



Management

La Community di Management

a.a. 2025/2026

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.....	25
Le nostre iniziative di orientamento in ingresso.....	45
La promozione dell'esperienza Erasmus.....	46
Il programma Mentoring.....	47
La valorizzazione del legame con il territorio: Progetto "Voglio fare il manager!".....	48
Le attività di orientamento in uscita.....	49
La Community di Management.....	54
Le iniziative a supporto della ricerca scientifica.....	56
Le testimonianze dei nostri laureati.....	57

Introduzione

Quest'anno dedichiamo il report di rendicontazione del Corso di Laurea Magistrale in Management a.a. 2025/26 alla Comunità di Management nel suo insieme: agli studenti, ai laureati, ai docenti, al personale tecnico-amministrativo, ai membri della Consulta, alle imprese e a tutti coloro che, con il proprio contributo, partecipano alla costruzione e allo sviluppo del nostro progetto formativo.

Il Corso di Laurea Magistrale in Management si fonda infatti su un progetto culturale condiviso, che si rinnova costantemente attraverso il dialogo tra università, mondo professionale e società. Un progetto che non appartiene a un singolo soggetto, ma che prende forma grazie all'impegno quotidiano di una comunità ampia, che mette a disposizione competenze, esperienze, idee e relazioni per perseguire un obiettivo comune: offrire ai giovani un percorso di crescita personale, culturale e professionale di qualità.

Ritengo che la forza di un Corso di Studio risieda proprio nella capacità di mantenere vivo questo patrimonio di relazioni, valorizzando il confronto tra generazioni diverse e favorendo una partecipazione attiva che continui ben oltre il conseguimento della laurea.

L'auspicio è che questa Comunità continui a crescere, rinnovando e rafforzando il significato del nostro progetto culturale.

Prof. Silvia Bruzzi

Coordiatore 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	Hitachi Rail STS SpA
Confindustria Genova	Istituto Italiano di Tecnologia (IIT)
Coop Liguria	Italmatch Chemicals SpA
Costa Crociere SpA	LegaCoop Liguria
Deloitte & Touche SpA	ManagerItalia Liguria
Digital Innovation	Movendo Technology Srl
Hub Liguria - DIH	New Gima Sas
Dixet, Gruppo d'Imprese ad Alta Tecnologia	PwC
Duferco Group	RINA SpA
ERG SpA	RP Communication
Esaote SpA	Seven Development SpA
EY	Verallia Italia SpA
Generale Conserve SpA	Vitop Moulding srl (Gruppo Smurfit Kappa)
Gi Group	Wylab
Gruppo Cauvin	YOURgroup
Gruppo FOS	Dottorato Unige in "Security, risk and vulnerability"
	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. 2025/26



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, che ci ha permesso di imparare 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 Cedeno 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

Basko - Gruppo Sogeros

Italmatch Chemicals

Beyond Pharma

Amico Bicchiere – PMI e start up economia circolare

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. 2025-26

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 #organizationalchange #advancedrobotics
#artificialintelligence #humanAIteaming #digitalinclusion
#socialmedia



L'insegnamento

L'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. I research topic nell'ultima edizione del corso sono stati i seguenti: A.I. & decision-making; Resistance to technology; Digital inclusion & accessibility; LLM & use decisions; Teamworking with robots; Social media & organizational change. Per approfondire queste tematiche gli studenti hanno svolto interviste a testimoni qualificati, visite aziendali in collaborazione con imprese e istituzioni, tra cui: ITA Airways, AMT Genova, Ospedale Micone (ASL3), Ospedale San Matteo di Pavia, Policlinico Sant'Orsola di Bologna, Ospedale Galliera di Genova, Boscolo Travel, WeRoad, Hotel APuliaRè, Parc Hotel, Comune di Riomaggiore e Breathe Liguria.

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 (4 settimane), l'aula si articola in gruppi di lavoro formati autonomamente dagli studenti, ad ognuno dei quali è assegnato un research topic. I lavori di gruppo realizzati sotto la supervisione del docente (7 settimane) sono esposti in un project work e discussi nell'ambito di seminari dedicati nell'ultima parte del corso. 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: il gruppo presenta un'overview complessiva del lavoro (5 min.), ne illustra i contenuti di dettaglio (15 min.), raccoglie osservazioni dagli altri gruppi (5-10 min.), riceve domande dai docenti (15 min.) e risponde (15-20 min.). Ogni seminario occupa la durata di un'ora.

Modalità d'esame

Gli studenti che scelgono il percorso partecipativo ottengono una valutazione che si compone dei seguenti profili: una valutazione individuale riportata in una verifica delle conoscenze di base, dopo il modulo iniziale di introduzione al corso (20%); una valutazione individuale sulla partecipazione al lavoro di gruppo (contributo individuale, relazione nel gruppo) (20%); una valutazione di gruppo sui contenuti del project work e della scheda di sintesi (20%); una valutazione di gruppo sull'efficacia della presentazione (20%); una valutazione individuale riportata in un esame scritto finale (20%). Per gli studenti che scelgono il percorso non partecipativo, la valutazione avviene attraverso un esame scritto.

Business history dal novecento all'era digitale

Luisa Piccinno

#businesshistory #storiadimpresa
#economichistory#industrialheritage#impreseliguri



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. Il corso prevede inoltre un modulo di 4 ore di attività seminariale, svolte dal prof. Antonio Iodice (Università di RomaTre), 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 specifica attività di tutoraggio. In questo a.a. gli studenti partecipanti sono stati complessivamente 25. Il tema individuato ha avuto ad oggetto la storia delle imprese liguri attive nei seguenti settori:

1. Meccanica
2. Siderurgia
3. Cantieristica
4. Alimentare
5. Reti (acquedotti, elettricità)
6. Petrolio e chimica
7. Elettronica e high tech

Il lavoro di approfondimento svolto da ciascun gruppo ha avuto come base di partenza scientifica il seguente volume e la bibliografia ivi citata:

Sara De Maestri · Roberto Tolaini, Storie e itinerari dell'industria Ligure

<https://www.fondazioneansaldo.it/index.php/storia-e-itinerari-dell-industria-ligure>

Marketing Management Digitale

Andrea Ciacchi e Giorgia Profumo

#digitalmarketing #marketingmanagement #customervalue
#artificialintelligence #marketingstrategy #socialmediamarketing
#loyalty #crm

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, gestione e misurazione del valore per il cliente generato dalle imprese, con un focus sugli strumenti digitali e l'intelligenza artificiale.

L'insegnamento (per gli studenti frequentanti) approfondisce tematiche differenti, ma complementari tra loro, inserite all'interno del processo di creazione della customer value proposition:

1. Principali tendenze evolutive del marketing e delle sue applicazioni;
2. Mutamenti in atto nei modelli di consumo (il consumatore post moderno, le tribù di consumo);
3. Le potenzialità e gli ambiti di applicazione del web 2.0, dei social networks e dell'intelligenza artificiale;
4. Marketing, processi di creazione del valore per i clienti e loro connessione con la gestione delle relazioni (marketing relazionale e cenni di customer relationship management);
5. Applicazioni di intelligenza artificiale nei processi di marketing research, strategic marketing planning e marketing mix;
6. Personalizzazione e customer engagement potenziati dall'intelligenza artificiale;
7. Implicazioni relative all'utilizzo dell'intelligenza artificiale nel marketing (es. privacy, bias algoritmico, etica, implicazioni psicologiche);
8. L'evoluzione della comunicazione del valore: gli strumenti di comunicazione digitali.

