

Business school 2 Stefano Cordero di Montezemolo, presidente alumni

Sempre in formazione

Consequire un master in business administration (mba) oggi ha un valore non solo formativo, ma anche professionale riconosciuto dalla legge. Parola di Stefano Cordero di Montezemolo, presidente di Aimba, l'associazione italiana degli Mbas, economista e docente di finanza alla Università degli Studi di Firenze. Dalla costituzione dell'associazione nel 2007 si è battuto per il riconoscimento della professione fuori dalle logiche degli ordini e delle corporazioni e la legge sulle libere associazioni professionali, in vigore da gennaio, alla fine gli ha dato ragione.

Domanda. Quali sono i vostri obiettivi?

Risposta. Rappresentare e qualificare professionalmente chi ha conseguito mba e master in general management e specialistici, con un codice di autodisciplina e la formazione continua come previsto dalla legge, nonché svolgere un'azione culturale perché la direzione aziendale venga riconosciuta come una disciplina con precisi processi formativi.



D. La formazione manageriale è stata messa sotto accusa con l'ultima crisi finanziaria, soprattutto i modelli insegnati a Yale, Harvard e Wharton. L'mba dovrà cambiare pelle?

R. Bisogna senz'altro ridare priorità ai fondamentali dell'economia che, specialmente nelle scuole americane, nell'ultimo decennio si sono un po' persi sotto la spinta di massimizzare i risultati. La pressione veniva soprattutto dalla finanza e dalla consulenza, che assorbivano la maggior parte dei diplomati, meno dall'industria tradizionale. In secondo luogo, compito delle business school è formare all'integrità professionale, al ruolo e ai comportamenti che il top manager

dovrà tenere per rispondere a molteplici interessi. In pratica, far prendere coscienza della grande responsabilità che si assume alla guida di una impresa. Sarà anche un modo per distinguersi dalla crescente standardizzazione dell'offerta e dalla concorrenza della formazione online.

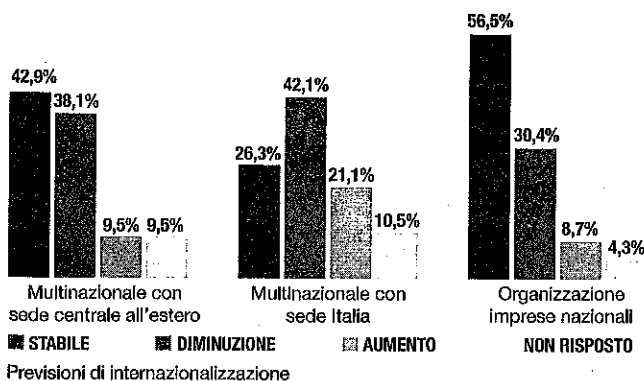
D. A chi consiglia oggi un mba?

R. Sono due gli ingredienti del master: conoscenza e disciplina. È un percorso talmente impegnativo che insegna a resistere, a essere veloci e a cogliere subito le priorità. Ma per accettare la sfida e la fatica bisogna essere ambiziosi.

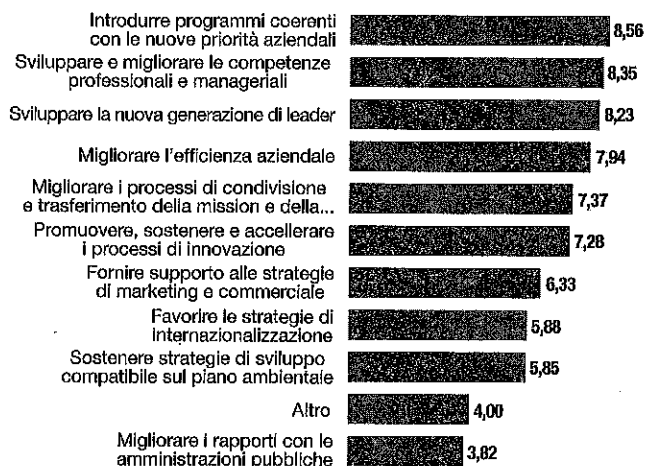
D. L'mba è un trampolino per la

È un percorso impegnativo che insegna a resistere, essere veloci e cogliere priorità

VISIONE GLOBALE



AGENDA DELLE PRIORITÀ



Rilevanza delle finalità per sostenere la competitività aziendale



carriera internazionale?

R. Nei Paesi emergenti c'è fame di personale qualificato poiché le loro business school non riescono ancora a soddisfare la domanda locale. Consiglio, però, di scegliere scuole con un forte network di relazioni con aziende e partner globali.

