

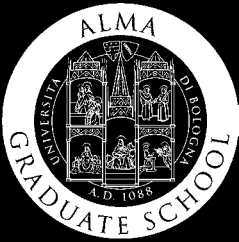
10
ANNI

executive
master in
technology
and
innovation
management


IV edizione / 2011 - 2012

Business Education at
the University of Bologna





executive master
lingua italiana
part time

A man with a shaved head and a slight smile, wearing a dark grey sweater over a light blue collared shirt, is leaning against a red Ducati motorcycle. His right hand rests on the black seat, and his left arm is extended towards the handlebars. The motorcycle's red frame and engine components are visible. The background is a blurred indoor setting with red and black elements.

In un mondo in cui tutto cambia
con crescente rapidità il successo
dell'impresa è legato a doppio filo
• con la capacità di sostenere
il desiderio del cliente con
nuovi prodotti che siano
emotivamente coinvolgenti.

Claudio Domenicali
Direttore Generale,
Ducati Motor Holding

contenuti

1 il master per chi genera innovazione

- i direttori	11
- perché questo master?	12
- obiettivi del programma	14
- a chi è rivolto	17
- i partner del programma	18

2 un anno nella fabbrica dei leader

- il layout del programma	22
- i corsi	24
- i workshop	28
- i progetti applicativi	32
- le modalità di svolgimento	34
- la piattaforma e-learning	36
- il calendario	38
- il team dei docenti	40

3 nella scuola delle idee in azione

- perché alma, perché bologna	47
- alma graduate school: idee in azione	48
- facilities	50
- investiamo insieme sul futuro	52
- master lecture	54
- advisory board	56
- management	57

informazioni	58
--------------	----

le persone
sono al centro
e il motore
dei processi
d'innovazione
tecnologica






Imparare a gestire l'innovazione
è il modo migliore per rimanere
in un'azienda di successo
e poter competere
con le eccellenze del settore.

1 il master per chi genera innovazione

- i direttori	11
- perché questo master?	12
- obiettivi del programma	14
- a chi è rivolto	17
- i partner del programma	18



il settore delle
scienze della vita
ha potenzialità
di innovazioni
tecnologiche
strategiche per lo
sviluppo dell'intero
sistema economico

i direttori

Due direttori, due esperienze, una conoscenza senza limiti. Una docente universitaria tra le più attive nella ricerca a livello internazionale sui temi dell'innovazione tecnologica. Un executive di grande successo in una delle principali multinazionali ed ora alla guida di uno dei gioielli del "Made in Italy".

La certezza di coniugare la conoscenza di frontiera con l'efficacia dell'execution nel management delle tecnologie e dell'innovazione.



Andrea Pontremoli

a.pontremoli@dallara.it

Dal 2007 Amministratore Delegato e Socio di Dallara Automobili. Entrato in IBM nel 1980 con il ruolo di Hardware Customer Engineer, ha ricoperto incarichi di crescente responsabilità nell'ambito del marketing e dei servizi. Dopo alcune esperienze all'estero, nel 2001 torna in Italia come General Manager IBM Global Services South Region. Nel 2004 è nominato Presidente e Amministratore Delegato della IBM Italia. Membro di vari consigli di amministrazione, è Cavaliere di Gran Croce Ordine al Merito della Repubblica Italiana e ha ricevuto una laurea ad honorem dall'Università di Parma.



Rosa Grimaldi

rosa.grimaldi@unibo.it

Professore di Gestione dei Progetti di Innovazione presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna. Laureata in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Torino, ha conseguito un Master in Technology and Innovation Management presso lo SPRU, Sussex University, UK, un Dottorato di Ricerca ed è stata Visiting Scholar presso la University of Michigan. È autore di numerose pubblicazioni internazionali su temi di innovation management, imprenditorialità, creazione di nuove imprese e internazionalizzazione delle attività di R&S.

perché questo master?

La generazione e lo sviluppo industriale di innovazioni tecnologiche sono attività chiave per garantire alle imprese la possibilità di conseguire e mantenere una posizione competitiva di successo sui mercati internazionali.

La centralità di queste tematiche richiede alle aziende un'attenzione crescente alle problematiche e alle tecniche di gestione dell'innovazione.

A tal fine è importante realizzare investimenti strutturati che creino le condizioni favorevoli allo sviluppo di innovazione e che prevedano l'utilizzo e il raffinamento delle conoscenze tecnologiche esistenti e l'investimento nello sviluppo e nell'utilizzo di nuove tecnologie.

L'Executive Master in Technology and Innovation Management offre:

un'opportunità di cambiamento per le imprese che vogliono migliorare la propria competitività attraverso lo sviluppo di risorse chiave;

un percorso di formazione per manager e professionisti che permette di:

- capire le evoluzioni delle tecnologie, prevedere le loro potenziali applicazioni e implementarle nei propri contesti di riferimento;
- valorizzare e utilizzare le conoscenze tecniche già possedute per soddisfare nuovi mercati o bisogni inespresi;
- acquisire sensibilità rispetto all'impatto dell'innovazione sui processi organizzativi e gestionali;

un programma sviluppato in collaborazione con importanti imprese e compatibile con l'attività lavorativa di manager, professionisti e imprenditori;

una Faculty interdisciplinare composta da personalità eccellenti del mondo universitario, delle imprese e della consulenza;

un percorso originale caratterizzato da una pluralità di corsi, seminari, progetti applicativi e altre situazioni informali di apprendimento, pensato per supportare la crescita sia personale sia professionale.

obiettivi del programma

Il Master fornisce ai partecipanti competenze di gestione della tecnologia e dell'innovazione, l'abilità di valutare le potenzialità e i benefici delle conoscenze tecnologiche e la capacità di applicarle strategicamente per la creazione di valore nei propri contesti lavorativi.

Il programma risponde alle esigenze delle imprese orientate all'innovazione di avere professionisti tecnici in grado di:

- **comprendere e gestire le dinamiche dei processi innovativi;**
- **immaginare utilizzi delle proprie conoscenze tecnologiche in altri ambiti industriali;**
- **costruire sulle conoscenze pregresse e svilupparne nuove al fine di migliorare la performance e la competitività delle proprie aziende.**



Il Master mi ha offerto
i fondamenti teorici
per comprendere
il funzionamento
della mia azienda e
numerosi spunti
per cercare di migliorarlo.

