

CORSO SUPERIORE DI STUDI MARKETING CREATIVO E PROCESSI INNOVATIVI NELL'IMPRESA OLIVETTIANA

Destinatari

Il corso è rivolto a giovani industriali, inseriti o non inseriti nelle imprese di famiglia e a giovani manager che intendono entrare nel vivo dei processi aziendali, vissuti imprenditorialmente.

Il valore aggiunto che dovrebbero trarre dal corso i partecipanti è la scoperta della passione di fare impresa in contesti di mercato in cui occorre innovare, essere coinvolti come imprenditori o manager in imprese che hanno una forte sensibilità etica oltreché economica nei confronti del consumatore. Una propensione verso il marketing creativo e l'innovazione, che coinvolga tutti i dipendenti dell'impresa e soddisfi il consumatore, è di fatto una sfida che si rinnova nell'offerta formativa dell'ISTAO.

"L'ISTAO è una scuola di formazione superiore fondata per aiutare i giovani a sviluppare solide conoscenze e nobili ideali, educandoli all'imprenditorialità illuminata sul modello di Adriano Olivetti" (Giorgio Fuà).

Metodologia

Il corso è strutturato in un modello didattico in cui si integrano:

- Momenti formativi in aula con esperti e docenti provenienti dalla consulenza più accreditata, dal mondo dell'impresa e dalle business school.
- Workshop in azienda per conoscere dal vivo i processi.
- Stilizzazione in aula delle conoscenze acquisite nei workshop.
- Lavoro di gruppo sulle criticità d'impresa ispirate alle tecniche più avanzate.
- Riflessione e analisi progettuale sulla costruzione di un modello olivettiano di impresa.

Contenuti

Secondo quanto sperimentato nella prima edizione del corso, i contenuti del programma vengono raccolti in moduli tematici che hanno una dimensione di una giornata e mezza di lavoro in aula o presso aziende che si offrono come palestra di esperienze dal vivo. Una piattaforma web dedicata consente di mantenere attivo il rapporto didattico negli intervalli di tempo tra un modulo e l'altro, proponendo letture, quesiti, riflessioni e occasioni di confronto all'interno di forum.

Il corso è organizzato in 6 moduli da tenersi il venerdì e il sabato a settimane alterne. Al termine del corso è prevista una visita di studio (facoltativa) a Boston con incontri al MIT, presso l'Harvard Business School e con imprese innovative e altri attori dell'ecosistema di Boston.

Partner

I Partner forniscono e hanno fornito all'ISTAO un prezioso apporto collaborando alle attività di ricerca e di insegnamento nonché facilitando l'inserimento degli allievi nel mondo del lavoro.

Istituzioni

Comune di Ancona • Provincia di Ancona • Provincia di Macerata • Regione Marche • Università degli Studi di Camerino • Università degli Studi di Macerata • Università degli Studi di Urbino • Università Politecnica delle Marche

Associazioni

Camera di Commercio di Ancona • Camera di Commercio di Macerata • Confindustria Ancona • Confindustria Ascoli Piceno • Confindustria Fermo • Confindustria Macerata • Confindustria Pesaro Urbino • Unioncamere Marche

Banche e Imprese

Aerdorica • Alpidorica • Angelini • API • APM Azienda Pluriservizi Macerata • ARCA SGR • Ariston Thermo Group • Banca dell'Adriatico • Banca Marche • BCC Picena • Banca d'Italia Eurosystem • Benelli • Biesse • Brandoni Solare • Cagnoni • Carifano • Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana • Clementoni • Collegio Costruttori Edili della Provincia di Ancona • CSIL Centre for Industrial Studies • Ecostar • Elettromedia • Elica • Enereco • Faam Group • Fabi • Falc • Fastnet • Fiam • Fileni • Fimag Gruppo Guzzini • Fondazione Alessio Altini • Fomarina • Frittelli Maritime Group • Genera • Ghergo Industry & Engineering • Gruppo Peralisi • Gruppo Santarelli • Guzzini • I.A.R.M. International Accounting & Risk Management • ICA • IFI • iGuzzini • Imesa • Indesit Company • Isa • Istituto Banco di Napoli Fondazione • Loccioni • Marche Capital • Meccanica H7 • Nero Giardini • Nuova Simonelli • Pignoli Group • Poltrona Frau • Prefabbricati Foresi • Rainbow • Renco • Scavolini • Schnell • Selettra • Somacis • Somipress • Teuco • Tod's • TVS • UBI Banca Popolare di Ancona • Vitale Novello • Zannini • ZIPA



