

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



Studiare per diventare Manager

Guida alla
Laurea Magistrale
in Management



Scuola di
Scienze Sociali



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI GENOVA





Obiettivi del Corso di Studio

“La laurea magistrale in Management ha l’obiettivo di fornire allo studente una formazione di livello avanzato per l’assunzione di responsabilità direttive e gestionali nelle imprese industriali e di servizi, in particolare in tempi di complessità in cui cambia il modo di fare impresa e di intendere il management.



Il laureato magistrale in Management disporrà di adeguate conoscenze per l’analisi degli scenari, avrà padronanza delle logiche strategiche e gestionali, nonché specifiche competenze e abilità per la soluzione dei problemi che caratterizzano la quotidianità della vita aziendale”

Manifesto dei Corsi di Studio di Economia



Cosa si studia e perché

Il quadro generale delle discipline

I problemi con i quali i manager devono fare i conti, le teorie per interpretarli e non semplicemente descriverli, le logiche, le metodologie e le strumentazioni per gestirli caratterizzano il percorso di studio e di apprendimento della Laurea Magistrale in Management.

Un percorso scandito da un ampio ventaglio di discipline con le quali approcciare le diverse dimensioni delle imprese sapendone cogliere le connessioni e portarle a sintesi. Discipline aziendali, giuridiche, economiche, quantitative, non separate ma interdipendenti nei contenuti, aperte e in dialogo con il mondo esterno (le aziende, ma non solo ...), finalizzate a fornire allo studente le competenze, teoriche e pratiche, indispensabili per assumere in prospettiva posizioni di responsabilità nei vari ambiti del management.

Le principali tematiche che lo studente incontra nel biennio e che organizza nel suo piano di studio - avendo a disposizione una ventina di insegnamenti specifici e altre attività formative - possono essere sintetizzate nei termini qui di seguito riportati.



Le discipline per il Manager

“Chi governa l’impresa come e perché, i rapporti tra proprietà e direzione, i conflitti di interesse, la struttura a gruppo e i meccanismi di controllo, i rapporti con i mercati finanziari. Tutto ciò condiziona ed è condizionato dalle scelte strategiche delle imprese in tema di sviluppo, ristrutturazione, risanamento, rilancio”.

Management Strategico e Corporate Governance, Lara Penco

“Lo scenario competitivo è oggi il mondo intero. I processi di globalizzazione devono essere conosciuti e interpretati. Gli strumenti che le imprese hanno a disposizione per affrontare da protagoniste i cambiamenti in atto a livello internazionale tenendo conto di tutte le dimensioni coinvolte ivi comprese quelle della multiculturalità”

Management Internazionale interculturale, Clara Benevolo

“Le nuove frontiere che si aprono al marketing in rapporto alle tendenze evolutive dei mercati e della domanda. Si impongono strategie e politiche centrate sulla creazione di valore per il cliente. Valore da analizzare e misurare mediante l’utilizzo di appropriate metodologie e strumentazioni in connessione con la gestione delle relazioni e dei canali di distribuzione”

Marketing Management e Digital, Giorgia Profumo

“Tra mercato e tecnologia si gioca la partita dell’innovazione ovvero il futuro dell’impresa. La conoscenza delle dinamiche del contesto tecnologico è essenziale per elaborare efficaci strategie innovative, indispensabili per la sua competitività. Il lancio di nuovi prodotti, la creazione di nuovi mercati rappresentano un cruciale ambito di verifica”

Management e Marketing dell’Innovazione, Nicoletta Buratti

“La gestione per processi è di estrema importanza ai fini della creazione di valore. I principi e le metodologie dell’Operations Management divengono fondamentali per gestire supply chain distribuite a livello globale in un’ottica di network che sappia valorizzare al massimo sinergie e relazioni”

Operations Management , Silvia Bruzzi



“L’impresa vive nel tempo, è una categoria storica. La conoscenza dell’evoluzione dei sistemi aziendali - dimensione delle imprese, forme di governance, rapporti tra pubblico e privato - in un’ottica di lungo periodo è indispensabile per capire dove siamo e dove possiamo andare. Ciò vale in modo particolare per il nostro Paese”

Storia di Impresa, Luisa Piccinno

“Il corso affronta le grandi sfide al cambiamento organizzativo implicate dall’innovazione tecnologica e dalle scelte di riconfigurazione strategica. Le problematiche esaminate variano anche alla luce degli interessi specifici degli studenti, che lavorando in gruppo con modalità didattiche altamente partecipative costruiscono approfondimenti originali ed analizzano criticamente teorie e casi di studio, dalla digitalizzazione dei processi produttivi al cambiamento strutturale, culturale, nei processi decisionali, nella comunicazione interna ...”