Il programma dell'insegnamento per gli studenti non frequentanti si concentra invece sul processo di creazione della customer value proposition e sulle principali metodologie e modelli per la quantificazione e misurazione degli obiettivi e dei risultati (marketing metrics). In particolare, verranno approfonditi i nessi causali fra il valore generato per il cliente, l'ampiezza e la qualità delle relazioni di mercato, il valore dell'impresa nella prospettiva degli azionisti e le risorse disponibili per il continuo potenziamento della value proposition:

- Il processo di creazione di valore;
- Il valore per il cliente;
- La misurazione del valore per il cliente;
- La soddisfazione dei clienti;
- Le relazioni con i clienti.

Nel corso dell'anno accademico l'insegnamento ha previsto **attività seminariali e testimonianze aziendali** finalizzate a integrare gli aspetti teorici con applicazioni concrete di marketing digitale, CRM, branding e intelligenza artificiale. Le iniziative hanno coinvolto imprese operanti in differenti settori e professionisti con ruoli manageriali e specialistici.

25/03/2026

Testimonianza tenuta da Alberto Piscioneri (Marketing and Sales Director) e da Maurizio Ratti (Copywriter and Creative Director). **Il caso aziendale Tonitto 1939: Il processo creativo pubblicitario di marketing basato sull'intelligenza artificiale.**



13/04/2026

Testimonianza tenuta da Alberto Frau (Head of CRM, Loyalty & Digital Marketing) e da Edoardo Carvelli (Coordinatore Assistenza Commerciale). **Il caso aziendale Coop Consorzio Nord Ovest e Coop Liguria: Elementi di digital e customer marketing; omnicanalità, CRM e customer feedback management.**



30/04/2026 - 06/05/2026 - 07/05/2026 - 15/05/2026

Ciclo di seminari tenuti da Marco Giambarresi (CEO & Co-Founder) dell'impresa Pair. Al ciclo di seminari è seguito un lavoro di gruppo sul business case U-Power. I 44 studenti partecipanti al lavoro di gruppo hanno sviluppato una social media strategy basata sul content marketing e sull'influencer marketing, identificando i target della campagna social, definendo un content planning e programmando i contenuti da pubblicare. Il lavoro di gruppo è stato oggetto di presentazione in aula e costituisce il 20% della valutazione finale assegnata allo studente.

13/05/2026

Testimonianza tenuta da Vittoria Pitto (Founder and Social Media Manager) e Tommaso Bordonaro (Founder and Social Media Manager). Iniziativa in collaborazione con l'associazione studentesca Starting Finance Unige. **Il caso aziendale VIKIB: Gestire il marketing digitale.**



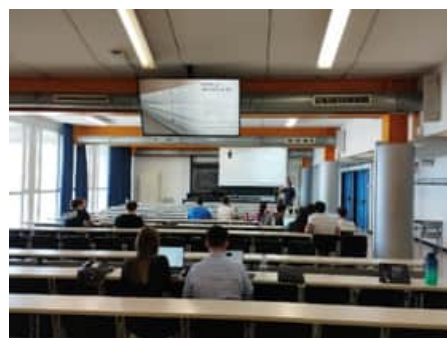
18/05/2026

Testimonianza tenuta da Giulia Ciarapica (Corporate Communications Officer). **Il caso aziendale Italmatch Chemicals: Il rebranding.**



21/05/2026

Testimonianza tenuta da Alberto Piscioneri (Marketing and Sales Director). **Il trade marketing: Strategia, ruoli e ciclo di funzionamento.**



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 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 del corso è dedicata all'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 una serie di testimonianze aziendali collegate a temi specifici del corso.

Seminari, testimonianze aziendali e altre attività

Testimonianza aziendale Etica sgr (13/4/2026)

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 (16/4/2026)

Incontro con le componenti del team Sostenibilità di Genova di Deloitte. Giulia Galli, Marianna Rebecchi, Sarah Miai 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) e al Decreto Omnibus.



Testimonianza aziendale Helan (23/4/2026)

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.



Proiezione del film "Il gioiellino" (27/4/2026)

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 Italmatch Chemicals (4/5/2026)

Incontro con Maurizio Turci (Group CFO & General Manager), Claudio Pirani (Group ESG & Sustainability Manager) e Fabio Torlai (ESG & Sustainability Specialist) di Italmatch Chemicals, importante player nella specialty chemistry. Gli Ospiti hanno illustrato l'impegno dell'impresa in tema di sostenibilità, in un settore tradizionalmente molto delicato quale la chimica. Spiccano gli sfidanti obiettivi di decarbonizzazione che l'impresa si è data, lo sforzo di disclosure in tema ESG nonché l'attenzione verso il benessere di dipendenti e collaboratori, che ha portato l'impresa ad essere certificata da Living Wage Foundation e Great Place To Work!



Testimonianza aziendale Hitachi Rail (7/5/2026)

Incontro con Andrea Carlo Razeto, Global ESG Director di Hitachi Rail, protagonista a livello mondiale nel settore dei veicoli e delle infrastrutture ferroviarie. L'Ospite ha illustrato a 360° l'impegno dell'impresa in responsabilità sociale, che si concretizza nell'efficace acronimo PLEDGES: planet, leadership, empowerment, diverse perspectives, governance, engagement, sustainability for all. Particolarmente interessante è la prospettiva evolutiva di un'impresa che – da 100% italiana - è diventata parte di un grande gruppo globale di matrice giapponese.



Testimonianza aziendale Costa Crociere (11/5/2026)

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.



Seminario su responsabilità sociale e calcio (14/5/2026)

"Corporate Social Responsibility (CSR) in Professional Sport Organisations: Evidence from the Football Industry"

Il dott. Rongtitya Rith, dottore di ricerca in "Security, Risk e Vulnerability – curriculum Management" presso l'Università di Genova, ha esplorato il tema della responsabilità sociale nel mondo dello sport professionistico, con particolare riferimento al calcio. Ha poi presentato le sue ricerche dottorali e post-dottorali sul tema, con particolare riferimento agli strumenti di comunicazione a disposizione delle squadre nonché all'importanza attribuita dai tifosi all'impegno delle squadre verso le tematiche di sostenibilità.

Diritto del lavoro nell'economia digitale

Annamaria Donini

#regolazionedellavoro; #poteridatoriali; #impresadigitale;
#lavoroadistanza; #piattaformedigitali; #dirittisindacalidigitali;
#algorithmicmanagement



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

29 aprile 2026:

Seminario del dott. Michele Molè, dottore di ricerca in diritto del lavoro presso l'Università di Groningen, dal titolo *Il management algoritmico è un servizio? L'esercizio dei poteri datoriali nell'economia post-fordista*. In collaborazione con il dottorato Security, Risk Vulnerability, curriculum Security and law, e con il dottorato in Giurisprudenza.

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 nei contesti aziendale ed ecosistemici.

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

Nell'anno accademico in corso, agli studenti che hanno inserito l'insegnamento nel proprio piano di studi è stato proposto un percorso di approfondimento sulle tematiche dell'imprenditorialità innovativa, basato sulla capitalizzazione dei risultati del progetto formativo PNRR Officinae Raise. Al fine di valutare la loro predisposizione a lavorare su tematiche relative ad applicazioni di AI e Robotica, è stato preliminarmente proposto un laboratorio, secondo la metodologia del World Cafè (<https://www.theworldcafe.com>), durante il quale gli studenti frequentanti, suddivisi in gruppi, hanno condiviso conoscenze, opinioni, interessi rispetto alle opportunità emergenti e alle minacce percepite in relazione allo sviluppo e alla diffusione di applicazioni innovative basate su AI e Robotica.

