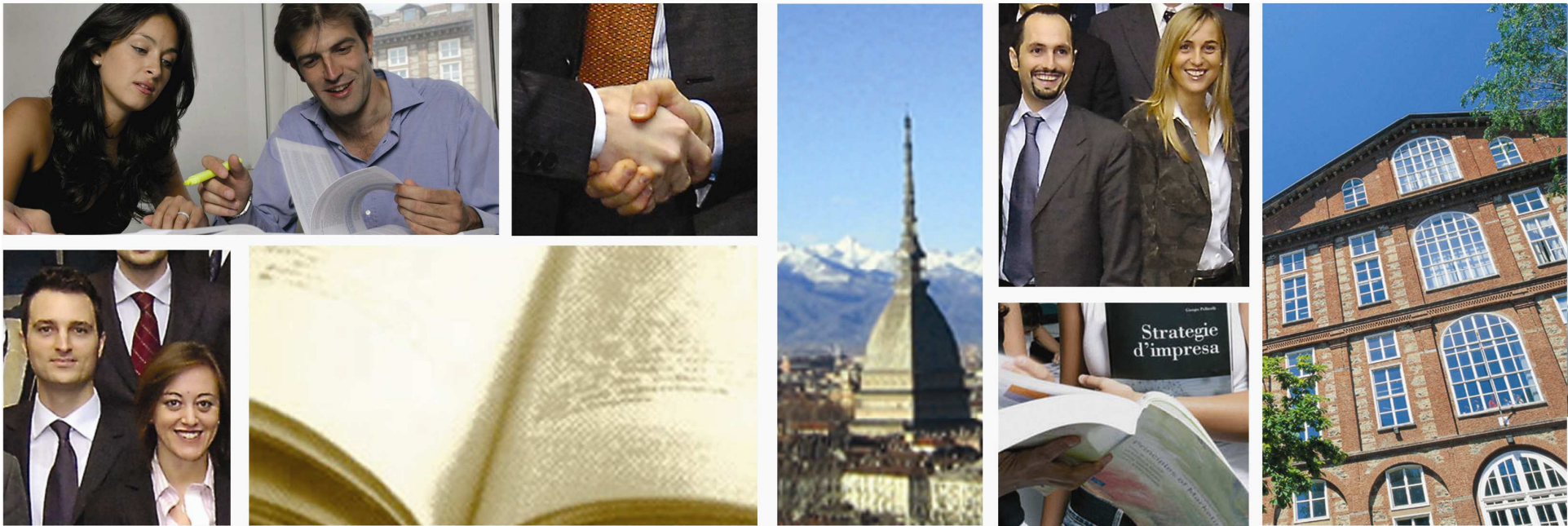


MBA MASTER in
BUSINESS
ADMINISTRATION
FACOLTA' di ECONOMIA di TORINO



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TORINO
FACOLTA' DI ECONOMIA



- MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION -



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TORINO
FACOLTA' DI ECONOMIA

Il Master in Business Administration della Facoltà di Economia - MBA -

www.econ.unito.it
ecodir@econ.unito.it
tel 011/670.84.12-6047 (mattino)
fax 011/670.6052

Il **Master in Business Administration (MBA)** della Facoltà di Economia è alla sua ottava edizione. La Masters Division fa parte di una rete internazionale di Business School ed è membro istituzionale dell'**European Foundation for Management Development**.

Sintesi

Il Master in Business Administration ha lo scopo di aggiornare i laureati sui recenti sviluppi delle discipline che concorrono alla formazione nel campo del management.

Durata. MBA è a tempo parziale con durata 14 mesi (dieci mesi d'aula con orario: 18.30, 21.30 dal lunedì al giovedì)

Selezione. Sono ammessi partecipanti fino ad un massimo di 35. Le prove di selezione si svolgono ogni secondo martedì del mese alle ore 18.00 (da luglio ad ottobre, agosto escluso) più sabato 2, 16, 23 ottobre 2010 alle ore 9.30 presso la Facoltà di Economia, Aula Stanford – Masters Division primo piano (salire quattro rampe di scale).

Metodi. Sono i metodi di formazione delle Business School: lezioni accademiche, discussione di casi, role playing, testimonianze di managers, progetti sul campo, formazione con uso di computer e web.

Inizio del corso. 26 ottobre 2010.

Docenti. Professori universitari con esperienza aziendale, dirigenti d'impresa, consulenti.

Costo per il partecipante. 11.400 euro (da pagarsi in tre rate). Sono disponibili borse di studio.

Principi guida

Il passaggio da un'economia basata sui prodotti ad un'economia basata sull'informazione sta cambiando profondamente il modo di competere ed anche il modo di gestire le imprese. Partendo da queste premesse il Master in Business Administration è stato progettato sulla base di quattro principi.

Primo. *L'utilità di un corso di formazione è tanto maggiore quanto più a lungo i partecipanti possono utilizzare i concetti e i metodi assimilati nel Corso e quanto più sono in grado di interpretare e anticipare le tendenze dell'ambiente.*

Sulla base di questo principio il Master in Business Administration è costruito in modo da fornire ai partecipanti gli strumenti per ripensare i "fondamentali" dell'economia e della direzione delle imprese alla luce degli sviluppi più recenti.

