

SYLLABUS

MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO IN STRATEGIE PER LE IMPRESE DEL MADE IN ITALY - MADEin

Anno Accademico 2025-2026

Nome del corso:	Analisi di scenario del Made in Italy: settori e competitività oggi e in prospettiva
Numero di ore:	32
Docenti coinvolti:	Massimiliano Serati

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso propone una riflessione approfondita sui possibili scenari di evoluzione dei settori del Made in Italy in prospettiva globale e di medio periodo, sulla scorta dei megatrend che stanno già oggi trasformando in maniera radicale lo scenario socio-economico mondiale e delle caratteristiche di competitività dei settori di riferimento. A partire da una lettura delle dinamiche macroeconomiche emergenti, il corso si concentra sui possibili futuri che attendono i settori chiave del Made in Italy, con particolare attenzione alle sfide, alle opportunità e alle criticità che interesseranno la loro competitività effettiva e potenziale nei prossimi anni. L'obiettivo è fornire agli studenti strumenti analitici e strategici per comprendere e interpretare le prospettive di settore, valutandone le implicazioni sulla competitività settoriale di oggi e di domani.

Il corso si propone di fornire competenze avanzate per interpretare l'evoluzione futura dei settori che costituiscono il "comparto" del made in Italy e della loro competitività, attraverso l'analisi delle tendenze globali di natura economica, demografica, tecnologica, sociale, ambientale e geopolitica che strutturalmente e in modo sistemico influenzano la competitività delle imprese e dei territori. Gli studenti saranno guidati nell'approfondimento di tutti quei fenomeni che impattano sulla competitività del Made in Italy e sul suo posizionamento internazionale, anche attraverso l'impiego di un tool appositamente progettato per la valutazione della competitività settoriale dei comparti manifatturieri.

L'approccio multidisciplinare del corso mira a stimolare il pensiero critico, la capacità di visione strategica e l'abilità di anticipare i cambiamenti, incoraggiando una riflessione sul ripensamento dei modelli di produzione, distribuzione, commercializzazione e partecipazione alle catene del valore internazionali in chiave sostenibile e innovativa.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

1. Valutare il grado di competitività attuale, potenziale e prospettica dei settori del made in Italy
2. Valutare punti di forza e punti di debolezza di tali settori
3. Identificare e descrivere le forze geo-economiche e geo-politiche che ne condizionano l'evoluzione.
4. Analizzare i rispettivi scenari settoriali di sviluppo futuri, con un approccio sistemico e prospettico.
5. Proporre strategie di adattamento e innovazione dei settori in ottica sostenibile e resiliente.

Contenuti del corso:

Analisi dell'andamento strutturale e congiunturale dei settori in cui operano i competitors del Made in Italy

- Situazione ed evoluzione dei flussi di commercio internazionale e dei modelli di specializzazione
- Evoluzione del baricentro economico-produttivo per Moda, Tessile, Meccanica strumentale, Gioielleria-Oreficeria, Mobile-arredamento, Wine & Food e altri settori del made in Italy
- Tensioni geopolitiche e impatto di alcune regolamentazioni

Competitività e performance del Made in Italy oggi

- Fattori di competitività settoriale
- Performance competitiva settoriale
- Aree di miglioramento competitivo

Megatrend globali e impatto potenziale e prospettico sulla competitività

- Demografia, urbanizzazione, nuova configurazione della middle class
- Transizione verde e cambiamento climatico
- Innovazione tecnologica e digitalizzazione
- Geo-economia e geo-politica
- Nuovi stili di vita e di governance

Competitività e performance del Made in Italy in prospettiva

- Impatto dei megatrend
- Impatto della transizione green e di quella digitale
- Impatto delle Nuove modalità di produzione e distribuzione (reshoring, servitizzazione)

Strategie di adattamento e rafforzamento in risposta alle dinamiche macroeconomiche

- Immaginare i futuri: scenari 2030-2035
- Strumenti di management e pianificazione per sviluppare la competitività delle imprese del Made in Italy

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale e orientarla al *problem solving* di esigenze reali che caratterizzano l'attività aziendale delle imprese del Made in Italy.

