la possibilità di entrare in contatto con diverse realtà industriali, elaborando progetti in team e di studiare un semestre all'estero attraverso il programma Erasmus, una delle esperienze più arricchenti della mia carriera.

Dott. Stefano Bavestrello, Consolidated Financial Statements, ERG SpA

Se dovessi descrivere con una parola il corso di laurea in Management, essa sarebbe "consapevolezza": questo percorso mi ha permesso non solo di consolidare le fondamenta della mia preparazione, ma anche di aprirmi al mondo, confrontarmi con le aspettative delle imprese e rafforzare la mia conoscenza critica e sensibilità nei confronti delle principali questioni socio-economiche attuali, fornendomi al contempo strumenti per comprendere la crescente rilevanza di temi cruciali come l'innovazione, la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa. Devo riconoscere infine che ciò che ha fatto la differenza per il professionista che sono oggi sono state le numerose opportunità pratiche offerte da questo Corso: progetti di gruppo, casi studio reali, testimonianze e progetti che coinvolgono attivamente aziende e figure professionali, che ci hanno permesso di applicare concretamente le nozioni apprese.





Corso di Laurea Magistrale in Management
Dipartimento di Economia - Scuola di Scienze Sociali
Università degli Studi di Genova
Via Vivaldi, 5 – 16126 Genova (Darsena)