Su queste basi, è stato successivamente proposto un percorso di approfondimento basato su una serie di incontri organizzati in collaborazione con Talent Garden Genova Baltimora:

14 Aprile - Searching with AI: come utilizzare l'AI nella ricerca di mercato

21 Aprile - Design Thinking per l'innovazione: dal problema alla soluzione

5 Maggio - Business Model Development: strutturare il modello di business

12 Maggio - Storytelling e public speaking: come comunicare al target

22 Maggio – Presentazione dell'idea di business da parte dei team

Ciascun gruppo aveva il compito di trasformare una soluzione tecnologica - basata su applicazioni di AI e robotica - in un prodotto/servizio per uno specifico mercato, attraverso l'identificazione del target, la progettazione della value proposition, la definizione dell'architettura del business, il dimensionamento del fabbisogno finanziario e, infine, la presentazione della propria idea di business a una giuria composta da esperti in innovazione, trasferimento tecnologico e imprenditorialità, attivi sul territorio regionale (Talent Garden, Fondazione Genova Startup, Raise hub, lit).



Operations Management

Silvia Bruzzi

#operations #supplychain #procurement
#performance #resilience



L'insegnamento

In un contesto economico caratterizzato da mercati globali, crescente complessità delle filiere e continui cambiamenti tecnologici, la capacità di progettare, gestire e innovare processi e supply chain rappresenta una competenza strategica per il manager del futuro.

L'insegnamento fornisce agli studenti conoscenze e strumenti essenziali per comprendere come le imprese creano valore attraverso la gestione integrata delle operations, della supply chain, degli acquisti e delle relazioni con i fornitori. Particolare attenzione è dedicata alle sfide poste dalla globalizzazione, dalla sostenibilità, dalla digitalizzazione e dalla crescente incertezza che caratterizza i mercati contemporanei.

Attraverso un approccio didattico orientato alla integrazione tra teoria e pratica, l'insegnamento combina solide basi concettuali con esperienze applicative, consentendo agli studenti di sperimentare strumenti, metodi e processi manageriali utilizzati nelle imprese e di sviluppare competenze immediatamente spendibili nel mondo del lavoro.

Principali tematiche affrontate

- Il ruolo dell'Operations Management nelle decisioni strategiche d'impresa e nelle reti del valore;
- Le competenze e le responsabilità dell'Operations Manager nella creazione di vantaggio competitivo;
- La gestione e l'innovazione dei processi aziendali;
- Il Supply Chain Management e il coordinamento delle filiere produttive;
- Il Procurement Management e le strategie di acquisto;
- Il Supplier Management e la gestione delle relazioni con i fornitori;
- La misurazione e la valutazione economico-finanziaria delle performance operative in ottica di sostenibilità, resilienza e supply chain finance.

L'esperienza formativa integra le lezioni della docente con seminari specialistici di manager ed esperti aziendali, offrendo agli studenti un contatto diretto con le realtà professionali. Un elemento distintivo dell'insegnamento è inoltre la partecipazione a una simulazione di negoziazione cliente-fornitore, realizzata in collaborazione con ADACI - Sezione Lombardia e Liguria, che consente di sperimentare sul campo dinamiche e competenze fondamentali per la gestione delle relazioni di business.

Iniziative realizzate nel corso dell'a.a. 2025-26



22 aprile 2026 h 11: Flipped classroom su "Matrice di Kraljic e supply strategy", nella quale gli studenti hanno discusso con l'ing. Gabriele Luzzo, Direttore degli Acquisti di Sutter, le diverse categorie di input dei quadranti della matrice e le possibili supply strategy da adottare.

28 aprile 2026 h 13: seminario su "Scouting dei fornitori e resilienza della supply chain di Ansaldo Energia", Relatore: Ing. Mattia Bruschi, Head of Blades and Vanes Value Chain Programs, Ansaldo Energia SpA .



5 maggio 2026 h 13: Seminario su "Il Vendor Management per la gestione strategica dei fornitori: l'esperienza di RINA SpA", Relatrice: Dott.ssa Michela Rocca, Global Supply Chain Scouting & Vendor Management Director, RINA SpA

6 maggio 2026 h 11: Seminario su "Specificità e sfide degli acquisti nella GDO: il ruolo del category manager". Relatori: Dottori Roberto Bobbio, Buyer Category, e Roberto Erriu, Category Team Manager, Gruppo Sogegross



Simulazione relazione di negoziazione clienti-fornitori

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

8 aprile 2026 h 11: Kick-off progetto di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, relatori: Vincenzo Genco e Nicola Balbi, ADACI Lombardia e Liguria.

19 maggio 2026: Attività di simulazione di negoziazione clienti-fornitori, svolta secondo una precisa metodologia didattica presso il SIMAV dell'Università di Genova, 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 II 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. 2025-26

Business case Spes Medica China

Agli studenti frequentanti è stato proposto di lavorare su un business case appositamente realizzato dal docente e dall'AD di Spes Medica, dott. Matteo Mistretta.

Il caso analizzato ha consentito di entrare concretamente nella realtà d'impresa attraverso l'applicazione delle metodologie apprese in aula, affrontando e resolvendo problematiche reali e favorendo lo sviluppo di competenze hard e soft. Il lavoro ha impegnato gli studenti in un lavoro di gruppo, durato settimane, consegna di un elaborato e discussione in plenaria insieme al manager dell'impresa.



Sono stati inoltre realizzati, dagli studenti frequentanti, **due lavori di gruppo** sui seguenti temi:

- processo e modalità di internazionalizzazione di Italmatch Chemicals
- individuazione e diagnosi degli errori commessi durante una negoziazione internazionale fallimentare



Moduli formativi

"Market development in culturally different areas", ing. Fabio Chiusa, Attaj Trade Consulting LLC, Dubai – 3, 4 e 5-11-2025 .

Seminari di approfondimento

- Italmatch Chemicals. A journey of M&A and internationalization – dott. Andrea Isaia, Group HR Director - 20-10-2025
- La negoziazione nelle operazioni internazionali di M&A - avv. Benedetto Lonato, partner LCA Studio Legale - 3/12/2025.

"Progetto Management in biblioteca"

Agli studenti sono stati proposti approfondimenti individuali su alcune questioni oggetto del corso: è stata in particolare proposta la lettura di alcuni volumi su tematiche strettamente connesse con il contenuto dell'insegnamento.

Due studenti hanno accolto l'invito e hanno presentato ai colleghi in aula il volume letto motivandone l'interesse e la rilevanza.

Altre iniziative

Partecipazione degli studenti agli incontri del ciclo "Un aperitivo con... " organizzato dal Gruppo Giovani di Confindustria Genova. Aperitivo con Enrico Botte, CEO Gruppo FOS. – 12-02-2025.

