

marketing operations strategy people digital transition
social responsibility development 
Management
internationalization governance strengths ethics
supply chain change
innovation *Build your future with us!*

Management

E' tempo di Alumni Networking

a.a. 2024/2025

SOMMARIO

Introduzione.....	2
La Consulta del Corso di Laurea Magistrale in Management.....	3
I rappresentanti degli studenti.....	4
Insegnamenti del I anno.....	5
Insegnamenti del II anno.....	23
Le nostre Altre attività formative.....	38
Le nostre iniziative di orientamento in ingresso.....	39
La promozione dell'esperienza Erasmus.....	40
Il programma Mentoring.....	41
I seminari in collaborazione con i componenti della Consulta.....	42
La valorizzazione del legame con il territorio: Progetto "Voglio fare il manager!".....	43
Le attività di orientamento in uscita.....	44
La Community di Management Community.....	49
Le iniziative a supporto della ricerca scientifica.....	50
Le testimonianze dei nostri laureati.....	51

Introduzione

Quest'anno dedichiamo agli Alumni di Management il report di rendicontazione del Corso di Laurea Magistrale in Management a.a. 2024/25, destinato agli studenti attuali, passati e futuri, alla Consulta e a tutti gli stakeholder delle nostre attività e iniziative.

Da qualche anno stiamo infatti valorizzando la relazione con i nostri Alumni, promuovendo il loro ritorno nelle nostre aule e la loro partecipazione attiva nel gruppo Alumni di Management di LinkedIn. Lo sforzo è volto a favorire la condivisione delle esperienze professionali maturate, delle difficoltà e delle sfide che oggi il Management sta affrontando, delle opportunità offerte dal mondo del lavoro, in una logica di restituzione reciproca di contenuti e di maturazione di un sano senso di community.

L'obiettivo che perseguiamo è quello di attivare un networking professionale che arrivi ad autoalimentarsi attraverso incontri di persona, contatti virtuali su piattaforme professionali, scambi di informazioni su opportunità di lavoro e di business. Il network Alumni di Management dell'Università di Genova in questa prospettiva permetterà anche agli attuali studenti di inserirsi ancor prima di conseguire la laurea magistrale in una comunità di persone attive nel mondo del lavoro in ambiti professionali coerenti con il loro percorso formativo.

Per questo siamo lieti di celebrare nel 2025 il primo incontro di reunion e networking degli Alumni di Management, nell'auspicio che anche questo passo contribuisca a rafforzare il patrimonio umano e di competenze di cui è ricco il nostro Corso di Laurea Magistrale.

Prof. Silvia Bruzzi

Coordinatore del Corso di Studio

La Consulta del Corso di Laurea Magistrale in Management

La Consulta è un organismo che supporta il Consiglio di Corso di Studi nella predisposizione di un'offerta formativa che risponda ai più ampi bisogni culturali e professionali espressi dalla società e dal mercato del lavoro. E' composta dai docenti membri del Consiglio del Corso di Studi e da alcuni attori, le cosiddette Parti interessate rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni, espressione del territorio ligure ma non solo.

Il Corso di Laurea in Management ha istituito nel 2014 la propria Consulta, con cui ha sviluppato nel corso del tempo una stabile collaborazione in modo da rendere l'offerta formativa del Corso di Studi coerente con le istanze espresse dal mondo produttivo in termini di domanda di competenze. Con questa decennale collaborazione il Corso di Studi persegue l'obiettivo di favorire le prospettive occupazionali e soddisfare le esigenze di sviluppo personale e professionale dei suoi laureati.

Parti interessate rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni della Consulta di Management:

ADACI - Associazione Italiana Acquisti e Supply Management	Gruppo Giovani Imprenditori - Confindustria Genova
Amazon Web Services - AWS	Gruppo Sogegross
Circle Group SpA	Gruppo Sutter
Club per le Tecnologie dell'Informazione - CTI Liguria	Istituto Italiano di Tecnologia (IIT)
Confindustria Genova	Italmatch Chemicals SpA
Coop Liguria	LegaCoop Liguria
Costa Crociere SpA	ManagerItalia Liguria
Deloitte & Touche SpA	Movendo Technology Srl
Digital Innovation Hub Liguria – DIH	New Gima Sas
Dixet, Gruppo d'Imprese ad Alta Tecnologia	PwC
Duferco Group	RP Communication
ERG SpA	Seven Development SpA
Esaote SpA	Verallia Italia SpA
EY	Vitop Moulding srl (Gruppo Smurfit Kappa)
Generale Conserve SpA	Wylab
Gi Group	YOURgroup
Gruppo Cauvin	Dottorato Unige in "Security, risk and vulnerability"
Gruppo FOS	Dottorato CIELI in "Logistica e trasporti"

I rappresentanti degli studenti

Il ruolo del rappresentante degli studenti in università è cruciale, poiché funge da ponte tra gli studenti e l'amministrazione accademica. Questa figura raccoglie le preoccupazioni, le esigenze e le prospettive della comunità studentesca, diventandone la voce. Attraverso incontri e discussioni con gli studenti, nonché con docenti e dirigenti accademici, i rappresentanti si impegnano a garantire che le istanze degli studenti siano ascoltate e che le questioni importanti vengano affrontate efficacemente. Inoltre, lavorano per promuovere un ambiente accademico inclusivo, sicuro e stimolante, collaborando con diverse parti interessate per affrontare tematiche quali il benessere degli studenti, le politiche accademiche e le questioni di diversità e inclusione.

L'esperienza dei nostri rappresentanti a.a. 2024/25



Essere rappresentanti degli studenti è stata per noi un'esperienza estremamente significativa, che ci ha arricchiti sia dal punto di vista personale che formativo. Questo ruolo ci ha permesso di sviluppare un forte senso di responsabilità e di rappresentanza, imparando a mediare tra le esigenze degli studenti e il corpo docente con equilibrio e rispetto. Abbiamo avuto l'opportunità di instaurare un dialogo diretto e costruttivo con i professori, creando un legame umano e professionale che ha reso ancora più autentico il nostro percorso universitario. Il confronto costante con studenti e docenti ci ha insegnato ad ascoltare, a comunicare con efficacia e a cercare soluzioni condivise. Partecipare attivamente alla vita accademica ci ha fatto sentire parte integrante di una comunità e ha rafforzato in noi il senso di appartenenza all'Ateneo. È un'esperienza che porteremo con noi con grande gratitudine.

Filippo Zaccagnini, Leslie Alejandra Cedelo Zaruma e Andrea De Pascalis

Gli insegnamenti del I anno



Marketing strategico e decision making

Lara Penco e Simone Poledrini

#valuecreation #corporatestrategy #strategicdecisions
#m&a #strategicprocess



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di approfondire i contenuti delle strategie di sviluppo e di sopravvivenza dell'impresa e le problematiche centrali della formulazione della strategia d'impresa in un contesto di digitalizzazione e di sostenibilità. Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa.

Al termine dell'insegnamento lo studente sarà in grado di conoscere:

- la capacità dell'impresa di creare valore
- le strategie di business e di corporate
- l'applicazione del business model (Canvas)
- le modalità di realizzazione della strategia
- gli strumenti per la valutazione della strategia

Lavori di gruppo

Gli studenti, raccolti in gruppi, hanno studiato un caso di impresa sotto il profilo delle strategie corporate, business, e della governance. Il business model Canvas è stato creato e discusso dagli studenti per ogni impresa studiata. Il documento è stato presentato e discusso da ogni gruppo durante le sessioni di esame.

Testimonianze

Gruppo Cauvin

Gruppo Calzedonia

Deloitte: simulazione di un business plan

Gilocchi Giuliano, Consigliere Delegato Gruppo Authentica

Musso Isaac, responsabile pianificazione strategica della Baladin

Giacobbe Mauro, General Manager, BDB Network

Corporate Governance e modelli di sviluppo

Giorgia Profumo

#corporategovernance #ownership&control
#corporategroups #shareholders #financialstructure



L'insegnamento

L'insegnamento intende fornire agli studenti un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, inteso in una duplice accezione. A livello allargato, vengono sviluppate le competenze sui diversi modelli di corporate governance; a livello ristretto, il focus verte su: chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e controllo; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; gruppi di imprese e conflitti di interesse. Particolare attenzione verrà infine posta all'analisi dei rapporti che intercorrono tra corporate governance e mercati finanziari.

Principali tematiche

- L'oggetto del governo dell'impresa.
- Modelli di governance, assetti proprietari e modelli di finanziamento nella concezione allargata di corporate governance, in un'ottica di comparazione internazionale.
- Posizioni e ruoli della proprietà e del management nella concezione ristretta di corporate governance.
- Il governo dell'impresa attraverso la struttura di gruppo.
- La composizione, la struttura e le modalità di funzionamento degli organi di amministrazione e controllo delle imprese.
- Assetti proprietari, di controllo e di finanziamento delle diverse tipologie di impresa in Italia (imprese quotate, imprese familiari, gruppi di imprese).

Iniziative realizzate nel corso dell'A.A. 2024-25

Esercitazioni

Durante l'insegnamento, sono state svolte in aula alcune esercitazioni volte a consolidare i concetti esposti a lezione. Ad esempio, analisi della struttura proprietaria e finanziaria di un'impresa quotata, analisi della struttura e della leva azionaria di un gruppo di imprese italiano, analisi della composizione degli organi di governo di un'impresa quotata.

Cambiamento Organizzativo per la Trasformazione Digitale

Angelo Gasparre

#digitaltransformation #ai #robotics #organizationalchange



L'insegnamento

Il'insegnamento approfondisce le problematiche di cambiamento organizzativo nei processi di trasformazione digitale. L'insegnamento prevede due percorsi a scelta: uno partecipativo, con lavori di gruppo, project work tematici e seminari di discussione di casi studio e uno non partecipativo, caratterizzato da studio individuale su materiale indicato dal docente. Per chi segue il percorso partecipativo, lo sviluppo di capacità di raccolta, analisi e discussione di dati e risultati ricerca costituisce un obiettivo formativo specifico dell'insegnamento al pari dello sviluppo di nuove conoscenze sul cambiamento organizzativo nei processi di trasformazione digitale. Gli studenti organizzati in gruppi di lavoro sono guidati nello svolgimento di approfondimenti originali che prevedono la costruzione e l'analisi critica di casi di studio e materiali di ricerca alla luce di framework interpretativi sull'innovazione tecnologica e il cambiamento elaborati dalla teoria organizzativa e presentati nella prima parte dell'insegnamento.

