

## **MASTER IN MANAGEMENT E INNOVAZIONE DELLE IMPRESE**

### **2019/2020**

Il programma si svolgerà nell'arco temporale compreso tra il 20 Maggio 2019 e il 21 Giugno 2020, con sospensione di due mesi tra luglio e settembre.

Le domande di ammissione dovranno essere inviate a ISFOR

#### **ENTRO IL 10 maggio 2019**

Per informazioni rivolgersi a Anna Maffina, ISFOR, via Pietro Nenni, 30 – Brescia, Tel. 030 22 84 511, e-mail [info@isfor2000.com](mailto:info@isfor2000.com).

#### **GLI OBIETTIVI DIDATTICI E FORMATIVI**

- Comprendere che l'impresa è un sistema complesso e acquisire una visione dell'impresa strategica, integrata e orientata alla responsabilità e alla sostenibilità;
- Apprendere strumenti di pianificazione e analisi dei risultati aziendali;
- Acquisire capacità e strumenti di innovazione di funzioni, processi e prodotti e strumenti di innovation management, in un quadro competitivo in costante evoluzione e con particolare riferimento ai temi della trasformazione digitale;
- Conoscere le linee di sviluppo delle tematiche di organizzazione e di gestione delle risorse umane in un quadro di partneriato evoluto tra azienda e persone;
- Riflettere sull'importanza delle competenze trasversali e allenarsi ad acquisire nuovi comportamenti organizzativi per raggiungere più elevate performance manageriali;
- Acquisire strumenti di marketing con particolare orientamento al tema dell'internazionalizzazione e del marketing digitale.

#### **LA STRUTTURA DEL MASTER**

Il programma del Master è articolato in **sei moduli** per altrettante aree tematiche.

Il master prevede un percorso trasversale a tutti i moduli denominato "Esperienza d'impresa" in cui troveranno spazio testimonianze di imprenditori e manager per favorire il dialogo costante tra teoria e pratica.

## PROGRAMMA

### **MODULO 1 PIANIFICARE GLI OBIETTIVI E LE RISORSE E ANALIZZARE I RISULTATI IN UN'OTTICA DI INNOVAZIONE E DI CONTROLLO**

#### ***Prima parte - I Sistemi di Programmazione e Controllo***

Il modulo fornisce le competenze specifiche e gli strumenti funzionali all'interpretazione e all'analisi del bilancio, al calcolo dei costi, ai sistemi di budget e di reporting e alla misurazione delle performance, con orientamento all'analisi degli equilibri economico-finanziari passati, attuali e prospettici. In tale quadro si favorisce il potenziamento delle capacità gestionali e di impiego delle informazioni aziendali a supporto delle decisioni operative e finanziarie, tattiche e strategiche, in situazioni di continuità, di cambiamento, di crisi.

*Referente scientifico: Mario Mazzoleni*

#### ***Seconda parte - Finanza aziendale e innovazione***

Affronta le scelte di struttura finanziaria dell'impresa e la valutazione delle operazioni di investimento. Quest'area disciplinare intende altresì favorire sia l'acquisizione di metodi per la copertura del fabbisogno finanziario di breve, medio e lungo periodo, sia la sperimentazione di strumenti volti alla gestione dei rischi finanziari in azienda.

Una seconda parte del modulo sarà dedicata alle scelte manageriali in grado di promuovere e gestire l'innovazione, elemento fondamentale per la competitività.

*Referente scientifico: Roberto Savona*

### **MODULO 2 PIANIFICARE E GESTIRE LA PRODUZIONE E LA SUPPLY CHAIN IN OTTICA LEAN E 4.0**

Dopo aver definito ed inquadrato i sistemi produttivi, il modulo fornisce una visione d'insieme dei processi di pianificazione del sistema logistico-produttivo (pianificazione della domanda, dei materiali, degli approvvigionamenti, della produzione, della distribuzione) descrivendone le principali caratteristiche concettuali e attraverso esempi reali. Il modulo affronta inoltre il tema "dell'Industria 4.0" illustrandone le tecnologie abilitanti e gli impatti sulla supply chain e sui processi logistico-produttivi. E' inoltre completato dall'illustrazione dei principi e metodi applicativi fondamentali del lean management.

*Referente scientifico: Nicola Sacconi*

### **MODULO 3 MODERNIZZAZIONE ORGANIZZATIVA E DELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE**

I contenuti formativi del modulo si propongono di fornire strumenti analitici e operativi per favorire la modernizzazione organizzativa delle piccole e medie imprese e l'innovazione della gestione e dello sviluppo delle persone. I due aspetti sono interrelati e convergono verso la sperimentazione e realizzazione dei cosiddetti high performance work systems. In altri termini

l'obiettivo è la progettazione di assetti organizzativi e di pratiche di gestione delle risorse umane per il rafforzamento della competitività e delle prestazioni d'impresa.

Nella seconda parte del modulo un approfondimento specifico è dedicato ai temi delle politiche retributive variabili, ai piani incentivanti e ai sistemi avanzati di relazioni industriali.

*Referente scientifico: Sergio Albertini*

## **MODULO 4 DALL'HR MANAGEMENT AI COMPORTAMENTI ORGANIZZATIVI, COSTRUIRE LE COMPETENZE TRASVERSALI**

In continuità con il precedente, questo modulo parte dai profili più avanzati di people management evidenziando l'importanza di orientare e "allenare" comportamenti organizzativi delle persone, coinvolte ai diversi livelli dell'impresa, coerenti con gli obiettivi aziendali.

Il modulo tratta le tematiche trasversali a più elevato impatto sulla performance individuale e aziendale: la gestione delle risorse personali, la resilienza, la motivazione personale e delle risorse gestite, la leadership, il coaching come metodologia di coordinamento delle persone, la comunicazione, la negoziazione. Un approfondimento specifico è dedicato al tema del public speaking, che completa il quadro delle competenze utili per raggiungere l'eccellenza professionale.

*Referente scientifico: Cinzia Pollio*

## **MODULO 5 MARKETING E COMUNICAZIONE IN UN CONTESTO GLOBALIZZATO**

Il modulo si propone di fornire le metodologie analitiche e gli strumenti operativi necessari per gestire in modo ottimale le relazioni con i clienti attuali e potenziali. Nella prospettiva della customer satisfaction sono affrontate tutte le tematiche del marketing.

In tale quadro, particolare attenzione è posta alle problematiche connesse allo studio e alla previsione della domanda, al posizionamento competitivo dell'impresa, alla gestione del portafoglio-prodotti, nonché alla formulazione delle decisioni concernenti i prezzi, la comunicazione, la forza di vendita e le relazioni con i distributori. Il modulo, riserva inoltre adeguata attenzione alle opportunità offerte dai mercati internazionali e dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

*Referente scientifico: Giuseppe Bertoli*

## **MODULO 6 COMPRENDERE GLI SCENARI DI BUSINESS E DEFINIRE LE STRATEGIE DELL'IMPRESA**

Costruire un vantaggio competitivo è sempre più arduo e meno duraturo. Il modulo conclusivo si prefigge di inquadrare gli strumenti metodologici e le conoscenze per analizzare, comprendere e decidere in merito sia alla localizzazione di attività e di competenze chiave, sia all'innovazione dei prodotti.

Il modulo offre ai partecipanti l'opportunità di formulare e valutare le possibili alternative strategiche, con particolare enfasi sulle tematiche dell'internazionalizzazione, dell'innovazione tecnologica, della crescita aziendale, della gestione delle crisi e della responsabilità sociale d'impresa.

*Referenti scientifici: Mario Mazzoleni e Marco Mutinelli*