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 condotti i seguenti approfondimenti

- Lavoro, persona, organizzazione
- La gestione della persona nel contesto organizzativo
- Il processo di gestione: le fasi e gli strumenti
- Il comportamento organizzativo (con particolare attenzione al tema della comunicazione organizzativa)
- Le tendenze recenti (lavoro ibrido, la gestione della diversità, total reward)

Al termine del percorso gli studenti sono in grado di motivare le scelte di gestione e di impostare gli strumenti di base funzionali all'operatività dei processi di gestione. Inoltre, le attività e le modalità didattiche consentiranno 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.

Agli studenti vengono proposte diverse attività volte a favorire apprendimento e padronanza degli argomenti

1. Lavori individuali, quali ad esempio:

- la redazione di una job description di una posizione organizzativa a scelta, utilizzando il metodo dell'interviste al "titolare" della posizione stessa
- la preparazione di un'intervista un a direttori del personale di aziende che operano in ambiti diversi, contestualizzando quindi tematiche studiate ed imparando a capire le specificità;

2. Lavori di gruppo, in particolare

- la redazione di un piano di comunicazione interna 2026 del Gruppo NovalIndustria per rafforzare la cultura organizzativa comune del gruppo, sostenere il senso di appartenenza, valorizzare i comportamenti coerenti con i valori aziendali, favorire la collaborazione e la condivisione.
- la redazione di un piano di introduzione dello Smart working, di impostazione di un sistema di welfare aziendale, di un progetto di valutazione del potenziale e la redazione di linee guida per la DEI.



SENTITI PARTE DELL'AZIENDA!

SEI UN MANAGER?

- Caffè con il CEO
- NovaExchange

ASCOLTA IL NOSTRO PODCAST "VOCI DI NOVA"

UN GIORNO IN NOVASTEEL EP. 1

SCOPRI E FAI CONOSCERE LA NOSTRA AZIENDA ATTRAVERSO I REEL SUI SOCIAL MEDIA

SEGUICI SUI SOCIAL

INQUADRA IL QR CODE E INIZIA A SEGUIRCI!

PARTECIPA AI VIDEO PROMOZIONALI DELL'AZIENDA

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

#Proprietà intellettuale #imprese innovative #data economy,
#intelligenza artificiale #machine learning #diritto d'autore
#brevetti #dati personali #patent pools #banche dati #segreto
industriale, #start-up #business model



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 alla appartenenza e circolazione dei beni immateriali risultanti dall'attività di impresa e dall'impostazione di questi secondo strategie ottimali.

Le lezioni frontali e, in particolare, le esercitazioni hanno avuto l'obiettivo 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.

Durante il corso è stata tenuta una lezione dalla Dott.ssa Kristina Kragujevska, Dottoranda di ricerca presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università di Torino, che ha parlato del tema delle invenzioni universitarie e della titolarità dei diritti sui risultati della ricerca anche attraverso l'ausilio di strumenti di machine learning (25 Novembre 2025).



È stata inoltre tenuta una lezione dal Dott. Matteo Cagnasso, Dottore in Giurisprudenza e Dottore di ricerca in biotecnologie per discutere dell'appartenenza e circolazione dei diritti sui beni immateriali sviluppati nei processi algoritmici in ambito biotecnologico e sportivo (9 Dicembre 2025).

Issues in Economic Policy

Luca Beltrametti

#Ageing #productivity #digitaltransformation



L'insegnamento

Obiettivo dell'insegnamento (6 CFU) è mettere gli studenti in condizione di comprendere le implicazioni economiche di 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 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 e nel seminario dell'ing. Nicola Novi (VHIT).

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. L'intero insegnamento è stato tenuto in inglese, così come la discussione delle tesine.

Diritto della crisi d'impresa

Marco Arato

#bankruptcylaw #procedureconcorsuali #pianidirisanamento
#codicedellacrisi



L'insegnamento

L'insegnamento ha approfondito 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 è focalizzato sugli strumenti di risanamento alternativi alla liquidazione giudiziale e che mirano alla conservazione dell'attività d'impresa introdotti o potenziati dal Codice della Crisi e dell'Insolvenza.

A lezione sono stati illustrati numerosi casi pratici che hanno aiutato gli studenti a sviluppare un solido background operativo. In tal modo è stata facilitata una maggiore comprensione delle dinamiche aziendali e delle strategie di risoluzione della crisi.

La modalità didattica di questo semestre ha incluso una costante interazione con gli studenti. Le lezioni sono state svolte regolarmente con un continuo coinvolgimento attivo degli studenti.

L'insegnamento ha trattato la disciplina delle procedure concorsuali vere e proprie (liquidazione giudiziale, concordato preventivo, accordi di ristrutturazione); degli strumenti di regolazione della crisi (piani di risanamento, pro) e della composizione negoziata.

Tutte le tematiche hanno tenuto conto delle implicazioni economiche al fine di consentire agli studenti una valutazione delle strategie aziendali per la gestione e il superamento della crisi.

Contenuti 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
- 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
- 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
- Regolazione della crisi e dell'insolvenza del gruppo di imprese

Entrepreneurship, Startup and Business Plan

Massimo Vanzi

#entrepreneurship #businessplan #startup #businessmodel
#lean #pitch



L'insegnamento

Il tema dell'imprenditorialità è molto rilevante per Italia e Europa, soprattutto in questo momento storico, in cui c'è finalmente una crescente consapevolezza dell'importanza delle nuove imprese innovative — le cosiddette startup — per il nostro sistema economico e il suo futuro sviluppo. In un'economia matura come la nostra, e ancor di più in un paese in via di sviluppo, è proprio la nascita e la crescita di nuove imprese a guidare la crescita dell'occupazione e l'espansione del PIL.

Gli **obiettivi** di questo insegnamento sono:

- **Consapevolezza** delle caratteristiche fondamentali di una startup, intesa come una nuova impresa innovativa che, nella sua creazione e sviluppo, segue il modello imprenditoriale di riferimento;
- **Apprendere** i metodi di analisi di mercato, sviluppo aziendale e stesura di business plan, intesi come la sintesi di tutti gli argomenti che un potenziale fondatore di startup deve sviluppare, approfondire e padroneggiare prima di avvicinarsi sia agli investitori che ai potenziali clienti;
- **Applicazione pratica** di tutte queste conoscenze attraverso lo sviluppo di un Elevator Pitch da presentare a tutti gli studenti dell'insegnamento e a una giuria qualificata durante una sessione finale. Questo **Elevator Pitch** sarà preparato da un gruppo di lavoro fino a cinque studenti e il suo risultato contribuirà al voto dell'esame finale.

Al termine del corso, gli studenti potranno sviluppare in modo indipendente un Business Plan basato sulla propria idea imprenditoriale, con forma e contenuti adeguati ad attirare l'attenzione di investitori e potenziali futuri clienti.

Contenuti dell'insegnamento

- Introduzione del docente e del corso; il concetto di innovazione; il modello di Gary Pisano; Definizioni chiave.
- Imprenditorialità innovativa; IDE (Innovazione Orientata all'Impresa) vs PMI: cos'è una startup; Digitale vs Deep Tech; che è un imprenditore.

