

SCENA ATTO V

Sviluppare Competenze Eccellenti Nell'Apprendimento per la Crescita Professionale

In continuità con le precedenti edizioni del progetto SCENA, "Sviluppare Competenze Eccellenti Nello Apprendimento", volto a fornire spunti di riflessione sullo stile di management del dirigente, la quinta edizione si focalizza sul tema della Crescita Professionale (SCENA Atto V).

Il presupposto di base che origina il piano è la convinzione secondo cui la formazione manageriale incide davvero quando sempre nuove persone hanno accesso a strumenti che cambiano il modo di lavorare e condividono nuove esperienze, con effetto sia sulla crescita personale sia sul valore per la azienda. Da qui deriva il focus sulla crescita dello individuo dirigente, chiamato a farsi promotore della crescita in azienda, sia dei propri collaboratori sia della organizzazione.

Forti delle esperienze estremamente positive maturate negli ultimi anni grazie al contributo di Fondirigenti per la realizzazione del progetto SCENA nel corso dell'anno 2009 vi è l'opportunità di partecipare in via del tutto esclusiva alle sessioni formative previste nell'ambito del Programma di Aggiornamento Permanente di The European House Ambrosetti, come dettagliato di seguito.

Scheda informativa di dettaglio delle azioni formative

Programma AP - Aggiornamento Permanente Selezione esclusiva per i dirigenti delle Marche

**RISORSE UMANE,
ORGANIZZAZIONE
E PROCESSI**

MOTIVARE LE PERSONE NELLE DIVERSE FASI DELLA LORO VITA LAVORATIVA

Relatore: **Dario Balasso**

È esperto di comportamento organizzativo e di programmazione neurolinguistica. Autore del libro "La gestione delle Risorse Umane in biblioteca" e del volume "10 Domande sul ruolo", è membro di ADR - Analisi delle Dinamiche di Relazione ed ha operato presso imprese quali Bayer, BTicino, Canon, Conad, Despar, Eni, Ericsson, Esselunga, Intesa-San Paolo, Mediaset, Merloni, Omnitel, Telecom, Società Autostrade, 3M, Wind.

21 aprile 2009 (martedì)

Savoia Hotel Regency

BOLOGNA

CONTENUTI FORMATIVI

Come cambia la motivazione durante l'arco della vita professionale? Con l'avanzare dell'età delle persone si verifica una consistente riduzione dell'efficacia delle leve motivazionali legate allo sviluppo della carriera. Occorre quindi focalizzarsi anche su aree quali la membership, l'arricchimento delle conoscenze e dell'esperienza, la loro condivisione. Quali sono i periodi "cruciali" canonici lungo la carriera e quali le crisi personali legate al passaggio delle diverse fasi della vita lavorativa? Quali gli aspetti critici, i correlati emotivi e soprattutto le possibili leve a disposizione per chi deve motivare una popolazione che invecchia?

INNOVAZIONE

OPEN INNOVATION: INNOVARE CON SUCCESSO NEL XXI SECOLO

Relatore: **Charles House**

Presso la Stanford University è ricercatore senior della Human Sciences and Technology Advanced Research Division e direttore del progetto "Media X" che, in collaborazione con imprese high-tech, studia l'evoluzione delle tecnologie interattive con un focus sulle pratiche collaborative per l'innovazione e sull'apprendimento a distanza resi possibili dalle reti multimediali del Web. I progetti multidisciplinari del Media X influenzeranno le prossime generazioni del business, del commercio, dell'entertainment e della ricerca.

Autore di "The Return Map: Tracking Product Teams", "The HP Phenomenon: Innovation and Business Transformation" e "Corporate Innovation: Transformation Starts with Your Project".

29 aprile 2009 (mercoledì)

Hotel Federico II

JESI (AN)

CONTENUTI FORMATIVI

In un mondo sempre più competitivo e globalmente interconnesso Internet continuerà a cambiare le regole della concorrenza, consentendo a team e organizzazioni anche molto distanti tra loro di collaborare e competere con successo in numerosi settori dell'economia.