Riccardo Parenti

Ricerca e Sviluppo - Engine Management Leader

Automobili Lamborghini

ENTIM 2010/2011



La gestione
dell'innovazione
è fondamentale
per la competizione
e il successo
delle imprese.

Silvia Lombardi

Innovation Technology Manager

Aeroporto G. Marconi Bologna

EMTIM 2009/2010

a chi è rivolto

L'Executive Master in Technology and Innovation Management si rivolge a:

- Professionisti esperti con più di 3 anni di esperienza, che lavorano nell'area tecnica di imprese orientate all'innovazione (tecnici, progettisti, ricercatori, sviluppatori, project manager, ingegneri)
- Responsabili di team o unità organizzative ad elevato contenuto di innovazione tecnologica
- Professionisti esperti, manager e consulenti che gestiscono progetti ad alto contenuto innovativo
- Imprenditori in settori con elevato utilizzo di tecnologie innovative.

i partner del programma

Le imprese partner hanno collaborato attivamente alla progettazione della prima edizione del Master. Sono imprese per le quali la gestione dell'innovazione tecnologica rappresenta una competenza chiave alla base della creazione di valore. Partendo dai principali problemi e temi che queste imprese hanno sollevato nella fase di progettazione relativamente alla gestione dell'innovazione tecnologica nei propri contesti lavorativi, è stato possibile mettere a fuoco e capire le esigenze di aziende orientate all'innovazione più in generale e le loro aspettative rispetto a questo percorso di formazione.

booz&co.

 GE imagination at work

CLUB INNOVATORI
UNIVERSITÀ BOLOGNA

GEOX
R E S P I R A

dalara

DATALOGIC

IMA 
Sharing Passions

DUCATI



 **Electrolux**

PIRELLI

 **Enel**
ENERGIA PER IL MONDO

 **SACMI**

G.D

SEAT PAGINE GIALLE

Le successive edizioni del master hanno permesso di allargare l'insieme di realtà coinvolte nella fase di riprogettazione annuale ed erogazione del programma. Le imprese collaborano inoltre all'organizzazione di testimonianze, nella discussione di casi aziendali, nella realizzazione dei project work e nelle visite aziendali agli stabilimenti e centri di ricerca.

Alle precedenti edizioni hanno collaborato:

- | | |
|-------------------------|-------------------------------|
| - aeroporto g. marconi | - istituto ortopedico rizzoli |
| - barilla | - ima |
| - biomérieux | - indesit |
| - booz&co | - lamborghini |
| - club degli innovatori | - loccioni group |
| - centro ricerche fiat | - MG2 |
| - dallara | - pirelli |
| - datalogic | - porsche consulting |
| - ducati | - sacmi |
| - duna corradini | - seat pagine gialle |
| - electrolux | - telecom |
| - enel | - tetra pak |
| - ferrari | - toro rosso |
| - gd group | - trevigroup |
| - ge | |
| - geox | |
| - guala closures | |
| - kodak | |



La sfida più grande
per un'impresa
non è vendere prodotti
ma acquisire clienti
attraverso l'organizzazione
strategica delle risorse
e una continua innovazione.

Alessandro Ditillo

R&D Manager

Soilmec

EMTIM 2010/2011

2

un anno nella fabbrica dei leader

- il layout del programma	22
- i corsi	24
- i workshop	28
- i progetti applicativi	32
- le modalità di svolgimento	34
- la piattaforma e-learning	36
- il calendario	38
- il team dei docenti	40

il layout del programma

Il Master ha una durata di 12 mesi per complessive 30 giornate d'aula articolate in 15 residential di due giornate (venerdì e sabato) organizzati di norma ogni 3 settimane.

Ai 15 residential si aggiunge la giornata conclusiva di presentazione dei project work alla quale vengono invitati i rappresentanti delle imprese partecipanti e la community del master.

Oltre alle attività d'aula svolte in Alma sono previsti 4 incontri in impresa dedicati all'analisi delle soluzioni operative e organizzative adottate nella gestione delle tecnologie e dei processi di innovazione, di ricerca e di sviluppo nuovi prodotti.

Il metodo di insegnamento si basa su un approccio interdisciplinare che prevede:

corsi core

8 corsi ciascuno di durata compresa tra le 16 e le 32 ore. Includono lezioni frontali, casi e discussioni in aula. Durata complessiva: 160 h

workshop

Seminari e testimonianze tenuti da rappresentanti di imprese e istituzioni. Includono 12 incontri serali della durata di 2 ore e 4 visite pomeridiane in aziende partner. Durata complessiva: 40 h

progetti applicativi

3 attività dedicate alla creazione per i partecipanti di momenti di scambio, di socializzazione e di lavoro in team presso la Scuola. Durata complessiva: 48 h

distance-learning

Apprendimento a distanza attraverso l'utilizzo della piattaforma e-learning della scuola.



Dopo l'esperienza al master
ho avuto la possibilità
di portare all'interno
della mia azienda
la conoscenza acquisita
coordinando un nuovo
team di lavoro denominato
Usage & Innovation Management.

i corsi

Gli 8 corsi di base sono suddivisi in tre aree tematiche:

- **general management**
 - marketing - 16 h
 - strategic cost management - 32 h
- **people management**
 - creativity management - 16 h
 - improving teamwork through managing diversity - 16 h
 - project management - 16 h
- **technology and innovation management**
 - operations strategy - 16 h
 - strategic entrepreneurship - 16 h
 - technology and innovation management - 32 h

general management

marketing

Elisa Montaguti, Università di Bologna

L'efficace commercializzazione dell'innovazione richiede una profonda conoscenza dei meccanismi che regolano la percezione del valore per il cliente e dell'arena competitiva. Ciò implica comprendere i meccanismi che governano i processi di acquisto e di sviluppo dei mercati di riferimento. A partire dall'esame di questi aspetti questo corso intende approfondire le modalità di gestione dell'interazione tra gestione e progettazione dell'innovazione e sua commercializzazione.

