

*Master*  
*in* **BusinessDesign**

imagineering & creative management

“Se avessimo una Fantastica, come una Logica,  
sarebbe scoperta l'arte di inventare“  
Novalis, Frammenti (1772-1801)

“Should we have a Fantastic, just like a Logic,  
the art of inventing would be discovered“  
Novalis, Fragments (1772-1801)

Master in Business Design *imagineering & creative management*  
13 mesi a partire da novembre  
13 months starting November

Direttore/Director  
Giulio Ceppi

Coordinatore Didattico/Teaching Coordinator  
Andrea Tosi

### Gestione e innovazione di impresa: il modello del Made in Italy

MBD è un particolare formato di Master in Business Administration and Innovation che crea sinergie positive tra **discipline differenti**. MBD rappresenta una nuova frontiera dove progettisti, esperti di organizzazione aziendale, studiosi di tecnologie dell'informazione, di comunicazione, di marketing, manager ed imprenditori, contribuiscono alla formazione di un nuovo linguaggio strategico, di nuovi codici operativi. MBD è un **modello didattico innovativo** che estende una visione radicale del **learning by doing**, per creare ambienti in cui gli studenti imparano facendo e analizzano problemi per progettare e verificare soluzioni. MBD è una **Faculty interdisciplinare** che si relaziona direttamente con il mondo produttivo delle imprese e delle aziende per definire temi di ricerca e di progetto su cui lavorare.

### Le imprese e la sponsorizzazione del progetto formativo di MBD

MBD vive grazie a un legame forte con un network di aziende e imprese, che partecipano in modo attivo e diretto alle attività di formazione degli studenti. Questo network contribuisce tramite **borse di studio**, **lezioni** e **presentazioni di casi aziendali**, e fornisce in accordo con la Faculty:  
- temi dei 4 moduli formativi secondo cui è organizzata la didattica;  
- temi per i seminari di progetto.

**Della collaborazione di Domus Academy si sono avvalse negli ultimi anni aziende leader tra cui:** 3M™, Artemide, Cappellini, Deborah Group, Ermenegildo Zegna, Fiat, Fujitsu, Gas, Honda, Ideal Standard, Ikea, Meltin'Pot, Mitsubishi, Nokia, Oregon Scientific, Pioneer, Pirelli & C. Real Estate, Samsung, Swarovski, Teuco e VictorVictoria.  
**In particolare, per MBD:**  
3M™, Autogrill, Calzedonia, Elica, Pininfarina.

MBD esplora le nuove  
forme di relazione tra  
creatività e impresa,  
innovazione e gestione.



MBD investigates new  
kinds of relationships  
between creativity and  
business, innovation and  
management.

### Enterprise management and innovation: the Made-in-Italy model

MBD is a particular format of Master in Business Administration and Innovation that creates positive synergies between **different disciplines** and represents a new area where designers, experts in enterprise and corporate organisation, in information technology, communication, marketing, managers and entrepreneurs contribute to the creation of a new strategic language and of new operative codes. MBD is an **innovative teaching model** that applies a radical vision of the **learning by doing** approach to realise an environment in which the students learn by analysing problems, designing and verifying the solutions. MBD is an **interdisciplinary Faculty** in direct contact with the productive world of enterprise and companies to define research and project themes to explore.

### Companies and the sponsorship of MBD's teaching syllabus

MBD's mainstay is its strong relationship with a network of companies and enterprises, actively and directly participating in the students' training, with an integrated contribution through **scholarships**, **lectures** and **presentations of case histories**, as well as planning together with the Faculty:  
- the themes of the four modules of the teaching organisation;  
- the issues to develop in design workshops.

**In the last years many important companies have been collaborating with DA:** 3M™, Artemide, Cappellini, Deborah Group, Ermenegildo Zegna, Fiat, Fujitsu, Gas, Honda, Ideal Standard, Ikea, Meltin'Pot, Mitsubishi, Nokia, Oregon Scientific, Pioneer, Pirelli & C. Real Estate, Samsung, Swarovski, Teuco and VictorVictoria.

