



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL MASTER DI II LIVELLO IN Business Administration (MBA)

A.A. 2017/2018

1. OBIETTIVI FORMATIVI E FINALITÀ DEL CORSO E DEI SINGOLI CURRICULA, SE PREVISTI, ANCHE IN RELAZIONE ALLA DOMANDA NEL SETTORE PROFESSIONALE AL QUALE SI RIFERISCONO

L'obiettivo formativo del corso Master in Business Administration (MBA) è quello di sviluppare profili professionali con una solida conoscenza della gestione d'impresa e più in generale delle organizzazioni pubbliche e private, in grado di contribuire al rafforzamento della loro capacità competitiva, del loro orientamento al cambiamento ed all'innovazione, al miglioramento delle prestazioni e degli impatti economici, sociali ed occupazionali.

Basato su un approccio che tende ad approfondire le diverse aree aziendali specialistiche in una prospettiva di integrazione e sviluppo sistemico del *business*, il corso MBA intende fornire un contributo rilevante ai partecipanti per la costruzione di un profilo personale e professionale attrattivo per l'attuale mercato del lavoro e per l'avvio e/o riqualificazione della propria carriera professionale in un'ottica manageriale ed imprenditoriale.

I metodi didattici utilizzati, focalizzati sul *team working* e sull'*action learning*, oltre ad incidere sul set di conoscenze tecnico-specialistiche, garantiranno lo sviluppo di comportamenti e *modus operandi* capaci di valorizzare ulteriormente la propria crescita personale e professionale.

Il corso MBA, infatti, non si limita a trasferire un insieme di conoscenze ma mira a creare un quadro dinamico di competenze, capacità e strumenti che consentano di muoversi con successo in uno scenario competitivo sempre più incerto e mutevole. La didattica MBA, inoltre, si accompagna ad una continua condivisione di esperienze eterogenee e competenze diversificate: per questo motivo gli allievi MBA vengono selezionati non solo sulla base del *curriculum* e del background formativo tecnico, ma anche sulla base della loro capacità ed orientamento a condividere, con gli altri, esperienze e competenze da mettere a fattor comune in un'ottica di arricchimento complessivo di tutta l'aula Master.

Il profilo professionale che il corso MBA intende formare si inserisce perfettamente all'interno delle nuove dinamiche della domanda e dell'offerta di lavoro, sia a livello locale che nazionale ed internazionale.

I grandi cambiamenti di differente matrice che caratterizzano attualmente gli scenari geo-politici, economico-finanziari, e socio-culturali stanno influenzando fortemente tutti i settori del *business*, sia quelli più tradizionali che quelli più innovativi, ed impongono in maniera crescente ad imprese ed organizzazioni di elaborare visioni di sviluppo lungimiranti e sostenibili, di adottare nuovi modelli strategici e gestionali, di costruire contemporaneamente strutturazione e flessibilità organizzativa, di dotarsi e sfruttare intelligentemente nuove competenze e capacità per affrontare le nuove sfide del



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

mercato che solo collaboratori e manager di elevato spessore personale e professionale riescono a fornire. A manager e collaboratori, oggi, è sempre più richiesto di sviluppare un approccio di tipo “imprenditoriale” alle attività lavorative, che implica una buona capacità decisionale, di valutazione e risoluzione dei problemi e l’acquisizione di una mentalità creativa e concreta al tempo stesso, in modo tale da poter affrontare le conseguenze del continuo processo di cambiamento. Tutto ciò è di particolare interesse e rilevanza sia per le grandi imprese che per le piccole e micro-imprese che caratterizzano fortemente il tessuto economico-produttivo italiano e specificamente della Basilicata e territori limitrofi. La risposta a tali esigenze rappresenta la sfida più rilevante della formazione sviluppata all’interno dell’MBA.

2. PROFILI PROFESSIONALI E SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Il Master in Business Administration (MBA) rappresenta un’opportunità decisiva per acquisire quell’orientamento all’imprenditorialità e al cambiamento e quella formazione manageriale specialistica, integrata ed interfunzionale richiesti dall’attuale ambiente competitivo. In un anno di confronto costante con docenti e colleghi e grazie ad una serie di attività individuali e di gruppo, l’allievo MBA avrà modo di acquisire competenze, strumenti e metodologie tecnico-specialistiche di matrice manageriale nonché di costruirsi una *forma mentis* e un *modus operandi* in grado di conferirgli maggiore elasticità e flessibilità nell’affrontare le problematiche organizzative e gestionali, e interesse e atteggiamenti consapevoli, positivi e propositivi rispetto al *business*, anche in forma di orientamento all’auto-imprenditorialità. In particolare, l’MBA intende offrire contributi teorici ed esperienze applicative che contribuiscano a sostenere lo sviluppo di una figura professionale destinata a trovare spazio in tutte quelle organizzazioni interessate a superare approcci e modalità gestionali tradizionali e migrare verso modelli più efficienti, dinamici ed orientati all’innovazione. La proposta formativa si focalizza pertanto su tre differenti ed integrati livelli di conoscenza:

- sul piano del “sapere”, rafforzando le conoscenze sulla gestione e sull’innovazione dei sistemi organizzativi e, più in generale, la cultura economica, in una visione integrata e sistemica;
- sul piano del “saper fare”, raccordando le conoscenze acquisite con la pratica aziendale e sviluppando abilità nell’impiego di utili strumenti di lavoro;
- sul piano del “saper essere” manager e leader, accrescendo il proprio potenziale rispetto alle competenze richieste nelle moderne realtà d’impresa.

In questo modo, accanto ad una cultura manageriale integrata e interfunzionale, il corso stimolerà l’allievo ad accrescere il proprio talento, la propria capacità di analisi, di *leadership*, di presa delle decisioni, di relazione e coinvolgimento con le altre persone, di riduzione e soluzione dei conflitti.

Il graduato MBA trova sbocco occupazionale sia nel settore privato che nelle Pubbliche Amministrazioni. L’“iniezione” di competenze acquisite dalla frequenza di questo corso, infatti, consentono all’allievo MBA di poter trovare opportunità lavorative come manager o consulente, gestendo in particolar modo attività afferenti le seguenti funzioni: direzione organizzativa, produzione e logistica, gestione dello sviluppo prodotto, dell’innovazione e del trasferimento e sviluppo di nuove tecnologie, gestione delle risorse umane, amministrazione e controllo di gestione, e commerciale.

Nel seguito si specificano i principali possibili sbocchi professionali dei graduati con un Master “MBA”, per aree funzionali aziendali:



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

- *Operations* e Logistica
- Controllo di Gestione
- Marketing e Vendite
- Amministrazione e Finanza
- Gestione e sviluppo delle risorse umane
- Attività di staff a supporto della direzione

I settori prevalenti in cui confluiscono i profili MBA, in Italia sono:

- Consulenza
- Farmaceutico
- Turismo e Hospitality
- ICT, e-business
- Banche d'investimento
- Telecomunicazioni
- Beni industriali
- Banche, servizi finanziari
- Beni di consumo
- Energia & Utilities
- Automobilistico

4. TITOLI DI STUDIO PER L'ACCESSO

Laurea magistrale o titolo equipollente o titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente. I titoli di studio conseguiti all'estero, se non già riconosciuti in base alla normativa vigente, saranno valutati dal Comitato Scientifico del Master che ne potrà dichiarare l'equipollenza ai soli fini dell'ammissione al Master.

Non è consentita la contemporanea iscrizione a più master, né ad altri corsi di studio universitari e AFAM e dottorato di ricerca.

5. MODALITÀ DI AMMISSIONE

Al Master in Business Administration si accede mediante selezione pubblica per titoli ed esami. L'esame consiste in un colloquio conoscitivo-motivazionale ed attitudinale. Si assume che i partecipanti abbiano almeno una conoscenza di base della lingua inglese e del pacchetto *Office*. Le selezioni si svolgeranno nel rispetto dei principi generali di trasparenza ed imparzialità in materia di concorsi pubblici. Alla selezione per l'ammissione al Master MBA potranno partecipare anche studenti che non hanno ancora conseguito il titolo per l'accesso, a condizione che il titolo risulti conseguito all'atto dell'iscrizione al Master in oggetto.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

6. SEDE E PERIODI DI SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ

La sede di svolgimento del Master è il Dipartimento di Matematica, Informatica ed Economia (DiMIE) – Campus di Macchia Romana – Potenza. Il periodo di svolgimento delle attività dell'MBA sarà di 12 mesi così come stabilito dal Comitato Scientifico.

Specifiche attività congressuali, seminari, visite, project work potranno svilupparsi su Matera presso le sedi del Dipartimento delle Culture Europee e del Mediterraneo (DiCEM) o presso altri enti ed organizzazioni in Italia ed all'estero. Le attività formative saranno supportate eventualmente attraverso l'impiego di una piattaforma internet con funzioni di supporto didattico e *knowledge management*.