Nome del corso:	Scenari globali e caratteristiche delle value chain del Made in Italy
Numero di ore:	32
Docenti coinvolti:	Andrea Venegoni

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso propone una riflessione approfondita sui possibili scenari di evoluzione dell'economia globale, analizzando i principali megatrend che stanno già oggi trasformando in maniera radicale lo scenario socio-economico mondiale. A partire da una lettura delle dinamiche macroeconomiche emergenti, il corso si concentra sulle traiettorie di cambiamento che impatteranno i settori chiave del Made in Italy, con particolare attenzione alle sfide, alle opportunità e alle criticità che interesseranno la catena del valore nei prossimi anni. L'obiettivo è fornire agli studenti strumenti analitici e strategici per comprendere e interpretare il futuro, sviluppando una visione prospettica e sistemica.

Il corso si propone di fornire competenze avanzate per interpretare l'evoluzione futura dell'economia mondiale, attraverso l'analisi delle tendenze globali di lungo periodo che influenzeranno la competitività delle imprese e dei territori. Gli studenti saranno guidati nell'approfondimento dei fenomeni strutturali – tecnologici, ambientali, sociali, geopolitici – che stanno ridefinendo le logiche di funzionamento dei mercati internazionali, e nella valutazione delle loro implicazioni per i settori simbolo del Made in Italy. L'approccio multidisciplinare del corso mira a stimolare il pensiero critico, la capacità di visione strategica e l'abilità di anticipare i cambiamenti, incoraggiando una riflessione sul ripensamento dei modelli di produzione, distribuzione e consumo in chiave sostenibile e innovativa.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

1. Identificare e descrivere i principali megatrend globali e le dinamiche macroeconomiche emergenti.
2. Analizzare scenari di sviluppo futuri, con un approccio sistemico e prospettico.
3. Valutare impatti e implicazioni strategiche per i settori del Made in Italy.
4. Riconoscere le sfide e le opportunità per le catene del valore settoriali.
5. Proporre strategie di adattamento e innovazione in ottica sostenibile e resiliente.

Contenuti del corso:

Quadro macroeconomico globale in trasformazione

- Evoluzione del commercio internazionale
- Nuove geografie economiche e poteri emergenti
- Tensioni geopolitiche e rischio sistemico

Megatrend globali e impatto sistemico

- Demografia, urbanizzazione, nuova configurazione della middle class
- Transizione verde e cambiamento climatico
- Innovazione tecnologica e digitalizzazione
- Nuovi Paradigmi competitivi
- Nuovi stili di vita e di governance

Il Made in Italy nell'economia globale

- Caratteristiche strutturali e competitività dei settori chiave

- Posizionamento delle filiere italiane nel contesto internazionale

Trasformazioni della catena del valore

- Rischi e vulnerabilità delle supply chain
- Sostenibilità, tracciabilità e innovazione nei processi
- Nuove modalità di produzione (reshoring, servitizzazione)

Scenari futuri e strategie di adattamento

- Anticipare il cambiamento: scenari 2030-2035
- Strumenti di management e pianificazione per sviluppare la competitività delle imprese del Made in Italy

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale e orientarla al *problem solving* di esigenze reali che caratterizzano l'attività aziendale delle imprese del Made in Italy.

Nome del corso:	Strategie di brand management nei settori del Made in Italy
Numero di ore:	40
Docenti coinvolti:	Chiara Mauri

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso si propone di fornire agli studenti le competenze teoriche e pratiche per comprendere, sviluppare e gestire strategie di costruzione e valorizzazione del brand, con particolare riferimento ai settori simbolo del Made in Italy. Particolare attenzione sarà dedicata alla brand equity, al posizionamento strategico e alla gestione integrata della comunicazione, attraverso un approccio multidisciplinare che include sia strumenti tradizionali sia innovativi (digital marketing, social media, ecc.).