strategic cost management

Riccardo Silvi, Università di Bologna

Il corso intende fornire le competenze di base finalizzate a: comprendere le implicazioni economico-finanziarie della gestione; interpretare la performance economico-finanziaria dell'impresa; usare le informazioni di costo per analizzare l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali; gestire i costi nelle fasi progettuali; comprendere il ruolo del controllo di gestione come meccanismo operativo di guida di organizzazioni complesse.

people management

creativity management

Massimo Bergami, Università di Bologna

Il corso intende sviluppare i principali temi riguardanti la creatività in impresa. L'obiettivo è approfondire il rapporto tra creatività e innovazione, sia dal punto di vista del prodotto finale, sia dal punto di vista dei processi organizzativi. Al fine di cogliere a fondo la complessità dei processi creativi il corso prevede un contatto diretto tra partecipanti e personalità del mondo del design, dell'alta cucina e dell'arte per assumere un punto di vista complementare a quello manageriale.

improving teamwork through managing diversity

Massimo Franceschetti, Università di Bologna

Il corso offre in modo semplice e pratico gli elementi di base per la gestione della differenza in un gruppo di lavoro attraverso strategie di comunicazione specifiche.

Alcuni degli argomenti trattati durante il corso sono:

a) imparare a vedere le regole implicite che le persone seguono; b) gestire le pretese; c) comunicare nei conflitti scopi e non sulle opinioni; d) come gestire le differenze di genere e di gerarchia nel gruppo di lavoro. Le attività didattiche sono composte di una parte di dialogo in aula e una di attività pratiche.

project management

Alessandro Grandi, Università di Bologna

Il corso intende fornire ai partecipanti le conoscenze e gli strumenti relativi all'organizzazione e alla gestione dei progetti, con particolare attenzione ai progetti di innovazione. I temi trattati includono: la pianificazione e il controllo dei progetti (tempi, costi e avanzamento tecnico); l'organizzazione dei progetti, il ruolo del project manager e la gestione del team; il risk management; la gestione del portafoglio progetti.

technology and innovation management

operations strategy

Andrea Zanoni, Università di Bologna

Il corso presenta le caratteristiche dei sistemi operativi e le principali interazioni tra scelte di progettazione e struttura produttiva. Vengono svolte le più recenti metodologie finalizzate alla riduzione dei costi, alla qualità e all'affidabilità e si analizza il ruolo dei fornitori nel processo innovativo. Viene analizzata la lean manufacturing evidenziando come l'approccio, nato in produzione, sia applicabile a tutto il contesto aziendale originando la lean organization.

strategic entrepreneurship

Rosa Grimaldi, Università di Bologna

L'obiettivo del corso è fornire ai partecipanti le nozioni e gli strumenti che possono essere utili all'inizio di un processo imprenditoriale, nella fase di sviluppo di nuove idee di business.

Si affronteranno i temi del riconoscimento di opportunità imprenditoriali, dell'analisi di fattibilità di una nuova idea di business dal punto di vista organizzativo, strategico ed economico finanziario e si terminerà con il business plan.

technology and innovation management

Federico Munari, Università di Bologna

Maurizio Sobrero, Università di Bologna

Il corso affronta gli aspetti strategici, organizzativi e gestionali relativi allo sviluppo di innovazioni. Particolare attenzione sarà data agli aspetti organizzativi delle attività di sviluppo nuovi prodotti e di R&S e alla gestione dei progetti di sviluppo nuovi prodotti. Con riferimento a questi ultimi, si analizzeranno gli approcci e le best practice per affrontare e risolvere i problemi nelle diverse fasi dello sviluppo prodotto, al fine di ottimizzare le performance finali in termini di qualità, tempi e costi.

workshop

I workshop si suddividono in 12 incontri serali presso Alma (17,30 – 19,30) e 4 appuntamenti in azienda. Dei 12 seminari presso Alma, 4 saranno dedicati al tema della sostenibilità nei processi di innovazione (managing sustainable business), 4 affronteranno il tema del finanziamento all'innovazione (financing innovation), 4 (highlights) andranno ad approfondire temi correlati ai corsi di base o proposti direttamente durante lo svolgimento del master. Nei 4 appuntamenti 'in company' saranno organizzati seminari tenuti da congiuntamente da management aziendale e da docenti universitari.

managing sustainable business

La sostenibilità, definita come l'insieme delle pratiche ambientali, sociali ed economiche mirate a salvaguardare risorse per le generazioni future e a migliorare i processi di innovazione aziendale è diventata sempre più motivo di preoccupazione per le imprese sia profit sia non-profit. Durante gli incontri verranno esplorate le pratiche e gli strumenti utilizzati per affrontare con sicurezza l'evoluzione del business legata al rendere efficiente la produzione di beni e servizi, al cambiamento del quadro legislativo e alle nuove attitudini di acquisto da parte del mercato consumer e business. Infine il workshop si propone di offrire strumenti analitici e spunti di riflessione per poter essere agenti del cambiamento verso la sostenibilità sociale e ambientale, con particolare riferimento ai processi innovativi.

4 incontri serali

financing innovation

Il finanziamento dell'innovazione e l'interazione con le università sono temi rilevanti per i quali spesso in impresa non esiste know how. Questo ciclo di seminari fornisce conoscenze e strumenti relativi: alla progettazione e gestione dei progetti di finanziamento europeo con particolare riferimento al tema dell'innovazione; ai cambiamenti organizzativi delle aree e uffici delle Università e centri di ricerca italiani nella logica di convergenza della ricerca verso l'innovazione, il prodotto e il mercato; alle procedure e agli strumenti contrattuali.

highlights

Una selezione di temi rilevanti per il percorso formativo, nuovi o già introdotti nei corsi core, viene ripresa nell'ambito di questa serie di incontri che offrono contenuti di tecnologia e una preziosa opportunità di approfondimento di alcuni temi di organizzazione e gestione dell'innovazione, finalizzata ad una migliore conoscenza delle pratiche interne alle proprie aziende e ad una maggiore consapevolezza di come i processi di innovazione sono organizzati e gestiti in altri contesti di riferimento.