- La motivazione e i processi alla base della creazione di startup; lo sviluppo di dichiarazioni di visione e missione; principi chiave della team building; e gli elementi essenziali di un business plan.
- Il percorso dall'idea al mercato; analisi del mercato di riferimento; valutazione dei concorrenti; sviluppo di una proposta di vendita unica (USP); applicazione del quadro SWOT; metriche chiave e indicatori di performance (KPI); e la discussione di diversi esempi illustrativi.
- Introduzione ai concetti finanziari fondamentali ed esempi di piani finanziari per startup; l'esplorazione della metodologia Lean; comprensione e applicazione dei Prodotti Minimi Vitali (MVP), prototipazione e dimostrazioni di concetto (PoC); e lo sviluppo di una roadmap di prodotto, illustrata con concetti chiave ed esempi pratici.
- Un'introduzione ai Business Models (BM) e al Business Model Canvas (BMC), con esempi illustrativi di modelli di business e di fatturato in una varietà di tipi di mercato.
- Modelli di finanziamento, inclusi FFF (Friends, Family, and Fools), accordi money-for-equity e finanziamento a debito; concetti di valutazione tra cui la valutazione pre-monetaria; e un'introduzione alle pratiche di Open Innovation.
- Un'analisi delle strategie di finanziamento e uscita; l'uso di accordi SAFE e banconote convertibili; un'esplorazione dettagliata dei ruoli nei Business Angel e nel Venture Capital; Discussione di esempi principali e scenari tipici di investimento.
- Un'introduzione all'Elevator Pitch, che ne copre le regole fondamentali, un modello standard ed esempi illustrativi per guidare l'applicazione pratica.

Tavola rotonda

Il 5 maggio 2026 è stata organizzata una tavola rotonda con la partecipazione di un vero investitore startup attivo nel territorio Genova, Daniele Calzolari, e quattro veri imprenditori startup attivi a Genova: Matteo Tranchida CEO di TackPay, Gianluca Sommariva CEO di Hodlie, Diego Colombara e Irina Guschina, cofondatrice di Eclipta. L'obiettivo è condividere esperienze sul campo e offrire agli studenti l'opportunità di scoprire come funziona il vero mondo degli investitori e imprenditori delle startup. Gli studenti partecipanti hanno avuto la possibilità di porre domande e interagire direttamente con i relatori.

Elevator Pitch finale

Il 12 maggio 2026 è stata organizzata la competizione finale di **Elevator Pitch**, giudicata da una giuria di esperti composta da professori universitari e investitori startup. Il dott. Francesco Lato, la prof.ssa Nicoletta Buratti, il prof. Stefano Denicolai di UNIPV e Massimo Vanzi. Dodici team di 2-6 studenti hanno presentato i loro progetti, presentando un Business Plan conciso per una ipotetica startup innovativa. Il completamento con successo di questo compito ha permesso agli studenti di soddisfare i requisiti del corso acquisendo al contempo esperienza pratica nella presentazione e difesa di un'idea di startup. Il valore medio dei progetti è stato valutato dalla giuria come eccezionale rispetto ad altri concorsi di startup e la motivazione e l'entusiasmo degli studenti sono stati messi in evidenza da diversi messaggi e post sul web.

Project Management

Guido Chiappa

#project #projectmanagement #riskmanagement #agile
#governance #decisionmaking



L'insegnamento

L'insegnamento di Project Management è finalizzato a fornire agli studenti una comprensione strutturata del ruolo fondamentale che il project management assume nelle organizzazioni contemporanee, caratterizzate da crescente complessità, cambiamento continuo e necessità di agilità decisionale e operativa.

In tale prospettiva, l'insegnamento introduce il lessico fondamentale della disciplina, i principali approcci metodologici e gli strumenti operativi necessari per pianificare, governare e condurre progetti in modo consapevole ed efficace, in coerenza con buone pratiche riconosciute a livello internazionale e con i riferimenti del PMBOK, in particolare nella sua 6° e 7° edizione.

Dal punto di vista dei contenuti, l'insegnamento affronta innanzitutto i fondamenti del Project Management, chiarendo definizioni, principi, valore del progetto, differenze tra progetto, programma e portfolio, modelli di gestione, ciclo di vita del progetto, fattore umano e dinamiche di team. Su questa base si sviluppa poi l'analisi del contesto di progetto e della governance, con attenzione agli obiettivi organizzativi, agli effetti della cultura aziendale, agli aspetti strategici, ai ruoli e alle responsabilità, alla governance e all'influenza degli stakeholder. Una parte rilevante dell'insegnamento è dedicata alla programmazione e alla gestione operativa del progetto, includendo temi quali project charter, scope management, gestione integrata di tempi, costi e qualità, Work Breakdown Structure (WBS), approcci predittivi, adattivi e agili, pianificazione e gestione delle variazioni.

Il programma comprende inoltre moduli specifici sulla gestione del rischio e della qualità, nonché sulla comunicazione di progetto e sullo stakeholder engagement, con l'obiettivo di fornire agli studenti una visione completa delle principali dimensioni gestionali che concorrono al successo di un progetto.

L'impostazione didattica mira non solo alla trasmissione di concetti e strumenti, ma anche allo sviluppo della capacità di ragionamento applicato e di decisione in contesti progettuali realistici. Per questo l'insegnamento valorizza l'analisi di casi concreti e l'applicazione dei concetti teorici a situazioni reali, così da rafforzare la capacità degli studenti di interpretare problemi progettuali, impostare soluzioni coerenti e comprendere il legame tra project management, innovazione e creazione di valore nelle organizzazioni.

Approfondimento di case study

L'insegnamento si caratterizza per una forte attenzione alla dimensione applicativa. Nel corso delle lezioni sono introdotti numerosi esempi di progetti reali, ponendoli in relazione con gli aspetti metodologici ed i tool oggetto della didattica con l'obiettivo di avvicinare gli studenti alla complessità dei contesti operativi e decisionali che caratterizzano la pratica professionale del project management. In questa prospettiva, particolare rilievo è dato ai temi della pianificazione, del controllo tempi e costi, della gestione dei rischi, del procurement, del permitting e del coordinamento degli stakeholder, così da offrire agli studenti una lettura concreta e integrata delle principali leve gestionali che accompagnano l'intero ciclo di vita di un progetto.

Tra le attività di maggiore valore applicativo rientra l'analisi approfondita di un grande progetto trasformativo industriale di particolare attualità, utilizzato come caso studio per discutere le implicazioni strategiche, organizzative e gestionali del project management in contesti complessi.

Il progetto analizzato è HYDRA, una iniziativa industriale del gruppo RINA finalizzato alla realizzazione di una infrastruttura di ricerca e sviluppo per le aziende del comparto siderurgico, basata sull'utilizzo dell'idrogeno. Il progetto è un progetto finanziato all'interno del programma IPCEI – Important Projects of Common European Interest della Commissione Europea.

Il caso consente di approfondire, in chiave operativa, la costruzione della WBS, l'impostazione del Gantt e del critical path, la gestione della supply chain, l'expediting, la pianificazione delle risorse, la rendicontazione e il presidio dei fattori di rischio, mettendo in evidenza come strumenti e decisioni manageriali concorrano al raggiungimento degli obiettivi progettuali in scenari caratterizzati da elevata complessità tecnica e organizzativa.

Questo progetto trasformativo è stato presentato con la partecipazione ed il coinvolgimento diretto del PM responsabile della conduzione dello stesso. La testimonianza professionale ha rappresentato un elemento di particolare valore formativo, poiché ha consentito di confrontare i modelli teorici con l'esperienza concreta di gestione, evidenziando le sfide decisionali, le responsabilità di coordinamento e le competenze relazionali richieste nella guida di iniziative ad alto impatto. In questo modo, gli studenti hanno potuto cogliere più da vicino il ruolo del Project Manager come figura chiave nell'integrazione tra visione strategica, capacità organizzativa e governo dell'esecuzione.