Il corso fornirà strumenti concreti per analizzare e gestire la marca in mercati nazionali e internazionali, rafforzandone l'identità anche in ottica di responsabilità sociale e sostenibilità, elementi oggi sempre più centrali nella percezione di valore da parte dei consumatori.

Contenuti del corso:

1. Comprendere i principi fondamentali della brand equity e i driver che ne determinano la costruzione;
2. Analizzare il posizionamento e gli elementi distintivi (visibili e non) di un brand;
3. Valutare l'impatto delle diverse leve di marketing e comunicazione nella gestione della marca;
4. Applicare strumenti digitali e innovativi per il branding;
5. Progettare piani di comunicazione integrata coerenti con i valori del Made in Italy;
6. Riflettere sul ruolo strategico della marca anche nei settori pubblici e istituzionali.

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale.

Nome del corso:	Finanza per il brand management
Numero di ore:	32
Docenti coinvolti:	Alberto Fasanotti

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso mira a fornire agli studenti:

- Strumenti per leggere, interpretare e costruire rendiconti finanziari
- Capacità di valutare le implicazioni finanziarie delle decisioni operative e strategiche dei brand italiani
- Una visione del controllo di gestione come leva di efficienza industriale
- Una comprensione del ruolo moderno del CFO nelle imprese manifatturiere italiane nei settori tipici del Made in Italy

Contenuti del corso:

Modulo 1 – Fondamenti della finanza aziendale

Obiettivo: introdurre i concetti base del linguaggio finanziario e l'impatto delle decisioni di struttura finanziaria

Contenuti:

- Stato patrimoniale, conto economico, rendiconto finanziario
- Indicatori finanziari chiave (redditività, liquidità, solidità)
- Cenni di finanza straordinaria: fusioni, acquisizioni, aumenti di capitale
- Introduzione alla struttura del capitale: mezzi propri vs. mezzi di terzi

Modulo 2 – Conto economico e controllo di gestione industriale

Obiettivo: leggere il conto economico in chiave gestionale e utilizzare il controllo industriale per misurare e migliorare la performance

Contenuti:

- Struttura del conto economico riclassificato
- Focus su Margine Lordo, Margine Industriale, Margine Operativo
- Direct costing e full costing
- Breakeven analysis

- Analisi degli scostamenti e reporting
- KPI operativi e industriali (OTD, efficienza, scarti, marginalità)
- Capitale Circolante Netto: gestione operativa e impatti sulla liquidità

Modulo 3 – Struttura e dinamiche finanziarie dell'impresa

Obiettivo: analizzare come l'impresa finanzia le sue attività e gestisce il capitale impiegato

Contenuti:

- Fonti di finanziamento: equity, debito bancario, strumenti ibridi
- Impieghi di capitale: investimenti industriali, capitale circolante
- Attività immobilizzate e attività correnti: composizione, ruolo e impatti finanziari
- Capitale Circolante Netto: logiche di ottimizzazione e gestione
- Posizione Finanziaria Netta: interpretazione, impatto sulla solidità aziendale

Modulo 4 – Rendiconti finanziari, cassa e politiche di tesoreria

Obiettivo: comprendere la dinamica della liquidità e gli strumenti di pianificazione e controllo della tesoreria

Contenuti:

- Rendiconto finanziario: costruzione, lettura, logica dei flussi
- Gestione della cassa operativa: cash flow operativo, investimenti e finanziamenti
- Politiche di tesoreria: pianificazione, gestione stagionalità, cash pooling
- Fonti e impieghi di capitale: breve e lungo termine
- Collegamento con la PFN e la sostenibilità finanziaria

