

MASTER IN BUSINESS DESIGN – imagineering and creative management
validated and awarded by the University of Wales

da novembre 2006 a dicembre 2007

Direttore
Giulio Ceppi
Direttore Faculty
Giorgio De Michelis
Coordinatore Didattico
Andrea Tosi
Tutor
Marianna Recchia

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: 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, Elica, Logstoffs.com, Pininfarina, Unilever.

Obiettivi e target

MBD si rivolge a neolaureati, a giovani professionisti e a risorse aziendali da formare con un approccio multidisciplinare e aperto.

Obiettivi del Master sono:

- creare una nuova classe manageriale composta da persone capaci di combinare *creatività, competenza organizzativa e spirito imprenditoriale*
- fornire gli strumenti per gestire un'azienda design driven: usare *visioni innovative* per creare strategie di successo; lavorare per progetti globali e non solo per competenze o soluzioni; avere una *visione olistica* per governare il mercato e il settore, così come il valore della marca e la responsabilità ambientale e sociale nei confronti degli stakeholder
- valorizzare, accelerare ed ampliare i *circuiti virtuosi* del modello organizzativo dei distretti; comprendere, approfondire e ottimizzare le caratteristiche di successo del Made in Italy
- trasferire i risultati della ricerca all'impresa sotto forma di ipotesi di *nuovi business* di innovazione, esplorazioni e strategie di mercato.

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.

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.

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.

Conferenze svolte durante MBD05 su temi strategici quali:

Made By Italians

Un modello italiano per il business design?

Slow Life

L'eccellenza sostenibile delle qualità lente

Wedding Brands

Partnership, alleanze e nuove forme di relazione tra le marche

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, **Giorgio De Michelis**, direttore della faculty, **Andrea Tosi**, coordinatore didattico e **Marianna Recchia**, tutor. Il ciclo dei quattro moduli è diretto da una *Faculty*, attiva durante l'intero processo didattico, e formata da: **Giovanna Amadasi** (Xing); **Aldo Cernuto** (Young&Rubicam); **Emilio Genovesi** (Domus Academy); **Stefano Giovannoni** (Studio Giovannoni); **Andrea Granelli** (Kanso); **Giovanni Lanzone** (DA/Radar); **Francesco Morace** (Future Concept Lab); **Antonio Pinna Berchet** (Fondazione 3M); **Ezio Vergani** (Stanford Club Italia).

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 seminari tematici, analisi di prodotti, di casi aziendali e mercati e coordina il contributo dei Visiting Professors, organizzati secondo la struttura didattica qui descritta:

Identità di impresa

Giulio Ceppi (DA/Total Tool)

Brand Strategy e corporate communication

Luca Gafforio (OnamiDesign)

Strategia di prodotto

Giovanni Lauda (Donegani&Lauda)

I linguaggi del Design

Andrea Semprini (Arkema)

Valore strategico della marca

IT e organizzazione di impresa

Giorgio De Michelis (DA/Università di Milano Bicocca)

IT, distretti e organizzazione

Federico Butera (Butera e Partners)

Impresa rete e change management

Giovanni Lanzone (DA/Radar)

Strumenti per la scenaristica

Impresa e innovazione

Antonio Pinna Berchet (Fondazione 3M)

Imprenditorialità dell'innovazione

Maurizio Boiocchi (Pirelli)

Processi dell'innovazione

Michela Bondardo (Bondardo Comunicazione)

Impresa e cultura

Michela Maggi (Studio Legale Traverso&Associati)

Protezione e brevetti

Economia aziendale

Andrea Granelli (Kanso)

Gestione dei numeri

Fulvio Beretta (Twister Communication)

Business Plan

Emilio Pucci (E-Media - Londra)

Economia dei media

Tommaso Buganza (Politecnico di Milano)

Strumenti per il business

Marketing

Francesco Morace (Future Concept Lab)

Marketing eretico

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

Strumenti cognitivi ed etnografici

Andrea Tosi (Domus Academy)

Cognizione estetica

Claudio Moderini (Domus Academy)

Design dell'interazione

Antonio Rizzo (Università degli Studi di Siena)

Scienze cognitive e user requirements

Joan Vinyets (Piece Pie – Barcellona)

Users analysis e perspective design

Linguaggi della contemporaneità

Giovanna Amadasi (Xing)

Nuove forme della creatività

Marco Bevolo (Philips Design – Eindhoven)

Tecniche dell'arte e della comunicazione

Carlo Antonelli (Rolling Stone)

Business sounds

Iscrizione

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.