I research topic nell'ultima edizione dell'insegnamento sono stati i seguenti:



1. Teamworking with robots
2. Augmented decision-making
3. Technological mediation in remote work
4. Recruiting and training a nonhuman worker
5. Learning with A.I.



Su ognuna di queste tematiche sono previste interviste a testimoni qualificati, visite aziendali in collaborazione con enti di ricerca, imprese e istituzioni, tra cui, negli ultimi anni: IIT, Istituto Gaslini, Unità spinale Ospedale Santa Corona, FCA, AMT, Ita-Airways.

Modalità didattiche

Dopo una prima parte introduttiva, durante la quale si definiscono le coordinate fondamentali del processo di digitalizzazione e dell'analisi del cambiamento organizzativo (3 settimane), l'aula si articola in gruppi di lavoro di 3-4 persone, ad ognuno dei quali è assegnato un tema (una "tecnologia" o un problema organizzativo). I lavori di gruppo realizzati sotto la supervisione del docente (8 settimane) sono esposti in una tesina e discussi nell'ambito di seminari dedicati, nell'ultima parte dell'insegnamento. A questi seminari partecipano tutti gli studenti e la discussione che ne emerge costituisce materia d'esame. La discussione seminariale avviene secondo uno schema strutturato di dibattito: dichiarazione del tema, presentazione della domanda di ricerca e delle ipotesi di lavoro, illustrazione delle argomentazioni su cui si sviluppa la tesi e delle conclusioni, osservazioni critiche da parte di due o più docenti discussant, replica da parte del gruppo. Ogni seminario occupa la durata di due ore e coinvolge due gruppi di lavoro.

Business history dal novecento all'era digitale

Luisa Piccinno

#businesshistory #storiadimpresa
#economichistory#industrialheritage



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di indagare origine, trasformazione e comportamenti in prospettiva storica dell'impresa quale istituzione centrale dello sviluppo economico moderno. Partendo dalla definizione di un quadro teorico sulla concezione di impresa e sulla sua evoluzione nel corso del tempo, ci si focalizza poi sulle imprese dinamiche, in grado di influenzare con le loro strategie e comportamenti l'ambiente circostante. La finalità è quella di fornire agli studenti un quadro esaustivo dell'evoluzione dei sistemi aziendali in un'ottica di lungo periodo, in funzione dei mutamenti intervenuti nel contesto ambientale in cui essi operano. Vengono quindi analizzati i mutamenti nella forma, dimensione e performance delle imprese in termini generali, per poi indagare nello specifico il modello americano del big business, quello giapponese e sudcoreano dei gruppi di imprese, fino al modello italiano, caratterizzato da un connubio tra grandi imprese, PMI, distretti industriali. L'insegnamento prevede inoltre un modulo di 8 ore, tenuto dal prof. Antonio Iodice, sul tema della trasformazione digitale, con approfondimenti sul percorso attraverso il quale si è giunti a tale mutamento e sulle relative implicazioni per le imprese e per il mondo del lavoro.

Lavori di gruppo

Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di prendere parte a lavori di gruppo su case studies aventi ad oggetto ogni anno tematiche differenti, per il cui svolgimento viene svolta in aula e attraverso incontri dedicati specifica attività di tutoraggio. In questo a.a. gli studenti partecipanti sono stati complessivamente 22 e i casi aziendali analizzati hanno avuto per oggetto la storia e i mutamenti recenti che hanno caratterizzato alcuni grandi gruppi conglomerati della Corea del Sud (Samsung, Hyundai, LG, Lotte) e del Giappone (Mitsubishi, Panasonic).

Testimonianze con ospiti esterni

21 novembre 2024: Dott. Filippo Rigobello, Department Manager c/o Decathlon Italia, sul tema Selezionare i Leader di Domani: il Ruolo del Recruiter nel Contesto dell'Era Digitale

Marketing Management and Digital

Giorgia Profumo

#megatrends #customerloyalty #digitalmarketing
#socialmediamarketing #marketingmetrics



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di accrescere negli studenti le capacità applicative dei concetti di marketing, nell'ambito delle nuove tendenze evolutive legate allo sviluppo del digitale e delle problematiche che le imprese devono affrontare in risposta all'evoluzione dei mercati e della domanda. In particolare, l'insegnamento ha l'obiettivo di far sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente generato dalle imprese, anche attraverso gli strumenti digitali.

Principali tematiche

- le tendenze evolutive del marketing, legate in particolare al digitale;
- i mutamenti in atto nei consumatori (principali consumer trends) e nei modelli di consumo;
- il concetto di valore per il cliente e l'importanza del marketing relazionale e del CRM;
- metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente, quale elemento di guida delle politiche di marketing;
- concetti chiave di digital e social media marketing;
- le principali metriche di marketing.

Iniziative realizzate nel corso dell'A.A. 2024-25

Seminari di approfondimento

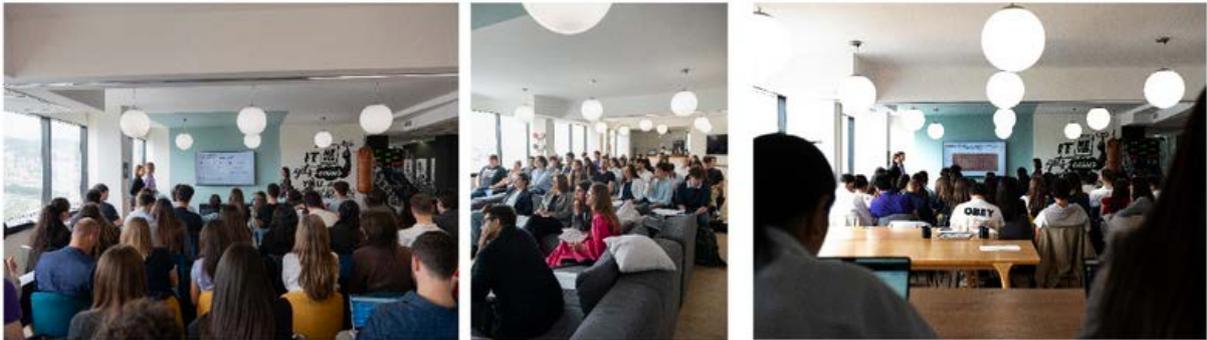
14 aprile 2025, Il marketing digitale in Figenpa, Dott.ssa Simona Picciotto, Responsabile Comunicazione e Marketing, Figenpa S.p.A.

16 aprile, 24 aprile, 8 maggio e 15 maggio 2025, Marketing Plan, Content Marketing, Social Media Management, Influencer Marketing, Performance Marketing, Dott. Marco Giambarresi, CEO Pair Lab.

19 maggio 2025, Una testimonianza di marketing, Dott. Lorenzo Cabras, Co-Founder e-commerce Maltese e Great Scott Consulting.

Lavori di gruppo su Business Case in collaborazione con l'impresa Pair Lab (A.A. 2024-25)

Gli studenti frequentanti, in gruppi liberamente formati da 2/3 persone, hanno sviluppato un business case proposto dall'impresa Pair Lab, azienda di marketing e comunicazione digitale genovese, focalizzato sul lanciare una campagna biglietteria online 2026 relativa ad una compagnia internazionale di traghetti. Utilizzando il concept creativo "Ogni istante conta" e avendo come obiettivi l'incremento della brand awareness e vendita biglietti in early booking entro marzo 2026, gli studenti hanno elaborato un piano marketing focalizzato sul digitale e social media, che hanno presentato nella sede dell'impresa il 22 maggio 2025.



Business Ethics e responsabilità sociale delle imprese

Riccardo Spinelli

#businessethics #CSR #sustainability #stakeholdermanagement
#sostenibilità #responsabilitàsociale



L'insegnamento

L'insegnamento esplora la relazione tra dimensione etica e razionalità economica, con particolare riferimento alla responsabilità sociale delle imprese (RSI). L'impresa, infatti, non è solo produttore di beni e servizi per il mercato ma anche soggetto attivo in un sistema di relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale diviene quindi chiave interpretativa e normativa dell'essere e del fare impresa in un'ottica di sostenibilità e bene comune.

In primo luogo, vengono analizzati alcuni aspetti chiave dello scenario economico, quali lo sviluppo scientifico, la crisi ambientale, l'evoluzione dei modelli di impresa. Viene poi inquadrato il tema dello sviluppo sostenibile e del ruolo che l'impresa gioca per il raggiungimento, in modo particolare, degli obiettivi dell'Agenda 2030.

Successivamente si introducono gli elementi base della teoria etica, in particolare i concetti di valori, principi, regole e virtù. Si approfondisce quindi il rapporto tra etica ed economia, con particolare attenzione alla prospettiva della democrazia economica e del bene comune.

Il focus muove poi sull'impresa e sul ruolo strategico della responsabilità sociale. Innanzitutto si presentano la teoria degli stakeholder e le pratiche di stakeholder management & engagement. Si approfondisce poi il concetto di responsabilità sociale – nelle dimensioni economiche, sociali ed ambientali – e il suo ruolo strategico nell'ottica dello sviluppo e della competitività delle imprese; il quadro di riferimento concettuale è rappresentato dalla creazione di valore condiviso e dal superamento dell'antitesi tra impresa e società. Infine, si presentano gli strumenti e gli standard per la rendicontazione di sostenibilità.

L'ultima parte dell'insegnamento è dedicata ad un approfondimento degli aspetti etici legati al comportamento di imprenditori e manager, con particolare attenzione alle "virtù del manager" e ai dilemmi morali che il manager si può trovare ad affrontare nell'ambito delle sue attività.