Villa Favorita
via Zuccarini 15
Ancona
tel. 071 2137011
fax 071 2901017 / 2900953
informa@istao.it

segreteria dei corsi
(lunedì-venerdì
8.30-18.30)

www.istao.it



CORSO SUPERIORE DI STUDI MARKETING CREATIVO E PROCESSI INNOVATIVI NELL'IMPRESA OLIVETTIANA 2011 (2ª EDIZIONE)

PER GIOVANI IMPRENDITORI E MANAGER



inizio 13 maggio 2011
durata 3 mesi



I cambiamenti in corso, nell'economia e nella società, meritano un'attenzione particolare per capire quali modelli di impresa e di industria saranno in essere nel prossimo futuro.

Proprio l'analisi del progresso, delle tecnologie,

dei cambiamenti nelle strutture demografiche, degli stili di vita e dei modelli di consumo sono un punto di partenza per capire specificamente in quali aree di attività d'impresa occorre guardare per restare sulla frontiera della competitività.

Delle rivoluzioni in corso, una particolare attenzione meritano i cambiamenti nella struttura demografica, nei nuovi stili di vita e soprattutto nei modi di comunicare e dello stare insieme. Al contempo più che alla tecnologia - che nell'immaginario del ricercatore ed anche del policy maker è vista più come una promessa - l'attenzione maggiore deve essere data all'innovazione; vale a dire, tradurre le invenzioni in innovazioni di uso pratico per la soddisfazione dei bisogni del consumatore. E' il benessere di questi al centro dello sforzo creativo dell'impresa. Il nuovo corso a matrice olivettiana per giovani industriali e manager intende sviluppare conoscenze, metodi e attitudini atti ad assecondare come finalità d'impresa i bisogni delle nuove e "vecchie" categorie di consumatori/clienti. Si tratta di trovare nuove soluzioni organizzative di impresa che ottimizzino, anche sul piano etico, il rapporto con il cliente, un rapporto che vede il cliente attore interagente con l'impresa e non fruitore passivo.

Con un approccio molto applicato si tratta di andare a ridisegnare i processi di raccordo al mercato, compito del marketing creativo, anche attraverso l'impiego delle reti sociali del web, con l'estro e il rigore delle attività per l'innovazione, compito della R&D, nelle logiche organizzative dell'open innovation. Tutto ciò in una prospettiva che privilegi i valori etici sui quali l'impresa fonda il contenuto organizzativo interno e i suoi rapporti con il mercato. In tale direzione, la riconsiderazione dei valori che hanno determinato il successo dell'esperienza imprenditoriale di Adriano Olivetti possono essere oggi di grande aiuto.



Modulo 1

Nuovi scenari e rapporto strategico "cliente-prodotto"

13 maggio

Venerdì 13 maggio
9,30 - 13,00

Opening Session

Finalità e Valore nella rilettura della filosofia olivettiana in chiave moderna per le imprese contemporanee

- **A. Guzzini**
ISTAO
- **L. Olivetti**
Fondazione A. Olivetti
- **M. Decaro**
Fondazione A. Olivetti
- **B. Lamborghini**
Associazione Archivio Storico Olivetti

Presentazione del corso

- **V. Balloni**
ISTAO
- **S. Dubbini**
ISTAO

Proiezione del filmato "Ritratti contemporanei: Adriano Olivetti", 1960

Condivisione con i partecipanti del paradigma di riferimento olivettiano

Lunch Break

14,00 - 15,30

Innovazione e Marketing Creativo in un mercato globale

- **G. Galletti**
Olivetti

15,30 - 17,00
Dibattito

14 maggio

*Cambiamenti demografici, sociali e culturali
Costumi, usi, stili di vita i nuovi "Users": old aged, single, nativi digitali
Quali bisogni e quali mercati nelle economie occidentali
Trends e innovazione di prodotto*

Sabato 14 maggio
9,30 - 13,00

- **F. Chelli**
Università Politecnica delle Marche
- **M. Fabris**
GPF - Milano
- **L. Mazzoli**
Università degli Studi di Urbino

Modulo 2

L'integrazione "Progetto-Design"

27 - 28 maggio

*Conoscere ed interagire con le esigenze del cliente
Progettare il prodotto con il cliente
Gestire il ciclo di vita assieme al cliente
Funzionalità e bellezza
Lo stile: design, azienda, marca
Etica ed estetica*

Venerdì 27 maggio
9,30 - 17,00

WORKSHOP IN AZIENDA
ELICA Spa
Riflessione sui parametri di successo e rielaborazione in chiave olivettiana della visita aziendale