**In particular for MBD:**  
3M™, Autogrill, Calzedonia, Elica, Pininfarina.



## Filosofia

MBD esplora le reciprocità e le influenze tra **impresa e creatività**, tra organizzazione manageriale e innovazione, due realtà spesso in apparente contrasto.

MBD vuole dimostrare come nell'impresa si manifestino spesso le forme di creatività più originali e come, a sua volta, la creatività richieda modelli gestionali e di amministrazione sempre più complessi e articolati.

MBD lavora tanto sul **management della creatività** quanto sulla creatività del management, sugli strumenti di gestione dell'innovazione e sulla loro innovazione continua dove le capacità di immaginare *il diverso* e *il nuovo* coincidono con gli strumenti per visualizzarlo, comunicarlo, attuarlo.

Produzione e progetto, costruzione e innovazione, realtà e visione, quotidiano e futuribile, sono i temi di MBD. Come l'industria dialoga con la ricerca, l'arte, la sperimentazione, quali fonti, modalità, modelli, formule e processi ne definiscono le **grammatiche di reciproca fertilizzazione**, sono l'oggetto di studio di MBD e le conoscenze che fornirà ai suoi studenti.

MBD utilizza le qualità del **Made in Italy**, delle Aziende del Bello e Benfatto come modello di business e di organizzazione complementare al tradizionale modello anglosassone. MBD intende trasmettere la contaminazione tra imprenditorialità e creatività e mirare alcune tipicità di valore, quali l'evoluzione dalla piccola dimensione, l'organizzazione familiare, la forte vocazione al challenge e all'eccellenza, e ancora valorizzare il distretto e il network, come ambiente per il trasferimento di tecnologia, di innovazione, di know-how, per il cambiamento e la reazione all'imprevisto.

Gli studenti, tramite MBD, sono portati a riprodurre la combinazione vincente e peculiarmente italiana tra **cultura di progetto** e attitudine imprenditoriale, rinnovando il modello della co-direzione di designer e manager, la capacità di gestire i processi in maniera globale, ispirandosi alle grandi leadership, alle personalità dalla passione contagiosa, capaci di alimentare un'emozione e di proporre una **visione** da seguire; traendone l'eredità e la promessa, per perpetuare nel tempo il valore prodotto, gestendolo e comunicandolo.

## Approach

*MBD explores reciprocity and the influences between **enterprise and creativity**, between managerial organisation and innovation: two realities that often seem to be in contrast.*

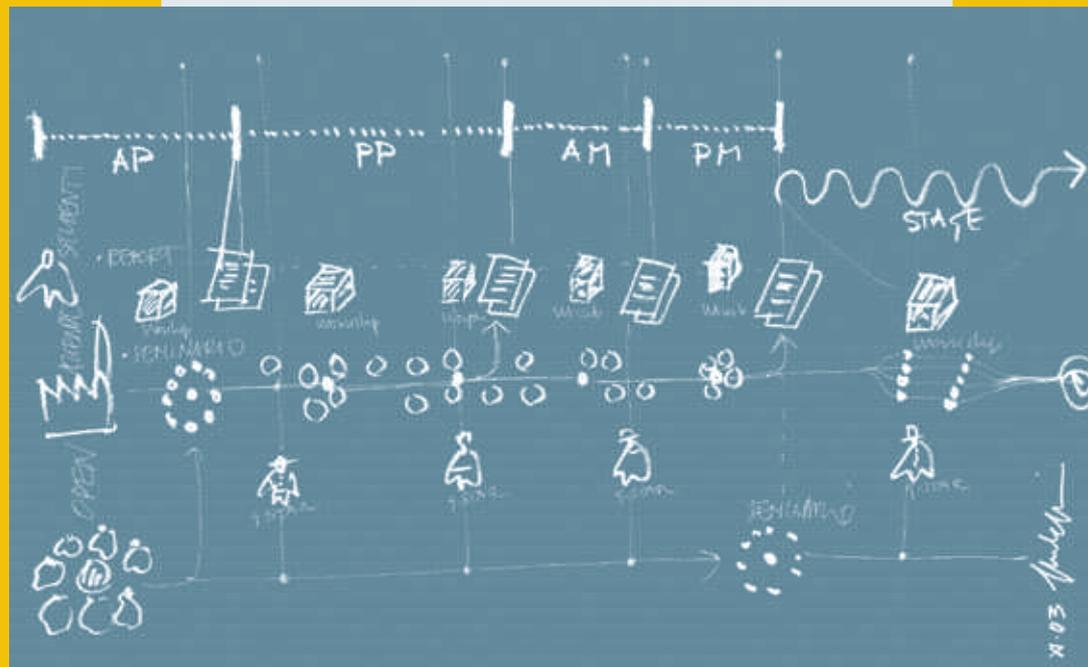
*MBD intends to show that the enterprise can often generate more original forms of creativity and that creativity itself requires increasingly complex and articulated managerial and administration models.*

