

GESTIRE L'IMPRESA | ALTA FORMAZIONE

Quando i manager salgono in cattedra

Alla Bologna Business School il sapere accademico viaggia in partnership con aziende del calibro di Ferrari, Ducati, Magneti Marelli e Lamborghini

a cura della redazione

La più giovane scuola di business italiana è quella dell'università più antica dell'occidente. Si chiama Bologna Business School, è nata nel 2000 con l'obiettivo di aiutare le imprese che innovano. «Per noi il management dell'innovazione viene dall'interdisciplinarietà, non è uno slogan, ma un approccio concreto – spiega Massimo Bergami, dean di Bologna Business School - La nostra Faculty nasce dalla collaborazione tra diversi dipartimenti: management, informatica, scienze della comunicazione e alcune aree dell'ingegneria, solo per citarne alcuni. Soltanto un sapere ampio, non verticale e monolitico, che sappia incrociare punti di vista diversi, può aiutare a trovare soluzioni nuove per problemi nuovi». L'altro aspetto dell'interdisciplinarietà che caratterizza la business school è il fatto di lavorare moltissimo con il mondo dell'impresa: «Nel nostro caso non significa solo collaborare sul placement o considerare le imprese come clienti – sottolinea Bergami - ma lavorare gomito a gomito: oltre il 35-40% dei nostri docenti sono manager, consulenti e imprenditori, che intervengono in aula e si fanno carico di insegnare con metodi e linguaggi diversi dagli accademici; per quanto i nostri accademici facciano molta ri-



LA SEDE DELLA BOLOGNA BUSINESS SCHOOL. A DESTRA, IL DEAN MASSIMO BERGAMI



cerca e conoscano le imprese dall'interno, gli stili cognitivi sono comunque diversi». Questa commistione tra sapere accademico e manageriale non si ferma alla docenza, ma si estende alla stessa progettazione dei corsi: «ogni master ha un executive committee, composto da un gruppo di manager che collaborano con i direttori di programma nella definizione di contenuti, metodi, e nella selezione dei partecipanti» aggiunge il dean.

Alla Bologna Business School la forte collabo-

PIÙ DELLA METÀ DEI PARTECIPANTI AI MASTER FULL TIME E AGLI MBA PROVIENE DALL'ESTERO. E IL TASSO DI PLACEMENT È DEL 90%

razione con il mondo dell'impresa si esprime anche attraverso la focalizzazione di molti corsi su settori dell'economia legati al made in Italy, e spesso al territorio dell'Emilia-Romagna. Basta guardare le tematiche dei Global Mba, programma di 12 mesi full-time in lingua inglese: da Design, fashion and luxury goods a Food and wine, e da quest'anno Supercars, superbikes and motorsports, che allude alla Motor Valley della regione. «Abbiamo come partner – sottolinea Bergami - Ferrari, Lamborghini, Maserati, Dallara, Toro Rosso, Du-

cati e Magneti Marelli»: per chi sogna di lavorare nel mondo dei motori con la "M" maiuscola, il meglio che si possa chiedere. «Abbiamo un forte legame con il nostro territorio – mette in evidenza il dean della business school, che ha sede nella storica villa Guastavillani alle porte di Bologna – che cresce più di qualsiasi altra zona d'Italia, avendo superato anche la Lombardia. L'Emilia-Romagna è tra le regioni più innovative e più produttive d'Europa e attrae investimenti produttivi dall'estero. Pensiamo di essere un elemento fondamentale di questo modello». Più della metà dei partecipanti al master full time e la stragrande maggioranza di quelli che scelgono un Mba vengono da tanti Paesi del mondo. «Non è un fatto scontato, l'Italia non è il posto più ovvio dove fare un corso di management, non fa certo parte dello stereotipo come fare shopping a Milano o un viaggio a Venezia – osserva Bergami – eppure grazie all'integrazione con il sistema produttivo, non solo emiliano, la maggior parte degli studenti stranieri si ferma a lavorare qui». Anche perché un master alla Bologna Business School è garanzia di trovare lavoro, e in fretta: il tasso di placement è del 90% entro 6 mesi.