



MASTER IN BUSINESS INNOVATION

## IMPRESE E CONSUMATORI NEI MERCATI GLOBALI: L'IMPATTO DEL DIGITALE SULLA CATENA DEL VALORE

Master Universitario di 1° livello

CFR: 60 - A.A. 2024/2025

Direttrice: prof. Maria Letizia Giorgetti

## TOPIC

### BUSINESS E CONSUMI

- Strategie di business e aspettative del consumatore
- Nuovo patto tra imprese e consumatori

### DIGITALIZZAZIONE E SOSTENIBILITA'

- Piattaforme tecnologiche, intelligenza artificiale e catene del valore globali
- accessibilità digitale e inclusione

### VALORIZZAZIONE DELL'INNOVAZIONE

- Comunicazione digitale e innovazione
- Valorizzazione dell'innovazione per stakeholder e consumatori

### NORMATIVE

- Digital Product Passport UE: Il prodotto come brand e company asset
- Aspetti giuridici e governance dell'intelligenza artificiale

### MADE IN ITALY

Approccio pro consumer nei settori di valore per il Made in Italy:

- Banche e Finanza
- Alimentare e Tessile
- Meccanica e Chimica
- Arte e Turismo

## Descrizione

Il Master UNIMI Mediolanum Codacons offre una formazione completa dedicata al business e al marketing pro-consumers, nell'ottica circolare e sostenibile dei nuovi mercati in continua trasformazione.

Il Corso sviluppa i temi più innovativi della transizione tecnologica in atto: Artificial Intelligence, BIG DATA, NFT, blockchains, common data spaces, IOT, "Digital Product Passport UE2027".

Il Master è imperniato sulla promozione e diffusione di un *New Deal Consumer to Business*, in cui B2B e B2C siano strettamente collegati tra loro, con un focus dedicato all'industria manifatturiera e creativa **con particolare attenzione al "Made in Italy"**.

L'analisi sarà focalizzata sui seguenti settori di riferimento: Bank & Finance, Food, Mechanical and Chemical, Art & Tourism, ed approfondita tramite **workshop specifici**.

Il Master prevede **stage aziendali**.

Durante l'iter formativo, i partecipanti svilupperanno le competenze strategiche utili ad operare in qualità di **Innovation Manager**, a ricoprire ruoli gestionali nella Digital Transformation, nella Marketing e Customer Experience, nella Supply Chain Management, nella Business Analyst, nonché ad operare come Self Entrepreneurship in digital innovation startup o nelle organizzazioni finanziarie e della consulenza strategica, con particolare attenzione ai settori del Made in Italy.





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO  
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA,  
MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI



# INFORMAZIONI GENERALI

---

## **DURATA**

Il Master dura un anno, per un totale di 500 ore.

## **MODALITA' DIDATTICHE**

Le lezioni saranno fruibili interamente online e si terranno dal lunedì al venerdì, dalle 17 alle 20.

Durante l'anno sarà organizzato un meeting in presenza. Il meeting annuale e l'esame finale saranno svolti in presenza.

## **COSTO**

4.000 euro, da versare in due rate:  
la prima da 1.500 e la seconda da 2.500.

## **BORSE DI STUDIO**

Sono disponibili 4 borse di studio di 2.000 l'una, assegnate sulla base di un colloquio online.

## **ISCRIZIONI**

Per partecipare al master è necessario inviare la propria candidatura entro e non oltre il 3 febbraio 2025, secondo le modalità indicate sul bando.

La selezione per l'ammissione al corso sarà effettuata sulla base della valutazione del curriculum vitae e di una prova orale che verterà sulle materie oggetto del corso e sulla motivazione del candidato a partecipare.

La prova di selezione si terrà il giorno 17 febbraio 2025 dalle ore 09:30 in modalità online attraverso la piattaforma MS Teams.