7. ELENCO DEI MODULI DIDATTICI E DELLE UNITÀ DIDATTICHE E DELLE ALTRE ATTIVITÀ FORMATIVE, COMPRESO IL TIROCINIO

Denominazione	SSD	CFU	Struttura CFU			Totale ore
			Ore didattica frontale	Ore altre attività formative	Ore studio individuale	
Modulo 1 Organisation and Human Resource Management		7	48	12	115	175
UD 1.1 – Sistemi organizzativi	ING-IND/35	2	16			
UD 1.2 – Gestione e sviluppo delle risorse umane	ING-IND/35	2	16			
UD 1.3 - Principi di diritto d'impresa	IUS/04	2	16			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		
Modulo 2 Accounting and Finance		7	48	12	115	175
UD 2.1 – Contabilità generale e analisi di bilancio	SECS-P/07	2	16			



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

UD 2.2 – Contabilità industriale, budgeting e controllo di gestione	SECS-P/07	2	16			
UD 2.3– Analisi degli investimenti	SECS-P/07	2	16			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		
Modulo 3 - Organisation Value Creation Governance		7	48	12	115	175
UD 3.1 – Organisational Value Creation Dynamics	ING-IND/35	2	16			
UD 3.2 – Strategic Performance Management	ING-IND/35	2	16			
UD 3.3 – Knowledge Management and Organisational Performance Improvements	ING-IND/35	2	16			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		
Modulo 4 - Marketing and Brand Management		7	48	12	115	175
UD 4.1 – Marketing Strategico	SECS-P/08	2	16			
UD 4.2 – Marketing Operativo e CRM	SECS-P/08	2	16			



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

UD 4.3 – Costruzione, Gestione e Sviluppo del Brand	SECS-P/08	2	16			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		
<i>Modulo 5 Creativity and Innovation Management</i>		11	80	12	183	275
UD 5.1 – Gestione dell’Innovazione	ING-IND/35	2	16			
UD 5.2 - Business Model Innovation	ING-IND/35	2	16			
UD 5.3 – Operations and Total Quality Management	ING-IND/17	3	24			
UD 5.4 – Technology Foresight e Innovazione	ING-IND/17	3	24			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		
<i>Modulo 6 Decision Support Systems and Methods</i>		7	48	12	115	175
UD 6.1 – Project Management	ING-IND/35	2	16			
UD 6.2 - Sistemi di supporto alle decisioni	ING-IND/35	2	16			
UD 6.3 - Strumenti e tecniche di rappresentazione per il management	ING-IND/35	2	16			
Laboratori, esercitazioni e visite didattiche		1		12		



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

Modulo 7 - Jobs Market, Leadership Development, Entrepreneurship and Business English		7	32	36	107	175
UD 7.1 – Jobs Market and Leadership Development	ING-IND/35	2	16			
UD 7.2 – Jobs Market and Entrepreneurship Development	ING-IND/35	2	16			
UD 7.3 – Business English	L-LIN/12	3		36		
Altre attività (seminari, conferenze, testimonianze)		4		32	68	100
Tirocinio		10				250
Prova finale		3				
TOTALE		70	352	140		1675

8. PRINCIPALI CONTENUTI DEI MODULI DIDATTICI E DELLE UNITÀ DIDATTICHE

Traendo ispirazione dagli approcci delle migliori *Business School* internazionali, il programma del Master MBA fa riferimento ad un modello di formazione *competence-based*, costruito sulla filosofia del *learning in action*. Esso si sviluppa intorno a 7 aree funzionali opportunamente collegate tra di loro ed ha l'obiettivo di integrare le conoscenze teoriche con una diretta e tempestiva applicazione nella realtà aziendale. Nel complesso il programma segue l'approccio scientifico proprio dell'ingegneria economico-gestionale, rivolto a trasferire nel campo dell'organizzazione e della gestione aziendale i metodi innovativi e l'orientamento al *problem setting* e al *problem solving* tipici del pensiero ingegneristico. Gli elementi distintivi ed innovativi di questo Master sono da individuarsi anche nella scelta di una strategia di apprendimento fortemente innovativa, fondata sulla filosofia del "*Learning in action*", cioè dell'apprendimento in azione, che mira a coinvolgere gli allievi in un percorso formativo volto a sviluppare le loro competenze attraverso una dinamica di apprendimento che integri la tradizionale formazione frontale con il confronto con la realtà concreta, lo svolgimento di attività progettuali individuali e di gruppo, l'acquisizione di competenze attraverso strumenti *on-line* ed il



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

confronto dialettico diretto con accademici e professionisti.

