



DISPONIBILE SU

www.studiorebecca.it



Master

in innovazione d'impresa

17 NOVEMBRE 2008 - 25 SETTEMBRE 2009

4^a EDIZIONE



coltiviamo il tuo talento

Perché il Master in Innovazione d'Impresa?

Il Master in Innovazione d'Impresa forma manager e professionisti capaci di gestire in modo efficace i complessi processi di innovazione, oggi assolutamente indispensabili per la competitività delle imprese.

Spesso le imprese hanno saputo innovare nelle tecnologie produttive, ma si sono dimostrate meno competitive nell'innovazione dei prodotti, dei sistemi e dei processi di gestione, nell'esplorazione dei bisogni dei clienti, nella ricerca di nuovi mercati, nell'organizzazione e nel management. Per questo, in aziende di qualunque dimensione, devono essere presenti figure professionali preparate, orientate all'innovazione e capaci di gestire progetti di innovazione.

L'innovazione che crea competitività è un "processo complesso" in cui servono: la capacità di creare e favorire un ambiente per innovare, la capacità di progettare e gestire progetti di innovazione e la capacità di sfruttare l'innovazione per ottenere vantaggi competitivi per l'impresa. Ne consegue che per gestire l'innovazione sono indispensabili un approccio integrato e aperto e un'adeguata preparazione professionale.

Il Master in Innovazione d'Impresa intende formare, con il coinvolgimento attivo di un gruppo di aziende partner, figure professionali in grado di:

- creare e facilitare le condizioni per potenziare la capacità di innovare dell'impresa
- individuare i progetti di innovazione a maggior valore competitivo per l'azienda, esplorando l'ambiente esterno e interno
- gestire il processo di innovazione del prodotto, delle tecnologie e dei sistemi organizzativi e gestionali
- sfruttare i risultati dei progetti di innovazione, affinché si traducano in migliori performance aziendali
- lavorare assieme agli altri, creare un clima di squadra e di orientamento all'innovazione continua.

È un master specialistico, volto a formare manager e professionisti che affiancheranno la direzione aziendale e i ruoli aziendali con responsabilità di innovazione (imprenditore, direttore generale, direttore tecnico, responsabili funzionali), favorendo e sviluppando processi di innovazione di prodotto, di processo, tecnologica e organizzativa.

Il corso è rivolto anche a chi intende investire nelle proprie competenze per lo sviluppo e la realizzazione di un'idea imprenditoriale innovativa.

Fondazione CUOA

Segreteria Executive Education

Villa Valmarana Morosini

36077 Altavilla Vicentina (VI)

tel. 0444 333764

fax 0444 333991

master@cuoa.it

www.cuoa.it

Il master CUOA

È **formarsi** nella business school in cui da 50 anni si preparano talenti, per il successo delle aziende.

È entrare a far parte di una **classe manageriale** di qualità: oltre 2.600 diplomati master; 17 capitani d'azienda, cui il CUOA ha conferito il Master Honoris Causa: Ivano Beggio, Vittorio Coin, Vittorio Colao, Luca Cordero di Montezemolo, Ennio Doris, Mario Marangoni, Emma Marcegaglia, Sergio Marchionne, Dino Marchiorello, Pietro Marzotto, Gianni Mion, Mario Moretti Polegato, Alessandro Profumo, Renzo Rosso, Giordano Veronesi, Gianni Zonin, Gianfranco Zoppas.

È **investire** su se stessi, scegliendo un master che il CUOA progetta e realizza con **aziende** e **istituzioni**.

È scegliere la **qualità**: il CUOA è socio fondatore ASFOR, socio Sistemi Formativi Confindustria e ha un Sistema Qualità certificato UNI EN ISO 9001:2000.

È **interagire** con un gruppo formidabile di esperti, che utilizza le metodologie formative più innovative.

È crescere con una **visione internazionale**, grazie alla collaborazione con 27 Università e business school straniere e 53 Paesi esteri.

È usufruire di **borse di studio** e di prestiti agevolati.

È vivere un'esperienza di formazione manageriale in un **contesto unico**, Villa Valmarana Morosini, in cui si scambiano culture ed esperienze, studio e riflessione; il College Valmarana Morosini, adiacente alla Villa, completa la vita di una moderna scuola di management.

