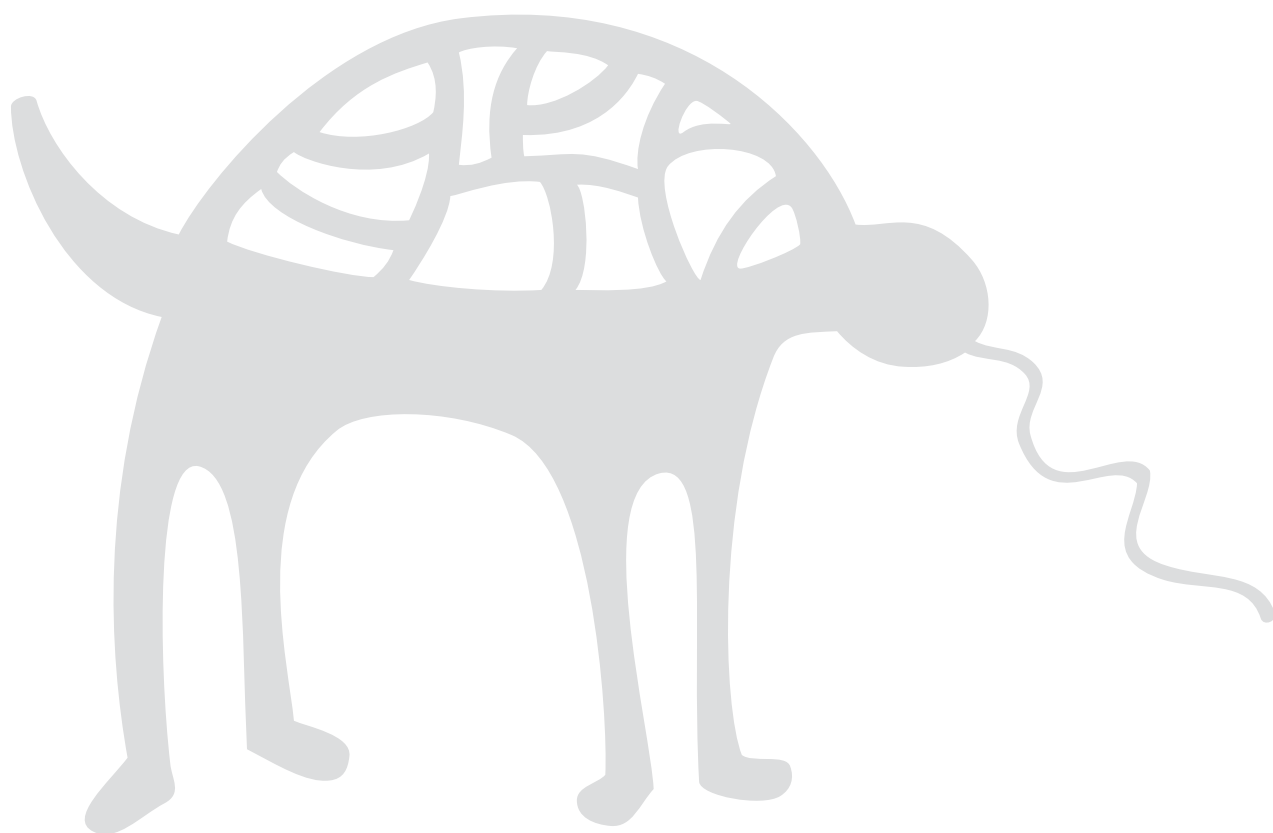


Social Design Business Management

Progettare e comunicare
nuovi modelli di business

Comitato scientifico

Pierfrancesco della Porta
Emiliano Doveri
Roberto Orsi
Marco Pietrosante
Stefano Pratesi



Social Design Business Management

Progettare e comunicare nuovi modelli di business

Il Master si propone di costruire percorsi di alta formazione e ricerca che sappiano coniugare le richieste di differenziazione del business con le istanze economiche e sociali che esprimono una sempre crescente attenzione per la Corporate Social Responsibility (CSR) e la sua efficace declinazione, anche nel settore pubblico e nel terzo settore.

Il Social Design Business Management (SDBM) si inserisce quindi nelle dinamiche economiche e nei profondi cambiamenti che stiamo attraversando, in cui l'approccio alla CSR abbandona le sponde della mera filantropia per implementare sistemi di sviluppo che prevedano "investimenti sociali" come vere e proprie attività economiche finalizzate all'inclusione dei protagonisti coinvolti.

Il SDBM implica un riprogettazione dei modelli di organizzazione e di sviluppo e attraverso il coinvolgimento di varie competenze, in cui il Design riveste un ruolo centrale, per la sua vocazione naturale a convogliare mondi e saperi diversi in un progetto condiviso.

D'altra parte, strumenti di sviluppo di *social enterprise*, di *impact invest fund* e relativi alla costituzione di *low profit enterprise*, sono fondamentali per questo ambito ed hanno bisogno di una ricerca dedicata e di una formazione specifica per la loro gestione.

Le dinamiche sociali contemporanee impongono ai loro protagonisti la necessità di condividere e scambiare competenze. Da una parte, il mondo della solidarietà e delle agenzie orientate verso il *no-profit* necessita di professionalizzare le proprie risorse; d'altra parte, le aziende (e in diversa misura gli enti pubblici) hanno bisogno di relazionarsi con le (continuamente) rinnovate istanze mondo *social*, capace di sviluppare anche opportunità di crescita e di sviluppo: sociale ed economico.