Modulo 1 - ORGANISATION AND HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Il Modulo 1 si propone di analizzare le fondamenta organizzative e giuridiche su cui operano e si sviluppano le imprese.

Il Modulo 1 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 1.1 Sistemi organizzativi

L'insegnamento ha lo scopo di i) fornire una prospettiva storica sulle teorie dell'organizzazione e alcuni concetti di base e definizioni su ambiente organizzativo, modelli e strutture organizzative, attori organizzativi e relazioni organizzative, ii) proporre modelli di lettura e analisi del contesto del cambiamento e metodologie di intervento attraverso i tre fondamentali processi dell'apprendimento organizzativo, dello sviluppo di risorse e della gestione del potere.

Unità didattica 1.2 Gestione e sviluppo delle risorse umane

Sulla base del ruolo e della rilevanza delle persone per il miglioramento delle prestazioni e la capacità di creazione di valore delle organizzazioni, l'insegnamento intende fornire una panoramica teorico-operativa, con particolare attenzione anche alle forme più innovative, dei principali approcci, tecniche e strumenti per la gestione e lo sviluppo delle risorse umane.

Unità didattica 1.3 Principi di Diritto d'Impresa

L'insegnamento ha l'obiettivo di presentare, limitandosi agli aspetti essenziali, natura e quadro dei diritti reali e obbligazionari, di illustrare i principali elementi del contratto di lavoro, di mettere in rilievo la differenza fra i concetti di azienda da un lato e di imprenditore ed impresa dall'altro e di guidare alla individuazione delle diverse forme societarie, delle caratteristiche che le distinguono e dei motivi che ne suggeriscono l'adozione.

Laboratori, esercitazioni e visite didattiche

Modulo 2 - ACCOUNTING AND FINANCE

Il Modulo 2 si propone di introdurre i concetti base della contabilità generale, dell'analisi di bilancio, di budgeting e controllo di gestione, ed analizzare l'informativa contabile ed economico-finanziaria nel suo complesso, prestando altresì particolare attenzione ai temi della finanza aziendale e di progetto ed all'analisi degli investimenti.

Il Modulo 2 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 2.1 Contabilità generale e analisi di bilancio

L'insegnamento ha lo scopo di analizzare, in ottica critica, postulati, strutture, contenuti e normative connesse al bilancio di esercizio e di trasferire la capacità di leggere ed interpretare le tematiche economico-aziendali e contabili in un'ottica gestionale. L'insegnamento ha lo scopo di approfondire gli indici e le tecniche più diffuse per analizzare i bilanci e di fornire gli strumenti di base per comprendere la struttura e la logica del bilancio d'esercizio e consolidato alla luce dei principi contabili



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

internazionali Ias/Ifrs.

Unità didattica 2.2 Contabilità industriale, budgeting e controllo di gestione

L'insegnamento si propone di analizzare i principali strumenti di programmazione e controllo di gestione, con particolare riferimento:

- alle tecniche di rilevazione dei componenti elementari in azienda, propedeutici alla formazione di una rigorosa contabilità industriale;
- alla modalità di classificazione ed aggregazione di questi componenti;
- alle tecniche di imputazione, attribuzione, ripartizione e localizzazione dei componenti stessi in ragione degli oggetti di riferimento adottati e selezionati nel processo di programmazione;
- alle tecniche tradizionali ed avanzate di budgeting;
- ad applicazione per i diversi settori merceologici.

Unità didattica 2.3 Analisi degli investimenti

L'insegnamento si propone di:

- fornire le logiche interpretative e gli strumenti operativi per la gestione delle problematiche finanziarie dei diversi fenomeni economici;
- approfondire le tecniche di analisi degli investimenti e gli aspetti della pianificazione finanziaria (a breve e medio-lungo termine), gli strumenti per la diversificazione e copertura dei rischi aziendali, il funzionamento ed i principali prodotti del mercato secondario.
- analizzare cos'è e da cosa è caratterizzato un investimento, quali sono le condizioni ed i fattori per la valutazione degli investimenti e quali sono i criteri per l'analisi e la valutazione degli investimenti in regime deterministico e stocastico.
- fornire le linee guida, i concetti e gli strumenti per analizzare le decisioni finanziarie, basandosi su principi fondamentali delle moderne teorie finanziarie e approfondendo i criteri di valutazione delle imprese previsti da Basilea II e la valutazione del rischio da parte delle banche.