*MBD intends to work both on the **management of creativity**, and on the creativity of management; on the innovation management tools and their constant innovation, where the capacities to imagine the different and the new coincide with the tools to visualise it, to communicate it, to concretise it.*

*Production and project, building and innovation, reality and vision, daily and futurist; those are the themes proposed by MBD. The way industry dialogues with research, art, experimentation; the sources, the modalities, the models, the formulas and the processes defining the **grammars of mutual fertilisation**: that is the knowledge MBD intends to pass to its students.*

*MBD uses the quality of the **Made in Italy** model, of the companies producing beautiful and well made objects, as complementary model to the Anglo-Saxon one, in order to point out the contamination between entrepreneurship and creativity to focus on specific typicalities such as the evolution from the small dimension, family organisation, the strong bent for challenge and excellence, and to enhance the district and the network as the environment for the technology transfer, innovation and know-how for the change and the reaction towards the unexpected.*

*Through MBD, the students are led to reproduce the successful and typically Italian combination between **design culture** and entrepreneurial skills, renovating the model of manager/designer co-direction, the ability of managing processes globally, under the guidance of a great leadership: a personality with a contagious passion that can call forth emotions and propose a **vision** to follow, capturing the heritage and the promise in order to pursue in time the produced value, managing and communicating it.*



MBD è un'interfaccia attiva e dinamica tra formazione e imprese, un processo fluido e articolato, creativo e multipolare, occasione di dialogo tra i vari attori coinvolti al suo interno.

*MBD is an active and dynamic interface between the education and the business worlds, a fluent, well developed, creative and composite process of dialogue among the different players involved.*

## Struttura

MBD è un Master a tempo pieno della durata di 13 mesi articolato in quattro moduli e una tesi finale.

I quattro moduli che compongono il Master riproducono in maniera progressiva le competenze che ogni partecipante di MBD dovrà possedere una volta conclusa la sua formazione:

**Valore creativo e Analisi di Prodotto:** analisi di singoli prodotti/servizi, valutati in relazione alla strategia aziendale complessiva, all'influenza della politica del marchio, all'ambiente e al mercato.

**Ambiente strategico e Analisi di Mercato:** strumenti, approcci e metodologie che gli allievi mettono in pratica per comprendere il segmento di mercato analizzato, l'origine, le cause e gli effetti delle performances dei suoi attori.

**Gestione della creatività e Progettazione di Prodotto:** progettazione di un prodotto/servizio o di una linea di prodotto a partire da una strategia aziendale definita.

**Visione strategica e Progettazione di Mercato:** chiude e integra le attività formative con la progettazione di un nuovo mercato.

A conclusione di ogni modulo è prevista una conferenza, aperta a partecipanti del mondo dell'industria, imprenditoria e design, su temi di valore strategico:

### *Slow Life*

le qualità lente come nuova frontiera del lusso

### *Imagineering*

mappe mentali e scritture creative

### *Equity and Creativity*

no profit, cultura d'impresa e nuovi bisogni

### *Brand Extension*

frontiere del valore di marca

Alla fine dei quattro moduli formativi, è previsto un periodo di approfondimento della durata di tre mesi in cui gli studenti avranno la possibilità di affrontare aspetti specifici connessi alla realtà imprenditoriale e aziendale attraverso incontri, visite tecniche e discussioni. Questo periodo permetterà agli studenti di raccogliere informazioni e materiali utili alla costruzione della Tesi di Master.