Con riferimento alle modalità didattiche, le lezioni frontali da parte del docente titolare sono integrate da interventi di altri studiosi nonché da una serie di testimonianze aziendali collegate a temi specifici dell'insegnamento.

Seminari, testimonianze aziendali e altre attività

“Etica ed economia del bene comune” (10 ore)

Ciclo di seminari con Lorenzo Caselli, Professore Emerito – Università degli Studi di Genova.

I seminari hanno introdotto il tema dell’etica, della responsabilità e della democrazia economica. Hanno esplorato inoltre – evidenziandone le ripercussioni sulla dimensione etica dell’agire d’impresa – alcuni fenomeni di scenario quali lo sviluppo di genetica, neuroscienze e intelligenza artificiale, nonché la crisi ambientale.

Testimonianza aziendale Etica sgr (24/3/2025)

Incontro con Aldo Bonati, Stewardship and ESG Networks Manager presso Etica sgr, principale operatore italiano indipendente nel campo della finanza etica. Sono stati introdotti i principi e gli strumenti della finanza etica, con particolare focus sugli investimenti sostenibili e responsabili.



Testimonianza aziendale Deloitte (3/4/2025)

Incontro con le componenti del team Sostenibilità di Genova di Deloitte. Francesca Tognetti, Sophia Mallucci de’ Mulucci e Marianna Rebecchi hanno affrontato il tema degli standard per la rendicontazione di sostenibilità, illustrando in particolare i principi alla base della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e le novità legate all'entrata in vigore degli European Sustainability Reporting Standard (ESRS).



Proiezione del film "Il gioiellino" (24/4/2025)

Visione del film – ispirato al crack Parmalat – seguita da rilevazione online delle opinioni degli studenti rispetto ad aspetti relativi al comportamento morale dei manager; successiva discussione in aula.

Testimonianza aziendale Costa Crociere (5/5/2025)

Incontro con Elena Pastorino, Sustainability Coordinator di Costa Crociere che ha presentato l’impegno dell’impresa in responsabilità sociale e in particolare il manifesto per un turismo di valore, sostenibile e inclusivo.

Con l'obiettivo di attivare "the good power of travel", Costa Crociere si impegna in innumerevoli progetti riconducibili a quattro aree tematiche: carbon neutrality, rigenerazione delle risorse, responsabilizzazione delle persone e costruzione di un ecosistema turistico trasformativo.



Testimonianza aziendale Helan (8/5/2025)

Incontro con Ludovico Moncalvo, Amministratore Delegato di Helan, impresa familiare genovese attiva da quasi 50 anni nella produzione di cosmetici naturali. L'Ospite ha raccontato la storia di un'impresa che fin dal primo giorno ha puntato tutto sul connubio – pionieristico per l'epoca – tra ricerca scientifica e utilizzo di sole materie prime naturali. Oggi, dopo quasi mezzo secolo, Helan è una realtà di successo, leader nella cosmesi di laboratorio in Italia e presente in oltre 40 Paesi; costituisce una best practice da imitare sotto molti punti di vista: la selezione di materie prime naturali e sostenibili; il focus sulla ricerca e l'innovazione; il rispetto per l'ambiente e gli animali; l'"ossessione" per la qualità; il legame con la comunità; le scelte di packaging green, che le hanno valso anche importanti riconoscimenti.



Seminario su sostenibilità e fast fashion (15/5/2025)

La dott.ssa Manjitha Mathew, dottoranda di ricerca in “Security, Risk e Vulnerability – curriculum Management” presso l’Università di Genova, ha analizzato il modello di business delle imprese del fast fashion, evidenziandone le criticità dal punto di vista della sostenibilità. Ha poi presentato le sue ricerche in tema di sostenibilità e comportamento del consumatore in quel settore.

Diritto del lavoro nell'economia digitale

Annamaria Donini

#regolazione del lavoro; #poteri datoriali; #impresa digitale;
#lavoro a distanza; #piattaforme digitali; #diritti sindacali digitali;
#algorithmic management



L'insegnamento

L'insegnamento di Diritto del lavoro nell'economia digitale intende favorire la comprensione dei cambiamenti determinati dall'avvento dell'economia digitale sulla regolazione dei rapporti di lavoro e sul funzionamento del mercato del lavoro.

Il condizionamento derivante dai sistemi produttivi digitali è significativo e non può essere definito una volta per tutte. Per questa ragione, l'insegnamento si propone di fornire allo studente gli strumenti per sviluppare un'autonoma capacità di valutazione delle questioni giuridiche interessate dalla digitalizzazione dei processi produttivi. Tra queste, in particolare, il problema del trattamento dei dati dei lavoratori; l'adeguamento delle regole per la sicurezza sul lavoro, i nuovi strumenti digitali per la rappresentanza sindacale, i cambiamenti nelle forme di manifestazione dei poteri nell'impresa digitale.

Il corso ricorre a due diverse metodologie didattiche tra loro integrate: da una parte, l'analisi delle norme di regolazione dei rapporti di lavoro, con particolare riguardo alle novità introdotte a livello nazionale ed europeo per far fronte alle esigenze regolative recentemente emerse; dall'altro, l'analisi e la soluzione guidata di casi tratti dalla prassi applicativa (prevalentemente giurisprudenziale).

Seminari interni

16 aprile 2025: Seminario della dott.ssa Rachele Ammirati, dottoranda in diritto del lavoro presso il Dipartimento di Giurisprudenza, sul tema E-sport e lavoro. Fenomeno e inquadramento giuridico.

7 maggio 2025: Seminario del prof. Giulio Centamore, ricercatore in diritto del lavoro, dell'Università di Bologna, sul tema Cities and the green transition. An agenda for labour law. in collaborazione con il dottorato Security, Risk Vulnerability, curriculum Security and law, e con il dottorato in Giurisprudenza.

Approfondimenti – “Progetto Management in biblioteca”

Agli studenti sono stati proposti approfondimenti individuali su alcune questioni oggetto dell'insegnamento: è stata in particolare proposta la lettura di una monografia scientifica di area giuslavoristica su temi strettamente connessi con il contenuto dell'insegnamento (W. Chiaromonte, *Il social networking del lavoratore. Limiti e tecniche di tutela*, Giappichelli, 2024).

Due studentesse hanno accolto la proposta: dopo aver letto integralmente il libro, ne hanno presentato i contenuti durante l'ultima giornata di lezione (8 maggio 2025). Con l'occasione di questo approfondimento, è stato richiesto l'acquisto del testo da parte della biblioteca.

Management e marketing dell'innovazione

Nicoletta Buratti

#wellspringsofknowledge #innovationecosystems
#innovationprocess #startup #AI #Robotics



L'insegnamento

L'insegnamento affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo in particolare le strategie di sviluppo tecnologico. Lo sviluppo delle nuove tecnologie digitali sta trasformando profondamente i processi di innovazione aziendale. La presenza di cluster eterogenei, costituiti da imprese e istituzioni, rende il processo di innovazione più complesso rispetto al passato in tutti i settori, con un impatto differenziato in relazione alle dinamiche con cui le nuove tecnologie vengono adottate ed assimilate all'interno dei processi aziendali.

Tenuto conto dell'attuale contesto tecnologico, competitivo e di mercato, questo insegnamento si propone di fornire strumenti teorici e manageriali per analizzare e comprendere i processi di innovazione sottostanti alla generazione e diffusione di nuove tecnologie, con particolare attenzione alle nuove tecnologie emergenti del paradigma Industria 5.0, che enfatizza la centralità dello sviluppo sostenibile secondo la declinazione dell'Agenda ONU 2030.

Obiettivi

L'obiettivo dell'insegnamento è fornire agli studenti una solida base di conoscenze teoriche e manageriali per comprendere e analizzare le sfide legate ai processi di innovazione nell'attuale contesto tecnologico, competitivo e di mercato, che richiede la capacità di aziende ed istituzioni di agire in linea con le tendenze in atto a livello globale, valorizzando risorse e competenze distintive disponibili e/o attivabili nei sistemi locali.

Il programma si concentra sull'approfondimento dei concetti fondamentali relativi alla generazione e diffusione dell'innovazione, con particolare enfasi sui processi innovativi sistemici che coinvolgono un vasto spettro di attori pubblici e privati (istituti di ricerca, imprese, agenzie ed enti governativi, organizzazioni ibride che favoriscono l'interazione fra le componenti fondamentali dell'ecosistema dell'innovazione).

Sotto il profilo tecnologico, ci si focalizza sulle tecnologie emergenti, con particolare riferimento alle c.d. Deep Tech, delle quali si prevede un impatto significativo nel prossimo futuro e rispetto alle quali esistono importanti preesistenze nell'ecosistema di innovazione regionale.

L'obiettivo è dotare gli studenti delle competenze necessarie per:

- analizzare le dinamiche dei processi di innovazione a diversi livelli (territoriale, organizzativo, individuale)
- identificare i principali attori (innovatori, facilitatori, utilizzatori) dei processi di innovazione e analizzare la dinamica delle relazioni fra essi, riconoscendo i fattori incentivanti e quelli di ostacolo allo sviluppo di processi virtuosi
- impostare processi di analisi e progettazione strategica per la traduzione di idee creative in progetti di innovazione di prodotto/processo
- impostare processi di analisi e progettazione strategica per la traduzione di idee creative in progetti di impresa

La struttura dell'insegnamento rispecchia le fasi fondamentali di un processo di gestione strategica, procedendo dalla valutazione delle dinamiche dell'ambiente tecnologico e di mercato, alla formulazione della strategia ed alla sua implementazione, con l'approfondimento di tecniche di design thinking e di marketing esplorativo per la creazione di proposizioni di valore innovative.

Il corso prevede lezioni frontali, seminari di approfondimento e attività di gruppo.