Laboratori, esercitazioni e visite didattiche

Modulo 3: ORGANISATION VALUE CREATION GOVERNANCE

Il Modulo 3 ha l'obiettivo di fornire conoscenze e strumenti operativi circa gli obiettivi dell'operare d'impresa, il controllo e la gestione delle prestazioni nonché circa i beni e le risorse ad alta intensità di conoscenza alla base delle dinamiche economico-gestionali di miglioramento delle prestazioni e di creazione di valore.

Il Modulo 3 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 3.1 Value Governance

L'insegnamento si propone di fornire ai partecipanti gli strumenti concettuali e operativi per procedere allo studio, alla formulazione e alla valutazione della strategia aziendale e dei meccanismi di governance alla base dei processi di creazione e diffusione del valore. Sarà analizzato il processo di



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

definizione e di implementazione delle strategie dell'impresa rispetto all'ambiente competitivo di riferimento e forniti i principali strumenti per l'analisi competitiva e per la definizione di efficaci strategie *corporate*, *business* e funzionali. Saranno analizzati, inoltre, una serie di casi aziendali di successo o di insuccesso allo scopo di stimolare un collegamento più puntuale tra la teoria e l'evidenza del comportamento d'impresa.

Unità didattica 3.2 Strategic Performance Management and Assessment

L'insegnamento si pone l'obiettivo di analizzare la rilevanza strategica della misurazione e gestione delle prestazioni all'interno di un'impresa. Nello specifico, si approfondiranno l'evoluzione dei sistemi di misurazione delle performance, le ragioni gestionali per l'adozione di un sistema di misurazione e i modelli per la misura delle performance di impresa.

Unità didattica 3.3 Knowledge Management and Organisational Performance

L'insegnamento ha l'obiettivo di analizzare il ruolo e la rilevanza strategica della gestione di beni e risorse ad alta intensità di conoscenza per il miglioramento delle prestazioni d'impresa e delle dinamiche di creazione di valore.

Laboratori, esercitazioni e visite didattiche

Modulo 4 - MARKETING AND BRAND MANAGEMENT

Il modulo 4 ha l'obiettivo di fornire una visione globale del ruolo del marketing, nelle sue connotazioni strategiche ed operative; analizzare i comportamenti d'acquisto, il ruolo delle marche, i processi di segmentazione e posizionamento, le analisi di mercato e della domanda, le decisioni di prezzo, la distribuzione e promozione, la gestione delle relazioni fra azienda e customer (CRM); approfondire il concetto di identità di impresa e il tema della gestione della comunicazione non solo esterna, ma anche interna alla stessa: le relazioni pubbliche e la comunicazione integrata, le tecniche di comunicazione, la scelta dei canali ottimali, la gestione dei media, la gestione del marchio, il rapporto marketing/web.

Il modulo 4 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 4.1 Marketing strategico

L'insegnamento si propone di trasferire ai partecipanti le conoscenze e le capacità necessarie per approcciare in modo compiuto e corretto le attività aziendali di marketing. Questo avverrà fornendo ad essi un'ampia panoramica delle tematiche fondamentali nel processo di analisi, pianificazione e gestione delle politiche di marketing, senza trascurare le specificità settoriali, le politiche di marca e il controllo sistematico dei risultati ottenuti.

Unità didattica 4.2 Marketing analitico ed operativo

L'insegnamento si propone di fornire ai partecipanti uno schema logico di riferimento per approcciare alle principali attività di marketing operativo, trasferendo loro, conoscenze, metodologie e tecniche di base per:

- impostare, organizzare e realizzare la raccolta ed elaborazione di dati e informazioni, e il loro utilizzo a supporto delle decisioni di marketing, sensibilizzando sul tipo di informazioni



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

e dati “sensibili” per un’azienda orientata al mercato e sviluppandone capacità analitiche per l’individuazione e risoluzione dei problemi di marketing;

- comprendere e affrontare la gestione delle leve del mix di marketing in un’ottica integrata.

Unità didattica 4.3 Costruzione, Gestione e Sviluppo del Brand

L’insegnamento si propone di analizzare le applicazioni concrete che gli studi sul marchio possono apportare al marketing e alla strategia commerciale soprattutto in termini di percezione cognitiva ed emotiva del cliente, fornendo strumenti per aumentare la consapevolezza del nome della marca, sviluppare la fedeltà alla marca, favorire la percezione della qualità della marca e creare associazioni mentali positive, nella mente dei consumatori, con la marca.