La Tesi di Master consiste in un progetto da presentare alla commissione esaminatrice durante l'esame finale.

In dicembre tutti i progetti di Master vengono esposti in una mostra aperta al pubblico, alla stampa e alle istituzioni.

## Structure

*MBD is a full-time Master course that lasts 13 months and is divided into four modules and a final thesis.*

*The four modules the course is articulated in reproduce the progressive skills that each student will have to obtain at the end of the training:*

*Evaluation of the creative value and Product Analysis: the analysis of products/services, chosen on the basis of their relationship with the comprehensive corporate strategy, the environment and the market.*

*Strategic environment and Market Analysis: tools, approaches and methods that the students can use to comprehend the segment of the analysed market, the origin, causes and effects of the performances of its actors.*

*Management of creativity and Project of a Product: designing a product/service or a line of products in relation to a corporate strategy.*

*Strategic vision and Project of a new Market: concludes and integrates the teaching activities with the design of a new market.*

*At the end of each module, a conference, open to participants coming from the worlds of business, enterprise and design, will take place. The conferences will be focused on strategic issues:*

### *Slow Life*

*slow qualities as the new luxury frontiers*

### *Imagineering*

*mental maps and creative writing*

### *Equity and Creativity*

*no profit, corporate culture and new needs*

### *Brand Extension*

*scenarios of the brand value*

*At the end of the four modules, a three-months deepening time takes place during which students have the chance to deal with specific facets of the business world through meetings, technical visits and discussions. This time allows students to collect useful information and materials for the Master Thesis. The Master Thesis consists of a project to be presented to the examining commission as part of the final examination. In December, all the Master course projects are put on display in an exhibition open to the public, the press and the institutions.*

## Attori e forme di relazione

Le attività di formazione (moduli e seminari di progetto), le relazioni tra le aziende e gli studenti sono gestite da **Giulio Ceppi**, direttore di MBD e **Andrea Tosi**, coordinatore didattico di MBD.

Il ciclo dei quattro moduli è diretto da una *Faculty*, attiva durante l'intero processo didattico, e formata da:

**Aldo Cernuto** (Young&Rubicam)  
**Giorgio De Michelis** (Butera e Partners)  
**Andrea Granelli** (LUISS)

**Emilio Genovesi** (Domus Academy)  
**Francesco Morace** (Future Concept Lab)  
**Antonio Pinna Berchet** (Fondazione 3M)

Un *Fluidity Board*, composto da **Andrea Branzi** (Politecnico di Milano), **Federico Butera** (Butera e Partners), **Ampelio Bucci** (MIES), **Stefano Giovannoni** (Studio Giovannoni), **Giovanni Lanzone** (Radar), **Stefano Marzano** (Philips Design), **Elena Pacenti** (Domus Academy), **Annamaria Testa** (IULM), **Mario Trimarchi** (Fragile), autonomamente o su indicazione delle imprese che fanno parte di MBD, propone e lancia seminari di progetto e interviene con lezioni ed interventi mirati, seminari tematici, analisi di prodotti, di casi aziendali e mercati.

La *Faculty* lavora con gli studenti sui temi concordati con le imprese che fanno parte di MBD, e, in base alle necessità di volta in volta emergenti dalle periodiche revisioni dei lavori di progetto, integra la formazione con il contributo dei *Visiting Professors*, organizzati secondo la struttura didattica qui descritta.