Secondo. *Un Master in Business Administration deve rispondere alle esigenze di nuove professionalità chieste dalle organizzazioni. L'MBA è pertanto costruito in modo da rafforzare le conoscenze di base che occorre possedere per affrontare i nuovi sviluppi.*

Terzo. *Un MBA deve consolidare le conoscenze e deve aggiornarle, ma deve anche stimolare i partecipanti ad approfondire uno o più campi di interesse. Partendo da questo terzo principio il Master è stato progettato in modo da concludersi con lo sviluppo di un progetto in azienda.*

L'obiettivo di stimolare uno o più campi di interesse è raggiunto attraverso la sequenza delle fasi che compongono il Master (v. ultima pagina). "Leading strategic growth and change" ha lo scopo di individuare le principali fonti di cambiamento dell'economia contemporanea, mentre "Strategy and competitive advantage" sviluppa le risposte che le imprese danno alla nuova concorrenza. I "Tools" forniscono gli strumenti, i metodi, per analizzare i problemi e avviare a soluzione la scelta di come competere. Dopo i due blocchi principali, con la scelta del progetto in azienda (consulting project) i

partecipanti possono specializzarsi approfondendo le conoscenze in un campo specifico.

Quarto. *La "globalizzazione" ed in particolare la "nuova" Europa impongono alle imprese nuove competenze. Le imprese chiedono managers che siano a proprio agio in culture diverse e non considerino i confini politici come barriere.*

Obiettivi

Gli obiettivi del Master in Business Administration sono principalmente i seguenti

Rafforzare la conoscenza degli strumenti di base del management e dei recenti sviluppi dello stesso.

Acquisire capacità nella gestione strategica e nella gestione di singole funzioni.

Acquisire la capacità di interpretare con ampio spettro i cambiamenti in corso nell'ambiente economico e sociale.

Sviluppare una visione internazionale dei problemi e delle loro soluzioni, e stimolare i nostri giovani a lavorare all'estero.

Sviluppare le capacità di lavorare in gruppo.

Preparare i partecipanti ad affrontare il prossimo stadio della propria carriera.

Punti di forza

L'approccio del Master in Business Administration ha alcune caratteristiche distintive.

E' pragmatico. Vuole preparare i partecipanti ad affrontare i problemi reali di un ambiente in continuo cambiamento.

E' intensivo. Riduce al minimo il tempo sottratto all'attività lavorativa o al tempo libero proponendo un corso intensivo con una presenza limitata in aula.

È flessibile. Attraverso la scelta dell'argomento del progetto finale i partecipanti possono modellare il corso sulle proprie esigenze.

È basato sul lavoro di gruppo. La capacità di interagire con persone che hanno professionalità diverse è fondamentale per affrontare scelte complesse.

Mira a sviluppare sia le capacità di competere sia quella di cooperare (nei lavori di gruppo, nel progetto finale).

Alcuni Partners nei consulting projects


Il successo delle precedenti edizioni del Master in Business Administration ha convinto varie imprese a collaborare nei progetti sul campo: i “consulting project”.

Nella parte conclusiva del Master i partecipanti sviluppano una serie di progetti orientati alla soluzione di un problema pratico di management. Il progetto di norma è svolto: a) individualmente o congiuntamente da non più di quattro partecipanti; b) in un'organizzazione che può (eventualmente) assistere finanziariamente il partecipante; c) con l'assistenza di uno o più docenti del Master.


Gli obiettivi del progetto sono scelti secondo gli interessi del partecipante e delle organizzazioni che aderiscono all'iniziativa. Il progetto è, in linea di massima, articolato in tre stadi: 1) analisi del settore: minacce ed opportunità; 2) analisi dell'impresa; 3) rapporto finale sui risultati del progetto e sua presentazione all'impresa.


L'assistenza dei docenti al progetto è ampia e continua. È parte fondamentale del processo di formazione.


Le seguenti imprese hanno affidato “consulting project” ai partecipanti degli ultimi due Master in Business Administration (MBA).


 progetti di consulenza strategica


 progetti di analisi della concorrenza e di controllo di gestione

 progetti riguardanti la valutazione economica delle attività di ricerca


 progetti nel marketing e nella gestione delle risorse umane

 progetti nel campo delle vendite e della comunicazione


FIAT GROUP AUTOMOBILES: progetti in varie aree: commerciale, produzione e finanza, per i quattro marchi del gruppo: Fiat, Lancia, Alfa Romeo e Fiat Professional 

 progetti riguardanti la gestione del rischio di portafoglio


 progetti riguardanti la finanza e l'intermediazione finanziaria


 progetti nella gestione della produzione


 progetti nell'area Marketing


 progetti nella gestione d'impresa

 progetti nell'area marketing

 progetti nella logistica

 progetti di rating e valutazione aziendale

 progetti di e-business e di web marketing

 progetti nello studio di nuovi mercati e di posizionamento competitivo

Borse di studio

CERESA SPA mette a disposizione una borsa di studio di importo pari al costo di iscrizione. La borsa di studio è riservata al miglior progetto in economia dell'energia.