Modulo 5 – Il ruolo del CFO e le nuove sfide e Visita aziendale

Obiettivo: analizzare l'evoluzione del CFO come business partner e osservare la funzione Finance in azienda

Contenuti:

- Il CFO moderno: controllo, visione, leadership
- Digitalizzazione della funzione Finance
- Finanza e sostenibilità: nuovi KPI per il valore a lungo termine
- Testimonianze aziendali / Guest speaker
- Visita aziendale: osservazione diretta del ruolo della funzione Finance in un contesto manifatturiero

Metodi didattici:

Lezioni frontali con esempi reali di imprese del fashion e lifestyle

Esercitazioni su dati di bilancio

Analisi di casi aziendali del Made in Italy (moda, lusso, design)

Testimonianze di professionisti e visita in azienda

Nome del corso:	Innovazione e sviluppo del prodotto Made in Italy
Numero di ore:	32
Docenti coinvolti:	Raffaella Manzini, Gloria Puliga

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Questo insegnamento consente agli studenti di acquisire conoscenze e competenze per:

- 1) valutare le decisioni relative alla strategia tecnologica e di innovazione e alla gestione e organizzazione dell'innovazione tecnologica e della Ricerca e Sviluppo
- 2) analizzare le opportunità e le minacce tecnologiche;
- 3) gestire il processo di innovazione tecnologica, identificando rischi e opportunità, progettando soluzioni organizzative e gestionali.

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di padroneggiare la dinamica dell'innovazione e della tecnologia, applicando gli strumenti più adatti per gestire la complessità dell'innovazione tecnologica, con un focus sull'integrazione tra tradizione e innovazione che contraddistingue le imprese italiane ad alto valore aggiunto.

Contenuti del corso:

L'insegnamento affronta i seguenti argomenti:

1. Innovazione tecnologica: definizioni e concetti di base, con esempi tratti da settori chiave del Made in Italy come il design, la moda, l'alimentare e l'arredamento;
2. Il processo di innovazione tecnologica, anche in contesti ad alta personalizzazione e qualità artigianale;
3. L'organizzazione innovativa, modelli organizzativi adatti a valorizzare le competenze distintive delle imprese italiane;
4. La strategia tecnologica e di innovazione, l'open innovation e le fonti dell'innovazione
4. La ricerca delle opportunità tecnologiche: il processo di competitive, marketing e technology intelligence
5. Prendere le decisioni nel processo di innovazione tecnologica, anche in contesti di piccole e medie imprese ad alta intensità creativa;
6. Generare e catturare valore con l'innovazione, promuovendo l'unicità e la riconoscibilità del prodotto Made in Italy sui mercati internazionali.

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale e orientarla al *problem solving* di esigenze reali che caratterizzano l'attività di innovazione delle imprese del Made in Italy.

Nome del corso:	Digitalizzazione del Made In Italy
Numero di ore:	32
Docenti coinvolti:	Samuele Astuti; Giacomo Buonanno

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi

Questo insegnamento si propone di affrontare il tema dei Sistemi Informativi per la Digitalizzazione del Made in Italy considerando i diversi aspetti dell'innovazione tecnologica, organizzativa e strategica.

Il corso intende offrire agli studenti le conoscenze e gli strumenti per comprendere i sistemi informativi aziendali, non solo dal punto di vista tecnologico, ma anche nella prospettiva delle trasformazioni organizzative e strategiche che abilitano la digitalizzazione delle filiere del Made in Italy.

Attraverso un approccio multidisciplinare, verranno esplorate le potenzialità delle tecnologie digitali come leva per l'innovazione e la valorizzazione delle eccellenze italiane - dal design alla moda, dall'agroalimentare all'artigianato - con particolare attenzione alla gestione dei dati, alla tracciabilità, alla sostenibilità e alla costruzione di un racconto digitale efficace e autentico.

Al termine del corso lo studente avrà acquisito le competenze tecnologiche e gestionali necessarie per comprendere le potenzialità e l'impatto delle tecnologie digitali sulla gestione e innovazione delle organizzazioni.