Alle imprese in grado di cogliere tali opportunità Internet offrirà modalità rivoluzionarie di operare e prodotti/servizi più competitivi.

Quali metodi manageriali sono oggi in grado di potenziare al massimo l'innovazione continua e la capacità competitiva?

Quali nuove pratiche nella pianificazione strategica e nelle scelte d'investimento, come nelle ricerche e nell'intelligence di mercato consentiranno di innovare con successo?

**MARKETING,
VENDITE E
COMUNICAZIONE**

L'IDENTITÀ D'IMPRESA COME STRUMENTO DI MARKETING

Relatore: **Francesco Morace**

È esperto nella lettura delle tendenze socio-culturali, nella loro applicazione al Marketing e nell'elaborare nuovi concept di prodotto, di distribuzione e di comunicazione per affrontare con successo i mercati avanzati ed emergenti a partire dai trend chiave del futuro. È Presidente del Future Concept Lab. Tra le sue ultime pubblicazioni: "Il senso dell'Italia", "Consum-autori", "Le generazioni come imprese creative", "Real Fashion Trends. Il manuale del cool-hunter", "Living Trends. I 5 scenari e le 10 tendenze della domesticità e dell'abitare".

12 maggio 2009 (martedì)

Fondazione Cassa di Risparmio di San Marino

REPUBBLICA DI SAN MARINO

CONTENUTI FORMATIVI

Lavorare sull'identità d'impresa e sulla sua comunicazione oggi significa anche affrontare l'immaginario della crisi economica, che con la sua presenza mediatica ha spazzato via qualsiasi altra preoccupazione. Come rivalutare le qualità tangibili associate all'impresa, che la finanza selvaggia ha spesso svuotato di significato e quale il ruolo, nei nuovi scenari, dei tratti originali associati al Made in Italy? Come trasformare i nuovi valori che emergono, dalla sostenibilità ambientale alla centralità dell'umano, alla creatività quotidiana e ai diritti individuali, in virtù riconosciute dell'impresa e della sua marca? Come governare tali valori e come comunicarli?

**ALTA
DIREZIONE**

**LA NEUROECONOMIA:
PSICOLOGIA ED ECONOMIA DELLE DECISIONI**

Relatore: **Massimo Piattelli Palmarini**

Professore di Scienze Cognitive e membro onorario del Dipartimento di Management and Policy all'Università dell'Arizona. È Fondatore del Dipartimento di Scienze Cognitive dell'Istituto Scientifico San Raffaele, nonché Visiting Professor al Massachusetts Institute of Technology ed alla Harvard University. Collabora regolarmente con il Corriere della Sera.

14 maggio 2009 (giovedì)

Ambasciatori Palace Hotel

ROMA

CONTENUTI FORMATIVI

La sessione si propone di mostrare, attraverso l'analisi degli errori e delle decisioni, un modo diverso di studiare come le persone affrontino l'incertezza e di offrire spunti di riflessione per la comprensione dei meccanismi di scelta al fine di metterli al servizio di chi deve operare una scelta per optare per decisioni decisamente più consapevoli.

**AMMINISTRAZIONE,
CONTROLLO,
FINANZA E VALORE**

**GLI SHOCK DEL 2008: QUALI LEZIONI PER LA FINANZA
D'IMPRESA?**

Relatore: **Aswath Damodaran**

Professore di Finanza presso la Stern School of Business dell'Università di New York, è tra i massimi esperti mondiali sui temi di Corporate Finance ed Equity Valuation. Business Week lo ha riconosciuto come uno tra i primi 12 esperti all'interno di tutte le Business School americane. Sue aree di specifico interesse sono la valutazione d'impresa, l'analisi dell'efficienza dei mercati, gli effetti delle informazioni nella creazione di valore, le dinamiche degli investimenti immobiliari.