4 incontri serali

in company

Il contatto diretto con manager di importanti realtà aziendali nel loro ambiente di lavoro rappresenta una grande opportunità di apprendimento; le visite aziendali permettono a un imprenditore o manager di impresa di tenere un seminario 'in house' su un tema collegato ai contenuti trattati in aula. Gli incontri sono di norma articolati in tre momenti: benvenuto e presentazione istituzionale dell'azienda, visita allo stabilimento e/o agli uffici, speech tecnico su temi inerenti la gestione dell'innovazione (intervengono di solito il direttore R&D o pari ruolo).

4 pomeriggi

Toro Rosso: 8 aprile 2011 visita aziendale



I workshop sono tenuti da professionisti esperti (docenti accademici e manager di imprese) con l'obiettivo di informare i partecipanti relativamente a esperienze internazionali eccellenti.

Nel seminari delle precedenti edizioni sono intervenuti:

Alessandro Amoroso Università di Bologna
Maurelio Boari Università di Bologna
Ferdinando Cannizzo Ferrari
Giuseppe Cucchi Generale
Paolo Di Marco Consulente di Direzione
Gabriele Falciasacca Università di Bologna
Andrea Frabetti Ferretti Group Engineering
Salvatore Improta Consulente
Andrea Lipparini Università di Bologna
Federico Magno Porsche Consulting
Mats Magnusson Chalmers University of Technology
Gian Luca Marzocchi Università di Bologna
Danilo Montesi Università di Bologna
Andrea Prencipe Università G. D'Annunzio e SPRU, Sussex University
Flavio Prestopino Bonfiglioli Consulting
Marco Roccetti Università di Bologna
Scott Shane Case Western Reserve University, US
Vincenzo Vasapoli Tantum Group

Le sessioni In company delle scorsi edizioni si sono svolte presso:

- **barilla**
- **centro ricerche fiat**
- **dallara**
- **datalogic**
- **ducati motor holding**
- **gd**
- **geox**
- **loccioni group**
- **pirelli**
- **toro rosso**



Tecnologia ed innovazione
sono fondamentali
per il successo di un'impresa.
Saperle individuare con prontezza
e gestirle con dinamicità
ci consente di anticipare,
realizzare, sostenere i desideri
ed i bisogni dei nostri clienti

progetti applicativi

I 3 progetti applicativi hanno l'obiettivo di creare per i partecipanti dei momenti di scambio, di socializzazione e di lavoro di team presso la Scuola.

business game

Il business game simula accadimenti aziendali inerenti la gestione strategica e operativa come ad esempio la partecipazione ad una gara e la gestione operativa di una o più commesse, la gestione di attività produttive, il lancio di un nuovo prodotto, l'implementazione di un sistema informativo complesso. In particolare il business game serve per favorire la cultura dell'integrazione e della interfunzionalità nei processi aziendali. La peculiarità del business game consiste nel fatto che i diversi temi non sono trattati attraverso le tradizionali sequenze lezione-esercitazione-debriefing, ma attraverso una simulazione nella quale le persone interpretano i diversi ruoli caratteristici di un'organizzazione per progetti e sperimentano attivamente le criticità tipiche del lavoro in strutture a matrice.

Dallara: partner fondatore del programma



design management and value creation

Si tratta di un laboratorio unico nel suo genere, nel quale i partecipanti sono chiamati a lavorare in team su un progetto specifico relativo alla creazione di valore. Cosa è il valore? Come viene percepito dal consumatore finale? Quali strumenti possiamo implementare per fare in modo che la creazione di valore diventi il filo conduttore delle attività delle imprese innovative e al tempo stesso un modo di pensare e di operare strutturato e continuativo all'interno delle organizzazioni? Durante questo progetto applicativo i partecipanti saranno divisi in gruppi e, sulla base di indicazioni e linee guida relative ad uno specifico progetto, lavoreranno alla creazione di valore usando degli strumenti e metodologie da diverse prospettive, che includono il marketing (e.g. conjoint analysis), la strategia (e.g. blue ocean strategy tools) e le operations (e.g. value stream mapping).

In collaborazione con Porsche Consulting

project work

Confronto più diretto con l'azienda. I partecipanti aggregati in piccoli team affrontano e sviluppano un progetto di lavoro sperimentando in azienda i concetti e le tecniche appresi durante il master.

I contenuti dei Project Work saranno in questo caso sviluppati a partire da interessi specifici delle aziende, che possono includere:

- sperimentazione di nuove metodologie e tecniche per lo sviluppo di innovazione
- azioni per il miglioramento della catena di fornitura e delle relazioni lungo la filiera
- pratiche di co-design per lo sviluppo di nuovi componenti o di prodotti radicalmente innovativi
- sviluppo business plan
- implementazione di reti intra e inter organizzative per il trasferimento tecnologico e condivisione di conoscenza
- l'organizzazione e gestione del co-design attraverso team virtuali/dispersi nei processi di outsourcing tecnologico

Particolare attenzione sarà data al coinvolgimento dei fornitori a monte e dei clienti a valle lungo la filiera.

I progetti si avvarranno del supporto di esperti professionisti (docenti universitari e manager di impresa) che li seguiranno durante tutto il percorso.

modalità di svolgimento

articolazione e struttura degli incontri

Gli incontri frontali presso la sede di Alma si articolano su 30 giornate (2 moduli il venerdì e 2 moduli il sabato), corrispondenti a 15 residential. Ogni residential comprende 4 moduli da 4 ore ciascuno (4 + 4 al venerdì e 4 + 4 al sabato). Il contenuto dei singoli moduli può essere un corso, un incontro nell'ambito dei progetti applicativi o dei project work o una visita aziendale.