Gli obiettivi principali del corso possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

1. fornire le nozioni di base sulla progettazione e gestione dei sistemi informativi aziendali con un focus sulle esigenze delle imprese del Made in Italy;
2. analizzare le problematiche della gestione dell'informazione in settori ad alta componente identitaria e culturale;
3. approfondire le metodologie di digitalizzazione dei processi produttivi, logistici e commerciali, con attenzione a strumenti come ERP, CRM, PLM, e-commerce, IoT, ...
4. esaminare l'impatto delle tecnologie digitali sull'operatività e sui processi delle imprese italiane;
5. fornire i principi di base di gestione di progetti software con casi d'uso legati alla digitalizzazione delle PMI italiane.

Contenuti del corso

In sintesi, gli argomenti delle lezioni saranno i seguenti:

1. caratteristiche e ruolo dei sistemi informativi nelle organizzazioni;
2. l'impatto delle tecnologie dell'informazione sulla struttura organizzativa e sulle strategie aziendali;
3. i modelli per la pianificazione e la gestione dei sistemi informativi;
4. le metodologie di gestione dei progetti software.

Metodi didattici

Le lezioni includeranno testimonianze aziendali, discussione di casi e faranno uso del supporto di una piattaforma di collaborazione on-line

Nome del corso:	Gestione delle imprese familiari nel Made in Italy
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Salvatore Sciascia

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

La maggior parte delle imprese del Made in Italy è caratterizzata da una proprietà familiare, tendenzialmente coinvolta nella direzione e gestione aziendale. Ciò introduce una serie di peculiarità che possono influenzare la definizione degli obiettivi, delle strategie e delle performance aziendali. Il presente insegnamento prepara gli studenti a guidare e gestire nel miglior modo possibile le proprie imprese di famiglia o a supportare le famiglie imprenditoriali del made in Italy, nel ruolo di manager o advisor.

Contenuti del corso:

Le tematiche affrontate sono le seguenti:

- Caratteristiche e varietà delle imprese familiari
- Le performance delle imprese familiari
- La governance delle imprese familiari
- Le strategie competitive nelle imprese familiari
- Le strategie finanziarie nelle imprese familiari
- Le strategie organizzative nelle imprese familiari
- Il ricambio generazionale
- Rinnovare le imprese familiari

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale.

Nome del corso:	Proprietà intellettuale e tutela del brand
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Raffaella Manzini, Gloria Puliga, TBD

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Questo insegnamento consente agli studenti di acquisire conoscenze e competenze per:
1) valutare le decisioni relative alle strategie di tutela della proprietà intellettuale, nell'era della open Innovation

2) identificare gli strumenti di tutela della proprietà intellettuale più coerenti con le scelte strategiche

3) valutare l'utilizzo dei molteplici strumenti di PI nei settori caratteristici del made in Italy.

Alla fine del corso gli studenti saranno in grado di comprendere le alternative strategiche e i molteplici utilizzi degli strumenti di tutela della proprietà Intellettuale.

Contenuti del corso:

L'insegnamento affronta i seguenti argomenti:

1. L'Innovazione e la produzione di conoscenza e know-how
2. Le strategie di tutela della proprietà intellettuale
3. Proprietà intellettuale e open innovation
4. Gli strumenti di tutela della PI
5. L'utilizzo degli strumenti di PI nei settori caratteristici del Made In Italy

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale e orientarla al *problem solving* di esigenze reali che caratterizzano l'attività di innovazione delle imprese del Made in Italy.

Nome del corso:	Operations e Supply Chain per l'artigianato e l'industria del Made in Italy
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Luigi Battezzati

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi: l'obiettivo formativo principale del corso è quello di fornire i paradigmi di gestione delle operations e supply chain che sono specifici dei principali prodotti del Made In Italy. Quindi i partecipanti potranno conoscere quali siano le criticità peculiari da tenere sotto controllo nella gestione operativa.

