

# Indice

<b>La formazione che fa la differenza, di <i>Giuseppe «Beppe» Soda</i></b>	<b>XIII</b>
<b>Introduzione. Leadership, management e competenze</b>	<b>1</b>
1.    Competenze e management	1
2.    Il piano dell'opera	6
<b>1    Leadership e sostenibilità</b>	<b>11</b>
Introduzione	11
1.1  Sostenibilità, sfide e implicazioni	13
1.2  Un nuovo paradigma: complessità, trade-off e confini	15
1.3  Che cosa significa leadership nel nuovo paradigma della sostenibilità?	22
1.4  Quali implicazioni per la formazione manageriale?	24
1.5  Conclusioni	28
Bibliografia	29
<b>2    Le competenze analitiche in scenari ipercomplessi</b>	<b>33</b>
2.1  Competenze analitiche: l'origine e la lenta evoluzione	33
2.2  Nuovi scenari di cambiamenti esponenziali	36
2.3  Nuovi bisogni e nuove competenze	37
2.4  Capacità analitiche: competenze trasversali	39
2.5  Impatto sul business e sulle performance	42
Bibliografia	45

<b>3</b>	<b>Cambiamento organizzativo e competenze,</b>	
	di <i>Ferdinando Pennarola</i>	47
	Introduzione	47
	3.1 La definizione di cambiamento	48
	3.2 Che cosa inibisce il cambiamento a livello individuale?	50
	3.3 Il lato nascosto del cambiamento: resistenza basata a livello organizzativo	54
	3.4 Le competenze per la gestione del cambiamento	56
	Bibliografia	61
<b>4</b>	<b>Una nuova finanza responsabile,</b>	
	di <i>Federico Pippo e Andrea Talamini</i>	63
	Introduzione	63
	4.1 Che cosa significa finanza responsabile	65
	4.2 I valori della responsabilità: il disegno delle competenze del Master in Corporate Finance (MCF)	70
	4.3 In sintesi	75
<b>5</b>	<b>Competenze e nuove professioni in Finanza,</b>	
	di <i>Andrea Beltratti e Alessia Bezzecchi</i>	77
	Introduzione	77
	5.1 Finanza, crescita economica e driver di cambiamento	81
	5.2 Implicazioni per la formazione: il caso Executive Master in Finance	88
	5.3 Conclusioni	91
	Bibliografia	92
<b>6</b>	<b>Marketing &amp; Sales: trasformazione, sfide e competenze,</b>	
	di <i>Marco Aurelio Sisti</i>	95
	Introduzione	95
	6.1 La trasformazione omni-canale dei clienti e le sfide per le imprese	96
	6.2 Il caso di ABB Electrification	99
	6.3 La sfida dell'informazione e degli analytics di mercato	101
	6.4 La trasformazione delle vendite e l'integrazione con il Marketing	102
	6.5 Riflessioni conclusive e la sfida delle competenze nel marketing & sales	105

<b>7</b>	<b>I nuovi paradigmi della customer experience: il settore della moda, di <i>Emanuela Prandelli</i></b>	<b>109</b>
	Introduzione	109
	7.1 Dalla globalizzazione dei mercati alla differenziazione del ruolo dei canali	110
	7.2 Verso la creatività con un purpose	112
	7.3 Dall'esclusività all'unicità: il ruolo della personalizzazione	116
	7.4 Verso l'economia dell'esperienza	118
	Bibliografia	120
<b>8</b>	<b>Il Lusso è Cultura, di <i>Gabriella Lojaco</i></b>	<b>123</b>
	8.1 Il lusso come cultura condivisa	123
	8.2 Perché una formazione executive nel mondo del lusso	128
	8.3 Le determinanti della resilienza nel lusso: quali competenze acquisire	130
	8.4 Il nostro viaggio: sette moduli in cinque città	132
	Bibliografia	135
<b>9</b>	<b>Le competenze di imprenditorialità applicate alla gestione del proprio sviluppo professionale, di <i>Mikkel Draebye</i></b>	<b>137</b>
	Introduzione	137
	9.1 La definizione e la rilevanza dell'imprenditorialità	138
	9.2 Conclusioni: verso una gestione imprenditoriale di sé stessi	152
	Bibliografia	153
<b>10</b>	<b>Valorizzare l'intangibile, di <i>Andrea Rurale</i></b>	<b>155</b>
	Introduzione	155
	10.1 Il valore dell'arte	158
	10.2 Che cosa manca nell'art management	163
	Bibliografia	165
<b>11</b>	<b>Salute e gestione delle risorse: quali competenze per un professionista globale, di <i>Claudio Jommi</i></b>	<b>167</b>
	11.1 Salute e economia	167
	11.2 Competenze e visione integrata della sanità	171
	11.3 Competenze specifiche per la sanità?	174
	11.4 Una visione olistica	175
	11.5 Conclusioni	178
	Bibliografia	178

<b>12</b>	<b>I giovani e le trasformazioni in sanità</b> , di <i>Valeria Tozzi</i>	<b>181</b>
12.1	La sanità e le sue trasformazioni: un «luogo» di opportunità professionali	181
12.2	Che cosa sta accadendo nel mondo della medicina?	182
12.3	Che cosa sta caratterizzando la quotidianità della sanità?	185
12.4	I giovani che operano nel settore della sanità tra pubblico e privato	187
12.5	Lo sviluppo del settore e il rinnovato bisogno di competenze di management	193
	Bibliografia e sitografia	196
<b>13</b>	<b>Misurare per generare valore. La sfida delle aziende sanitarie</b> , di <i>Francesca Lecci</i>	<b>199</b>
	Introduzione	199
13.1	Misurare la performance: il quadro di riferimento	201
13.2	Performance management in action	205
13.3	Dalla misurazione della performance alla generazione di valore	210
13.4	Conclusioni	214
	Bibliografia	215
<b>14</b>	<b>Managerializzare e ri-innovare le pubbliche amministrazioni</b> , di <i>Silvia Rota, Raffaella Saporito, Giorgio Giacomelli e Alexander Maximilian Hiedemann</i>	<b>219</b>
14.1	«Managerializzare le pubbliche amministrazioni»: apprendimenti e sfide contemporanee	219
14.2	Le competenze in gioco: amministrare, gestire, connettere	225
14.3	Il valore della formazione come leva per il cambiamento del settore pubblico	231
14.4	Una proposta metodologica per la formazione manageriale: l'esperienza come punto di partenza e di approdo	232
14.5	Conclusioni	237
	Bibliografia	240

<b>15</b>	<b>La trasformazione delle competenze attraverso l'esperienza Master, di <i>Enzo Baglieri</i></b>	<b>247</b>
15.1	Il concetto di esperienza	247
15.2	Che cos'è l'esperienza?	249
15.3	L'esperienza della formazione di management	250
15.4	Tecnologia ed esperienza formativa	254
<b>Gli Autori</b>		<b>257</b>