I workshop si svolgono invece il venerdì al termine delle attività didattiche e possono essere seguiti da eventi di socializzazione. Il Master prevede che i corsi si sviluppino in successione, per consentire ai partecipanti di approfondire di volta in volta ogni singolo ambito disciplinare. E' prevista una parziale sovrapposizione tra la conclusione di un corso e l'inizio del successivo per valorizzare le interdipendenze e gestire al meglio le sinergie.

Il master si svolge in due luoghi distinti, uno fisico (Villa Gustavillani - sede di Alma - Bologna) e uno virtuale (la piattaforma e-learning, accessibile via internet).

organizzazione dei corsi

L'avvio di ogni corso avviene nell'ambito di un residential e impegna di norma un modulo. Il docente titolare tiene una lezione introduttiva, valuta il livello di competenza dei partecipanti su un dato argomento e li informa relativamente al materiale che troveranno sulla piattaforma, a come utilizzarlo e agli obiettivi del modulo.

Durante le settimane successive i partecipanti continuano il corso sulla piattaforma. L'apprendimento segue quindi un percorso lineare, costantemente monitorato dal tutor del corso, sempre disponibile per chiarimenti e approfondimenti sulle esercitazioni svolte, sui casi studio e sulle altre attività. Si prevedono circa 8 ore di studio a settimana.

Nell'ambito delle settimane dedicate ad ogni corso, si svolge il residential intermedio con un'intera giornata d'aula dedicata al corso in fase di svolgimento. Seguono le rimanenti settimane di studio e attività sulla piattaforma.

La chiusura di tutti i corsi prevede una prova finale per verificare il livello di approfondimento raggiunto.

L'articolazione dei corsi e il numero di residential dedicati ad ognuno di essi dipende dalla durata complessiva dei singoli corsi.

la piattaforma e-learning

Nel 2011 Alma ha sviluppato una nuova piattaforma e-learning a supporto di tutta l'attività didattica della scuola e, in particolare, dei master rivolti a manager e professional già impegnati in impresa.

I partecipanti accedono tramite le proprie credenziali sia all'area corsi sia ad una pluralità di strumenti informativi e di comunicazione. Ogni corso si articola in moduli settimanali sviluppati seguendo una struttura condivisa: una presentazione sintetica, con l'indicazione degli obiettivi da raggiungere; una mappa dei contenuti, dei materiali e delle esercitazioni da svolgere; una guida, divisa in più sezioni, con i contenuti salienti del modulo; una o più attività da svolgere. A seconda dei temi affrontati, le attività proposte assumono la forma di esercitazione, soluzione a casi studio, sviluppo di report e svolgimento di test. Per ciascuna di queste attività, il partecipante potrà confrontare la propria risposta con quella suggerita dal



responsabile del corso, monitorando quindi in tempo reale la qualità del proprio apprendimento.

La nuova piattaforma e-learning ha diverse ulteriori funzionalità e opzioni a disposizione dei partecipanti e dei docenti. In particolare un'area dedicata alla community, la possibilità di tenere traccia dell'avanzamento del percorso, la disponibilità di strumenti per il lavoro collaborativo, particolarmente utili nel caso di lavori di gruppo e nella fase di project work.

Ogni partecipante può comunicare in una pluralità di forme, sincrone e asincrone, con gli altri partecipanti, con il tutor e i docenti del corso, con il coordinatore e con i direttori scientifici.

La piattaforma e-learning della Scuola e i relativi materiali didattici sono utilizzati anche da altre prestigiose scuole di formazione.

il calendario

corsi core
a.m.

NOVEMBRE 2011	Residential 1	Venerdì 11 Sabato 12	Strategic cost management Strategic cost management
DICEMBRE 2011	Residential 2	Venerdì 2 Sabato 3	Strategic cost management Strategic cost management
	Residential 3	Venerdì 16 Sabato 17	<i>Prova d'esame</i> Technology and innovation management
GENNAIO 2012	Residential 4	Venerdì 20 Sabato 21	Technology and innovation management Technology and innovation management
FEBBRAIO 2012	Residential 5	Venerdì 10 Sabato 11	Technology and innovation management Marketing
MARZO 2012	Residential 6	Venerdì 2 Sabato 3	<i>Prova d'esame</i> Marketing
	Residential 7	Venerdì 23 Sabato 24	Operations strategy <i>Prova d'esame</i>
APRILE 2012	Residential 8	Venerdì 13 Sabato 14	Operations strategy
MAGGIO 2012	Residential 9	Venerdì 4 Sabato 5	<i>Prova d'esame</i> Strategic entrepreneurship
	Residential 10	Venerdì 25 Sabato 26	Strategic entrepreneurship Creativity
GIUGNO 2012	Residential 11	Venerdì 15 Sabato 16	Creativity <i>Prova d'esame</i>
LUGLIO 2012	Residential 12	Venerdì 6 Sabato 7	<i>Prova d'esame</i> Project management
	Residential 13	Venerdì 20 Sabato 21	<i>Prova d'esame</i> Teamwork through managing diversity
SETTEMBRE 2012	Residential 14	Venerdì 7 Sabato 8	Teamwork through managing diversity
	Residential 15	Venerdì 28 Sabato 29	<i>Prova d'esame</i>
OTTOBRE 2012	Residential 16	Venerdì 19	

p.m.	workshop e progetti applicativi
Strategic cost management Strategic cost management	Highlights
Strategic cost management Strategic cost management	Highlights
Technology and innovation management Technology and innovation management	Highlights
Technology and innovation management Technology and innovation management	Finance innovation
Marketing	Visita aziendale
Marketing	Visita aziendale
Operations strategy	Business sustainability Design management e value creation
Operations strategy	Visita aziendale, Design mngt. e value creation
Strategic entrepreneurship	Project work; Visita aziendale e Highlights
Strategic entrepreneurship Creativity	Business sustainability
Creativity Project management	Business sustainability Project work
Project management Project management	Business sustainability Project work
Teamwork through managing diversity Teamwork through managing diversity	Project work; Finance innovation
	Finance innovation, Design mngt. e value creation Project work, Design mngt. e value creation
	Finance innovation Project work
	Presentazione Project work

il team dei docenti

Massimo Bergami

Responsabile del corso di Creativity. Professore ordinario di Organizzazione Aziendale presso l'Alma Mater Studiorum-Università di Bologna. È stato Visiting Professor presso la University of Michigan, la University of Florida, la New York University e l'Università Bocconi. È stato consigliere del Ministro della Difesa dal 1996 al 1998 e ha collaborato con il Ministro dell'Industria dal 2000 al 2001. Si occupa di identità organizzativa e di gestione del cambiamento organizzativo. È Consigliere Delegato di Alma Graduate School.