Contenuti del corso:

La struttura del corso prevede una prima parte d'inquadramento delle caratteristiche dei prodotti tipicamente Made in Italy e una seconda parte che presenta i differenti paradigmi di gestione delle Operations e Supply Chain.

- Identificazione dei principali settori dell'export Made in Italy: Macchinari Personalizzati, Moda, Prodotti alimentari esclusivi e di alta qualità
- Gli aspetti peculiari dei paradigmi di gestione delle Operations e Supply Chain: la gestione su commessa ETO, la gestione per collezione e stagione, la gestione dell'autenticità del prodotto.
- La gestione su commessa ETO di Macchinari Personalizzati: Configurazione di prodotto, Progettazione Modulare, Differenziazione ritardata della varietà, Sales Engineering and Operations Planning (SEOP), Agile Supply Chain, Sistemi Informativi a supporto e Key Performance Indicators, esempi di aziende italiane del settore.
- La gestione per collezione e stagione dei prodotti Moda: Sistemi di gestione delle previsioni di materiali e prodotti finiti, Gestione della collezione, Differenziazione ritardata della varietà, Capacity Booking, Agile Supply Chain, Sistemi Informativi a supporto e Key Performance Indicators, esempi di aziende italiane del settore.
- La gestione dell'autenticità del prodotto alimentare di alta qualità: product and process tracking Sistemi Informativi a supporto e Key Performance Indicators, esempi di aziende italiane del settore

Metodi didattici: lezioni frontali e video di casi aziendali esemplari

Nome del corso:	Strategie e modelli di business del Made in Italy
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Roberto Nava

Obiettivi formativi e risultati di apprendimento attesi:

Il corso ha l'obiettivo di fornire alle e ai partecipanti al corso conoscenze e strumenti per leggere le peculiarità delle imprese che costituiscono il Made in Italy - articolato nei vari settori (p.es.: Meccanica, Alimentare, Tessile e Abbigliamento, Impiantistica, ...) - e che esprimono una leadership riconosciuta: il modello imprenditoriale, le strategie competitive adottate, il ruolo della finanza, le scelte organizzative e la gestione del capitale umano, la tecnologia.

Modelli e concetti affrontati anche in altri corsi verranno qui declinati e applicati alle specificità delle imprese del Made in Italy: attraverso lo studio di modelli teorici, analisi di best practice, discussione di casi aziendali le e i partecipanti acquisiranno un quadro delle sfide che affrontano le imprese nella gestione e sviluppo del proprio business.

Contenuti del corso:

Il corso si articola in sei moduli che coprono singole dimensioni dell'impresa per poter apprezzare il modello imprenditoriale nei suoi molteplici aspetti: in ogni singolo modulo verranno proposti elementi teorici e metodologici e saranno poi discusse e condivise la loro applicazione attraverso casi aziendali relativi a imprese che competono nei diversi settori del Made in Italy.

1. **Strategia** – Disegno della strategia competitiva, gestione del percorso di crescita, interna ed esterna, processi di internazionalizzazione
2. **Organizzazione** – Progettazione delle strutture, disegno dei processi, attrazione e gestione del Capitale Umano, approccio *Agile* nella gestione dei progetti interni
3. **Manufacturing** – Decisioni strategiche relative ai siti e ai processi di produzione, scelte di *make or buy*, gestione della *supply chain*, transizione energetica e impronta ambientale, impatto della digitalizzazione
4. **Tecnologia** – Profilo tecnologico e innovazione, investimenti e misura dei risultati, modelli di *Open Innovation*, l'impatto dell'AI
5. **Trasformazione** – Programmi di turnaround per sostenere la competitività e la profittabilità dell'impresa: disegno, gestione, misurazione risultati, supporto finanziario
6. **Founder's Mentality** – Modelli imprenditoriali, loro validità nel tempo e incorporazione nelle pratiche aziendali, valori d'impresa come fonte di differenziazione e vantaggio competitivo, passaggi generazionali.