In questo contesto si genera la necessità di formare ed avere a disposizione professionisti capaci di percepire, comprendere e disegnare nuovi percorsi di produzione e nuove metodologie di impresa.

A tal fine, il Master in Social Design Business Management, funziona da incubatore di idee e innovazioni capaci ripensare i processi produttivi realmente orientati verso una crescita sostenibile a livello economico, ambientale e sociale.

Social Design Business Management

Progettare e comunicare nuovi modelli di business

Obiettivi

- Formare le capacità di innovare processi produttivi, di gestione e di amministrazione attiva, sviluppandone la capacità di (ri) disegnarli.
- Sviluppare processi di costruzione di idee imprenditoriali innovative fondate sul principio della sostenibilità.
- Sviluppare competenze dedicate alla ricerca e alla progettazione in una prospettiva di analisi della fattibilità.
- Formare la capacità di gestire progetti di Solidarietà integrati con la Corporate Strategy e funzionali allo sviluppo dell'impresa.
- Implementare un approccio sociale e creativo ai processi di ideazione e progettazione.
- Approfondire le metodologie e le pratiche del progetto relativamente al Design di Sistema.
- Sviluppare la capacità dei partecipanti di gestire indici di valutazione dei progetti di Social Business.
- Fornire gli strumenti dialettici e comunicativi per poter interagire sia con gli enti *no-profit* che con le aziende *profit oriented*.
- Sviluppare le capacità di rappresentazione e comunicazione dei progetti con gli strumenti della grafica e della multimedialità.

Profilo partecipanti

Giovani professionisti, Laureati nei settori Architettura, Economia, Giurisprudenza, Industrial Design, Product Design, Responsabili del marketing, Operatori enti locali, delle società pubbliche e miste nonché del terzo settore.

Competenze in uscita

- Saper disegnare e gestire progetti inerenti Social Business e Service Design.
- Saper sviluppare procedure decisionali, formative e valutative dei Social Business.
- Saper partecipare alla costruzione della Corporate Strategy di un'impresa.
- Saper costruire progetti innovativi nel quadro delle politiche di Corporate Social Responsibility.
- Conoscere gli strumenti di valutazione delle politiche di CSR (Corporate Social Responsibility) e Corporate Shared Value.
- Conoscere e saper applicare le metodologie proprie del progetto di Design.
- Saper comunicare coi diversi soggetti protagonisti dei progetti.

Metodologia didattica

Il percorso formativo si avvale di una metodologia dinamica ed efficace che comprende lezioni teoriche, esercitazioni pratiche in lavori di gruppo e individuali, attività di laboratorio, partecipazione ad eventi di settore, visite aziendali, studi di progettazione, seminari e testimonianze di esperti del settore, esame finale.

Struttura didattica modulare

Il percorso è strutturato in fasi con dorsali formative organizzate secondo propedeuticità e gradi di progressione e di acquisizione di conoscenze/competenze, ed infine stage o simulazione di progetto:

- PROPEDEUTICA
- APPROFONDIMENTO
- LABORATORIO PROGETTUALE E TESI FINALE
- PROFESSIONALE

Programma



A - Fase propedeutica

DESIGN E ORDINAMENTO GIURIDICO

DESIGN E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
ELEMENTI DI DIRITTO COMMERCIALE INTERNAZIONALE
ELEMENTI DI DIRITTO DEL LAVORO DELL'UE NELLA CSR

SOCIOLOGIA GLOBALE

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO
SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO
SOCIOLOGIA

CULTURA DEL LAVORO

PSICOLOGIA SOCIALE

IL DESIGN

STORIA DEL DESIGN
METODOLOGIA PROGETTUALE
TEORIA DEL SOCIAL DESIGN

SOCIAL DESIGN BUSINESS MANAGEMENT

SOCIAL BUSINESS
INTERNATIONAL ORGANIZATIONS
CASE HYSTORY



B - Fase di approfondimento

SOCIAL DESIGN

DESIGN DEI SISTEMI
MARKETING & COMMUNICATION

BUSINESS MANAGEMENT

ECONOMIA APPLICATA
ECONOMIA AZIENDALE
ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
INGEGNERIA ECONOMICO-GESTIONALE

SOCIAL DESIGN BUSINESS MANAGEMENT

GLOBAL MINDSET DEVELOPMENT
CROSS CULTURAL TRAINING
BUSINESS CULTURAL CONSULTING

Social Design Business Management

Progettare e comunicare nuovi modelli di business

VALUTAZIONE PROGETTUALE ED INDICI QUANTI/QUALITATIVI

METODI QUANTITATIVI PER ANALISI DELLE SCIENZE SOCIALI
SISTEMI DI INDICIZZAZIONE
PROGETTAZIONE DELLA VALUTAZIONE

FUNDING

FUNDING E PROGETTAZIONE NEL PUBBLICO
COSTRUZIONE NETWORK PUBBLICO-PRIVATO

VISITE AZIENDALI



C - Fase laboratorio progettuale

FINAL PROJECT

DISCUSSIONE DELLA TESI IN PLENARIA



D - Fase professionale

STAGE / PROJECT WORK

Presso le aziende partner o in aula con tutor