Laboratori, esercitazioni e visite didattiche

Modulo 5 - CREATIVITY AND INNOVATION MANAGEMENT

Il modulo 5 ha l’obiettivo di fornire ai partecipanti alcuni concetti chiave del management, concentrandosi sulle tecnologie e sulla gestione dell’innovazione, in modo da trasferire nozioni e strumenti per creare un ambiente orientato al cambiamento. Nello specifico, si analizzeranno teorie ed approcci metodologici per stimolare e capitalizzare la creatività individuale e collettiva, disegnare e gestire progetti di innovazione finalizzati allo sviluppo del business, l’organizzazione delle attività innovative e di ricerca, le dimensioni gestionali dell’innovazione, con particolare attenzione ai processi di innovazione connessi al modello di business, alle *operations* ed alla gestione delle catene di fornitura e distribuzione ed all’adozione di nuove tecnologie.

Il modulo 5 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 5.1 Gestione dell’Innovazione

L’insegnamento si propone di far acquisire conoscenze inerenti il ruolo e le dinamiche della gestione dell’innovazione d’impresa, introdurre ed analizzare le dimensioni gestionali dell’innovazione relative al prodotto, al processo, alla tecnologia, al mercato, al business e di definirne ed applicarne i principali modelli, tecniche e strumenti.

Unità didattica 5.2 Business Model Innovation

L’insegnamento ha l’obiettivo di analizzare nello specifico ruolo, tecniche ed esperienze di innovazione del modello di business aziendale quale configurazione di sintesi delle componenti strategiche, commerciali e di mercato, organizzativo-gestionali ed economico-finanziarie del sistema-impresa.

Unità didattica 5.3 Operations e Total Quality Management

L’insegnamenti si propone di fornire gli elementi utili per la comprensione dei fattori strutturali e gestionali che determinano la competitività di un sistema di produzione e per l’analisi delle tipologie dei sistemi produttivi nonché i principi di gestione e di innovazione delle *operations*, con particolare riferimento alle tecniche, agli strumenti ed alle applicazioni di Lean Manufacturing derivanti dalla filosofia gestionale del Total Quality Management di matrice giapponese. Saranno altresì analizzati i



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

processi di trasformazione delle relazioni di fornitura e di distribuzione con particolare attenzione alle configurazioni inter-impresa, la rinnovata importanza delle funzioni logistiche, il ruolo dei fornitori nei processi di innovazione aziendali ed inter-aziendali.

Unità didattica 5.4 Technology Foresight e Innovazione

L'insegnamento si propone far acquisire ai partecipanti le conoscenze teorico-applicative, i linguaggi, le tecniche specialistiche e gli strumenti operativi relativi al ruolo e alla rilevanza delle tecnologie, in particolare quelle legate al mondo del digitale, quali elementi propedeutici ed abilitanti dei processi di innovazione, dal momento della formulazione dell'idea fino alla proposizione del nuovo prodotto/servizio sul mercato.

Laboratori, esercitazioni e visite didattiche

Modulo 6 – DECISION SUPPORT SYSTEMS AND METHODS

Il modulo 6 intende fornire un bagaglio di conoscenze, tecniche e strumenti di matrice quantitativa specialistici rilevanti per analizzare, interpretare ed impiegare correttamente dati ed informazioni utili per supportare il processo decisionale e la gestione dei progetti.

Il modulo 6 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 6.1 Project Management

L'insegnamento ha l'obiettivo di analizzare le metodologie più avanzate di gestione di progetti e programmi e di sensibilizzare all'uso di strumenti efficaci di schedulazione delle attività, che consentano di realizzare progetti singoli o multipli, evitando tempi morti e incertezze e impiegando le risorse in maniera più efficiente.

Unità didattica 6.2 Sistemi di supporto alle decisioni

L'insegnamento ha l'obiettivo di illustrare i principali sistemi, metodi e modelli di supporto al processo decisionale, di discuterne l'applicazione a problemi di tipo organizzativo, sociale, e alla valutazione delle alternative in scenari complessi e di fornire strumenti operativi di supporto alle decisioni.

Unità didattica 6.3 Strumenti e tecniche di rappresentazione per il management

Sulla base delle più recenti evidenze teorico-applicative, l'insegnamento ha l'obiettivo di illustrare le tecniche e gli strumenti più innovativi di elaborazione, rappresentazione e condivisione delle problematiche aziendali capaci di facilitare e supportare efficacemente il processo decisionale.