Al termine dell'insegnamento, si prevede che gli studenti siano in grado di:

- Descrivere i processi di innovazione, concentrandosi sui processi innovativi sistemici che coinvolgono una varietà di attori pubblici e privati.
- Distinguere e classificare le innovazioni e le soluzioni tecnologiche emergenti.
- Identificare e analizzare le sfide connesse ai processi di innovazione nell'ambito delle tecnologie emergenti, con particolare riferimento ad applicazioni di tecnologie innovative nei settori portanti della strategia di specializzazione intelligente a livello regionale.
- Valutare i processi di adozione delle nuove tecnologie digitali e i meccanismi di diffusione in specifici contesti settoriali.
- Comunicare in modo efficace progetti di innovazione, nonché formulare strategie attraverso attività di gruppo.

Contenuti

L'insegnamento offre una comprensione approfondita dei processi di gestione dell'innovazione.

Il programma è strutturato in due parti.

Nella prima, gli studenti apprendono le teorie e le pratiche della gestione dell'innovazione, concentrandosi sulle strategie di generazione, diffusione e adozione delle innovazioni nel contesto aziendale ed ecosistemico.

La seconda parte dell'insegnamento si concentra su trend tecnologici e processi innovativi specifici, che vengono definiti di volta in volta in relazione a bisogni emergenti a livello territoriale e in virtù di relazioni con attori dell'ecosistema dell'innovazione territoriale.

In questa parte, di natura esplorativa/applicativa, gli studenti affrontano una particolare tecnologia, o una applicazione settoriale specifica, con l'obiettivo di stimolare processi di apprendimento attivo attraverso un project work che può simulare:

- la presentazione di un progetto di innovazione al management
- il lancio di un bene tecnologico ad elevato contenuto di innovazione
- la presentazione di un progetto di start up agli investitori

Attraverso un approccio integrato tra teoria e pratica, l'insegnamento mira a sensibilizzare gli studenti rispetto alle sfide complesse poste dalle dinamiche del cambiamento tecnologico, e a sfruttare le opportunità emergenti.

Attività svolte

22 Aprile 2025: Seminario con la partecipazione del dott. A. Pagnin (iit, Research Manager Technology Transfer Directorate, Innovation and Development Office) sul tema: Technology Transfer: from research to practice.

7 Maggio 2025: Seminario con la partecipazione della dott.ssa C. Crippa (iit, Project Manager Technology Transfer Directorate, Startup and Entrepreneurship Office), sul tema: Igniting knowledge transfer behavior in researchers: the iit case.

13 Maggio 2025: Seminario con la partecipazione del dott. E. Alacevich (iit, Research Manager Technology Transfer Directorate, Startup and Entrepreneurship Office), sul tema: Defining the value of a startup project: methods and cases.

Nota: durante l'insegnamento si è affrontato, attraverso lavori di gruppo, il tema delle applicazioni potenziali di Robotica ed AI in diversi ambiti settoriali e di mercato.

Al termine delle sessioni di lavoro, uno degli studenti ha proposto il seguente logo per l'insegnamento. Mi è sembrato carino, segnalarlo!



Operations Management

Silvia Bruzzi



#operations #supplychain #procurement
#performance #resilience

L'insegnamento

Nell'attuale contesto competitivo l'Operations Management assume un ruolo fondamentale per l'acquisizione di un vantaggio competitivo durevole su scala globale. A fronte delle continue situazioni di crisi e di incertezza che le imprese devono gestire, conoscere e saper applicare principi, metodologie e strumenti dell'Operations Management e del Supply Chain Management costituisce un atout di primo piano per il laureato in Management. Per questa ragione l'insegnamento approfondisce queste discipline nel quadro delle grandi trasformazioni che interessano l'economia a livello globale, in modo che lo studente sia in grado di interpretare i fenomeni reali nella loro attualità e nella loro evoluzione futura, preparandosi ad operare in contesti in continuo cambiamento.

Tematiche fondamentali sono quindi la gestione dei processi e per processi, la gestione delle operations, la gestione della supply chain, gli acquisti e la gestione dei fornitori, la valutazione economico-finanziaria della performance di queste aree aziendali.

Principali tematiche affrontate

L'Operations Management nei processi decisionali strategici dell'impresa, della filiera produttiva e nella logica della rete

Il ruolo strategico dell'Operations Manager nella creazione di valore dei sistemi economici del XXI secolo

La gestione per processi e l'innovazione di processo

Il Supply Chain Management

Il Procurement Management

Il Supplier Management

La misurazione e gestione economica e finanziaria della performance delle Operations

Oltre alle lezioni frontali da parte del docente titolare sono organizzati interventi di esperti aziendali, sia in logica seminariale che di workshop, e visite aziendali. Inoltre l'attività formativa è arricchita da una esperienza di simulazione di negoziazione clienti-fornitori realizzata in collaborazione con ADACI Lombardia e Liguria.

Seminari realizzati nel corso dell'a.a. 2024-25

16 aprile 2025: Seminario su "La gestione della supply chain in Bosch", relatore Ing. Luca Benvenuti, Head of Supply Chain and Sales Customer Care, Bosch Rexroth

23 aprile 2025: Seminario, "Il budget degli Acquisti", relatore Ing. Gabriele Luzzo, Procurement Director, Sutter

30 aprile 2025: seminario su "La gestione complessa delle operations dal cloud al retail: il caso Amazon", relatore Dott. Marco Novelli, Sr Territory Manager, Amazon Web Services

7 maggio 2025: Seminario su "La gestione della supply chain in Pirelli", Ing. Massimo Rosasco, Market & Supply Chain Quality Manager, Pirelli SpA

Visite aziendali

6 maggio 2025: Visita aziendale presso lo stabilimento di Esaote Multedo e Seminario su "Operations e Supply chain in Esaote", relatore Ing. Domenico Fazio, Direttore Operations Esaote.



Simulazione aziendale di negoziazione clienti-fornitori

Se ascolto dimentico, se vedo ricordo, se faccio capisco (Confucio)

2 aprile 2025: Kick-off progetto di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, relatori: Vincenzo Genco e Nicola Balbi, ADACI Lombardia e Liguria.

13 maggio 2025: Attività di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, svolta secondo una specifica metodologia didattica, nella quale i team aziendali di studenti negoziano una proposta di fornitura con i manager degli Acquisti di ADACI Lombardia e Liguria. Gli studenti sono chiamati ad applicare gli strumenti di analisi e decisione tipici della Funzione Acquisti, quali TCO, vendor rating, vendor ranking, matrice di Kraljic, approccio win-win alla negoziazione.



Gli insegnamenti del Il anno

Management internazionale interculturale

Clara Benevolo

#internationalisation #interculturalnegotiation
#internationalbusiness #teamwork



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di fornire strumenti conoscitivi e di interpretazione dei processi di globalizzazione e delle problematiche più avanzate di gestione delle imprese internazionali. Attraverso lo studio di casi e testimonianze in aula, vengono studiate le modalità strategiche e gestionali a disposizione delle imprese per affrontare da protagoniste i cambiamenti legati ai processi di globalizzazione dei mercati. Durante il corso sono state approfondite le tematiche dell'organizzazione e del management interculturale, della negoziazione interculturale, della contrattualistica e dei pagamenti internazionali, delle modalità di gestione della presenza dell'impresa nei paesi esteri.

Principali tematiche affrontate

Modalità di entrata e strategie internazionali

Globalizzazione e implicazioni: lo scenario internazionale

Conoscere e valutare l'ambiente internazionale

Le teorie del commercio internazionale e dell'internazionalizzazione delle imprese

Motivazioni e obiettivi dell'internazionalizzazione. Le strategie internazionali

I driver di globalizzazione di un settore

I modelli organizzativi delle imprese internazionalizzate. Relazioni casa madre e sussidiarie nelle imprese internazionalizzate

Il ruolo della cultura del business internazionale. Cultura: definizioni e componenti. Le determinanti della cultura nazionale. Gli indicatori della cultura. L'intercultural communication.

Le negoziazione internazionale interculturale

La contrattualistica internazionale

Iniziative realizzate nel corso dell'a.a. 2024-25

Sono stati realizzati, dagli studenti frequentanti, tre lavori di gruppo sui seguenti temi:

- processo e modalità di internazionalizzazione di Pirelli Group
- valutazione e stima dei driver di globalizzazione di un settore produttivo e individuazione delle opzioni strategiche per le imprese operanti in tale settore
- individuazione e diagnosi degli errori commessi durante una negoziazione internazionale fallimentare

È stata inoltre realizzata una sessione di apprendimento cooperativo in aula su indicatori culturali – 28-10-2024.

Visone di “A world of difference” un film di 35 minuti che illustra come persone di culture diverse affrontano il business. La finalità è stata aiutare gli studenti a comprendere e gestire le differenze culturali nel contesto aziendale. Iniziativa svolta in sinergia con l’insegnamento di Risorse umane e comportamento organizzativo – 18-11-2024.

Moduli formativi

“Market development in culturally different areas”, ing. Fabio Chiusa, Attaj Trade Consulting LLC, Dubai – 4, 5 e 7-11-2024 .

Seminari di approfondimento

- Scenario internazionale e Piano Mattei per l’Africa - dott. Antonio Gozzi, Presidente Gruppo Duferco, Presidente FederAcciai, Special Advisor del Presidente di Confindustria per Autonomia strategica europea, Piano Mattei e Competitività – 30-9-2024.
- Lo scenario economico e sociale dei Paesi asiatici e i nuovi trend. Presentazione del libro “2100. Come sarà l'Asia. Come saremo noi" con l’autore dott. Simone Pieranni – 4-11-2024.
- Italmatch Chemicals: A journey of M&A and internationalization - dott. Maurizio Turci, Group General Manager Corporate di Italmatch Chemicals - 12-11-2024.
- Costa Crociere brand positioning. Germany omnichannel media launch - dott.ssa Martina Modenesi, Omnichannel brand strategy & media intelligence director, Costa Crociere, Alumna di Management - 25-11-2024.
- Dal Mediterraneo al mondo: l'espansione globale di una compagnia di navigazione italiana - dott. Stefano Messina, vice Presidente Esecutivo Ignazio Messina & C. - 26-11-2024
- Le relazioni di business in contesti economici e culturali esteri - Ing. Giuseppe Zampini, Presidente della Camera di Commercio e Industria Italo-Iraniana-CCII, past President di Ansaldo Energia - 02-12-2024
- La negoziazione nelle operazioni internazionali di M&A - avv. Benedetto Lonato, partner LCA Studio Legale - 5/12/2024.
- Lo sviluppo commerciale B2B all'estero - Francesco Caruso, CEO di Mallei ed Elisa De Manna, COO di Mallei 9-12-2024.