I plus

lo sviluppo e il monitoraggio delle competenze

All'interno del percorso formativo vengono predisposti check-points di valutazione delle competenze (di tipo individuale e di gruppo, in autovalutazione e in eterovalutazione, facendo ricorso anche a processi di peer-evaluation), al fine di offrire un feedback ad ogni allievo sull'evoluzione del proprio apprendimento.

Per favorire una migliore presa di coscienza sulla situazione di partenza e sullo sviluppo conseguito, a ciascun allievo viene consegnato un report analitico, strutturato in forma grafica e di immediata lettura, che mette a raffronto il proprio portafoglio di competenze iniziali e finali e rende altresì possibile la comparazione tra l'immagine di sé che ha il soggetto con quella che di lui ha l'esterno.

il legame con le aziende e con i protagonisti dell'innovazione

Aspetti peculiari del Master in Innovazione d'Impresa sono l'identificazione e il coinvolgimento di un gruppo di aziende partner in tutte le fasi del corso, da quella di progettazione a quella di realizzazione, in modo da favorire la massima concretezza e attinenza dell'intero processo formativo rispetto alle esigenze delle imprese. Il Master in Innovazione d'Impresa prevede un legame privilegiato con il mondo delle imprese, interpretandone le richieste e i bisogni nell'ambito dell'innovazione e rendendo ancora più rapido l'inserimento dei diplomati master. Le aziende partner si contraddistinguono per l'elevata capacità di innovazione, che conduce a risultati di eccellenza nelle rispettive aree di attività.

La collaborazione di ognuna delle aziende partner si esprime in modo specifico rispetto a questi ambiti:

- partecipazione alla fase di progettazione del master (contributo alla definizione degli obiettivi formativi, dei contenuti di conoscenza, delle competenze da sviluppare, delle metodologie didattiche)
- partecipazione alla fase di selezione dei partecipanti, contribuendo alla definizione dei profili d'ingresso, dei requisiti minimi e con la possibilità di erogare borse di studio
- partecipazione alla realizzazione del master con testimonianze, visite aziendali e project work centrati su progetti di innovazione
- partecipazione alle attività di placement (di stage e/o post stage).



“Lo spirito del team, sentirsi parte dello stesso progetto è stata un’esperienza veramente formativa, da tutti i punti di vista.”
Eliodora Dal Monte, Master in Innovazione d’Impresa 1ª edizione - Laurea in Economia Aziendale

“L’impresa è come il corpo umano: il master mi ha dato la possibilità di conoscere ogni organo ed approfondire tutti i possibili meccanismi biochimici di funzionamento.”

Chiara Roncarolo, Master in Innovazione d’Impresa 1ª edizione - Laurea in Chimica

“Sono stati mesi che mi hanno aperto un mondo nuovo di conoscenze e competenze, in cui ho conosciuto persone speciali con le quali ho costruito un rapporto profondo di professionalità ed amicizia intensa.”

Elena Brioschi, Master in Innovazione d’Impresa 1ª edizione - Laurea in Giurisprudenza

“In questo master ho trovato conferma pratica di come, anche nel business, la differenza tra risultati e obiettivi non si faccia con i numeri, ma con le persone. La collaborazione quotidiana con tutti per una crescita condivisa e consapevole dovrebbe essere la sfida primaria di ogni manager.”

Matteo Preto, Master in Innovazione d’Impresa 2ª edizione - Laurea in Ingegneria Meccanica

“Il MIDI è stato un percorso stimolante ed esaltante che mi ha dato la precisa consapevolezza di poter essere l’artefice del mio futuro.”

Daniela Rubbo, Master in Innovazione d’Impresa 3ª edizione - Laurea in Politica e integrazione europea

Il Placement del CUOA

Il CUOA collabora con oltre 2.500 aziende. Grazie a questo contatto diretto, il Servizio Placement offre ai diplomati master un’elevata visibilità e si attiva per creare le migliori opportunità professionali: segnala ad aziende e società di selezione le caratteristiche di ogni diplomato e invia ai diplomati specifiche offerte di lavoro.

I risultati del placement sono particolarmente significativi e garantiscono un efficace inserimento in azienda e l’accelerazione dei percorsi di carriera.