20 maggio 2009 (mercoledì)

Grand Hotel Baglioni

FIRENZE

CONTENUTI FORMATIVI

Se fino al 12 settembre 2008 ci si sentiva abbastanza sicuri sui fondamentali della finanza, successivamente i mercati hanno evidenziato qualcosa di totalmente nuovo. Non tanto il loro crollo a livello globale quanto il fatto che tale crollo si è accompagnato con eventi che hanno letteralmente sorpreso la quasi unanimità degli esperti, accademici e practitioner. Ogni giorno la crisi ha svelato quanto di ciò che era dato per scontato è invece del tutto opinabile ed ha messo in discussione anche i comportamenti più convenzionali; alcuni assunti si sono rivelati del tutto falsi mentre una lunga serie di ulteriori convinzioni ne sono uscite, invece, rafforzate. Quali sono quindi le nuove lezioni apprese, gli assunti disattesi e quelli rinforzati nel nuovo scenario dei mercati finanziari? Come cambierà in futuro il modo in cui dobbiamo occuparci di finanza sia a livello macro, che di operazioni di valutazione, di gestione finanziaria e di gestione dei portafogli finanziari?

**AMMINISTRAZIONE,
CONTROLLO,
FINANZA E VALORE**

ALLA VIGILIA DELLA RELAZIONE DEL GOVERNATORE DELLA BANCA D'ITALIA: ASPETTI CRITICI E PRIORITÀ

Relatore: **Giacomo Vaciago**

Uno tra i più noti economisti italiani, Giacomo Vaciago è Professore ordinario di Politica Economica e Direttore dell'Istituto di Economia e Finanza all'Università Cattolica di Milano. È inoltre editorialista de Il Sole 24 Ore.

28 maggio 2009 (giovedì)

Ambasciatori Palace Hotel

ROMA

CONTENUTI FORMATIVI

La relazione della Banca d'Italia costituisce il tradizionale appuntamento annuale che consente di fare il punto sulla situazione dell'economia internazionale, europea ed italiana. Giacomo Vaciago ci offrirà, pochissime ore prima della relazione del governatore, uno scenario dei principali temi e punti critici che ne costituiranno oggetto.

SCENARIO

INNOVARE E COMPETERE PER IL FUTURO

Relatori:

Valerio De Molli - *Managing Partner, The European House–Ambrosetti*

Kathleen Kennedy - *Professore di Politiche Pubbliche, Georgetown University; già Vice-Governatrice, Stato del Maryland*

Edmund Phelps - *Premio Nobel per l'Economia, 2006*

Giacomo Vaciago - *Economista; Professore di Politica Economica, Università Cattolica, Milano*

Nicola Rossi - *Economista; membro del Senato della Repubblica;*

Lucio Stanca - *Membro della Camera dei Deputati; già Ministro per l'Innovazione; Italia*

William Haseltine - *Presidente, Haseltine Associates*

Yossi Vardi - *Esperto mondiale nelle fondazioni di start-up, software, Internet, telecomunicazioni, energia*

Franco Bassanini - *Professore di Diritto Costituzionale, Università degli Studi di Roma "La Sapienza"; già Ministro della Funzione Pubblica, Italia*

José Maria Aznar - *già Primo Ministro Spagnolo*

Giulia Buongiorno - *Presidente Commissione Giustizia Camera*

Giuseppe Vegas - *Sottosegretario all'Economia e alle Finanze, Governo Italiano*

Renato Brunetta - *Ministro per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, Repubblica Italiana*

5 e 6 giugno 2009 (venerdì e sabato)