Contrattualistica internazionale e operazioni straordinarie cross-border

Benedetto Lonato

#internationalcontracts #M&A #crossborder #negotiation#arbitration



L'insegnamento

L'insegnamento si propone di fornire nozioni di base per affrontare processi di redazione e negoziazione di accordi commerciali internazionali e per partecipare a processi di M&A cross-border. In particolare, verranno approfonditi i principali argomenti giuridici utili all'impostazione del contratto internazionale — dal diritto applicabile all'arbitrato internazionale — nonché la disciplina dei singoli contratti più diffusi nella prassi (compravendita di beni e servizi, distribuzione, agenzia, subfornitura e OEM, licenza e sfruttamento di intangible assets quali software, marchi e brevetti). Inoltre, verranno affrontate le principali tematiche, sia di carattere tecnico-giuridico che di carattere organizzativo ed operativo, relative all'organizzazione e allo svolgimento di operazioni M&A cross-border, con particolare focus sulle operazioni di investimento e di compravendita di partecipazioni societarie e aziende. L'approccio didattico prevede, accanto a lezioni frontali e analisi di casi reali, simulazioni di processi di negoziazione volte a sviluppare competenze operative concrete.

Lavori di gruppo e simulazioni

Una parte sostanziale dell'insegnamento è dedicata a lavori di gruppo e simulazioni su casi concreti.

L'insegnamento prevede una practical lesson conclusiva articolata in due fasi:

- analisi di un'operazione M&A cross-border. Gli studenti, organizzati in gruppi, analizzano la documentazione relativa a un caso simulato di acquisizione cross-border;
- simulazione di negoziazione. I gruppi, suddivisi in acquirente e venditore, negoziano le disposizioni contrattuali chiave dell'operazione (representations & warranties, prezzo, patti di non concorrenza, foro competente). Al termine si svolge una sessione di debriefing con analisi critica delle strategie adottate e dei risultati raggiunti.

Laboratorio di analisi dei dati

Corrado Lagazio

L'insegnamento

L'insegnamento ha l'obiettivo di sviluppare una base solida e operativa per l'utilizzo del linguaggio R nel trattamento e nell'analisi dei dati. Attraverso esempi pratici e attività guidate, i partecipanti acquisiranno le competenze essenziali per scrivere codice, gestire dataset, produrre semplici analisi statistiche e realizzare visualizzazioni informative.

Al termine delle lezioni gli studenti saranno in grado di:

- Descrivere la sintassi di base del linguaggio R, nell'ambito della scrittura di semplici script per l'analisi dei dati.
- Riconoscere e distinguere i principali tipi di dati (numerici, carattere, logici, fattori), durante l'esplorazione e la preparazione di dataset reali o simulati.
- Utilizzare correttamente vettori e data frame, per organizzare, filtrare e manipolare insiemi di dati in scenari applicativi semplici.
- Importare ed esportare dati da/verso formati comuni (CSV, Excel, TXT, RData), nell'ambito di attività di acquisizione e condivisione di dati.
- Eseguire operazioni di pulizia e trasformazione dei dati con funzioni base, in preparazione ad analisi statistiche o visualizzazioni.
- Calcolare statistiche descrittive e frequenze, per sintetizzare e interpretare dataset di piccole e medie dimensioni.

Programma

1. Introduzione a R e Rstudio
2. Tipi di dato in R: vettori, matrici, data.frame
3. Uso delle librerie e principali librerie di R
4. Importazione dei dati in R
5. Manipolazione dei dati in R
6. Rappresentazioni grafiche in R
7. Tabelle di contingenza in R
8. Regressione lineare in R

Modalità didattiche

Lezioni ed esercitazioni con uso del computer. In ragione dei suoi specifici obiettivi formativi, l'insegnamento è a frequenza obbligatoria.

Le nostre iniziative di orientamento in ingresso



Il Corso di laurea magistrale in Management partecipa all'Open day delle lauree magistrali del Dipartimento di Economia.

 **Università di Genova**

DIEC DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

OPEN DAY Lauree Magistrali 2026
Dipartimento di Economia

Giovedì 30 aprile 2026
Scopri le opportunità offerte dalle 5 Lauree Magistrali del DIEC e incontra i Coordinatori dei corsi.

Programma

12.30-14.30, presso la Piazza Studenti, terzo piano: Colloqui individuali su prenotazione con i Coordinatori

14.30-16.30, aula Boccanegra, quarto piano: Presentazione delle 5 Lauree magistrali.

Lauree magistrali

- Amministrazione, Finanza e Controllo
- Economics and Data Science
- Economia e Management Marittimo e Portuale
- Management
- Management for Energy and Environmental Transition

Prenotazioni
I colloqui individuali si prenotano su Aulawebentro il 27 aprile 2026:
<https://2025.aulaweb.unige.it/enrol/index.php?id=6705>

La Prof. Silvia Bruzzi, Coordinatore del Corso di Laurea, e il Dott. Filippo Zaccagnini, Rappresentante degli studenti del Corso di Laurea, rispondono alle domande di alcuni studenti



Le nostre iniziative di promozione dell'esperienza Erasmus

Aula Arsenale, 1 dicembre 2025



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

“Ho sempre atteso con grande entusiasmo il momento in cui avrei potuto vivere la mia prima esperienza universitaria all'estero. Alla fine, quel momento è arrivato non una, ma ben tre volte: nell'agosto 2022, nel marzo 2024 e nel settembre 2024.

L'Erasmus è stato, senza dubbio, una delle esperienze più significative della mia vita, non soltanto accademica. Un'esperienza capace di lasciare senza fiato mentre la si vive e, ancora di più, quando resta affidata ai ricordi.

Ho trascorso un semestre in Finlandia, a Jyväskylä, e due in Austria, a Innsbruck. Oggi questi posti sono diventati una seconda casa, luoghi a cui sarò sempre riconoscente e legata.

L'Erasmus è quell'esperienza che consente di comprendere realmente quanto è grande il mondo: il primo giorno si entra in aula accanto a persone provenienti da ogni parte del pianeta, con storie e prospettive completamente diverse, e viene spontaneo chiedersi se si sarà mai all'altezza. È un salto nel vuoto, il modo più autentico per uscire dalla propria comfort zone e crescere, anche quando ciò può risultare inizialmente difficile. Poi, quasi senza rendersene conto, tutto cambia: quel mondo così grande diventa improvvisamente piccolo. Le distanze si accorciano, e avere un amico a Milano o in Argentina smette davvero di fare la differenza. Ed è qui che l'esperienza universitaria all'estero diventa anche un percorso di scambio e apprendimento culturale, in cui le differenze non dividono ma aiutano a crescere. Si costruiscono così legami autentici e profondi, che superano ogni confine geografico.

Sono profondamente grata all'Erasmus per avermi dato l'opportunità di studiare in università completamente nuove per me, di entrare in contatto con persone che oggi considero tra le amicizie più care, di apprendere una nuova lingua abbattendo ogni barriera comunicativa e, soprattutto, di avermi messa per la prima volta a confronto con la realtà della vita adulta, aiutandomi a crescere e a tornare a casa con maggiore coraggio e consapevolezza.

Ho sempre pensato che sarebbe stata l'esperienza della vita... e lo è stata davvero, superando ogni mia aspettativa”.