# Programma

Il master vede corsi erogati da docenti appartenenti all'accademia e all'università, alle professioni, al mondo delle istituzioni e delle imprese



## MODULI COMUNI AI QUATTRO MACROSETTORI

### **Economia dei dati e impatto sulle catene del valore globale**

*Maria Letizia Giorgetti - UNIMI*

### **Filiere produttive: misurazione e prospettive della statistica ufficiale**

*Alessandro Faramondi - Capo Servizio ISTAT*

### **L'impatto sul manifatturiero italiano delle transizioni digitali**

*Stefano De Santis - Ricercatore ISTAT*

### **Innovazione dei processi aziendali**

*Roberto Fraccapani - SAP*

### **La nuova globalizzazione delle catene del valore I**

*Paolo Quercia - Dirigente ufficio studi MIMIT*

### **La nuova globalizzazione delle catene del valore II**

*Pietro Baldelli - Centro studi MIMIT*

### **Attrazione e sblocco degli investimenti globali**

*Giovanni Savini - DG MIMIT*

### **Da Industry 4.0 a Transizione 5.0**

*Marco Calabrò - Capo segreteria tecnica MIMIT*

### **Politiche industriali e incentivi alle imprese**

*Andrea Bianchi - Resp. pianificazione strategica e politiche industriali INVITALIA*

### **Le filiere globali del Made in Italy I**

*Federico Sacchi - Centro studi MIMIT*

### **Le filiere globali del Made in Italy II**

*Salvatore Sparaco - Centro studi MIMIT*

### **Made in Italy: il progetto ITALYX**

*Eraldo Minella - Il Sole 24 Ore*

### **Tavoli di crisi e turnaround**

*Luca Annibaletti - Esperto a supporto struttura crisi d'impresa MIMIT*

### **Ristrutturazioni e politiche industriali**

*Giampietro Castano - Consigliere MIMIT politiche industriali*



## **Catene del valore globali, direttive europee e aspetti manageriali**

*Tiziana Vallone, Manager Italia*

## **Trasformazione digitale e PNRR**

*Adriana Lotti - Struttura di missione PNRR Presidenza del Consiglio dei Ministri*

## **Industrial policy and competition policy**

*Cristina Caffara - Antitrust expert*

## **Transizione digitale e sostenibilità**

*Gianluca Galletto - Economista - Urban innovator - ex advisor sindaco di New York*