Sabato 28 maggio
9,30 - 13,00

- **A. Colonetti**
Istituto Europeo di Design - Milano
- **P. Ceregioli**
iGuzzini - Recanati

Modulo 3

Nuovi metodi e strumenti di analisi e marketing

10 - 11 giugno

*Marketing Creativo
Marketing Tradizionale
Marketing Innovativo
Marketing Relazionale
Web Marketing
Co-Marketing
Geo-Marketing*

Venerdì 10 giugno
9,30 - 13,00

- **A. Cusi**
Northwestern University - USA

Lunch break

14,00 - 17,00

- **G. Gregori**
Università Politecnica delle Marche

Presentazione del caso
MOMENT
(Angelini ACRAF Spa)

Sabato 11 giugno
9,30 - 13,00

- **M. Amagliani**
Interactive Telecommunication Program - New York University
- **A. Fontana**
Storyfactory - Milano

Modulo 4

Nuove modalità organizzative per gestire Innovazione e Internazionalizzazione: i modelli di Open Innovation

23 - 24 giugno

*Tecnologia razionalmente asservita
Apertura al mondo attraverso le reti e le partnership
Imparare a interagire col mondo: Open Innovation*

Giovedì 23 giugno
9,30 - 17,00

WORKSHOP IN AZIENDA
TECHNOGYM Spa
Riflessione sui parametri di successo e rielaborazione in chiave olivettiana della visita aziendale

Venerdì 24 giugno
9,30 - 13,00

- **V. Jacob**
Carrera Jeans

Lunch break

14,00 - 17,00

- **S. Venturi**
CISCO Europe

Modulo 5

Responsabilità, Etica, Profitto e valori di Sostenibilità economica, sociale e ambientale nel business globale

8 - 9 luglio

*L'impresa: comunità di etica sociale
L'impresa sostenibile
Sfida competitiva e responsabilità sociale
Social Business*

Venerdì 8 luglio
9,30 - 17,00

WORKSHOP IN AZIENDA
BRUNELLO CUCINELLI Spa
Riflessione sui parametri di successo e rielaborazione in chiave olivettiana della visita aziendale

Sabato 9 luglio
9,30 - 13,00

- **A. Zanfei**
Università degli Studi di Urbino
- **N. Patrignani**
Computer Ethics
Open Source Academy - Ivrea

Modulo 6

Nuovi strumenti organizzativi per la gestione dei collaboratori e delle motivazioni: il lavoro partecipato

22 - 23 luglio

*Conoscenza come asset competitivo
Gestione della conoscenza condivisa: dalle conoscenze tacite alle conoscenze esplicite
Le comunità di pratica
Condivisione degli obiettivi
Partecipazione e produttività
L'ambiente del lavoro partecipato*

Venerdì 22 luglio
9,30 - 13,00

- **G. Gabrielli**
Luiss - Roma

Lunch break

14,00 - 17,00

- **B. Lamborghini**
Associazione Archivio Storico Olivetti
- **R. Maglione**
Finmeccanica
- **C. Alberici**
ENI Corporate University
- **F. Butera**
IRSO - Milano

Sabato 23 luglio

Sintesi del percorso - Risultati e Prospettive

- **V. Balloni** - ISTAO
- **S. Dubbini** - ISTAO

CHIUSURA DEL CORSO

- **L. Olivetti**
Fondazione A. Olivetti
- **B. Lamborghini**
Associazione Archivio Storico Olivetti
- **A. Guzzini**
ISTAO

Visita di studio a Boston

- Testimonianze e incontri presso il MIT
- Visita alla Harvard Business School
- Conoscenza di imprese e attori dell'ecosistema innovativo di Boston

Modulo facoltativo, le spese di viaggio e soggiorno a Boston sono a carico dei partecipanti.

Iscrizione, costi

La domanda di ammissione deve pervenire all'ISTAO redatta su apposito modulo reperibile nel sito internet o presso la segreteria dell'Istituto. La quota di iscrizione è di 2.500 Euro (non include il viaggio di studio negli Stati Uniti).

AZIENDE SOCIE: è prevista una riduzione del 50% sulla quota d'iscrizione.

AZIENDE NON SOCIE: per partecipazioni multiple (più soggetti della stessa azienda) è prevista una riduzione del 20% sulla quota di iscrizione.

EX ALLIEVI ISTAO: usufruiscono di una riduzione del 20% sulla quota d'iscrizione.

Termine di iscrizione:
9 maggio 2011