Centro Congressi Kursaal

REPUBBLICA DI SAN MARINO

**AMMINISTRAZIONE,
FINANZA,
CONTROLLO E
VALORE**

LA CRISI DEI MERCATI FINANZIARI: STATO DELL'ARTE E PROSPETTIVE

Relatore: **Luigi Spaventa**

Luigi Spaventa è Professore Emerito presso l'Università "La Sapienza", Research Fellow del Centre for Economic Policy Research (CEPR), membro della steering committee dell'Euro 50 Group, Presidente di Sator Group e del consiglio di sorveglianza di MTS (società del mercato dei titoli di Stato), consigliere d'amministrazione di ACEA, membro dell'International Advisory Council della China Securities Regulatory Commission. E' esperto di mercati finanziari e integrazione finanziaria europea, corporate governance e struttura proprietaria, sviluppo dell'economia italiana, economia internazionale.

3 luglio 2009 (venerdì)

Hotel Federico II

JESI (AN)

**ALTA
DIREZIONE**

RIORGANIZZAZIONE E SNELLIMENTO DEI PROCESSI AZIENDALI IN UNO SCENARIO POST RECESSIONE

Relatore: **Flavio Sciuccati** *Partner e Responsabile dell'area Strategia e Gestione Industriale - The European House Ambrosetti*

15 settembre 2009 (martedì)

ore 9:00 – ore 18:00

*Confindustria Pesaro Urbino - Palazzo Ciacchi
Via Cattaneo, 34 - Pesaro*

CONTENUTI FORMATIVI

Ci troviamo oggi al punto di svolta di uno dei periodi più neri per l'industria italiana. I lievi segnali di attenuamento della stretta finanziaria devono agire da sprone per le nostre aziende in previsione del fatto che la scena del business mondiale uscirà profondamente modificata dagli eventi degli ultimi mesi. Agire sulla propria struttura organizzativa con tempestività ed in maniera mirata consentirà di fare la differenza e di permettere il mantenimento e/o il raggiungimento di un ruolo di primo piano nell'arena competitiva nei prossimi anni. Lo snellimento massimo, quindi, di tutti i processi aziendali e delle principali prassi operative è una "leva critica ed essenziale" in un'ottica di riorganizzazione che porti ad un sostanziale recupero di efficienza e di produttività, ad un dimensionamento corretto delle risorse e ad un generale miglioramento della capacità di risposta e di adattabilità della propria "Value Chain" (quindi anche del parco fornitori partner) al continuo mutamento della domanda e dei mercati.

Nel corso dell'incontro si cercherà di fare il punto sullo scenario attuale, sulle principali tendenze in atto e sui diversi approcci, messi a confronto, per mantenere elevato il livello di competitività della propria azienda.

**MARKETING,
VENDITE E
COMUNICAZIONE**

MARKETING NON CONVENZIONALE: NUOVE OPPORTUNITÀ PER IL BUSINESS

Relatore: **BERNARD COVA**

Bernard Cova è considerato il teorico del marketing tribale, che ha contrapposto come alternativa "mediterranea" al marketing classico di stampo anglosassone. Esperto di strategie di marketing, è altresì conosciuto per le sue ricerche sul B2B, in particolare nel campo del project marketing. È Professore di Marketing all'Euromed-Marseille School of Management e Visiting Professor all'Università Luigi Bocconi. La sua più recente pubblicazione italiana è "Marketing non convenzionale. Viral, Guerrilla, Tribale e i 10 fondamenti del marketing post-moderno".

17 settembre 2009 (giovedì)

ore 9:00 – ore 18:00

Grand Hotel Villa Medici
Via Il Prato, 42 - Firenze

CONTENUTI FORMATIVI

Oggi i clienti chiedono di essere protagonisti di relazioni che, diversamente dal passato, sono sempre più multidirezionali. Questo vale tanto nel B2B quanto nel B2C ed ha già cambiato moltissimo le azioni e il ruolo del marketing che da funzione aziendale è diventato, esso stesso, "attore" di tali relazioni. Quali sono lo stato dell'arte e le prospettive delle strategie di marketing? Quali efficaci vie per innovare nel B2C e nel B2B derivano dai fondamenti teorici del cosiddetto "marketing non convenzionale"? Con quali ricadute concrete per il business e per l'operatività dell'impresa?