Diploma di Master - 180 Crediti

Gli studenti che avranno portato a termine il percorso di studi riceveranno il Diploma di Master di Domus Academy. Gli studenti, previa accettazione da parte della University of Wales, potranno avvalersi del riconoscimento del titolo quale Master Diploma della University of Wales che corrisponde a 180 crediti.

Costo d'iscrizione e modalità di pagamento

Per i cittadini EU il costo di iscrizione è di 13.000 euro + 20% IVA. Per i cittadini non-EU è di 17.000 euro + 20% IVA.

Calendario accademico

Il corso ha durata di 13 mesi, da novembre a dicembre. Le lezioni si tengono dal lunedì al venerdì, dalle ore 10.00 alle 13.00, e dalle ore 14.30 alle 17.30. 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.

Informazioni

infobusiness@domusacademy.it

MBD05 Project Leaders and Companies Contributors

Adriano Baffelli (Consorzio del Franciacorta)
Serena Campana (Autogrill)
Clino Trini Castelli (Castelli Design)
Giulio Ceppi (Total Tool)
Riccardo Diotallevi (Elica)
Mario Galfetti (3M)
Teresa Gargiulo (Cosmit-Federlegno Arredo)
Stefano Giovannoni (Studio Giovannoni)
Lorenzo Lispi (Elica)
Alberto Macciani (Unilever)
Ezio Maiolini (Consorzio del Franciacorta)
Giacomo Mojoli (Slow Food)
Matteo Pauri (Unilever)
Paolo Pininfarina (Pininfarina Extra)
Mauro Porcini (3M Design Center)
Paolo Santini (Autogrill)
Fabio Scottà (Pininfarina Extra)
Sigurdur Thorsteinsson (Design Group Italia)
Andrea Tosi (Domus Academy)

MBD05 Junior Assistants

Philippe Casens
Valentina Iannazzone
Monika Moro
Lina Obregon
Alessandro Paglia
Pamela Visconti

MBD05 Lecturers and Conference's Speakers

Alberto Alessi (Alessi)
Venanzio Arquilla (Politecnico di Milano)
Aristide Barone (Mares)
Gaetano Besana (Galbusera Bianca)
Andrea Branzi (Politecnico di Milano)
Virginio Briatore (Aedo-To)
Tommaso Buganza (Politecnico di Milano)
Fulvio Carmagnola (Università Milano Bicocca)
Francesco Casoli (Elica)
Flaviano Celaschi (Politecnico di Milano)
Aldo Cernuto (Young&Rubicam)
Stefano Corti (Lifegate)
Bernard Cova (Euromed Marseille)
Gianfranco De Gregorio (3M)
Barbara Ferrari (Politecnico di Milano)
Massimo Fioruzzi (Galbusera Bianca)
Jozeph Forakis (Forakis Design)
Maurizio Galimberti (Fotografo)
Kurt Heikkila (Dreambox – USA)
Stefano Maffei (Politecnico di Milano)
Stefano Marzano (Philips Design – Eindhoven)
Serena Omodeo Salè (Architettura e Natura)
Michele Perini (Assolombarda)
Michael Plautz (RSVP Architects)
Hugo Porchia (Value & Partners)
Andrea Rustioni (Viacom Outdoor)
Giacomo Santucci (Dolce & Gabbana)
Elena Schneider (Università Luigi Bocconi)
Marco Susani (Motorola Design Center)
Fabio Tamburini (Unicredit Banca d'Impresa)
Teresa Tognetti (Slow Cities)
Oliviero Toscani (Art Director)
Alberto Veca (critico d'arte)
Anna Zegna (Ermenegildo Zegna)