Metodi didattici:

L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale ed è quindi richiesta una attiva partecipazione delle studentesse e degli studenti.

Le lezioni saranno tenute in presenza dal docente del corso, utilizzando materiale didattico e avvalendosi di testimonianze esterne su specifici casi azienda

Nome del corso:	Comunicazione e narrazione del brand
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Chiara Mauri

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso ha l'obiettivo di introdurre gli studenti alle logiche e alle tecniche della narrazione di marca come strumento strategico per la costruzione dell'identità e della reputazione dei brand italiani di eccellenza. Attraverso l'integrazione tra storytelling, branding e comunicazione multicanale, il corso approfondisce come la narrazione, se coerente con i valori e la missione dell'impresa del Made in Italy, possa rafforzare la percezione del brand, generare fiducia e creare legami duraturi con gli stakeholder.

Particolare attenzione sarà dedicata all'evoluzione delle forme narrative nel contesto contemporaneo, dall'uso della parola e delle immagini fino all'impiego di strumenti digitali e tecnologie immersive.

Alla fine del corso, gli studenti saranno in grado di:

- Comprendere i principi chiave dello storytelling applicato alla comunicazione di marca;
- Costruire e articolare narrazioni efficaci e coerenti con il posizionamento del brand e le sue specificità;
- Integrare strumenti narrativi e risorse multimediali nella comunicazione di prodotto e d'impresa;
- Sviluppare contenuti per rafforzare la reputazione e il coinvolgimento degli stakeholder;
- Adottare una visione innovativa e critica del linguaggio comunicativo, utile anche per la valorizzazione di brand legati al Made in Italy.

Contenuti del corso:

- Fondamenti dello storytelling: storia, evoluzione e potere comunicativo
- Storytelling e brand: come la narrazione costruisce identità e reputazione
- Missione, valori e prodotto come elementi narrativi
- Le forme della narrazione: dal racconto verbale ai contenuti digitali
- Tecniche narrative nei contesti aziendali, istituzionali e culturali
- Narrazione crossmediale e storytelling interattivo
- Case study e buone pratiche dal mondo del Made in Italy

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale.

Nome del corso:	La reportistica non finanziaria
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Patrizia Tettamanzi, Valentina Minutiello ed eventuali testimoni aziendali da definire

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso ha un duplice obiettivo:

1. Trasferire la conoscenza in tema di sostenibilità sia a livello nazionale, sia europeo e internazionale, soffermandosi sulle recenti iniziative normative e professionali, e su diversi settori e società, con particolare attenzione alle filiere produttive tipiche del Made in Italy.
2. Svolgere casi pratici in tema di redazione e lettura di reportistica non finanziaria, anche con riferimento a realtà aziendali italiane operanti nei settori d'eccellenza come moda, agroalimentare, design e manifattura

Contenuti del corso:

- introduzione alla sostenibilità e alla reportistica non finanziaria;
- teorie sulla sostenibilità;
- sustainability reporting vs integrated reporting;
- evoluzione normativa internazionale;
- analisi di materialità e stakeholders engagement;
- società Benefit vs B-Corp;
- la rendicontazione non finanziaria e le sfide per le piccole e medie imprese;
- la sostenibilità in diversi settori (con casi).

Metodi didattici:

Le lezioni alterneranno parti teoriche e di aggiornamento normativo, frontali, con parti pratiche che richiedono anche il coinvolgimento dei partecipanti e la presenza di testimoni aziendali parte dei case histories, , includendo esempi tratti da imprese italiane impegnate nella valorizzazione della sostenibilità all'interno dei settori simbolo del Made in Italy.