Cambiamento Organizzativo, Angelo Gasparre

“The course’s objective is twofold. First, making use of basic game theory tools, we aim to provide a detailed introduction to the main theoretical models that constitute the modern approach to industrial organization. These models will then be used in order to introduce students to the main issues of modern competition policy. Second, the course aims to provide students with some theoretical and empirical tools that can be used to study the current weaknesses of the Italian economy”

Market Structure and Competition Policy, Maurizio Conti

“A manager has to master economic issues and industrial policy, but moreover he has to understand the big problems in economic policy. In this perspective, students are invited to deal with some relevant topics: from welfare needs to financial markets functioning, to new digital technologies implications”

Issues in Economic Policy, Luca Beltrametti

“Non c’è soltanto la fisiologia delle imprese, esiste anche la patologia. Occorre pertanto misurarsi - e qui entra in campo il diritto - con le crisi e con



le modalità di gestione delle stesse: dalla disciplina delle procedure concorsuali agli strumenti di composizione delle crisi attraverso piani di risanamento, accordi di ristrutturazione dei debiti, transazioni fiscali”

Diritto delle Crisi di Impresa, Marco Arato

“Il lavoro e le sue organizzazioni di rappresentanza costituiscono uno stakeholder fondamentale delle imprese. Conflitto, contrattazione sindacale ai diversi livelli, accordo, sciopero e serrata sono gli elementi costitutivi delle relazioni industriali che nel nostro Paese sono il frutto di un singolare percorso storico e giuridico”

Diritto delle Relazioni Industriali, Gisella De Simone

“Modelli e tecniche di ricerca operativa - programmazione matematica e project management - con cui il manager affronta problemi di pianificazione e scelte strategiche e operative. L'analisi di casi di successo ne costituisce l'ambito di sperimentazione tramite l'utilizzo di Excel e di alcuni tra i più diffusi ambienti software di ottimizzazione”

Ricerca Operativa per il Management, Daniela Ambrosino

“I dati, sempre più numerosi, sono una materia prima di cui il manager si avvale. Come rilevarli, come costruire campioni probabilistici significativi allo scopo di analizzare i comportamenti di acquisto e le preferenze individuali, segmentare i mercati? L'applicazione delle relative metodologie potrà avvalersi di appropriati software statistici”

Statistica per il Marketing e per il Management, Luca Persico

“Parlare di Risorse Umane è un dato acquisito, ma fortemente riduttivo. L'impresa è prima di tutto una comunità di persone con le loro motivazioni ed esigenze, i loro problemi; ci sono potenzialità da comprendere, valutare, gestire in coerenza e sinergia con le finalità dell'impresa, attenti anche alle nuove problematiche del diversity management, del total reward, del welfare aziendale”

Gestione delle Risorse Umane e Comportamento Organizzativo, Teresina Torre



“L’etica è intrinseca, connaturata alla razionalità economica in vista del bene comune di tutti e di ciascuno. Non si può farne a meno. L’impresa non produce soltanto beni e servizi per il mercato ma anche relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale è elemento costitutivo dell’essere e fare impresa”

Etica economica e Responsabilità sociale delle Imprese, Riccardo Spinelli

“In the digital word, communication is continuously changing. Theoretical models and experiences are confirming this trend. So, web marketing and social media marketing are becoming necessary elements in the new ways of the relationship between enterprise and its real and potential clients”

Digital Communication, Diana Buzzo

“L’informatizzazione e la rete rappresentano ormai una tematica trasversale che riguarda tutte le discipline. Al fine di coglierne la portata si rendono indispensabili approfondimenti specifici sui fondamenti dell’economia digitale, sulle proprietà e sul ruolo delle tecnologie internet based, sui conseguenti modelli di business”

eBusiness, Riccardo Spinelli

“La capacità di seguire un progetto in ogni sua fase evolutiva nel rispetto dei vincoli – di tempi, costi, risorse allocate, obiettivi e qualità - assegnati dalla committenza, sia essa esterna che interna, costituisce oramai una delle competenze fondamentali per la vita dell’impresa: per questo occorre che il futuro manager ne conosca fondamenti e strumenti”

Project Management, Debora Sarno

“L’avvio di attività imprenditoriali può essere una valida opzione per l’inserimento dei giovani nel mondo del lavoro. Occorre cultura di impresa e competenze specifiche a partire dalla predisposizione del business plan, come strumento di verifica della fattibilità economica e finanziaria di una nuova iniziativa”

Imprenditorialità e Start-Up, Pier Maria Ferrando



Le intelligenze giuste per il Manager del futuro...

Questa dunque la sintesi di un percorso - potremmo quasi definirlo di un'avventura - che si dipana tra valori, ricerca di senso, conoscenze, competenze, abilità anche pratiche.