### area design e comunicazione d'impresa

**Giulio Ceppi** (Total Tool)  
*brand strategy e corporate communication*  
**Giovanni Lauda** (Donegani&Lauda)  
*i linguaggi del design*  
**Luca Gafforio** (OnamiDesign)  
*strategia di prodotto*  
**Claudio Moderini** (Domus Academy)  
*design dell'interazione*  
**Marco Bevolo** (Philips Design)  
*digital branding & post-advertising*

### area IT e organizzazione d'impresa

**Giorgio De Michelis** (Butera e Partners)  
*IT, distretti, organizzazione*  
**Federico Butera** (Butera e Partners)  
*impresa rete e change management*  
**Aldo Bonomi** (Aaster)  
*l'economia emergente*  
**Giovanni Lanzone** (Radar)  
*strumenti per la scenaristica*

### area impresa e innovazione

**Antonio Pinna Berchet** (Fondazione 3M)  
*imprenditorialità dell'innovazione*  
**Maurizio Traverso** (Studio Legale Traverso&Associati)  
*protezione e brevetti*

### area distribuzione

**Ampelio Bucci** (MIES)  
*impresa luogo e retail globale*  
**Mario D'Andrea** (strategic management advisor)  
*marketrethinking e percezione estetica*  
**Rodrigo Rodriguez** (AIP)  
*nuovi mercati e delocalizzazione della produzione*

### area economia aziendale

**Andrea Granelli** (LUISS)  
*gestione dei numeri*  
**Massimo Fioruzzi** (Summit della Solidarietà)  
*corporate social responsibility*  
**Emilio Pucci** (E-media)  
*economia dei media*  
**Roberto Verganti** (Politecnico di Milano)  
*economia e organizzazione aziendale*

### area scienze cognitive

**Andrea Tosi** (Domus Academy)  
*cognizione estetica*  
**Antonio Rizzo** (Università degli Studi di Siena)  
*scienze cognitive e user requirements*  
**Vittorio Giroto** (IUAV-Università di Venezia)  
*ragionamento e problem solving*

### area marketing

**Francesco Morace** (Future Concept Lab)  
*marketing eretico*  
**Andrea Semprini** (Arkema)  
*valore strategico della marca*  
**Simonetta Carbonaro** (Realise)  
*zeitgeist e psicologia dei consumi*  
**Luca D'Angelo** (Mosaic Group)  
*marketing di prodotto*



MBD si articola e struttura in vari moduli e prodotti, in relazioni uniche, specifiche ed originali, per studenti come per docenti e imprese.

## Players and relational frames

The teaching activities (modules and workshops) as well as the contact between companies and students will be managed by **Giulio Ceppi**, MBD director and **Andrea Tosi**, MBD teaching coordinator.

The four modules cycle is directed by a **Faculty**, active during the entire teaching process, including:

**Aldo Cernuto** (Young&Rubicam)  
**Giorgio De Michelis** (Butera e Partners)  
**Andrea Granelli** (LUISS)

**Emilio Genovesi** (Domus Academy)  
**Francesco Morace** (Future Concept Lab)  
**Antonio Pinna Berchet** (Fondazione 3M)

A Fluidity Board, involving **Andrea Branzi** (Politecnico di Milano), **Federico Butera** (Butera e Partners), **Ampelio Bucci** (MIES), **Stefano Giovannoni** (Studio Giovannoni), **Giovanni Lanzone** (Radar), **Stefano Marzano** (Philips Design), **Elena Pacenti** (Domus Academy), **Annamaria Testa** (IULM), **Mario Trimarchi** (Fragile) will propose and launch design workshops independently or following the indications of companies that are part of MBD and will contribute with specific lectures and interventions, theme workshops, product analysis, case histories and market analysis.

The **Faculty** will work with the students on the themes defined with the enterprises that are part of MBD, and according to the needs arising step by step during the periodical workshop revisions. It will integrate the training with the contributions of the **Visiting Professors**, divided according to the described teaching organisation.