D. Quale direzione devono prendere le nostre business school per competere con una offerta in aumento?

R. Bisogna insistere su aule, faculty e network sempre più internazionali. È la chiave per essere attrattivi in un contesto globale. Sda Bocconi ha una vocazione in questo senso e anche altre scuole stanno facendo grandi sforzi, come il Mip di Milano e il Mib di Trieste. Purtroppo all'estero siamo percepiti ancora un po' locali.

D. Fa ancora la differenza investire in un mba?

R. Io credo di sì, la trasformazione della società e l'aumento di complessità richiederanno competenze sempre più evolute e strutturate. Approfittando, tra l'altro, di formule flessibili come l'mba part-time o quello basato sull'online education, che consentono di continuare a lavorare. Si potrebbe pensare anche a soluzioni diluite nel tempo, come una formazione continua che alla fine porti a conseguire il diploma. (Sda Bocconi in Prysmian ha appena iniziato un corporate master diluito nel tempo con diploma finale e il Mib consente la partecipazione a moduli successivi intervallati, per favorire imprenditori e pmi, ndr).

D. Oggi un manager con master riesce a ricollocarsi?

R. Oggi il vero problema è la mancanza di scambio con le pmi, che sono il nostro tessuto economico e avrebbero un gran bisogno di solide competenze. Si potrebbe pensare a incentivi per chi assume manager qualificati.

G.F.

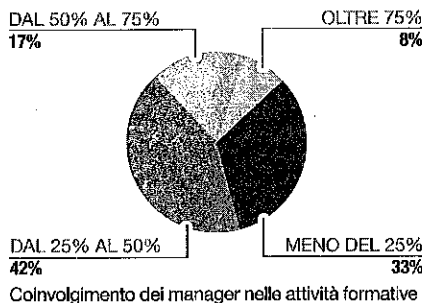
Business school 3 Imprese & università per sviluppare i talenti interni

L'academy più snella brilla nella recessione

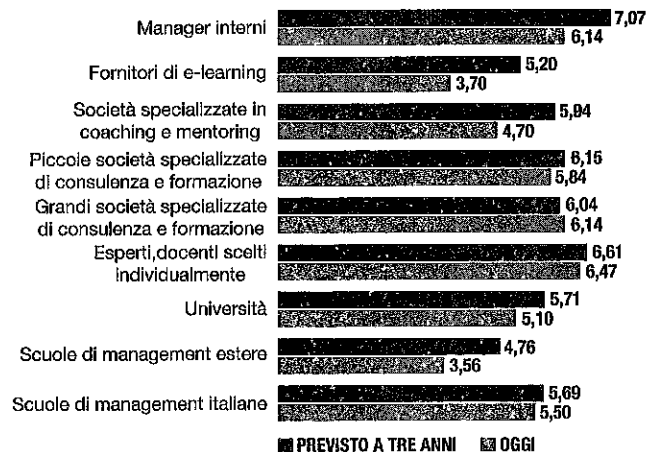
L'accoppiata gruppo Techint - Fondazione Istud parte ora, dopo due mesi di lavoro congiunto. Sda Bocconi si è mossa in febbraio con Ansaldo Sts e a fine anno con Prysmian group, mentre il Mip Politecnico di Milano sta concludendo le lezioni di marketing e innovazione per circa 500 middle manager di Vodafone. «E adesso portiamo in aula le risorse umane e la collaborazione avrà ulteriori sviluppi», assicura

Antonio Calabrese, direttore della divisione corporate del Mip. È il fenomeno sempre più diffuso delle academy aziendali, articolati progetti di formazione co-disegnati negli obiettivi, contenuti e modalità di erogazione con le business school italiane. Sono una evoluzione, snella, delle corporate university che erano sorte nei primi anni Duemila nelle grandi aziende italiane (Fiat, Eni, Enel, Finmeccanica) come vere e proprie scuole di formazione interne. Mentre, dall'anno zero della crisi, nascono academy light, sia nell'organizzazione che nella programmazione (sempre più mirata e con docenza mista tra manager e professori), in quelle imprese medio-grandi che non rinunciano a dare forma e continuità al trasferimento del know-how aziendale (manageriale e tecnico-specialistico) e allo sviluppo delle competenze. «In uno scenario di riduzione dei budget, le imprese

AULA IN UFFICIO



UN VOTO AI PARTNER



Importanza dei partner nella formazione aziendale



Rino Garbellano (Asfor). Sopra, Maria Luisa Ortini (Sda Bocconi)