Modulo 7 – JOBS MARKET, LEADERSHIP DEVELOPMENT, ENTREPREURSHIP AND BUSINESS ENGLISH

Il modulo 7 ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti alcune *soft-skills* a supporto della crescita personale e professionale, in grado di far maturare doti di leadership, orientare alle dinamiche del mondo del lavoro, stimolare e favorire l'orientamento all'imprenditorialità e accrescere le competenze linguistiche specialistiche di lingua inglese.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

Il modulo 7 è composto dalle seguenti unità didattiche:

Unità didattica 7.1 Jobs Market and Leadership Development

L'insegnamento ha l'obiettivo di creare nell'allievo MBA una migliore consapevolezza di sé ed a sviluppare competenze, abilità, intelligenza strategica e capacità relazionale e di influenza su persone ed organizzazioni, spingendolo all'osservazione ed alla re-interpretazione dei comportamenti, rafforzandone le dimensioni dell'autorità, della gestione del potere e della responsabilizzazione, dell'empowerment e della comunicazione. Percorsi di *individual coaching* si integreranno con le attività di didattica frontale con l'obiettivo di supportare ancora più efficacemente i processi di apprendimento di ciascun allievo.

Unità didattica 7.2 Jobs Market and Entrepreneurship Development

L'insegnamento, declinato in modalità fortemente applicate, ha l'obiettivo di orientare alle nuove dinamiche in atto nel mercato del lavoro, sensibilizzare al ruolo dell'imprenditorialità quale fattore pivot per la crescita dei sistemi economici e comportamento strategico a cui anche organizzazioni ed imprese devono sempre più tendere ed intende trasmettere basi teoriche, metodologiche ed esperienziali, stimolare idee e guidare all'utilizzo di strumenti operativi – dal businessplan ad un pitch presentation – per la creazione di impresa.

Unità didattica 7.3 Business English

Obiettivo dell'insegnamento è quello di preparare gli studenti all'uso della lingua specialistica in ambito economico-finanziario e gestionale. Il corso sarà diviso in due parti: la prima mirerà all'approfondimento delle principali strutture e funzioni della lingua inglese; la seconda, di natura specialistica, preparerà ad affrontare situazioni concrete, in forma sia scritta che orale, nel campo dell'economia e del management.

9. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA DIDATTICA

La quinta edizione del Master in Business Administration (a.a. 2017/2018) si presenta non solo aggiornata nei programmi, ma anche ricca di nuovi servizi ed esperienze che renderanno più produttiva, interessante e piacevole per gli allievi il percorso di formazione.

Le attività formative si svolgeranno attraverso lezioni frontali, *e-learning*, forme laboratoriali, sviluppo di project work ed esercitazioni, attività seminariali e testimonianze, visite didattiche, conferenze e workshops, tirocini. In ogni caso il carico di lavoro che gli allievi dovranno affrontare non si esaurirà contestualmente all'erogazione della singola lezione, ma dovrà essere seguito dall'approfondimento personale: ciò sarà possibile attraverso un continuo susseguirsi di lezioni e verifiche in itinere, con lo scopo di fornire all'allievo gli indispensabili *check-points* per la valutazione del proprio apprendimento.

L'attività formativa svolta in aula si basa sull'interazione diretta tra docenti e allievi. Si tratta di una tipologia di formazione a carattere "misto", in cui si coniugano attività di tipo più teorico (trasferimento di contenuti) ed attività pratiche (project work). Le attività di project work potranno essere eventualmente personalizzate e prevedere l'assegnazione ad ogni allievo di un supervisore. Per il



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

coordinamento delle attività di project work si potranno impiegare anche sistemi IT and web-based di comunicazione.

Al fine di fornire una risposta efficace alle diverse esigenze degli allievi ed in particolare di rispondere al bisogno di formazione dei professionisti che coniugano lavoro e formazione specializzante, le attività d'aula del corso master MBA potranno svilupparsi attraverso modalità, forme e tempi capaci di equilibrare intelligentemente orari ed esigenze dei professionisti in termini di elasticità e flessibilità delle attività d'aula con il rigore e la qualità richiesti da un percorso di alta formazione quale l'MBA. In tal senso, le attività d'aula potranno essere eventualmente fruite e supportate anche in modalità e-learning via web. Infatti, la didattica MBA contempla anche la l'impiego di una piattaforma internet-based che permetterà, attraverso un accesso riservato da parte degli allievi Master, la fruizione di lezioni ed esercitazioni 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, oltre la possibilità di interagire con i docenti in modalità asincrona. Questa modalità di interazione con i docenti consentire, come già detto, anche il coordinamento e la supervisione delle attività didattiche di project work. L'attività formativa in *e-learning* non supererà in ogni caso il 25% delle attività didattiche.