**RISORSE UMANE,
ORGANIZZAZIONE
E PROCESSI
MARKETING**

SOLUZIONI PER SUPERARE LE RESISTENZE ORGANIZZATIVE E PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO

Relatore: **GIORGIO NARDONE**

Giorgio Nardone è l'esponente di maggior spicco della Scuola di Palo Alto, unico erede di Paul Watzlawick, con il quale ha fondato il Centro di Terapia Strategica, di cui è Direttore. È psicologo internazionalmente riconosciuto come uno dei più creativi e al tempo stesso studioso rigoroso e terapeuta. I risultati della sua ricerca in campo clinico su come risolvere rapidamente le patologie psicologiche hanno trovato importanti applicazioni in campo organizzativo e manageriale. Il suo libro L'Arte del Cambiamento, scritto insieme a Paul Watzlawick è così diventato un testo fondamentale per consulenti, formatori e manager e sono seguiti best seller quali La terapia dell'azienda malata, Cavalcare la propria tigre e Il dialogo strategico. Ha pubblicato complessivamente 27 libri tradotti in molte lingue. Negli ultimi anni ha altresì messo a punto un modello di Coaching Strategico. Tiene regolarmente conferenze e seminari sia clinici che manageriali e al suo lavoro si ispirano studiosi, terapeuti e manager di tutto il mondo.

22 settembre 2009 (martedì)

ore 9:00 – ore 18:00

*Savoia Hotel Regency
Via del Pilastro 2 - Bologna*

CONTENUTI FORMATIVI

Ci si trova, in modo sempre più pressante, a dovere affrontare cambiamenti culturali, a dovere adottare nuove strategie e nuove modalità di organizzazione del lavoro, nuove tecnologie e nuove competenze. Il cambiamento accomuna ormai la quasi totalità delle esperienze lavorative. Ma perché è così difficile cambiare? Cosa rende i cambiamenti dei veri ostacoli per le persone? L'imposizione, la scarsità di informazioni, la scarsa spiegazione delle motivazioni, le componenti ideologiche? Cosa fare, allora, con i propri collaboratori? Giorgio Nardone illustrerà come gli esseri umani strutturano i loro problemi e come questi possono essere rapidamente risolti. Approfondirà inoltre le tecniche di problem solving e di comunicazione da lui messe a punto per condurre le persone a cambiare le proprie prospettive ed i propri comportamenti, con particolare riferimento ai contesti aziendali. Come comunicare il cambiamento e gestirne le conseguenze? E noi, siamo veramente pronti a cambiare?

AMMINISTRAZIONE, FINANZA, CONTROLLO E VALORE **GLI STRUMENTI FINANZIARI PER LA CRESCITA OGGI**

Relatore: Massimo Spisni

Massimo Spisni è Professore Ordinario di Finanza Aziendale all'Università di Bologna, Docente Senior alla Scuola di Direzione Aziendale dell'Università L. Bocconi e Professore di Finanza Aziendale alla LUISS "Guido Carli"

7 ottobre 2009 (mercoledì)

ore 9:00 – ore 18:00

Ambasciatori Palace Hotel - Roma

CONTENUTI FORMATIVI

Il ciclo di vita di un'azienda, gruppo o istituzione, presenta varie fasi, ognuna delle quali caratterizzata da esigenze e problematiche diverse. Queste fasi non sono unicamente determinate dal percorso di vita e dalla performance dell'azienda singola, ma fortemente condizionate dal contesto esterno, mutevole, soprattutto nell'epoca attuale e, nello specifico, nell'anno corrente.