Massimo Franceschetti

Responsabile del corso di Improving team work through Managing Diversity. È un libero professionista. Insegna dal 1993 sui temi della comunicazione. È docente a contratto presso l'Università del Molise e l'Università di Bologna. Insegna Teorie della Comunicazione nel Master Gestione Risorse Umane di Alma Graduate School dell'Università di Bologna e Comunicazione interpersonale all'Università Aperta di Imola. È stato docente per l'Ufficio Sviluppo risorse umane dell'Università di Bologna e dal 1996 al 2004 consulente per lo sviluppo della comunicazione dell'Università di Bologna.

Alessandro Grandi

Responsabile del corso di Project Management. Professore ordinario di Economia e Organizzazione Aziendale presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna, dove è Presidente del corso di laurea in Ingegneria Gestionale. È stato visiting scholar presso la New York University. L'attività di ricerca e professionale riguarda principalmente l'organizzazione e la gestione dei processi di innovazione tecnologica, le strategie e le politiche di sviluppo nei settori high-tech. È consigliere di amministrazione di Alma Mater, CRIT Research, Consorzio Alma-Cube; Responsabile scientifico dell'area Politica Industriale e Sviluppo Locale di Nomisma. Ha collaborato come consulente con imprese industriali e di servizi su temi di strategia e organizzazione aziendale.

Elisa Montaguti

Responsabile del corso di Marketing. Professore di marketing presso la Facoltà di Economia dell'Alma Mater Studiorum-Università di Bologna. La sua attività di ricerca si focalizza in particolare sul tema dello

sviluppo di nuovi prodotti e del marketing di prodotti high-tech. Autore di numerose pubblicazioni in riviste quali l'International Journal of Research in Marketing, Advances in International Marketing e la Mastering Marketing Financial Times series.

Federico Munari

Responsabile del corso Technology and Innovation Management. Professore Associato di Gestione dell'Innovazione e dei Progetti presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna. È stato visiting researcher presso la Sloan School of Management del MIT e la City University di Londra. È coordinatore del dottorato in Direzione Aziendale dell'Università di Bologna e co-direttore del progetto di ricerca "The Economic Valuation of Patents", finanziato dalla Banca Europea degli Investimenti.

Riccardo Silvi

Responsabile del corso di Strategic Cost Management. Professore presso la Facoltà di Economia di Forlì dell'Alma Mater Studiorum-Università di Bologna, dove insegna Controllo Manageriale e dei Costi e Controllo Strategico nelle Imprese Innovative e Start-up. È componente dello steering committee del Cardiff Innovative Manufacturing Research Centre. È stato visiting scholar alla Macquarie Graduate School of Management di Sydney, alla University of Sydney (AUS) e visiting professor presso il Babson College di Wellesley (USA). Si occupa in particolare di controllo di gestione, di misurazione dei risultati e di gestione strategica dei costi. È autore di numerose pubblicazioni a livello nazionale e internazionale e socio fondatore di www.infomanager.it

Maurizio Sobrero

Responsabile del corso di Technology and Innovation Management Professore Ordinario di Gestione dell'Innovazione presso l'Università di Bologna, Ph.D. al MIT, è membro della Production and Operation Management Society. Dal 2006 dirige il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna. Dal 2000 al 2007 è stato Coordinatore del programma di Dottorato di Ricerca in Direzione Aziendale dell'Università. Ha pubblicato 5 libri e oltre 20 articoli internazionali sull'economia e la gestione dell'innovazione. Ha insegnato in diversi

Un'esperienza
travolgente
ed emozionante
che ti apre
la mente e ti porta
a ragionare
in maniera
diversa

Franco Lanza

Responsabile
Organizzazione Industriale

Carlo Serpentino

Assembly Unit Manager

Ducati

EMTIM 2009/2010



programmi per executives in Sud America, Cina e in numerosi paesi europei. Nel 2005 è stato invitato a contribuire allo United Nations World Investment Report. Ha svolto consulenze per diverse imprese e istituzioni. Siede nel Consiglio di Amministrazione della Zignago Vetro SPA come Indipendente e ne presiede il Comitato per il Controllo Interno.

Andrea Zanoni

Responsabile del corso di Operations Strategy. Professore Ordinario di Gestione Aziendale presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna, si interessa di politiche di approvvigionamento e supply chain management. È stato direttore di dipartimento e presidente di corso di laurea. Ha fondato e diretto il CIEG - Centro di studi di Ingegneria Economico-Gestionale. Ha contribuito alla fondazione e all'avvio di Profingest, ora integrata in Alma Graduate School.

Membro di AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale) e di AiIG (Associazione italiana di Ingegneria Gestionale) di cui è stato presidente. Ha maturato esperienze sia in attività di consulenza di organizzazioni pubbliche e private sia come consigliere di amministrazione in Technogym, Centro Ceramico, Econag, Profingest e Alma Graduate School.



Villa Guastavillani, sede di Alma Graduate School - Bologna

3 nella scuola delle idee in azione

- perché alma, perché bologna	47
- alma graduate school: idee in azione	48
- facilities	50
- investiamo insieme sul futuro	52
- master lecture	54
- advisory board	56
- management	57



Due Torri, Bologna

perché alma

Una scuola post laurea che combina le competenze tradizionali di una business school con quelle di centri di competenza di information technology, ingegneria elettronica e scienze della comunicazione. Una scuola post laurea che ha capito prima di altre la necessità di focalizzare i programmi di master su concetti e metodi di lavoro vicini al mondo delle imprese, coinvolgendole in progetti comuni.

perché bologna

È la città dell'Università più antica del mondo occidentale. Si trova in uno snodo fondamentale delle comunicazioni, punto intermedio tra i grandi distretti del packaging, dei motori, della meccanica di precisione, del tessile-abbigliamento, dell'alimentare di fascia alta. È il cuore di una delle regioni più ricche e innovative dell'Europa, nella quale è nato e si è sviluppato un modello imprenditoriale imitato in tutto il mondo.

alma graduate school idee in azione

L'identità di Alma Graduate School of Information Technology, Management and Communication viene costruita attraverso un approccio interdisciplinare e internazionale.