10. MODALITÀ E OBBLIGHI DI FREQUENZA E FORME DI CONTROLLO

La frequenza alle attività del Master MBA è obbligatoria. Per accedere alla prova finale è richiesta una frequenza pari ad almeno il 70% di ciascun modulo didattico e ad almeno l'80% delle attività complessive, oltre al superamento delle prove di verifica periodiche. Le forme di controllo della frequenza consisteranno nella verifica del registro presenze degli allievi.

11. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLE VERIFICHE PERIODICHE

Il conseguimento del Master è vincolato al raggiungimento di un numero prefissato di crediti, che certificano il lavoro svolto dagli allievi sia in aula, sia on-line, sia nelle attività di laboratorio e sia attraverso lo studio individuale. In tal senso sono previste prove di accertamento dei singoli moduli. – valutati in trentesimi con eventuale lode - per la verifica delle conoscenze acquisite. Le prove di accertamento dei singoli moduli sono gestite da una commissione. Ciascuna commissione è composta da almeno due docenti delle unità didattiche del modulo e deve essere presieduta da un docente di ruolo dell'Università degli Studi della Basilicata. La commissione è nominata dal Direttore della Struttura primaria, su proposta del coordinatore del Master. Gli esami si intendono superati se si consegue una votazione non inferiore a 18/30.

12. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

Il conseguimento del titolo Master è subordinato all'acquisizione dei crediti previsti dall'ordinamento del master MBA, inclusi quelli relativi alle attività di tirocinio ed al superamento della prova finale per l'accertamento delle competenze complessivamente acquisite. Il titolo è rilasciato a firma del Rettore e del coordinatore del Master.

La prova finale, da svolgersi a conclusione dell'attività formativa, consisterà nella discussione degli



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

elaborati (tesi Master) prodotti dagli allievi e in un colloquio sui principali aspetti emersi durante la loro esperienza di stage (relazione di tirocinio) o di project work. L'elaborazione del lavoro di tesi prevede la supervisione di un docente della Faculty del Master e/o di un tutor interno all'organizzazione ospitante l'allievo nelle attività di tirocinio o di project work.

La prova finale è valutata in centodecimi, con eventuale lode. La prova finale si intende superata se si consegue una votazione non inferiore a 66/110. Alla prova finale possono essere attribuiti massimo 11 punti. La commissione per la prova finale è composta dal coordinatore del Master, che la presiede, e da almeno quattro docenti del Master. La commissione è nominata dal Direttore della Struttura primaria, su proposta del coordinatore del Master.

13. MODALITÀ DI RICONOSCIMENTO DI CREDITI FORMATIVI GIÀ ACQUISITI

I crediti formativi già acquisiti con altre attività didattiche o derivanti da conoscenze e abilità professionali non potranno superare il 25% delle attività formative complessive del Master e saranno riconosciuti attraverso le modalità stabilite dal Comitato Scientifico.

14. MODULI DIDATTICI E UNITÀ DIDATTICHE CUI È POSSIBILE ISCRIVERSI SINGOLARMENTE

Nell'ambito del Master in Business Administration è possibile iscriversi a singoli moduli didattici, per un massimo di 12 CFU, senza aver preso parte alla selezione per l'ammissione, purché si sia in possesso del titolo di studio previsto per l'accesso.

La tassa di iscrizione alla singola unità didattica è stabilita in euro 360, mentre la tassa di iscrizione all'intero modulo è stabilita in euro 850. La modalità di partecipazione al singolo modulo avverrà in accordo a quanto previsto dalle normali attività curriculari, così come definite dalla programmazione didattica.

Per i singoli moduli fruiti sarà rilasciata una certificazione con l'attestazione dei CFU acquisiti, nel caso in cui siano state sostenute positivamente le prove di profitto regolarmente previste. Non è consentita la contemporanea iscrizione a singoli moduli del Master e ad altri corsi di studio universitari e AFAM.

E' possibile, altresì, iscriversi al Master o a singoli moduli didattici in qualità di uditore, senza aver preso parte alla selezione per l'ammissione, anche in assenza del titolo di studio previsto per l'accesso. In relazione all'iscrizione in qualità di uditore non sono previste le prove di verifica del profitto e sarà rilasciato esclusivamente un attestato di frequenza. La tassa di iscrizione all'intero Master in qualità di uditore è stabilita in euro 3500. In qualità di uditore, la tassa di iscrizione alla singola unità didattica è stabilita in euro 150, mentre all'intero modulo è stabilita in euro 400.