Prova di selezione

Obiettivo. Il Master in Business Administration aspira ad attrarre partecipanti con preparazioni di base diverse. Anticipa così una caratteristica fondamentale delle organizzazioni che hanno successo: coniugare motivazioni e professionalità differenti. La prova di selezione mira a fare in modo che tutti i partecipanti del corso abbiano in comune certe capacità logiche.

Un altro obiettivo della prova di selezione è garantire, a chi la supera, l'ammissione all'MBA con un certo anticipo rispetto alla data di inizio.

Quando. Le prove si svolgono ogni secondo martedì del mese alle ore 18.00 da giugno a ottobre inclusi (agosto escluso), più sabato 2, 16, 23 ottobre 2010 alle ore 9.30.

Dove. Masters Division, Aula Stanford primo piano Facoltà di Economia di Torino (salire quattro rampe di scale).

Metodo della prova. La prova è costituita dalla discussione scritta di un caso aziendale, da un esercizio di analisi di bilancio, da un test d'inglese e da un colloquio individuale allo scopo di valutare conoscenze, esperienze e motivazioni. Il colloquio mira inoltre a verificare la rispondenza tra le attese del partecipante e gli obiettivi del Master. Il superamento della prova non impegna il candidato ad iscriversi, ma è un requisito essenziale per l'iscrizione.

Preparazione alla prova. La Masters Division fornisce assistenza a coloro che intendono sostenere la prova. Gli interessati possono rivolgersi alla segreteria Master via mail o via telefono per avere ulteriori informazioni.

Colloquio di orientamento. Il prof. Giorgio Pellicelli (Direttore del Master) ed altri Docenti del Master sono disponibili ad assistere i candidati che intendono completare la loro preparazione in vista delle prove di selezione. Colloqui in Facoltà, presso la Masters Division (Aula Stanford), primo piano Facoltà di Economia, ogni martedì dalle ore 18.00 su appuntamento tel.:

011/670.8412-6047 (mattino) – e.mail: ecodir@econ.unito.it

Come iscriversi alla prova. L'applicazione form per l'iscrizione alla prova può essere ritirata presso la Sezione di Direzione delle Imprese dalle ore 9.00 alle ore 12.30, richiesta via e,mail a ecodir@econ.unito.it oppure può essere scaricata dal sito www.econ.unito.it

Inizio corsi. 26 ottobre 2010, h. 18.30 presso la Masters Division, aula Harvard, primo piano Facoltà di Economia.

Partners

Accenture, Alpitour, Aprilia, Aurora, Azimut Yachts, Banca Intermobiliare, BasicNet, BCG, Biraghi, Borsalino, Cavalieri Retailing, Centro Ricerche Fiat, Ceresa, Crear, Diageo, Dolci Adv, Eclettica, Ermenegildo Zegna, Ferrari, Ferrero, Fiat Group Automobiles, Fondazione CRT, Giorgio Armani, Hewlett Packard, Intesa SanPaolo, Iveco, Isvor Fiat, Juventus F.C., Key Stone, KiGroup, La Stampa, Lavazza, Leo Burnett, L'Oréal Paris, Martini&Rossi, McKinsey&Company, Mottura, Nestlé, San Pellegrino, Partners&Partners, Piaggio, Pininfarina, Reale Mutua, Seat Pagine Gialle, Telecom, Trevisan, Urmet

MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION
Alcuni Docenti

AZIENDA	DOCENTE
APRILIA	FRANCESCO POLIMENI, Category Manager Moto
AURORA PEN	CESARE VERONA, Direttore Generale
AZIMUT YACHTS	UGO GARASSINO, Vice-Presidente
BIM BANK	ANTONIO SCARABOSIO, Head of Corporate Finance
DIAGEO	GIOVANNI TORCELLO, Brand Manager Baileys
UNIVERSITA' DI PARIGI	KAMEL BENJOUSSEF, Professore di Strategie d'Impresa
FACOLTA' DI ECONOMIA DI TORINO	GIORGIO PELLICELLI, Professore di Strategie d'Impresa
	SERGIO BORTOLANI, Professore di Economia dei mercati mobiliari
	LUIGI BRUSA, Professore di Organizzazione Aziendale
FERRERO	MASSIMO CESARETTI, Responsabile Ricerche di mercato per lo sviluppo
FIAT GROUP AUTOMOBILES	FRANCESCO MONACO, Fiat Professional Sales Europe Area Manager
INTESA SAN PAOLO	LAURA VESCOVO, Direttore Relazioni Esterne
L'OREAL ITALIA	GINEVRA ROSTAGNO, Direttore Risorse Umane
THE BOSTON CONSULTING GROUP	STEFANO VALVANO, Manager
SKF	DANIELE TROSSI, Customer Project Supervisor
SUZUKI ITALIA	MARCELLO AGOSTINI, Direttore Generale divisione Motocicli & Marine

STRUTTURA DEI MODULI MBA