“Frequentare il Master in Innovazione d’Impresa è stata un’esperienza appassionante, non solo perché i migliori professori e professionisti ci hanno proposto tematiche affascinanti e di grande attualità, ma soprattutto per aver goduto della loro disponibilità e del loro carisma.”

Luca Dall’Alba, Master in Innovazione d’Impresa 1ª edizione - Laurea in Ingegneria Gestionale

“Questo master mi ha insegnato una metodologia nell’affrontare le difficili sfide del mondo del lavoro in modo innovativo e fuori dagli schemi.”

Alberto Balbo, Master in Innovazione d’Impresa 1ª edizione - Laurea in Ingegneria Elettronica

“Il MIDI è un percorso impegnativo, ma ci sono stati forniti gli strumenti migliori per affrontarlo: la guida di docenti eccezionali, progetti stimolanti, un team pronto e compatto ... sei accompagnato dalla costante sensazione di crescita e scoperta.”

Luana Lai, Master in Innovazione d’Impresa 3ª edizione - Laurea in Scienze Politiche





La durata

La durata del master è di 10 mesi: 6 mesi di attività d'aula full time, comprensivi di study tour all'estero, e 4 mesi di stage in azienda o in società di consulenza.

I destinatari

Il master è rivolto a candidati in possesso di Laurea di primo e secondo livello, in qualsiasi disciplina, conseguita in Università italiane o estere, motivati alla gestione dell'innovazione, concreti, dinamici, propensi al lavoro in team e con buona conoscenza della lingua inglese.

Il numero di partecipanti è limitato ad un massimo di 30 e l'ammissione è subordinata al giudizio positivo e insindacabile della commissione di selezione.

Il programma I contenuti di conoscenza

general management

Vengono analizzati i modelli di riferimento della gestione e dell'organizzazione aziendale, quali l'organizzazione e il contesto di mercato, l'evoluzione e la lettura dell'ambiente competitivo, la formulazione delle strategie, i processi di marketing, manufacturing, approvvigionamento e gestione della logistica, nonché i processi di supporto (amministrazione e budgeting, controllo economico-finanziario, gestione delle risorse umane).

innovazione nell'impresa

Si analizzano i modelli di innovazione e i fattori che favoriscono l'innovazione. Vengono esaminati i ruoli coinvolti nei processi innovativi nelle varie fasi di vita del ciclo innovativo, quali il champion e il project leader, e le forme organizzative volte a sostenere l'innovazione.

forme e processi di innovazione

Vengono analizzate le differenti tipologie di innovazione e le problematiche connesse all'innovazione dei prodotti, dei processi, dei sistemi gestionali-organizzativi e dei sistemi logistico-distributivi. Viene analizzata l'innovazione nel contesto della strategia competitiva mediante l'analisi e la discussione di case studies.

project management

Sono affrontate le problematiche legate alla gestione dei progetti di innovazione, dalla pianificazione delle risorse, all'avanzamento del progetto, alla valutazione degli scostamenti e della prestazione complessiva del progetto, anche attraverso l'impiego di software dedicati. Vengono illustrate le variabili gestionali di un progetto, le strutture logico-gerarchiche e le metodologie di gestione del tempo nei progetti. Vengono approfondite le tecniche di gestione dei costi di progetto e di gestione di un portafoglio progetti, con applicazioni allo sviluppo di nuovi prodotti e alla gestione delle commesse.

sviluppo nuovo prodotto

Vengono illustrate le problematiche del processo di sviluppo di nuovi prodotti: la definizione del concept di prodotto, le ricerche di mercato

quantitative e qualitative, le fasi dello sviluppo del design, il concurrent engineering, il value engineering, la metodologia six sigma, i modelli di business, le metodologie di sviluppo di nuovi prodotti. Vengono approfondite anche alcune tecniche per la risoluzione di problemi tecnologici, come la metodologia TRIZ, e analizzati casi concreti di sviluppo di nuovi prodotti.

design, il concurrent engineering, il value engineering, la metodologia six sigma, i modelli di business, le metodologie di sviluppo di nuovi prodotti. Vengono approfondite anche alcune tecniche per la risoluzione di problemi tecnologici, come la metodologia TRIZ, e analizzati casi concreti di sviluppo di nuovi prodotti.