Cosa ci si propone in definitiva? Howard Gardner, nel suo famoso saggio 'Cinque chiavi per il futuro' del 2007, aveva introdotto cinque intelligenze che dovrebbero caratterizzare il manager. Ebbene, con questa laurea magistrale cerchiamo in qualche misura di anticiparle, di sperimentarle. Si tratta:

- ◆ dell'**intelligenza disciplinata**, che nasce dal gusto per lo studio, per la continua acquisizione di conoscenze specialistiche;
- ◆ dell'**intelligenza sintetizzatrice** con la quale gestire le molteplicità delle forme di informazione sapendovi mettere ordine;
- ◆ dell'**intelligenza creativa** con la quale ricercare nuove idee, nuovi modi di fare;
- ◆ dell'**intelligenza relazionale**, che si alimenta nella fiducia, nella capacità di comunicazione, di ascolto, di lavorare in gruppo;
- ◆ dell'**intelligenza etica**, attenta al buono, al giusto, al sostenibile.



Tanti modi per insegnare e apprendere

Le modalità didattiche sono molteplici ma non casuali né eterogenee. Sono funzionali alle specificità di ciascun insegnamento e hanno tutte una comune caratteristica: quella del coinvolgimento e della partecipazione attiva dello studente.

- ▲ Lezioni frontali con discussione
- ▲ Esercitazioni applicative
- ▲ Simulazioni
- ▲ Seminari
- ▲ Studio di casi
- ▲ Testimonianze aziendali di imprenditori e di manager
- ▲ Project work, preparazione di lavori di gruppo discussi con manager
- ▲ Utilizzo di software didattici
- ▲ Business games
- ▲ Visione e discussione di film





Altre iniziative

Il Corso di Studi promuove l'avvicinamento al mercato del lavoro, organizzando direttamente iniziative mirate (nell'autunno 2017 ha fatto tappa a Genova il progetto "Imiglioridavvero" promosso da Capgemini) e incoraggiando la partecipazione dei propri studenti a iniziative formative di Ateneo, ad esempio alle occasioni dei **Career Days**.

Ci fa piacere rimarcare la significativa partecipazione degli studenti di Management al progetto **Voglio fare il Manager**, nato da un'idea di ManagerItalia - cui nel tempo si sono aggregate FederManager, AIDP, ASCOM, Confcommercio e Confindustria - in collaborazione con l'Ateneo sin dalla sua prima edizione. Specifico supporto viene offerto agli studenti per prepararsi al colloquio di selezione, che in molti casi è la prima occasione di questo tipo che affrontano.

Il corso di Laurea promuove il progetto **High-tech Entrepreneurship**, realizzato in collaborazione con IIT e sponsorizzato dalla San Quirico spa, che affiancando ricercatori e studenti consente percorsi di contaminazione delle competenze.

Alcuni studenti di Management partecipano quest'anno al Progetto **Demola** – un disruptive innovation lab – progetto internazionale volto a favorire

Infine, incentivata e supportata è la partecipazione a competizioni esterne, quali il **Procter&Gamble Award**.



Valutare il Corso di Laurea in Management

L'Opinione degli Studenti

Dagli oltre 800 questionari compilati dagli studenti al termine di ciascun insegnamento nell'anno accademico 2016-2017, ultimi disponibili, emergono giudizi lusinghieri sull'insieme dei nostri insegnamenti. Il livello di soddisfazione manifestato risulta sistematicamente superiore alla media del Dipartimento.

Di seguito le percentuali degli studenti che si dichiarano molto soddisfatti, soddisfatti o abbastanza soddisfatti.

	Dati Laurea Magistrale in Management	Media dati Lauree Magistrali del Dipartimento di Economia
Carico di studio equilibrato e proporzionato	79.4%	77.5%
Adeguatezza e disponibilità del materiale didattico	82.2%	65%
Chiarezza delle modalità di esame	84,15.0%	69%
Coinvolgimento da parte del docente	84.97.9%	77.5%
Interesse dell'insegnamento	88.04%	82%

E dopo la laurea?

Dall'indagine di Almaurea riferita al 2016 risulta che, a un anno dal conseguimento della laurea magistrale, lavora il 86,7% dei nostri laureati, contro una media del 71,2% dei laureati di percorsi formativi dello stesso tipo.

Inoltre, l'86% dei nostri laureati dà un giudizio positivo dell'efficacia (molto efficace, efficace, abbastanza efficace) del lavoro svolto, contro una media nazionale dell'84,2% e il dato aumenta se rilevato a 3 e a 5 anni.

Superiore per i nostri laureati è il dato relativo alla retribuzione netta mensile, nei tre anni considerati.



Corso di Laurea Magistrale in Management

DIEC – Dipartimento di Economia

Scuola di Scienze Sociali

Università degli Studi di Genova

Via Vivaldi 5 – 16126 – Genova

www.economia.unige.it