Altre iniziative

Partecipazione degli studenti agli incontri del ciclo "Un aperitivo con..." organizzato dal Gruppo Giovani di Confindustria Genova. Aperitivo con Pietro Profumo, Direttore Generale di Iplom SpA. - 19 03-2025.

Ricerca operativa per il management

Daniela Ambrosino

#teoriadelledecisioni #modellidiottimizzazione
#scenariobanalysis #supplychainmanagement
#grafiperlagestionedeiprogetti



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di fornire conoscenze e competenze su strumenti e tecniche proprie del management science (dalla teoria delle decisioni ai modelli di ottimizzazione) per poter affrontare consapevolmente problemi di pianificazione strategica, tattica e operativa nell'ambito della Supply Chain Management.

Alla fine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di:

- analizzare un problema decisionale e capire quale tecnica di supporto alla decisione può essere utilizzata
- applicare diversi criteri decisionali per valutare le alternative disponibili partendo dalla tabella dei Payoff
- formulare un problema decisionale ed implementare un modello matematico di programmazione lineare (intera-binaria)
- valutare con consapevolezza il livello di apprendimento personale e della capacità di applicare le tecniche studiate, comprendendo le eventuali necessità di sviluppo di ulteriori competenze
- risolvere alcuni dei problemi tipici della gestione della catena logistica (distribuzione, produzione, gestione delle scorte)
- analizzare criticamente le soluzioni ottenute valutandone la correttezza e l'ammissibilità
- effettuare analisi di scenario e confrontare le alternative (anche con riferimento alla dominanza).

I software utilizzati prevedono un primo approccio alla programmazione, dalle macro di Excel ad un linguaggio semplice di programmazione per l'implementazione dei modelli matematici (LINGO).

Principali tematiche esaminate:

Problemi inerenti alla gestione dei processi logistici:
Progettazione di una rete logistica
Pianificazione /gestione delle capacità
Pianificazione /gestione della distribuzione
Previsioni di vendita e Gestione delle scorte
Gestione e controllo dei tempi /costi di attività; scheduling
Metodi per la risoluzione di problemi esaminati:
Teoria delle decisioni - tabelle dei Payoff
Teoria dei grafi
Programmazione Lineare, Programmazione Lineare Intera e Binaria
What if analysis
Tecniche CPM a supporto del project management

Lavori di gruppo

Lezioni frontali, analisi di casi ed esercitazioni svolte in aula. Particolare attenzione viene dedicata alle esercitazioni relative all'analisi critica delle soluzioni. Progetto finale presentato in aula a fine corso.

Testimonianze/visite

E' intervenuta nell'insegnamento la dott.ssa Veronica Asta fondatrice di OptimEasy – Spin off di UNIGE - per presentare come l'ottimizzazione può essere di supporto alle decisioni nella logistica distributiva: l'ottimizzazione dei trasporti di primo e ultimo miglio con obiettivi di sostenibilità. I progetti di gruppi si sono svolti sui 2 temi a scelta degli studenti: tema presentato dalla dott.ssa Asta e tema presentato in aula sulla gestione dei rifiuti a Riomaggiore.



Statistica per il marketing e il management

Corrado Lagazio

#statisticaltools #marketingresearch
#datacollection#regression #factoranalysis

L'insegnamento

L'insegnamento introduce gli studenti alle principali tecniche di campionamento statistico, ai metodi per la costruzione di questionari e agli strumenti più utilizzati per l'analisi di mercato. Al termine, lo studente è in grado di utilizzare le principali tecniche di rilevazione dei dati e costruire campioni probabilistici; analizzare i comportamenti di acquisto e segmentare il mercato. Verrà dato ampio spazio all'utilizzo di software statistici per l'applicazione delle metodologie presentate.

Obiettivi formativi e risultati di apprendimento

Conoscenza e comprensione: Gli studenti conosceranno i principali metodi per le indagini campionarie e gli strumenti propri dell'analisi di mercato.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Gli studenti saranno in grado di organizzare un'indagine campionaria, costruire un questionario articolato ed implementarlo su alcune piattaforme per le indagini di mercato, svolgere analisi preliminari per valutare la qualità dei dati raccolti, analizzare i dati al fine di investigare i comportamenti di consumo.

Autonomia di giudizio: Gli studenti devono saper utilizzare sia sul piano concettuale che su quello operativo le conoscenze acquisite con autonoma capacità di valutazione e con abilità nei diversi contesti applicativi.

Abilità comunicative: Gli studenti acquisiranno il linguaggio tecnico tipico della disciplina per comunicare in modo chiaro e senza ambiguità con interlocutori specialisti e non specialisti.

Capacità di apprendimento: Gli studenti svilupperanno adeguate capacità di apprendimento che consentano loro di continuare ad approfondire in modo autonomo la materia.

Relazione dell'insegnamento con gli altri insegnamenti del corso: Gli argomenti trattati in questo insegnamento consentiranno agli studenti di interpretare adeguatamente dati numerici nel contesto di altre discipline.

Programma

1. Introduzione al corso
2. Le fonti informative
3. Metodi di indagine quantitativi: le indagini campionarie
4. Metodi di campionamento: campionamento casuale semplice, stratificato, a grappoli e a più stadi
5. Redazione e somministrazione di un questionario: struttura di un questionario, tipologia di domande, scale di misura, modalità di somministrazione
6. Metodi di indagine qualitativi: interviste in profondità, tecniche proiettive, focus group
7. Principi di analisi dei dati
8. Logica dell'inferenza statistica: stima e test
9. Regressione lineare e regressione logistica
10. Analisi in componenti principali e analisi fattoriale
11. Analisi dei gruppi e segmentazione del mercato

Modalità didattiche

Lezioni e esercitazioni di tipo tradizionale. Siccome gli obiettivi formativi riguardano sia abilità di carattere teorico che di carattere applicativo, le lezioni in cui si presentano gli aspetti metodologici della statistica saranno alternate a esercitazioni in cui, utilizzando opportuni strumenti computazionali, si impara ad implementare un questionario per la somministrazione via web o social media e si affronta l'analisi di dati reali.

Risorse umane e comportamento organizzativo

Teresina Torre – Laura Strazzeri

#people #organizationalbehavior #hrm #smart
working #totalreward #

L'insegnamento

L'insegnamento intende approfondire interrogativi quali:

Chi sono le risorse umane?

Cosa significa gestirle nelle organizzazioni?

Come le necessità della gestione si correlano ai cambiamenti in atto nel lavoro, nei suoi contenuti e nelle sue modalità?

Come, attraverso quali processi e strumenti si gestiscono i lavoratori?

Chi ne ha la responsabilità?

Che cosa determina il comportamento delle persone nelle organizzazioni?

E come questo può essere supportato nella gestione?

Infine, quali problematiche sono oggi maggiormente rilevanti per una efficace gestione?

In particolare, vengono sviluppati i seguenti approfondimenti

- Le sfide in corso: lavoro ibrido, welfare e total reward, diversità e inclusione
- Lavoro, persona, organizzazione: valore e valori
- La gestione della persona nel contesto organizzativo: significato, ruoli e responsabilità
- Il processo di gestione: le fasi, gli strumenti, la valutazione dell'efficacia e dell'efficienza
- Il comportamento organizzativo (motivazione e soddisfazione lavorativa, personalità e valori, leadership, gruppi e decisioni, comunicazione interna)

Al termine del percorso gli studenti hanno inquadrato le questioni organizzative oggi di maggior rilievo per le aziende lato lavoratori, sono in grado di motivare le scelte di gestione e di impostare gli strumenti di base funzionali all'operatività dei processi di gestione delle risorse umane.

In coerenza con la collocazione del corso nell'ambito di un percorso di laurea magistrale, agli studenti è richiesto un approccio critico nel rapporto con le problematiche oggetto di approfondimento, oltre che uno stile interattivo di partecipazione alle lezioni.

Inoltre, le attività e le modalità didattiche consentono agli studenti di esercitare e sviluppare le proprie capacità di comunicare in maniera efficace utilizzando le appropriate argomentazioni e gestendo le interazioni sociali, acquisendo pertanto anche utili soft skills e competenze più avanzate.

Oltre alle tradizionali lezioni frontali, agli studenti vengono proposte numerose iniziative:

Lavori individuali:

- la preparazione di interviste a direttori del personale di aziende che operano in ambiti diversi, contestualizzando quindi le problematiche ed imparando a capire le specificità;
- la compilazione e il commento in autonomia dei risultati ottenuti con alcuni famosi test di personalità, in una logica di apprendimento in modalità flipped classroom;
- la produzione di un elaborato individuale di riflessione sulle dinamiche di gruppo (a conclusione dei lavori di gruppo) per indagare su quali sono stati i ruoli individuali, come sono state prese le decisioni, quali sono state le principali sfide di gruppo e per stimolare l'esplorazione di aspetti interni al gruppo come leadership, comunicazione, gestione del conflitto e divisione del lavoro.