Qui accademici, manager e consulenti di diversa estrazione si confrontano su un piano di parità con i partecipanti ai corsi. Un dialogo senza gerarchie che trasforma talento e idee in competenze e leadership.

Oltre ai master universitari e ai programmi per Executive, la Scuola è accanto a numerose imprese di successo per iniziative formative dedicate ai migliori talenti.

L'entusiasmo e la tenacia con cui porta avanti la missione ha raccolto molte persone che credono e partecipano al progetto, apportando conoscenze, relazioni e contributi tangibili.

Nel campus di Alma Graduate School si respira un'aria diversa, quella prodotta dall'incontro e dal confronto di menti differenti ma con un obiettivo comune: trasformare le idee in azione.



- 01 Alma Sailing Team 2006
- 02 Ivano Dionigi, Rettore Università di Bologna, Alumni Reunion 2010
- 03 Sergio Marchionne, Amministratore Delegato Fiat Group, Mba Lectures 2011
- 04 Romano Prodi, Commencement 2003
- 05 Alec J. Ross, Senior Advisor for Innovation del Segretario di Stato degli Stati Uniti Hillary Clinton, maggio 2011
- 06 Alma Football Team 2010
- 07 Simon J Philips, Presidente Marvel Entertainment International, Commencement 2010



facilities



- Villa Guastavillani è aperta dalle 8 alle 22 dal lunedì al sabato
- 5.000 metri quadrati
- 6 aule multimediali (da 15 a 50 posti)
- 4 sale riunioni, di cui una con videoconferenza
- 1 aula magna con sistema di video proiezione multi-immagine ad alta definizione dolby digitale/streaming/videoconferenza H323 con 3 connessioni parallele
- 10 aule studio
- 2 computer lab (Windows e Mac Os X)
- Biblioteca/banche dati



- Palestra interamente attrezzata con macchinari Technogym
- Ristorante interno
- 1 Gbps di banda interna con LAN a 100 Mbps e connessione verso internet in fibra ottica da 1Gbps
- Rete wireless protetta e sicura in tutta Villa Guastavillani e nel parco circostante
- Sistema e-learning personalizzato su piattaforma moodle



investiamo insieme sul futuro

Crediamo in te. Insieme a UniCredit abbiamo ideato un sistema che ti consente di finanziare integralmente la partecipazione al Master. In questo modo puoi:

- 1 Iscriverti oggi e frequentare il Master:**
UniCredit provvederà all'iscrizione
- 2 Iniziare a rimborsare dopo 2 anni**
la quota d'iscrizione a tassi agevolati
- 3 Completare tra 12 anni**
il rimborso della quota di iscrizione



Prestiti sull'onore

Chi si iscrive a titolo individuale ai Master di Alma nel 2011 può ottenere un prestito sull'onore per il pagamento della quota d'iscrizione che potrà essere restituita nei successivi dodici anni, fino al 2023.

Un prestito sull'onore senza garanzie e a tasso agevolato: è la forma speciale di finanziamento rivolto agli studenti iscritti ai Master realizzati da Alma Graduate School grazie all'accordo con UniCredit.

- importo pari alla quota di partecipazione**
- tasso agevolato**
- senza garanzie**
- rimborsabile in 12 anni**
- senza vincoli di estinzione**

master lectures

La Scuola offre agli Alumni la possibilità di assistere a master lectures, incontri con personalità provenienti dal mondo delle imprese, dalle professioni e dalle istituzioni, finalizzati allo scambio di esperienze e all'apertura di nuove prospettive.

Recentemente sono intervenuti:

Nerio Alessandri Technogym
Andrea Arcangeli SUSE- Novell
Charles Baden-Fuller Cass Business School
Pippo Baudo Rai
Roberto Benigni Regista e attore
Edmondo Berselli Il Mulino
Enrico Bertolino Attore formatore
Ridolfo Bichi Ruspoli Nautor's Swan
Andrea Bocconi Scrittore
Achille Bonito Oliva Critico d'arte
Marco Caprai Cantine Arnaldo Caprai
Loris Capirossi Pilota
Aldo Cazzullo Corriere della Sera
T. Chan Hong Kong Polytechnic
Gherardo Colombo Magistrato
Luca Cordero di Montezemolo Ferrari
Claudio Costa Clinica Mobile
Giuseppe Cucchi Generale
Andrea Cuomo STMicroelectronics
Michael Cusumano MIT
Lorenzo De Martinis Baker & MCKenzie
GianPaolo Di Dio Venture Capital & Private Equity
Bill Emmott Scrittore
Nicola Farinetti Eataly
Ferdinando Fava Istituto "Pedro Arrupe"
Hellmuth Felcht Degussa
Norberto Ferretti Ferretti Group
Alberto Forchielli Mandarin Capital Partners
John Freeman Università della California
Piero Gaffuri Rai
Anna Gervasoni Aifi
Federico Ghizzoni UniCredit
Robert Grant Georgetown University