## **PNRR e investimenti**

*Marco Leonardi - UNIMI*

## **Relazioni Cina-USA-EU: impatto sulle catene del valore globali**

*Francesco Grillo - Think thank Vision e docente UNIBOCCONI*

## **Consumatori, politiche pubbliche e regolamentazione nell'era digitale**

*Chiara F. Del Bo - UNIMI*

## **Economia comportamentale, consumatori e strategie d'impresa**

*Lorenzo Zirulia - UNIMI*

## **I consumatori intermittenti: dati, valori e comunicazione**

*Nicola Saldutti - Corriere della Sera*

## **Big Data e consumatori**

*Giancarlo Manzi - UNIROMA1*

## **Analisi dati impresa e consumatore**

*Francesca Di Iorio - UNINA*

## **Valore del brand e psicologia del consumatore**

*Lamberto Zollo - UNIMI*

## **Finanza e tutela del consumatore**

*Luisa Anderloni - UNIMI*



MODULI COMUNI AI QUATTRO MACROSETTORI

**Integrazione della sostenibilità lungo la catena del valore**

*Clodia Vurro - UNIMI*

**Sostenibilità della trasformazione digitale per il sistema Paese**

*Giuseppe Pirlo - EDIH4DT*

**Accessibilità digitale al mercato**

*Simon Mastrangelo - ERGO PROJECT*

**Transizioni sociali e digitali per lo sviluppo sostenibile**

*Alessandra Salnella - UNICAS*

**Intelligenza artificiale e mercato**

*Carlo Cambini - POLITO*

**Intelligenza artificiale: conoscenze informatiche**

*Nicola Basilico - UNIMI*

**Cloud Computing & Blockchain: aspetti informatici**

*Claudio Ardagna e Marco Anisetti - UNIMI*

**Filiere Digitali Europee – opportunità ed ostacoli alla realizzazione**

*Francesco Bonfiglio - CEO DYNAMO*

**Cloud europeo: c'è una strategia?**

*Marco Berlinguer - Ricercatore CSIL*

**Passaporto Digitale del Prodotto**

*Marcello Colledani - POLIMI*

**Integrazione supply chain per il service level e la stabilità della filiera**

*Gianluca Anguzza - NEW VALUE GROUP*

**Impatto dell'IA nella produzione e nel lavoro**

*Marco Bentivogli - POLIMI GSOM*

**Il valore dei dati nell'era dei big data e dell'IA**

*Rossana Cotroneo - Primo Ricercatore ISTAT*

**Nuove tecnologie di comunicazione digitale e catena del valore***Monica Cecchi - TIVIZ***Nuove tecnologie di comunicazione digitale e strategie commerciali***Federico Bertolani - Vodafone (insieme a Monica Cecchi)***Comunicare l'innovazione***Federico Attore - Communication Advisor di BIG TECH e Digital Enterprises***Digitalizzazione, comunicazione d'impresa, comunicazione pubblica e media***Marco Chiappa - UNIMI***AI e piattaforme digitali: modalità di creazione estese***Franz Russo - Blogger e digital strategist***Transizione digitale e wellbeing***Laura Sinatra - EAPITALIA WORLD***Intelligenza Artificiale e case-study nei mass media***Lisa Jucca - Reuters***Intelligenza artificiale: aspetti giuridici***Marilisa D'Amico - UNIMI***Azioni pro-consumer***Marco Maria Donzelli - Presidente CODACONS***La legge annuale per il mercato e la concorrenza***Monica Parrella - DG Amministrazione dello Stato***Internazionalizzazione delle imprese: filiere e barriere***Nicola Cecchi - Innovation Law***Mercato dei capitali: tecnologie, istanze green e tutela dell'investitore***Ugo Minneci - UNIMI***Disciplina giuridica europea dei mercati digitali e tutela del consumatore***Davide Diverio - UNIMI***La governance dell'AI nelle imprese***Rosy Cinefra - Avvocato e Presidente del Collegio Revisori AIGI*

## MODULI SPECIFICI PER CIASCUNO DEI QUATTRO MACROSETTORI

*Le imprese partecipanti al Master erogheranno corsi e testimonianze connessi con la parte accademica e con un particolare focus sui quattro macrosettori prescelti: banche ed assicurazioni, alimentare e tessile, settore artistico culturale, chimico e meccanico.*

*Responsabili scientifici macrosettori:*

*Banche, Assicurazioni e Finanza: Ugo Minneci, UNIMI*

*Alimentare e Tessile: Alessandro Olper, UNIMI*

*Meccanica e Chimica: Edoardo Della Torre, UNIMI*

*Arte e Turismo: Marco Eugenio di Giandomenico, UNIMI-BRERA*

*Responsabile scientifico area consumer*

*Marco Maria Donzelli - Presidente CODACONS*

*Comitato Ordinatore*

*Marilisa D'Amico, Chiara Del Bo, Edoardo Ezio Della Torre, Marco Eugenio Di Giandomenico, Marco Maria Donzelli, Roberto Fraccapani, Ugo Minneci, Tiziana Vallone, Francesca Vono, Lorenzo Zirulia*

*Tutti i corsi dedicheranno un particolare focus a come il digitale sia connesso alla circolarità e faciliti il trasferimento del valore del prodotto e l'inclusione ed accessibilità di tutti i consumatori.*

*Imprese che hanno manifestato la loro adesione al Master:*

*Altea Up, Beyondoc, C2Partners, Danone, Dynamo, Eapitalia world, Ergo Project, Federchimica, Flowe, Lavazza, Mediolanum, New Value Group, SAP, Tiviz, Vodafone*