lean management

Vengono illustrate le pratiche lean nella gestione dei processi aziendali, non solo produttivi, e le tecniche per la ricerca ed eliminazione degli sprechi. Vengono approfonditi: il ruolo del Total Quality Management come filosofia manageriale, la tecnica del value stream mapping per la mappatura dei processi, le modalità di gestione dei fornitori in un contesto lean.

supply chain management

L'integrazione della catena di fornitura rappresenta sempre più spesso una fonte importante di vantaggio competitivo. Nel modulo vengono approfondite le modalità con cui un'impresa può mappare il proprio supply network e realizzare interventi rivolti alla sua integrazione, agendo sulla sua struttura, sui flussi informativi, sui flussi fisici e sulle relazioni.

innovazione nella tecnologia

Sono approfondite esperienze e modelli innovativi, quali: i nuovi materiali, le nuove tecnologie di produzione e di comunicazione. Vengono esaminate le innovazioni nei modelli organizzativi, nei sistemi e software di gestione, controllo e comunicazione, con riferimento alle innovazioni technology driven, design driven e market driven.

processi di innovazione esterna

Sono approfondite le fonti e gli strumenti atti a ricercare le idee, le informazioni e le competenze esterne cruciali per avviare e sostenere l'innovazione. In particolare, viene analizzato il ruolo dei centri di ricerca pubblici e privati, dei centri per il trasferimento tecnologico e degli incubatori d'impresa.

strategie di innovazione

Vengono affrontati gli aspetti di lettura e analisi del mercato, tempo di ingresso nel mercato, strategie di entrata, valutazione della posizione competitiva, benchmarking, strategie di collaborazione, valutazione delle opportunità strategiche, strategie di marketing per l'innovazione, forme di internazionalizzazione nei business ad alta innovazione.

performance dell'innovazione

Vengono approfonditi i modelli e i metodi atti a valutare la performance delle differenti fasi del processo di innovazione. Si analizza come realizzare un audit della capacità innovativa dell'impresa.

finanza per l'innovazione

Vengono studiate le varie fonti di finanziamento, di natura pubblica, privata e di venture capital, i metodi di valutazione dei fabbisogni finanziari, le forme contrattuali atte a favorire il corretto reperimento delle fonti di finanziamento e le metodologie di valutazione economica dei progetti innovativi.

protezione dell'innovazione

Vengono approfondite le tematiche dei brevetti e della tutela della proprietà intellettuale, i requisiti e le modalità di brevettazione nazionale e internazionale e la normativa al riguardo. Si analizzano, inoltre, le fonti di ricerca di brevetti e le modalità del loro sfruttamento.

laboratori

“**Laboratorio Creatività**”: finalizzato a sviluppare nei partecipanti la padronanza nell'utilizzo di tecniche di creatività per la generazione di soluzioni a problemi complessi. “**Laboratorio Team**”: finalizzato ad acquisire conoscenze e abilità per affrontare e gestire efficacemente il lavoro in gruppo.

seminari del MIDI

Vengono organizzati seminari d'eccellenza, rivolti a offrire il contributo di esperti italiani e stranieri nelle tematiche dell'innovazione. La partecipazione a queste giornate è aperta anche a imprenditori e manager, per favorire un processo di contaminazione e diffusione di idee e stimoli e, conseguentemente, costituisce un'ulteriore fonte di arricchimento per i partecipanti al master.

visite e testimonianze aziendali

Sono previste visite in imprese che hanno realizzato significativi progetti di innovazione per un confronto diretto con gli attori dell'innovazione all'interno dell'impresa. Le numerose testimonianze di manager, imprenditori e professionisti permetteranno di analizzare delle esperienze concrete di gestione dell'innovazione, evidenziandone anche le criticità connesse.

study tour

È previsto uno study tour all'estero della durata di una settimana, con l'obiettivo di visitare imprese innovative, centri e laboratori di eccellenza nel campo della ricerca e dell'innovazione.



business plan

L'aula master viene suddivisa in alcuni team di lavoro, ognuno dei quali sviluppa uno specifico progetto partendo da un'idea di innovazione di prodotto o di processo. Il business plan viene discusso e valutato alla presenza di una commissione mista composta da docenti, manager e imprenditori.