Andrea Guerra Luxottica
Philippe Haspeslagh Insead
Andrew Hoffman Boston University School of Management
Farouk Kamoun Ecole Nationale des Sciences de l'Informatique
Leonard Kleinrock UCLA
Bruce Kogut Insead
Gad Lerner La 7
Enrico Letta Arel
Massimo Lolli Marzotto
Sergio Marchionne Fiat
Antonio Mastrapasqua Inps
Enrico Mentana Giornalista
Alessandro Merli Il Sole 24 Ore
Francesco Merloni MTS Group
Vittorio Merloni Indesit Company
Stefano Micossi Assonime
Alessandro Minuto Rizzo Nato
Mauro Moretti Ferrovie dello Stato
Andrea Muccioli San Patrignano
Alessandro Nanni Costa Centro Nazionale Trapianti
Gina Nieri Mediaset
Michael O'Leary Ryan Air
Vincenzo Onorato Mascalzone Latino
William Ouchi Anderson Graduate School of Management
Marco Palmieri Piquadro
Dan Peterson Giornalista e Allenatore
Carlo Petrini Slow Food
Andrea Pezzi Conduttore televisivo
Maria Pierdicchi Standard and Poor's
Alfredo Pirri Artista
Alessandro Politi Commentatore strategico
Jerry Porras Stanford University
Monica Possa RCS
Ratko Rudic Nazionale Usa pallanuoto
Ferdinando Salleo Ambasciatore
Eli Salzberger University of Haifa
Hersh Shefrin Santa Clara University
Richard Stallman Free Software Foundation
Pierluigi Stefanini Presidente Unipol
Giovanni Tamburi Tamburi e Associati
Angelo Tantazzi Borsa Italiana
Sue Thexton Macromedia Europe
Gianluca Trequattrini Banca d'Italia
Alberto Vacchi IMA
Claudio Velardi Reti
Nicola Volpi Permira Associati
Richard Whish King's College London
Peter Williamson Insead
Paolo Zegna Ermenegildo Zegna



advisory board

Richard P. Bagozzi, Professore di Marketing, University of Michigan

Gilberto Benetton, Presidente, Edizione Holding and Autogrill

Franco Bernabè, Presidente, Telecom Italia

Antonio Calabrò, Direttore Affari Istituzionali e Relazioni Esterne, Pirelli & C.

Josè de la Torre, Professore e Rettore Emerito, Florida International University

Gabriele Del Torchio, Presidente e Ceo, Ducati Motor Holding

Giancarlo Galeone, Ceo, Ferretti Group

Sergio Giunti, Presidente, Giunti Editore

David Gosset, Direttore Accademia Sinica Europea CEIBS, China-Europe International Business School

Luca Majocchi, Ceo, Meccano

Roberto Nicastro, Direttore Generale, UniCredit Group

Angelos Papadimitriou, Ceo, Gruppo Coesia

Andrea Pontremoli, Ceo, Dallara Automobili

Romano Prodi, già Presidente della Commissione Europea e Professore, CEIBS and Brown University

Gabriel Sanchez Zinny, Senior Partner, Egon Zehnder International, Usa

Claudi Santiago, Presidente e CEO, GE Oil & Gas

Ronald P. Spogli, già Ambasciatore degli Stati Uniti in Italia e partner fondatore, Freeman Spogli & Co



management

Presidente

Gianni Lorenzoni

Vice Presidente

Piero Gnudi

Consigliere Delegato

Massimo Bergami

Consiglieri

Filippo Andreatta

Andrea Babbi

Maurelio Boari

Lorenzo Donatiello

Gabriele Falciasacca

Roberto Grandi

Francesco Mezzadri Majani

Fabio Roversi Monaco

Davide Trevisani

Andrea Zanoni

Direttore Generale

Alfredo Montanari

Coordinatori d'area

Maurelio Boari

Roberto Grandi

Gian Luca Marzocchi

Direttori Master

Emanuele Bajo

Carlo Boschetti

Andrea Cavrini

Gabriele Falciasacca

Simone Ferriani

Massimo Franceschetti

Alessandro Grandi

Roberto Grandi

Rosa Grimaldi

Angelo Manaresi

Gabriele Morandin

Federico Munari

Andrea Pontremoli

Riccardo Silvi

Roberto Vecchi

informazioni utili

Durata:

novembre 2011 - ottobre 2012

Criteri di ammissione:

I candidati devono avere maturato un'esperienza professionale di almeno 3 anni all'interno dell'area tecnica di imprese orientate all'innovazione (tecnici, ingegneri, progettisti, ricercatori).

Il master è aperto anche a liberi professionisti ed è rivolto a laureati e non laureati (in quest'ultimo caso viene richiesta un'esperienza lavorativa di almeno 5 anni).

Prova di ammissione:

L'ammissione è subordinata al positivo esito del processo di selezione, centrato sull'analisi del curriculum vitae e sullo svolgimento di un colloquio per comprendere le motivazioni e il progetto professionale del candidato.

Ammissione:

Il Master è riservato ad un massimo di 45 partecipanti.

Scadenza iscrizioni:

Il termine per la presentazione delle domande di partecipazione è fissato al 31 ottobre 2011.

Quota di partecipazione:

La quota di iscrizione al master è di 14.200 Euro (+ Iva) da corrispondere in due rate:

- la prima di 5.200 Euro (+ Iva) all'atto dell'iscrizione e prima delle attività didattiche;
- la seconda di 9.000 Euro (+ Iva) entro il 31 gennaio 2012.

quote ridotte per i partecipanti a titolo individuale

sconto del 12% per le iscrizioni pervenute entro il 30/09/2011.

Non è prevista la partecipazione di uditori.

Prestito sull'onore UniCredit

-
- importo pari alla quota di partecipazione
-
- tasso agevolato
-
- senza garanzie
-
- rimborsabile in 12 anni
-
- senza vincoli di estinzione
-

Domanda di partecipazione su:

www.almaweb.unibo.it

Per informazioni

Alma Graduate School
Villa Guastavillani
Via degli Scalini, 18
40136 Bologna - Italy

Elisa Lorenzi
Tel. +39 051 2090129
Fax +39 051 2090112
emtim@almaweb.unibo.it
www.almaweb.unibo.it

Alma Graduate School è la scuola post-laurea dell'Università di Bologna, promossa con la collaborazione di Profingest, Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna e Fondazione Guglielmo Marconi. Nata nel 2000, è rapidamente diventata un punto di riferimento nell'executive education, caratterizzandosi per orientamento interdisciplinare, integrazione con il mondo delle imprese e proiezione internazionale. La comunità di docenti, studenti, manager e alumni offre un contesto innovativo per la condivisione di conoscenze e risorse.