**Il Master prevede stage presso alcune delle aziende coinvolte.**

## **SETTORE MECCANICA E CHIMICA**

*Coordinatore: Prof. Edoardo Della Torre*



### **Risorse umane e digitali nell'industria chimica**

*Edoardo della Torre - UNIMI*

### **Il quadro regolatorio e le policy sulla sostenibilità di prodotto**

*Enrico Brena - FEDERCHIMICA*

### **Gli standard per la misurazione della sostenibilità**

*Claudia Gistri - CERTIQUALITY*

### **La personalizzazione delle cure: dal gemello digitale al gemello biologico**

*Mariapia Abbracchio - UNIMI*

### **Catene del valore nell'industria meccanica I**

*Roberto Ferrari - E-QUILIBRIUM*

### **Catene del valore nell'industria meccanica II**

*Alessia Officio - E-QUILIBRIUM*

### **Catene del valore nell'industria meccanica III**

*Alessandro Maggioni - Direttore Relazioni Istituzionali ANIMA Confindustria*

### **Catene del valore nell'industria meccanica IV**

*Daniela Lionetti - Responsabile ANIMA Confindustria Ambiente e Sostenibilità*

## **SETTORE ALIMENTARE E TESSILE**

*Coordinatore: Prof. Alessandro Olper*



### **Standard e catene del valore nell'alimentare**

*Stefanella Stranieri - UNIMI*

### **Trasparenza e catene del valore nell'alimentare**

*Stefanella Stranieri - UNIMI*

### **Consumatori ed Imprese nel settore Food**

*Alessandro Banterle - UNIMI*

### **ESG: inclusione sociale e competitività aziendale**

*Sonia Malaspina - DR Relazioni Istituzionali Italia-Grecia DANONE*

### **Creazione di valore per il consumatore**

*Maria Cristina Aspesi - LAVAZZA*

### **Comunicare il gusto: società, cultura e territorio nel vino**

*Marco Chiappa - UNIMI*

MODULI SPECIFICI PER CIASCUNO DEI QUATTRO MACROSETTORI

## **SETTORE BANCHE, ASSICURAZIONI, FINANZA**

*Coordinatore: Prof. Ugo Minneci*

### **FISCO e blockchain**

*Francesco Fabbiani - Ordine Commercialisti di Milano Gruppo*

### **Creazione del valore e KPIs**

*Alessia Officio - E-EQUILIBRIUM*

### **Intelligenza artificiale**

*Demetrio Migliorati - MEDIOLANUM*

### **Sostenibilità**

*Gianluca Randazzo - MEDIOLANUM*

### **Tutela della clientela e accessibilità**

*Francesca Vono - MEDIOLANUM*

### **Pagamenti digitali sostenibili: applicazioni pratiche**

*Andrea Temporiti - FLOWE*

### **Soft skills nel settore bancario**

*Elena Bontempi - C2PARTNERS*

### **Finanza e catene del valore**

*Marta Degl'Innocenti - UNIMI*

### **Impatto digitale su business e consumatori**

*Claudia Tarantola - UNIMI*

### **L'accessibilità digitale nel settore bancario**

*Carlo Giacomelli - BEYONDOC*



MODULI SPECIFICI PER CIASCUNO DEI QUATTRO MACROSETTORI

## **SETTORE ARTE E TURISMO**

*Coordinatore: Prof. Marco Eugenio Di Giandomenico*

### **Arte e valorizzazione territoriale**

*Marco Eugenio Di Giandomenico - ETHICANDO*

### **Arte: fruizione e commercializzazione attraverso le piattaforme**

*Cesare Biasini Selvaggi - Direttore Exibart*

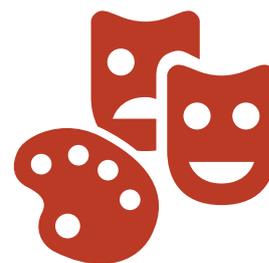
### **Arte e valorizzazione territoriale: Palazzo Reale**

*Domenico Piraina - Direttore Palazzo Reale*

### **Laboratorio: arte e nuove tecnologie digitali**

*A cura di Marco Eugenio Di Giandomenico con interventi di:*

- *Gianluca Arnone - Capo Redattore Rivista del cinematografo*
- *Alessandro Coscia - Coordinatore mostre ed eventi Pinacoteca di Brera*



Per maggiori informazioni

#### **E-mail**

[letizia.giorgetti@unimi.it](mailto:letizia.giorgetti@unimi.it)

#### **Sito**

[www.demm.unimi.it](http://www.demm.unimi.it)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO  
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA,  
MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI