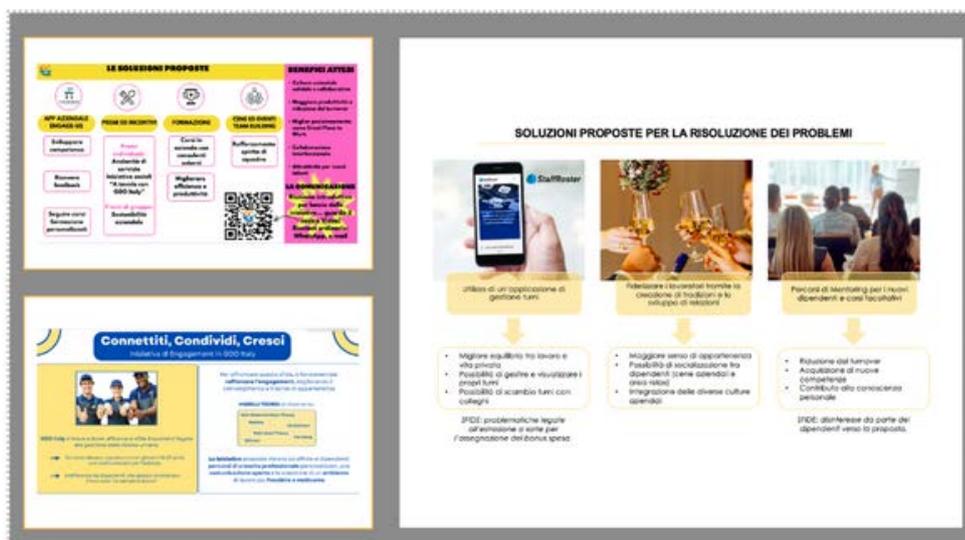
Lavori di gruppo:

- analisi tramite flipped classroom (in sottogruppi) delle componenti della soddisfazione lavorativa;
- sviluppo di un'analisi approfondita e critica di un argomento attuale o sfidante, a partire da documenti e/o articoli forniti e attraverso due case study reali:
- azienda nel settore energie rinnovabili – definizione di una politica per la talent attraction & retention di profili di giovani ingegneri e tecnici e per l'employer branding
- azienda nel settore GDO - definizione di una politica per l'engagement

In entrambi i casi i gruppi hanno descritto sia in generale l'impianto complessivo dell'intervento che hanno proposto (quali azioni, quante, con che connessioni logiche fra di loro, rivolte a chi, perché) e il dettaglio del progetto innovativo e originale al centro della proposta di politica.

Gli output di ciascun lavoro di gruppo sono stati:

- documento di gruppo
- slide PowerPoint di sintesi
- elemento visivo (un'infografica, o un video di massimo 45", o altri file interattivi)



Lingua inglese B2

Management

Justin Rainey

#GlobalEnglish #Corporateculture #Culturaldiversity
#Internationaltradeandregulation



L'insegnamento

L'obiettivo principale dell'insegnamento è di aumentare la consapevolezza dell'importanza di una maggiore competenza nella lingua inglese non solo studiando argomenti in inglese ma soprattutto utilizzando le conoscenze acquisite negli insegnamenti settoriali per migliorare le competenze linguistiche necessarie per usare la lingua inglese nell'ambito settoriale e accademico e consolidare il livello B2.

L'insegnamento mira a rafforzare le capacità comunicative sia ricettive che produttive in lingua inglese al livello B2 in ambiti professionali, per esempio fare presentazioni, partecipare a riunioni, scrivere efficacemente.

Argomenti trattati

Il quadro politico, economico e giuridico del commercio internazionale, diversità e somiglianze; Gli strumenti per agevolare e incentivare gli scambi commerciali internazionali (WTO, CISG, Incoterms; accordi doganali);

Le caratteristiche di una lingua internazionale del commercio (Global English);

Le strategie per gestire la diversità culturale tra e dentro le imprese.



Intellectual Property and Algorithmic Innovation

Andrea Ottolia

#Strategie di proprietà intellettuale, #imprese innovative,
#data economy, #intelligenza artificiale, #diritto d'autore,
#brevetti, #dati personali, #banche dati, #segreto industriale,
#start-up, #modelli di business



L'insegnamento

Questo insegnamento è stato dedicato agli strumenti giuridici destinati a proteggere e a sfruttare le risorse immateriali dell'impresa operante in ambito tecnologico e, in particolare, algoritmico quali dati, opere dell'ingegno, software, segreti e invenzioni. La prospettiva che tipicamente è stata presa a riferimento è stata quella della start-up tecnologica, dei relativi problemi inerenti ai rapporti fra i soci e all'appartenenza e circolazione degli asset immateriali strategici.

Le lezioni frontali e, in particolare, le esercitazioni hanno avuto l'obbiettivo di formare lo studente a un utilizzo delle regole normative e contrattuali funzionale al perseguimento delle concrete strategie dell'impresa innovativa anche attraverso la valorizzazione delle capacità di confronto e dialettica negoziale. L'utilizzo della lingua inglese è stato poi essenziale al fine di far acquisire terminologie giuridiche tipicamente utilizzate nella prassi commerciale e legale dei settori di riferimento.

Lavori di gruppo e simulazioni

Una parte sostanziale del corso è stata dedicata a lavori di gruppo e simulazioni relative a casi concreti per la soluzione di forme di protezione e assetti contrattuali che riguardano iniziative di (e collaborazioni tra) imprese operanti nell'innovazione tecnologica generale e algoritmica in particolare. Numerose esercitazioni si sono concentrate sulla rielaborazione e sull'affinamento di modelli di business alla luce delle peculiarità pratiche di casi reali e delle opportunità offerte dal rapporto fra diritto e tecnologia.

Issues in Economic Policy

Luca Beltrametti

#Ageing #productivity #digitaltransformation



L'insegnamento

L'obiettivo dell'insegnamento (6 CFU) è di mettere gli studenti in condizione di comprendere quelli che forse sono due dei principali fattori dei cambiamenti socio-economici in atto: l'invecchiamento della popolazione e il cambiamento tecnologico.

Il tema dell'invecchiamento è analizzato sia con riferimento alle sue determinanti demografiche (tassi di fertilità, aspettative di vita...) e descritto nelle sue manifestazioni nei diversi paesi e continenti. Le lezioni sono finalizzate sia a fornire elementi teorici di interpretazione dei fenomeni, sia insegnare agli studenti a reperire autonomamente i dati necessari alle analisi. La discussione delle implicazioni economiche dell'invecchiamento si concentra in particolare sugli effetti sui sistemi pensionistici. Questi ultimi sono descritti sia sotto il profilo delle loro diverse tassonomie, sia sotto profili più operativi e gestionali.

Il tema della sostenibilità macroeconomica dei sistemi pensionistici pone al centro dell'attenzione la questione della produttività che a sua volta introduce il tema della transizione tecnologica.

La seconda metà dell'insegnamento è dedicata al cambiamento tecnologico con particolare riferimento alla digitalizzazione della manifattura e alla decarbonizzazione del settore *automotive*. Oltre alle lezioni il tema dell'applicazione di sistemi di intelligenza artificiale per aumentare la produttività nella manifattura è stato trattato nel seminario tenuto dall'ing. Riccardo Sesini (VHIT).

Il tema delle implicazioni della transizione verso l'elettrico nell'*automotive* è stato trattato in varie lezioni del docente, nel seminario dell'ing. Nicola Novi (VHIT) e in due seminari (riferiti soprattutto alla situazione del Giappone) del Prof. Holger Bungsche (Kwansei Gakuin University, School of International Studies, Japan).

L'esame consiste in una parte scritta e nella discussione di tesine realizzate da gruppi di 3 o 4 studenti. Le tesine hanno fornito l'occasione per una approfondita discussione circa l'uso di strumenti di intelligenza artificiale nell'elaborazione di testi scritti.

Diritto della crisi d'impresa

Marco Arato

#bankruptcylaw #procedureconcorsuali #pianidirisanamento
#codicedellacrisi



L'insegnamento

L'insegnamento approfondisce il tema della crisi di impresa dal punto di vista giuridico, ponendo particolare attenzione alle rilevanti e fondamentali connessioni con le prospettive economiche aziendali dell'impresa in crisi. Si focalizza sugli strumenti di composizione della crisi che sono alternativi alla liquidazione giudiziale e che mirano alla conservazione dell'attività d'impresa.

Un punto cruciale dell'insegnamento è stato il nuovo Codice della Crisi, entrato in vigore nel luglio del 2022. Questo nuovo codice rappresenta un importante aggiornamento normativo che gli studenti hanno avuto l'opportunità di studiare in dettaglio, comprendendone le implicazioni pratiche e teoriche.

Durante tutto l'insegnamento sono stati illustrati numerosi casi pratici che hanno aiutato gli studenti a sviluppare un solido background operativo. Questo approccio pratico ha facilitato una comprensione più profonda delle dinamiche aziendali e delle strategie di risoluzione della crisi. La modalità didattica di questo semestre ha incluso una costante interazione con gli studenti, garantendo un regolare svolgimento delle lezioni e un continuo coinvolgimento attivo degli studenti.

L'insegnamento ha come obiettivo principale l'approfondimento delle seguenti tematiche:

- della disciplina delle procedure concorsuali (fallimento, concordato preventivo, amministrazione straordinaria, liquidazione coatta amministrativa);
- degli strumenti di composizione della crisi (piani di risanamento, accordi di ristrutturazione dei debiti, transazione fiscale).

Queste tematiche sono trattate sia sotto l'aspetto giuridico, esaminando le normative e i procedimenti legali, sia sotto l'aspetto economico, valutando le strategie aziendali per la gestione e la risoluzione della crisi.

Gli studenti, attraverso questo insegnamento, acquisiranno una competenza completa e integrata che permetterà loro di comprendere e gestire le complessità legate alla crisi d'impresa.

Argomenti dell'insegnamento

L'evoluzione della disciplina fallimentare. Gli strumenti di composizione delle crisi e le procedure concorsuali in genere

La tempestiva emersione della crisi di impresa

Definizioni di crisi, insolvenza e sovraindebitamento. Le norme "manifesto": gli obblighi dei soggetti che partecipano alla regolazione della crisi e dell'insolvenza.

Le disposizioni comuni agli strumenti di regolazione della crisi e dell'insolvenza. La composizione negoziata - I parte

La composizione negoziata - II parte

Principi di carattere processuale. Il procedimento unitario. La domanda con riserva

Gli strumenti negoziali stragiudiziali. Il piano di risanamento.

Gli accordi di ristrutturazione dei debiti.

La transazione fiscale. La convenzione di moratoria

Il concordato preventivo - I parte

Il concordato preventivo - II parte

Il concordato preventivo - III parte

Il piano di ristrutturazione soggetto a omologazione

La liquidazione giudiziale. I presupposti della liquidazione. Gli organi della procedura

Gli effetti dell'apertura della liquidazione giudiziale per il debitore

Gli effetti della liquidazione giudiziale per i creditori

Gli effetti della liquidazione giudiziale sugli atti pregiudizievoli ai creditori

Gli effetti della liquidazione giudiziale sui rapporti giuridici pendenti. Gli effetti della liquidazione sui rapporti di lavoro subordinato (profili generali)

Custodia e amministrazione dei beni compresi nella liquidazione giudiziale. Avviso ai creditori.

Domande di ammissione al passivo. Effetti della domanda

Le impugnazioni e il relativo procedimento

Esercizio dell'impresa e liquidazione dell'attivo

Ripartizioni dell'attivo

Cessazione della procedura di liquidazione giudiziale

Il concordato nella liquidazione giudiziale

L'esdebitazione

Le società nel codice della crisi e dell'insolvenza

La liquidazione giudiziale delle società: le disposizioni sulle società in generale

Regolazione della crisi e dell'insolvenza del gruppo di imprese

Le nostre Altre Attività Formative (AAF) - 3 CFU

Il nostro Corso di Studio è arricchito da attività formative altamente professionalizzanti utili all'ingresso nel mondo del lavoro. Le attività sono in genere erogate da professionisti specializzati nell'ambito di competenza

Contrattualistica internazionale e operazioni straordinarie crossborder - Avv. Benedetto Lonato

L'insegnamento si propone di fornire nozioni base per affrontare processi di redazione e negoziazione di accordi internazionali e per partecipare a processi di c.d. M&A cross-border. In particolare, verranno approfonditi i principali argomenti giuridici utili all'impostazione del contratto, nonché la disciplina dei singoli contratti internazionali più diffusi nella prassi. Verranno affrontate le principali tematiche, sia di carattere tecnico-giuridico che di carattere organizzativo ed operativo, relative all'organizzazione e lo svolgimento di operazioni straordinarie internazionali con particolare focus alle operazioni di investimento e di compravendita di partecipazioni societarie e aziende.

Imprenditorialità, Start-up e Business plan - Ing. Massimo Vanzi

Scopo principale dell'insegnamento è quello di spiegare con molti esempi pratici e anche con testimonianze in classe di attori importanti dell'Ecosistema startup cosa siano veramente le startup, che cosa le distingue dalle tradizionali PMI, quali siano le regole da seguire e le opportunità da cogliere per entrare in questo mondo come attore principale e cioè come imprenditore startupper.

Laboratorio di analisi dei dati - Prof. Corrado Lagazio

L'insegnamento esplora le fondamenta del linguaggio R, uno strumento potente per l'analisi dei dati. L'insegnamento copre i concetti base della programmazione in R, la manipolazione dei dati e la creazione di grafici. Inoltre, lo studente impara a condurre semplici analisi statistiche. Attraverso lezioni pratiche e teoriche, acquisirà competenze utili per trasformare i dati in informazioni significative.

Project Management - Ing. Stefano Setti

Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute.

Le nostre iniziative di orientamento in ingresso



Sei uno studente della laurea triennale? Vieni ad incontrare i docenti del Corso di Laurea Magistrale in Management!

GUARDIAMOLI IN FACCIA...

I docenti e i rappresentanti degli studenti sono a disposizione per presentarsi e per rispondere alle vostre domande, nella maniera più informale possibile

Domande&Risposte

3 aprile 2025 h 15, Aula Fieschi

Le nostre iniziative di promozione dell'esperienza Erasmus

Aula Arsenale, 25 novembre 2024



La dott.ssa Stefania Suppa, rientrata dall'estero, racconta la sua esperienza agli studenti di Management del primo anno.

“A fine agosto 2023 sono partita per la città che mi avrebbe ospitata per i successivi sei mesi: León. Al centro della mia esperienza Erasmus in Spagna, León mi ha regalato molto, dalla capacità di adattarsi a luoghi mai visti prima, a condividere momenti indelebili con persone che in poco tempo sono diventate a tutti gli effetti una seconda famiglia, all'abilità di mettersi in gioco dovendo, in certo senso, impararne le regole.

León è una città molto giovanile e storica al tempo stesso. Non esiterà a mostrare la cultura che custodisce attraverso molte iniziative che coinvolgono i suoi abitanti in primo luogo e chiunque si ritrovi per le sue strade.

L'Erasmus è stata un'occasione di crescita e di contestuale divertimento, che tra l'altro, potessi tornare indietro, sceglierei altre mille volte, ma con la stessa emozione e paura di quella mattina del 31 agosto”.

Stefania Suppa

Il programma Mentoring

Gli studenti di Management in Azienda

Un programma di Mentoring per educare alla complessità gestionale
a.a. 2024-25

Il programma è stato ideato dal Corso di Laurea magistrale in Management per avvicinare gli studenti al tessuto economico-industriale del territorio ligure. Esso offre agli studenti selezionati l'opportunità di arricchire il percorso formativo di una esperienza "sul campo", sviluppata secondo la logica dell'osservazione di una real life business experience lungo tutto il percorso formativo magistrale, presso una azienda del territorio genovese/ligure.

Ad ognuno dei dieci studenti selezionati viene assegnata un'Azienda associata a Confindustria Genova Giovani Imprenditori, presso la quale lo studente, sotto la guida di un tutor aziendale e di un tutor accademico, beneficia di una attività di mentoring entrando in relazione (secondo modalità e tempi definiti con il tutor aziendale) con i manager delle diverse aree e funzioni aziendali. In tal modo può, da un lato, approfondire operativamente specifiche tematiche/problematicità studiate e, dall'altro, discuterne con i docenti durante il Corso di studio.

Nell'anno accademico 2024/25 sono state coinvolte le seguenti imprese:

JP Droni srl

Attilio Carmagnani "AC" Spa

Ernest Young

Indemar spa

The Winesider

Amazon Web services EMEA sarl

ReWing srl

STAM srl

Eusider Alloy Materials SRL

Banca Mediolanum



Kick-off del Programma Mentoring a.a. 2024/25: I mentor aziendali incontrano gli studenti selezionati, 11 dicembre 2024, Sala Lauree, DIEC

I seminari in collaborazione con i componenti della Consulta



**Confindustria Giovani Imprenditori Genova incontra
gli studenti di Management**

FARE IMPRESA IN TEMPI DI TURBOLENZA

21 marzo 2025, h 14 Sala Lauree

Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi, 5 – Genova

Introduce: Silvia Bruzzi, Coordinatore Corso di Laurea Magistrale in Management

Interventi

Jacopo Callà, Presidente Confindustria Giovani Imprenditori Genova, CoFounder & President @ JP Droni Srl
Giovanni Gritta, General Manager Indemar

Andrea Mazza, Marine Data Analyst @ Breeze e Cofondatore @ Blacklime

Francesco Tessori Rudmann, CEO & Founder @ Autodifesa Femminile

Q&A a cura degli studenti di Management

La valorizzazione del legame con il territorio

Progetto “Voglio fare il manager!”

Nell' a.a. 2024/25 otto studenti di Management sono stati selezionati per partecipare al progetto, avendo l'opportunità di incontrare molte realtà aziendali del territorio.

L'11 novembre 2024 l'iniziativa è stata presentata presso il Dipartimento di Economia insieme al Dott. Ballerini, Vicepresidente Manageritalia Liguria.

Per gli studenti è stata un'ottima occasione per entrare in contatto diretto con manager di diverse funzioni aziendali e con il mondo del lavoro.

Il pensiero dei nostri studenti con testimonianze su LinkedIn

 **Filippo Vassallo** · 3° e oltre + Segui ...
Studiante laureato presso Unive...
2m · 🌐

Un sentito grazie a **Digitmode** per la preziosa opportunità di affiancamento di tre giorni, resa possibile grazie al progetto "Voglio fare il manager" organizzato da **MANAGERITALIA**. È stata un'esperienza formativa che mi ha permesso di conoscere da vicino l'organizzazione e il funzionamento dell'azienda, permettendomi di confrontarmi con professionisti competenti e disponibili a condividere con me il loro lavoro e la loro esperienza. Un'opportunità che mi ha permesso di ampliare la mia visione del mondo del lavoro e arricchire il mio percorso professionale!

 **Jana Sarah Br...** · 3° e oltre + Segui ...
Management Università degli st...
2m · 🌐

Desidero ringraziare **MANAGERITALIA** e **Duferco Energia SpA** per avermi offerto l'opportunità di affiancare i manager dell'azienda durante le loro giornate lavorative. Un ringraziamento particolare al Direttore Operations **Massimiliano Cocurullo** e a tutti i manager e professionisti dei diversi reparti dal Trading, al Marketing fino al Business Development per aver condiviso con grande competenza, disponibilità e passione le loro attività quotidiane e i progetti in corso. Questa esperienza è stata per me molto formativa e mi ha aiutato a comprendere in modo più concreto le dinamiche aziendali e individuare le aree che più rispecchiano i miei interessi e ambizioni professionali

 **Andrea De Pa...** · 3° e oltre + Segui ...
Studiante di Management press...
6 giorni · 🌐

Ci tengo a ringraziare **Italmatch Chemicals**, **MANAGERITALIA** e l'**Università degli Studi di Genova** per la preziosa opportunità e soprattutto **Giulia Ciarpica**, **Alessandro Leone** e **Fabiana Fabbrini** per avermi accolto nel loro team facendomi sentire anche se solo per pochi giorni uno di loro. È stata una bellissima esperienza che mi ha permesso di vedere come si lavora all'interno di una grande impresa e quali sono le sfide che ogni giorno si devono affrontare. Un'esperienza che consiglio vivamente ai futuri studenti di Management per poter toccare con mano cosa voglia dire fare il Manager e arricchire il proprio percorso formativo.