Marta Iester

Il programma Mentoring

Gli studenti di Management in Azienda

Un programma di Mentoring per educare alla complessità gestionale
a.a. 2025-26

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 degli studenti selezionati (10 nel 2025-26) 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 2025/26 sono state coinvolte le seguenti imprese:

JP Droni srl
Indemar spa
FidesMedica srl
Waddi Srl
CyberLE Srl

Ergo-Tec Vallee srl
P2m
For srl
Autoveicoli ERZELLI Spa
STAM srl



Kick-off del Programma Mentoring a.a. 2025/26: Mentor aziendali e studenti selezionati si incontrano,
12 dicembre 2025, Confindustria Genova

La valorizzazione del legame con il territorio: il Progetto “Voglio fare il manager!”



DIEC DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA



Voglio fare il Manager!

Vuoi partecipare al progetto?

Partecipa all'incontro per conoscere i dettagli del bando
2025-26

3 novembre 2025, h 15

Aula Lanterna, Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi 5 - Genova

Presentazione

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

Intervento

Presentazione del progetto e del bando 2025-26

Dott. Dario Ballerini, Vicepresidente Manageritalia Liguria

Le testimonianze su LinkedIn di alcuni nostri studenti coinvolti nella edizione 2025-26



Elena Montaldo ✓ • 1*

Graduate in Business Administration UniGe] ...

2m • 🌐

Ho avuto l'opportunità di trascorrere tre giorni in **Metinvest Trameital SpA** grazie al progetto **#VoglioFareIlManager!** dell'Università degli Studi di Genova con **Manageritalia Liguria**. È stata un'esperienza che mi ha permesso di entrare in contatto diretto con una realtà industriale complessa, internazionale e in continua evoluzione. Il confronto con l'AD **Roberto Re** è stato il punto di partenza: fare il manager significa pianificare, dirigere e controllare, ma soprattutto saper trovare soluzioni anche quando sono difficili o non immediate. Richiede leadership, ma anche capacità di lavorare in team, ascoltare e comunicare in modo efficace. Accanto a queste competenze, emergono curiosità, coinvolgimento e dedizione.

Nel corso dei tre giorni ho avuto modo di confrontarmi con diverse funzioni aziendali. Con **Agnese Sommariva** ho approfondito il tema HR a 360° e mi ha inoltre fornito importanti consigli, di cui farò tesoro.

Ho ascoltato con piacere le storie di **Martina Barbero** e **Amedeo Arena**; sono state fonte di ispirazione e mi hanno donato vari spunti di riflessione. Ho avuto anche il piacere di conoscere ed esplorare l'area del Credit Management & Corporate Finance, con un prezioso intervento di **Jacopo Franco**.

Ho capito che la vera differenza la fa trovare ciò che ti appassiona davvero: solo quando ami quello che fai riesci a metterci energia, crescere e costruire il tuo percorso con consapevolezza.

Ringrazio tutto il team per l'ospitalità, la disponibilità e il tempo che mi è stato dedicato in questi giorni. Un grazie anche a tutte le persone che ho incontrato lungo il percorso e che, pur non avendo citato singolarmente, hanno contribuito a rendere questa esperienza così ricca e formativa.

#VoglioFareIlManager! #UniGe #MetinvestTrameital



Alberto D'Alessio ✓ • 1*

Master's Degree student in Management

1 mese • Modificato • 🌐

Ringrazio di cuore **CMA CGM** che, tramite il progetto "Voglio fare il Manager" organizzato da **MANAGERITALIA**, mi ha dato la possibilità di trascorrere alcune giornate nei loro uffici affiancato dai manager delle diverse funzioni aziendali.

Ringrazio pertanto **Ylenia Rainero, Costantino Camerano, Carlo Binello** e **Luca Borgnino** per la loro disponibilità e per avermi arricchito con le loro competenze.

Oltre alle giornate in azienda, mi è stata data la possibilità di partecipare a due visite molto stimolanti al **NUOVO BORGO TERMINAL CONTAINERS - S.R.L.** e al **Genoa Port Terminal**, dandomi per la prima volta l'occasione di accedere a contesti portuali che sono risultati estremamente interessanti. A tal proposito ci tengo a ringraziare **Marco Fonti** e **Andrea Berra** per averci accompagnato e per essere stati molto esaurienti nelle loro spiegazioni.

Un sentito ringraziamento a **Daniele Corradini** per aver avuto la cura e (soprattutto) la pazienza di organizzare tutte le giornate svolte in azienda!

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. 2025/26 la Dott.ssa Elisabetta Lenzi, Senior Recruitment Specialist di GiGroup Spa, prima multinazionale italiana nei servizi per il lavoro, il 3 novembre 2025 e il 24 marzo 2026 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 ti proporremo alcune tips su come creare un profilo LinkedIn efficace, renderlo attrattivo per le aziende e su come cercare lavoro attivamente.

Dott. Thomas Ronconi e Dott.ssa Barbara Golinelli
GiGroup

31 marzo 2026 h 16



Eugenia Isola ✓ • 1st

Studentessa Magistrale in Management- Dipartimento di Econo...
2mo • Edited •

Desidero ringraziare l'**Università degli Studi di Genova** e la Professoressa **Silvia Bruzzi** per l'interessante iniziativa dedicata a noi studenti della magistrale in Management. 🎓

È stata un'opportunità preziosa per approfondire le dinamiche del personal branding insieme a **Gi Group**, società leader nel settore della selezione del personale.

Ascoltando **Thomas Valmacco** e **Barbara Golinelli**, ho compreso quanto sia fondamentale utilizzare LinkedIn in modo strategico ed ho ricevuto consigli pratici su come far fiorire il mio profilo per valorizzare al meglio il mio percorso accademico e professionale. 🚀

#UniGe #Management #DIEC #PersonalBranding #LinkedInLab #GiGro

Improve your employability!

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

10 novembre 2025, h 13,45

Aula Lanterna, Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi 5 - Genova

Introduzione

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

Interventi

Dott.ssa Elena Benacchio, Head of Global Internal Communication, RINA

Dott.ssa Giulia Campanella, Business Development Specialist, Circle Group, Presidente PWN Genova

Dott.ssa Martina Modenesi, Omnichannel Brand Strategy & Media Intelligence director, Costa Crociere SpA



Improve your employability!

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

19 marzo 2026, h 13,45

Aula Lanterna, Dipartimento di Economia, Via F. Vivaldi 5 - Genova

Introduzione

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

Interventi

Dott.ssa Martina Ammirati, Sales Administration Manager, Loterie Nationale Luxembourg

Dott. Roberto Bobbio, Buyer Category, Gruppo Sogegross

Dott. Lorenzo Cabras, Co-founder & CEO Great Scott Srl, Co-founder & CEO Maltese Srl, Senior Partner & CEO AstraMind Srl

Il gruppo Alumni di Management di LinkedIn

Il gruppo è stato creato nell'aprile 2021 e ad oggi conta 277 membri tra studenti, laureati, docenti e componenti della Consulta di Management.



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.



Silvia Bruzzi · You

Associate Professor at University of Genoa

4mo · Edited ·



Tanti auguri di buon Natale e sereno 2026 da tutti/e noi del Corso di Laurea magistrale in **#Management** del Dipartimento di Economia dell'**Università degli Studi di Genova**

#Christmas #Management #Community #Toast #DIEC #Unige

Show translation



Lorenzo Cabras and 69 others

1 repost

Nella edizione 2026 l'Aperitivo degli Alumni di Management ha visto una massiccia partecipazione degli studenti, con l'auspicio che questa iniziativa rafforzi il senso di comunità e networking professionale tra laureati, studenti e componenti della nostra Consulta.