Nome del corso:	L'organizzazione della Supply Chain per i prodotti di eccellenza del Made in Italy
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Prof. Fabrizio Dallari, Ing. Martina Baglio

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso si propone di fornire agli studenti una visione completa e aggiornata delle principali logiche, tecniche e strumenti di gestione della logistica industriale e distributiva, con un focus specifico sui settori di eccellenza del Made in Italy, come il fashion, l'agroalimentare e più in generale il mondo del lifestyle.

L'obiettivo è sviluppare competenze operative e strategiche nella gestione dei flussi fisici e informativi che caratterizzano le catene del valore dei prodotti di qualità italiana, con particolare attenzione all'efficienza, alla sostenibilità e alla valorizzazione dell'identità di marca anche nella fase distributiva.

Attraverso l'analisi di casi concreti e testimonianze aziendali, lo studente acquisirà non solo conoscenze teoriche ma anche la capacità di applicare strumenti decisionali utili a gestire in modo efficace le attività di imballaggio, movimentazione, stoccaggio, trasporto e distribuzione, in linea con gli standard dei mercati nazionali e internazionali.

Contenuti del corso:

1. Evoluzione della logistica nel contesto del Made in Italy: tendenze e modelli di supply chain
2. Progettazione dei flussi logistici integrati nella supply chain del Made in Italy
3. Sistemi di trasporto: analisi dei diversi modelli (gomma, ferrovia, mare, aria, intermodale)
4. Sistemi di imballaggio e packaging: soluzioni sostenibili per prodotti di alta gamma
5. Sistemi di magazzino: criteri di progettazione di layout logistici efficienti dei prodotti di eccellenza

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni, in particolare spedizionieri e società di logistica specializzate nell'organizzazione di trasporti internazionali via mare e via aerea. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale.

Nome del corso:	Sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa: valori del Made in Italy
Numero di ore:	24
Docenti coinvolti:	Emanuele Pizzurno – Aurora Magni

Obiettivi formativi e Risultati di apprendimento attesi:

Il corso ha l'obiettivo di fornire conoscenze e strumenti per comprendere e applicare i principi della sostenibilità e dell'economia circolare nel settore del Made in Italy, con un focus specifico sulla filiera della moda. Attraverso l'analisi di modelli teorici, normative europee e nazionali, best practice aziendali e strumenti operativi, i partecipanti acquisiranno competenze per valutare, misurare e comunicare le politiche di sostenibilità delle imprese.

Contenuti del corso:

1. Introduzione ai concetti di sostenibilità ed economia circolare: definizioni, principi fondamentali
2. Modelli di sviluppo sostenibile e il passaggio da un'economia lineare a un'economia circolare: riduzione, riuso, riciclo e recupero
3. Il ruolo delle imprese nel promuovere la sostenibilità ambientale, sociale ed economica
4. Strumenti operativi: dall'ecodesign all'LCA, dalle etichette alle certificazioni
5. Lo scenario: criticità del sistema produttivo e distributivo della moda con particolare attenzione ai consumi di risorse, alla produzione di emissioni e di rifiuti e alle problematiche sociali del comparto.
6. Politiche UE e nazionali: ecodesign, EPR- responsabilità estesa del produttore, contrasto al greenwashing, passaporto digitale. Gli impegni assunti dai brand ed espressi nei bilanci di sostenibilità
7. Misurare e comunicare politiche di sostenibilità delle imprese e le caratteristiche di sostenibilità dei prodotti (calcolo dell'impronta ambientale, sistema di certificazione, green claims)
8. Funzione dei materiali nelle pratiche di ecodesign. Trend di innovazione sostenibile, criteri per l'individuazione dei materiali preferibili, monitoraggio della supply chain.

Metodi didattici:

Le lezioni saranno tenute in presenza dai docenti del corso, che potranno avvalersi di testimonianze di esperti esterni. L'approccio sarà improntato al confronto e al dialogo, al fine di ricondurre sempre l'attività didattica alla realtà aziendale.