

MASTER IN MANAGEMENT E INNOVAZIONE DELLE IMPRESE 2020/2021

Il programma si svolgerà nell'arco temporale compreso tra il **16 novembre 2020** e il 15 dicembre 2021 con sospensione nel mese di agosto.

Le domande di ammissione dovranno essere inviate a ISFOR:

ENTRO IL 6 NOVEMBRE 2020

Per informazioni rivolgersi a Anna Maffina, ISFOR, via Pietro Nenni, 30 – Brescia, Tel 030 22 84 511, e-mail 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;
- Gestire la complessità in un periodo caratterizzato dall'incertezza legata alla crisi sanitaria e economica e dalla dinamicità e imprevedibilità dei mercati globali;
- Sviluppare il concetto di impresa e di organizzazione resiliente, in grado di sapersi adattare rapidamente ai cambiamenti;
- 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 partenariato evoluto tra azienda e persone e con l'obiettivo di una maggiore resilienza organizzativa;
- 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 E IL PROGRAMMA 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

Il modulo fornisce le competenze specifiche e gli strumenti per l'interpretazione e l'analisi dell'andamento e dell'equilibrio economico finanziario aziendale passato, attuale e prospettico. 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 e di crisi.

Prima parte – Il bilancio

Guida alla lettura, comprensione e analisi del bilancio di esercizio. Fornisce le conoscenze e le tecniche idonee ad analizzare i risultati aziendali, interpretare gli indici e conoscere i flussi finanziari. Sviluppa capacità critiche e di giudizio.

Referente scientifico: Mario Mazzoleni

Seconda parte – I sistemi di programmazione e controllo

Illustra le modalità per implementare un efficace sistema di programmazione e controllo per analizzare dati ed informazioni, pianificare e controllare la gestione, fornendo altresì le conoscenze di base per l'analisi della dinamica economica e finanziaria.

Referente scientifico: Antonella Cugini

Terza parte - Finanza aziendale

Affronta le scelte di struttura finanziaria dell'impresa e la valutazione delle operazioni di investimento. Favorisce l'acquisizione di metodi per la copertura del fabbisogno finanziario e di strumenti per la gestione dei rischi finanziari in azienda.

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 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. È 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 e il raggiungimento di una maggiore resilienza organizzativa.

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, con gli attuali scenari in cui aumentano variabilità, incertezza, complessità e ambiguità, 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 della sostenibilità, dell'internazionalizzazione, dell'innovazione tecnologica, della crescita aziendale e della gestione delle crisi.

Referenti scientifici: Mario Mazzoleni e Marco Mutinelli