Silvia Bruzzi · You

Associate Professor at University of Genoa

1w · 🌐

Grazie a studenti e studentesse, agli alumni, ai docenti e ai componenti della Consulta per aver partecipato così numerosi ieri sera all'aperitivo di **#Management #DIEC #Unige** in un'atmosfera davvero molto piacevole e cordiale.

Alla prossima edizione! 🍷🌟

Stay connected!

#Management #Networking #Community #EducationToWork

Show translation



👥 Clara Benevolo and 107 others

1 comment · 7 reposts

👍 Like

💬 Comment

↻ Repost

➦ Send

📊 6,499 impressions

[View analytics](#)

Le iniziative a supporto della ricerca scientifica



Management
Building your future with us!

La tesi di laurea magistrale

Corso di Laurea Magistrale in Management
a.a. 2025/26
6 novembre 2025 h 11,30 Aula Fieschi
18 marzo 2026 h 14 Aula Galata

Università di Genova | DIEC DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

Università di Genova | DIEC DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA

Il *management* algoritmico è un servizio?

L'esercizio dei poteri datoriali nell'economia post-fordista

dott. Michele Molè
Dottore di ricerca in Diritto del lavoro presso l'Università di Groningen

29 aprile 2026, ore 15:00
Dipartimento di economia
Aula Portovecchio

«Diritto del lavoro nell'economia digitale» Corso di laurea in Management
Dottorato SRV Curriculum Security and law
Dottorato di diritto Curriculum privatistico

AA 2025/2026

Università di Genova | DIEC DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

Management
Building your future with us!

Vieni a conoscere le opportunità offerte dal dottorato!

Aula Galata DIEC
14 aprile 2026 h 16,30

Le testimonianze dei nostri laureati



Dott.ssa Elena Benacchio

Head of Global Internal Communication, RINA SpA

Il percorso di studi prima in Economia Aziendale e poi in General Management presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova mi ha fornito una base solida e trasversale che, ancora oggi, ritrovo ogni giorno nel mio lavoro.

Le competenze acquisite in ambiti come organizzazione aziendale, marketing, gestione delle risorse umane e change management rappresentano infatti un punto di riferimento costante per affrontare la complessità delle dinamiche organizzative delle aziende in cui ho lavorato.

Accanto alle conoscenze tecniche, il corso ha contribuito in modo significativo allo sviluppo di soft skills fondamentali, sempre più richieste nelle grandi aziende: capacità di lavorare in team, visione sistemica, pensiero critico e adattabilità. Sono competenze che fanno la differenza, soprattutto in contesti internazionali e in continua evoluzione.

Un momento particolarmente importante è stata l'esperienza di stage curriculare durante la laurea magistrale presso Ericsson Marconi. Non si è trattato solo di un'opportunità utile alla stesura della tesi, ma di un vero e proprio ingresso nelle dinamiche di una grande azienda internazionale. Questa esperienza mi ha permesso di comprendere meglio le mie inclinazioni, orientare le mie scelte professionali e definire il mio approccio al mondo del lavoro.

Oggi ricopro il ruolo di Head of Internal Communication, una posizione che può sembrare distante da un percorso di studi economico. In realtà, proprio la visione ampia e integrata del management acquisita durante l'università mi consente di interagire quotidianamente con funzioni e professionalità diverse, comprendendone linguaggi, obiettivi e priorità. Senza queste basi, non sarebbe possibile svolgere il mio ruolo con la stessa efficacia.

Dott.ssa Martina Ammirati

Sales Admin Manager, Loterie Nationale Luxembourg



Il mio percorso presso l'università di economia è iniziato con la laurea triennale in Economia Aziendale, ma è durante la laurea magistrale in Management che ho potuto focalizzarmi su un percorso piu' in linea con le mie aspirazioni. Un reale valore aggiunto di questi anni è stato l'Erasmus presso la Jyväskylä University School of Business and Economic, importante partner di UNIGE in Finlandia. Questa esperienza all'estero è stata una grande opportunità di crescita per me, sia dal punto di vista delle lingue, permettendomi di perfezionare l'inglese, sia da quello metodologico.

Sia durante la magistrale che nei mesi in Finlandia, ho potuto sviluppare una solida familiarità con presentazioni e ricerche, strumenti pratici che si sono rilevati decisivi nel mondo del lavoro. Questo bagaglio di competenze mi ha permesso di avviare con successo la mia carriera all'estero subito dopo la laurea, lavorando in realtà internazionali come quella di Amazon e JP Morgan prima di approdare al mio ruolo attuale.

Andrea Senese

Chief Operating Officer, Intersys Srl



La mia formazione presso l'Università di Genova, Corso di Laurea magistrale in Management, ha rappresentato un passaggio fondamentale nel mio percorso personale e professionale. In particolare, gli insegnamenti di Organizzazione Aziendale mi hanno fornito strumenti concreti e una visione strategica che ancora oggi applico quotidianamente nel mio ruolo di direttore operativo di Intersys Srl.

Il percorso universitario non si è limitato alla trasmissione di competenze tecniche, ma ha contribuito in modo decisivo allo sviluppo del mio approccio al lavoro, alla gestione delle persone e alla capacità di affrontare contesti complessi con metodo e responsabilità. Ho imparato quanto siano importanti l'organizzazione, la pianificazione e il valore del lavoro di squadra, elementi che hanno avuto un impatto diretto sulla mia crescita professionale e sul mio sviluppo personale.

Un momento particolarmente significativo è stato il conseguimento del P&G Award nel 2014 insieme a due compagni di Corso, un traguardo reso possibile anche grazie alla preparazione e alle competenze sviluppate durante il percorso universitario presso l'Università di Genova. Quel riconoscimento ha rappresentato per me non solo una grande soddisfazione personale, ma soprattutto l'opportunità di iniziare la mia carriera professionale in una realtà multinazionale di eccellenza come Procter & Gamble, nel reparto commerciale.

L'ingresso in Procter & Gamble ha segnato il vero punto di partenza del mio percorso lavorativo, permettendomi di confrontarmi fin da subito con contesti internazionali, dinamiche organizzative avanzate e standard professionali di altissimo livello. Successivamente, il mio percorso professionale è proseguito con una crescita nel ruolo di Project Manager per quattro anni, esperienza che rappresenta uno degli sbocchi concreti e qualificanti per chi intraprende il percorso di studi in Management presso l'Università di Genova.

Nel corso degli anni sono poi diventato Direttore Business Development di una piccola-media impresa, ruolo nel quale ho potuto mettere in pratica molti degli insegnamenti appresi fin dai tempi universitari: networking, analisi di mercato, marketing strategico e sviluppo commerciale. Competenze che mi hanno consentito di contribuire concretamente alla crescita aziendale e, parallelamente, di crescere professionalmente fino a ricoprire il ruolo di Direttore Operativo.

Oggi, nel mio incarico direzionale, continuo a mettere in pratica e sviluppare quelle solide basi costruite grazie al percorso di studi all'Università di Genova e alle esperienze professionali maturate negli anni. Guardando indietro, considero il mio percorso universitario non soltanto un'esperienza formativa, ma il vero fondamento su cui ho costruito la mia carriera professionale e la mia crescita personale.