 **Giacomo Ce...** · 3° e oltre + Segui ...
Laureato in Economia Aziendal...
3m · Modificato · 🌐

Pochi giorni fa ho avuto, insieme ad alcuni miei colleghi nell'ambito del progetto "Voglio Fare il Manager" promosso da **MANAGERITALIA**, la possibilità di partecipare ad un interessante Open Day presso la sede genovese di **Wärtsilä**. Durante la visita abbiamo avuto l'occasione di toccare con mano le peculiarità di questa azienda e di visitare i locali aziendali, approfondendo l'efficienza del processo di manutenzione dei potenti motori navali prodotti dall'impresa.

Un ringraziamento a **Agnese Maria Pongiglione** per averci accompagnato in questa giornata e per aver reso l'esperienza ancor più accattivante ed interessante.

Le attività di orientamento in uscita

Il servizio CV-Check per i nostri studenti

Ti stai avviando verso la fine degli studi universitari? Stai iniziando a pensare al tuo ingresso nel mondo del lavoro? Hai già scritto un CV ma non sei sicuro di averlo fatto bene? Oppure non lo hai ancora fatto e non hai le idee chiare?

Il curriculum vitae, questo sconosciuto ...

Il CV rappresenta il proprio biglietto da visita per presentarsi al mondo del lavoro: è importante saperlo redigere in maniera adeguata a valorizzare le proprie competenze. Non è infatti scontato né conoscere i propri punti di forza e quello che le imprese apprezzano in un CV, né saperlo scrivere in maniera chiara esauriente ed efficace.

Per questi motivi il Corso di Laurea Magistrale in Management ai suoi studenti la possibilità di un servizio personalizzato.

Nell'a.a. 2024/25 la Dott.ssa Elisabetta Lenzi, Senior Recruitment Specialist di GiGroup Spa, prima multinazionale italiana nei servizi per il lavoro, il 7 novembre 2024 e il 27 febbraio 2025 mattina si è resa disponibile su appuntamento per fornire agli studenti un contributo per migliorare il loro CV.



Workshop GiGroup-Management

Personal branding: crea il tuo LinkedIn profile!

In un mondo che sta diventando sempre più digitale, per trovare opportunità lavorative diventa sempre più necessario essere efficaci anche sui social network.

Durante il workshop sono state proposte alcune tips su come creare un profilo LinkedIn efficace, renderlo attrattivo per le aziende e su come cercare lavoro attivamente.



Improve your employability!

**Vieni a conoscere le professionali manageriali
presentate dai nostri laureati in Management**

4 novembre 2024, h 13,40
Aula Lanterna, Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi 5 - Genova

Presentazione

Prof. Silvia Bruzzi, Coordinatore del Corso di Laurea Magistrale in Management

Interventi

Dott. Emilio Alacevich, Business Developer, IIT

Dott.ssa Caterina Allegra Campazzo, Western Europe Business Controller, Esaote

Dott. Steven Hansen, Financial Logistics Controller, Haier Europe

Dott. Giovanni Truffello, Responsabile Ufficio Finanza e Liquidità dell'Autorità di Sistema del Mar Ligure Occidentale



Improve your employability!

**Vieni a conoscere le professioni manageriali
così da entrare in modo più consapevole nel mondo del lavoro**

3 aprile 2025, h 13,30
Aula Lanterna, Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi 5 - Genova

Presentazione

Prof. Silvia Bruzzi, Coordinatrice del Corso di Laurea Magistrale in Management

Interventi

Dott.ssa Giulia Cardi, HR Business Partner, Cambiaso Riso Group

Dott. Leonardo Barcellini, Global Commodity Manager, Fedrigoni Group

Dott.ssa Alice Minuto, Co-Founder & CEO Eusider Alloy Materials

Dott. Giorgio Montefusco, Marketing Director Whitebridge Pet Brands



Il gruppo Alumni di Management di LinkedIn

Il gruppo è stato creato nell'aprile 2021 e ad oggi conta 240 membri tra studenti, laureati, docenti e membri della consulta di Management.

marketing operations **strategy** digital transition
social responsibility **development**
Management
internationalization **governance strengths ethics**
supply chain **change** *Build your future with us!*
innovation

UniGe
DIEC ⓘ ↗ 🔔 ✎ ⋮

Alumni di Management - Università di Genova
Private Listed
[Earn an Active Group badge](#)

La Community di Management

In tempi in cui le distanze sembrano approfondirsi, è importante avere anche dei momenti di incontro conviviale che rafforzino il senso di appartenenza alla propria comunità.

Per questo abbiamo ripreso la bella abitudine del brindisi natalizio con studenti e docenti. Si tratta di un'occasione di incontro informale che può aiutare a vivere più pienamente l'Università e in futuro gli ambienti di lavoro.



Quest'anno abbiamo anche inaugurato gli Aperitivi degli Alumni di Management, una iniziativa con la quale vogliamo rafforzare il senso di comunità e networking professionale tra laureati e studenti, che possa crescere nel tempo.



Le iniziative a supporto della ricerca scientifica



marketing operations strategy digital innovation
Management
social responsibility development
governance strategic ethics
innovations Build your future with us!

La tesi di laurea magistrale

Corso di Laurea Magistrale in Management
a.a. 2024/25
10 dicembre 2024 h 15 Aula Tabarca
12 marzo 2025 h 13 Aula Passadore

Università di Genova **inVULNERABILIA**
Per una cultura della vulnerabilità

marketing operations strategy digital innovation
Management
social responsibility development
governance strategic ethics
innovations Build your future with us!

The M.Sc. program in a nutshell

- > At Genova
- > Educating future managers able to understand actual organizational context and to operate proactively
- > Job opportunities in private enterprises working in different sectors and public institutions
- > Internships and thesis in enterprises are proposed to enrich the program
- > Many interactive activities and laboratories useful to develop soft skills are provided
- > In Italian, but some courses are taught in English and teachers support foreign students and suggest Italian ones to deal with English materials and relationships

In times of crisis and disruptive events, we train our graduates with a set of skills that will make them very ready for change and more resilient in facing the challenges of the productive world.

Our milestones are change readiness, innovation, digitization, and sustainability

Some of our courses
Business ethics e responsabilità sociale delle imprese
Cambiamento organizzativo per la trasformazione digitale
Operations Management
Management internazionale interculturale
Risorse umane e comportamento organizzativo
Diritto della crisi d'impresa
Management e marketing dell'innovazione
Intellectual property and algorithmic innovation
Diritto del lavoro nell'economia digitale

Palazzo della Borsa | 12 - 14 giugno 2025

Università di Genova **inVULNERABILIA**

Università di Genova | DIEC DIPARTIMENTO DI ECONOMIA | Università di Genova | DIGI DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA

E-sport e lavoro. Fenomeno e inquadramento giuridico

16 aprile 2025, ore 15:00
Aula Portovecchio

dott.ssa Rachele Ammirati
dottoranda in Diritto del lavoro
presso il Dipartimento di Giurisprudenza

Diritto del Lavoro nell'economia digitale,
Corso di laurea Management

Università di Genova | DIEC DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

marketing operations strategy digital innovation
Management
social responsibility development
governance strategic ethics
innovations Build your future with us!

Vieni a conoscere le opportunità offerte dal dottorato!



Prof. Teresina Torre
Aula Tabarca DIEC
25 marzo 2025 h 12,30

Le testimonianze dei nostri laureati



Dott.ssa Giulia Ciarapica,
Corporate Communication Officer, Italmatch Chemicals

Il mio percorso universitario ha avuto come base solida la laurea triennale in Economia Aziendale, che mi ha fornito gli strumenti fondamentali per comprendere il funzionamento delle organizzazioni. Successivamente, ho scelto di approfondire questi temi con la laurea magistrale in Management del DIEC, Università di Genova, dove ho iniziato a sviluppare un forte interesse per il marketing, i processi aziendali e le dinamiche interfunzionali.

Durante la magistrale, ho avuto l'opportunità di lavorare su business case reali in collaborazione con aziende, un'esperienza che ha reso tangibile il legame tra teoria e pratica.

La mia tesi, scritta all'estero presso un'agenzia di comunicazione, ha esplorato la gestione dei processi nel settore dei servizi, un ambito ancora poco indagato. Questo progetto ha rappresentato un ponte diretto verso il mondo del lavoro: grazie a una collaborazione universitaria, ho trovato il mio primo impiego nel settore della comunicazione a Genova. In questa realtà sono cresciuta professionalmente, ricoprendo ruoli come Social Media Manager e Audiovisual & Event Manager, lavorando a stretto contatto con il top management.

Da un anno sono Corporate Communication Officer in una multinazionale chimica con sede a Genova, dove gestisco un team e faccio parte del middle management. Il filo rosso che collega studi e carriera è la costante attenzione ai processi, alla comunicazione strategica e alla collaborazione interfunzionale, elementi che hanno guidato ogni mia scelta e crescita professionale.



Dott. Nicolás Crovetto, Indirect Procurement, Hitachi Rail STS SpA

Il percorso universitario in Management mi ha permesso di sviluppare competenze strategiche e pratiche, ma soprattutto di imparare a pensare in modo critico. In particolare, ha arricchito la mia visione e il mio approccio nell'affrontare le sfide lavorative.

Durante il percorso, mi sono sentito particolarmente affine ad alcune discipline più che ad altre, ma ognuna, in qualche modo, mi ha lasciato qualcosa di prezioso, sia dal punto di vista delle conoscenze teoriche che della crescita personale.

Tra le tante proposte formative ricevute negli anni universitari, una delle più interessanti è stata sicuramente il Campus ADACI: un percorso dedicato in particolare alla gestione degli acquisti e alla supply chain. Il programma affrontava diversi temi chiave come strategie di acquisto, digitalizzazione, negoziazione, e altro ancora, combinando approfondimenti teorici con un approccio molto pratico, attraverso case study e simulazioni reali. Il Campus è stata una perfetta integrazione dell'insegnamento di Operations Management. Il connubio di argomenti tra le due attività mi ha permesso di approfondire questo mondo in maniera sempre più concreta. Questa esperienza mi ha offerto una visione più trasversale e completa del mondo professionale, contribuendo a prepararmi meglio per il mio ingresso nel mondo del lavoro.