### design and corporate communication area

**Giulio Ceppi** (Total Tool)  
brand strategy and corporate communication  
**Giovanni Lauda** (Donegani&Lauda)  
the languages of design  
**Luca Gafforio** (OnamiDesign)  
product strategy  
**Claudio Moderini** (Domus Academy)  
interaction design  
**Marco Bevolo** (Philips Design)  
new media & post-advertising

### IT and corporate organisation area

**Giorgio De Michelis** (Butera e Partners)  
IT, districts, organisation  
**Federico Butera** (Butera e Partners)  
network enterprise and change management  
**Aldo Bonomi** (Aaster)  
emerging economy  
**Giovanni Lanzone** (Radar)  
forecasting tools

### enterprise and innovation area

**Antonio Pinna Berchet** (Fondazione 3M)  
innovation entrepreneurship  
**Maurizio Traverso** (Studio Legale Traverso&Associati)  
protection and copyright

### retail area

**Ampelio Bucci** (MIES)  
local enterprise and global retail  
**Mario D'Andrea** (strategic management advisor)  
marketrethinking and aesthetical perception  
**Rodrigo Rodriguez** (AIP)  
new markets and production delocalisation

### business administration area

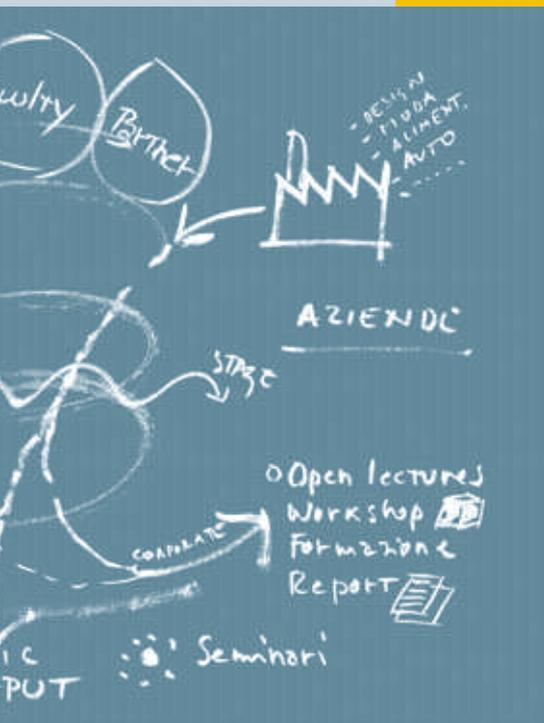
**Andrea Granelli** (LUISS)  
figures management  
**Massimo Fioruzzi** (Summit della Solidarietà)  
corporate social responsibility  
**Emilio Pucci** (E-media)  
media economy  
**Roberto Verganti** (Politecnico di Milano)  
economics and corporate organization

### cognitive sciences area

**Andrea Tosi** (Domus Academy)  
aesthetical cognition  
**Antonio Rizzo** (Università degli Studi di Siena)  
cognitive sciences and user requirements  
**Vittorio Girotto** (IUAV-Università di Venezia)  
reasoning and problem solving

### marketing area

**Francesco Morace** (Future Concept Lab)  
heretical marketing  
**Andrea Semprini** (Arkema)  
strategic value of the Brand  
**Simonetta Carbonaro** (Realise)  
zeitgeist and psychology of consumption  
**Luca D'Angelo** (Mosaic Group)  
product marketing



MBD is structured in different modules and products, in unique specific and original relationships, for students, professors and companies.

### **Iscrizione e borse di studio**

Il master è a numero chiuso e prevede una selezione sulla base della documentazione richiesta per l'ammissione.

**Per iscriversi è necessario inviare a Domus Academy, entro e non oltre l'8 ottobre**, un curriculum dettagliato, una lettera di motivazione e i certificati originali dei corsi frequentati. E' richiesta inoltre una buona conoscenza della lingua inglese. Sono disponibili borse di studio a copertura parziale del costo d'iscrizione.

### **Costo d'iscrizione e modalità di pagamento**

Il costo del corso di Master è di 15.000,00 euro + IVA 20%, da pagare secondo le seguenti modalità: 3.000,00 quale caparra di prenotazione, entro un mese dalla data di ammissione; 15.000,00 quale saldo della retta, entro la data d'inizio del corso.

### **Calendario accademico**

Il corso ha durata di 13 mesi, da novembre a dicembre. Le lezioni si tengono dal lunedì al venerdì, dalle ore 9.30 alle 13.00, e dalle ore 14.00 alle 17.00. La frequenza è obbligatoria.