business english

Sono organizzati percorsi di miglioramento della lingua inglese di diverso livello, tenuti da insegnanti madrelingua.

information technology

Fornisce le capacità di utilizzo avanzato dei più diffusi pacchetti di applicativi software.

competenze manageriali

Coordinati da psicologi esperti delle dinamiche di gruppo, gli allievi potranno sviluppare maggiore consapevolezza sui loro punti di forza e di debolezza, come base di partenza per un loro miglioramento. Il master viene considerato come un laboratorio in cui sperimentare, in un contesto protetto, situazioni che simulano quelle tipiche dell'ambiente lavorativo, e rileggere e interpretare le dinamiche individuali e di gruppo.

stage

Al termine dell'attività d'aula sono previsti 4 mesi di stage in azienda o in società di consulenza, per lo sviluppo di un project work centrato su un progetto di innovazione.

Le metodologie didattiche

Favoriscono la partecipazione attiva e il contributo personale di ogni partecipante, consentendo il contatto con il mondo aziendale: lezioni d'aula, testimonianze, visite, esercitazioni, role playing, studi di casi aziendali, anche in modalità cross-learning.

L'apprendimento è valutato con prove individuali scritte ed esercitazioni di gruppo.

Il conseguimento di risultati positivi, lo sviluppo delle competenze, l'impegno sono elementi indispensabili per ottenere il Diploma master e, nel caso di eccellenti risultati, il Diploma di merito.

Direzione e Faculty

Direttore scientifico del master è Fabrizio Gerli, Professore Aggregato di Organizzazione Aziendale presso l'Università Ca' Foscari di Venezia e Responsabile Scientifico dell'Area Competency Development della Fondazione CUOA. Collaborano alla progettazione, alla realizzazione e al coordinamento del master tutor d'aula e psicologi esperti nel supporto allo sviluppo delle competenze individuali.

La Faculty del master è composta da docenti universitari, consulenti e manager aziendali. La diversa provenienza assicura l'integrazione tra una corretta impostazione metodologica e le esperienze applicate.

Le selezioni

Il processo di selezione si articola in:

- analisi del curriculum
- test psicoattitudinali
- test logico-matematici
- test di inglese
- colloquio motivazionale e psicologico.

I candidati che risulteranno idonei, per confermare la loro partecipazione al master, dovranno restituire firmato il contratto di iscrizione e dovranno provvedere al versamento della prima rata della quota di partecipazione.

Per l'iscrizione alle selezioni è necessario presentare la scheda di iscrizione (scaricabile da www.cuoa.it/master/midi), debitamente compilata, allegando un curriculum vitae, il certificato di Laurea con indicazioni degli esami e delle votazioni conseguite e tre fotografie formato tessera.

I costi di partecipazione al master

La quota di partecipazione è di € 14.500,00 + I.V.A., da versare in 4 rate.
Il termine ultimo per l'iscrizione è fissato al **10 novembre 2008**.

Le borse di studio e i finanziamenti agevolati

Sono disponibili numerose borse di studio offerte dalle aziende partner, a copertura totale o parziale della quota di partecipazione al master.
È previsto uno sconto del 10% nel caso di iscrizione con versamento della prima rata entro il 17 ottobre 2008.
È possibile, inoltre, accedere a prestiti agevolati, rimborsabili in rate distribuite in più anni, finalizzati alla frequenza del master.

Sede didattica e College Valmarana Morosini

Sede del CUOA è Villa Valmarana Morosini, maestoso edificio settecentesco ad Altavilla Vicentina, nelle vicinanze di Vicenza: ha una struttura idonea allo svolgimento di attività culturali, congressuali e formative. L'adiacente College Valmarana Morosini è il completamento della vita della business school: 50 camere singole, servizio di ristorazione, bed & breakfast (tel. 0444 573988).

Il CUOA ha sede in una villa storica: per eventuali segnalazioni connesse alla presenza di barriere architettoniche, contattare la Segreteria del master, tel. 0444 333704.

enti e aziende partner



Askoll



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA
VICENZA



CONFINDUSTRIA VICENZA
Associazione Industriali della Provincia di Vicenza



L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.



Porsche Italia S.p.A.