Le lezioni vengono tradotte simultaneamente in inglese durante i primi mesi del corso. Presso la scuola viene organizzato un corso di italiano per stranieri in orari compatibili con gli impegni degli allievi.

### **Diploma di Master**

La specializzazione acquisita è attestata dal Diploma di Master di Domus Academy, consegnato al termine del corso. Il conseguimento del diploma è subordinato alla regolare presenza e partecipazione attiva alle lezioni, e al raggiungimento di buoni risultati nei workshop e nella tesi di Master.

### **Informazioni**

infobusiness@domusacademy.it

### **Registration and scholarships**

*There are a limited number of places on the course and participants will be selected on the basis of the documentation requested for registration. **In order to apply it is necessary to send Domus Academy, within October 8**, a detailed curriculum, a letter of motivation and original certificates of courses attended.*

*There are several grants available covering part of course registration costs.*

### **Cost of registration and methods of payment**

*The cost of the Masters course is 15,000 euros + 20% VAT to be paid as follows:*

*3,000.00 euros as deposit to reserve a place by one month from the date of admission;  
15,000.00 euros to complete payment of course fees, before the starting date of the course.*

### **Study calendar**

*The course lasts 13 months, from November to December. Lessons are held from Monday to Friday, from 9.30 am to 1 pm and from 2 pm to 5 pm.*

*Attendance is mandatory. During the first months of the course, lessons are translated simultaneously into English. Courses of Italian for foreigners will be organised at times compatible with the students timetable.*

### **Master Diploma**

*The Master Diploma of Domus Academy, given at the end of the course, certifies the specialization achieved.*

*The achievement of the Diploma depends on the regular presence and active participation to lectures and on the good results in the workshops and in the Masters thesis.*

### **Information**

infobusiness@domusacademy.it

## I nostri partner *our partners*

### **Future Concept Lab**

Istituto di ricerca e consulenza strategica che si distingue nel panorama internazionale come uno dei centri più avanzati nel mondo della ricerca di marketing e nell'elaborazione e previsione di tendenze di consumo. L'Istituto realizza interventi di ricerca integrati con metodologie specifiche che conducono alla definizione di scenari di settore; svolge attività di consulenza e formazione; realizza pubblicazioni che rappresentano il risultato del proprio lavoro di laboratorio e osservatorio internazionale.

*FCL is a research Institute that stands out on the international landscape as one of the most advanced research centres specialized in marketing issues and trends in consumption. The Institute implements integrated research projects based on specific methodologies that lead to the definition of sector-related scenarios, offers consultancy and training services, publishes works that represent the Institute's main activities, internationally and internally.*

### **Butera e Partners**

Società di consulenza direzionale che opera come partner professionale delle imprese e delle pubbliche amministrazioni. Butera e Partners realizza interventi di consulenza e formazione che riguardano otto linee principali di servizi: change management, organizzazione e processi, gestione e sviluppo delle persone, knowledge management, formazione e comunicazione, customer management, interfacce uomo - tecnologie, rischio clinico. Dalla fine del 2003, Butera e Partners ha dato vita con Tesi e IRSO al Gruppo Tesi - Butera e Partners, un network di consulenza italiana di eccellenza.

*BeP is a consulting company operating as the professional partner of enterprises and Public Administration. Butera and Partners organises consulting and training interventions concerning 8 main lines of service: change management, organisation and processes, human resources (management and development), knowledge management, training and communication, customer management, men-technologies interfaces, clinical risk.*

*Since the end of 2003, Butera e Partners, together with Tesi and IRSO, has created the Tesi - Butera e Partners Group, a high-level network of italian consultancy.*

**Domus Academy**  
via Watt 27  
20143 Milano  
Italia  
Tel. +39 0242414001  
Fax +39 024222525  
info@domusacademy.it  
www.domusacademy.it

---

Gruppo Telecom Italia  
Direzione e Coordinamento  
di Telecom Italia S.p.A.