Questo scenario comporta che l'azienda reagisca con riallineamenti non soltanto organizzativi, ma anche finanziari. Quali sono gli strumenti e gli elementi efficaci per l'ottimale gestione della finanza d'impresa oggi? Come possono aiutare la ripresa e sostenere la crescita? Quali comportamenti occorre evitare?

**MARKETING,
VENDITE E
COMUNICAZIONE**

**NUOVE STRATEGIE DI MARKETING PER FAR RIPARTIRE LA
CRESCITA DELLE NOSTRE IMPRESE**

Relatore: **Mauro Gallavotti**, *Responsabile dell'area Marketing & Sales -The European House
- Ambrosetti*

13 ottobre 2009 (martedì)

ore 9:00 – ore 18:00

Confindustria Ancona - Via Roberto Bianchi snc - Ancona

CONTENUTI FORMATIVI

Gran parte degli economisti e dei politici mondiali sostiene che la recessione è ormai alle spalle. Le domande oggi sono: quando ripartirà la crescita?, quanto tempo ci vorrà affinché le economie ritornino ai livelli del 2007?, la ripresa avrà la forma di una "V", di una "U" o ancor peggio di una "W"? Un tema ben più importante va però aggiunto alle riflessioni in atto: saremo ancora gli stessi consumatori di prima? Ecco che capire come la crisi ha inciso sugli stili di consumo e mettere a fuoco quali sono le nuove strategie marketing per accelerare l'uscita dalla crisi, accompagnare la crescita e migliorare la propria competitività, diventa oggi di incredibile importanza per tutte le aziende, in qualsiasi settore e in qualsiasi posizione della catena del valore (sia B2B, sia B2C). Nel corso dell'incontro si cercherà di fare il punto sullo scenario attuale, sulle principali tendenze in atto e sui diversi approcci, messi a confronto, per mantenere elevato il livello di competitività della propria Azienda. Oggi i clienti chiedono di essere protagonisti di relazioni che, diversamente dal passato, sono sempre più multidirezionali. Questo vale tanto nel B2B quanto nel B2C ed ha già cambiato moltissimo le azioni e il ruolo del marketing che da funzione aziendale è diventato, esso stesso, "attore" di tali relazioni. Quali sono lo stato dell'arte e le prospettive delle strategie di marketing? Quali efficaci vie per innovare nel B2C e nel B2B derivano dai fondamenti teorici del cosiddetto "marketing non convenzionale"? Con quali ricadute concrete per il business e per l'operatività dell'impresa?

**R&D,
PRODUZIONE,
LOGISTICA**

INNOVARE NEI PROCESSI PRODUTTIVI

Relatore: **FRANCISCO VELOSO**

Francisco Veloso è esperto di strategie di innovazione tecnologica, sviluppo della Supply Chain e sviluppo industriale. È Professore al College of Engineering della Carnegie Mellon University. Ha lavorato con gruppi quali Alcoa, Accenture, McKinsey, Asian Development Bank. Ha scritto "ISO 9000 Practices and Financial Performance: A Technology Coherence Perspective", riconosciuto come migliore articolo del 2008 nel campo delle operations e "The Effects of Innovation on Vertical Structure", Lead Paper dell'Academy of Management Review. Ha ricevuto l'Alfred P. Sloan Industry Studies Fellowship Award (2008-2010) ed il Best Unpublished Paper Runner Up Award for Production and Operations Management Society (2008).

22 ottobre 2009 (giovedì)

ore 9:00 – ore 18:00

Azienda A.C.R.A.F.

Via Vecchia del Pinocchio, 22 - Ancona

CONTENUTI FORMATIVI

Pianificare i processi che trasformano le risorse dell'impresa in prodotti e servizi, implementarli con efficacia e controllarli attentamente è oggi più che mai essenziale in qualsiasi settore si operi. Inoltre, nell'attuale contesto di cambiamento accelerato tali processi devono rispondere e adattarsi sempre più rapidamente alle evoluzioni dello scenario del business. Le imprese di maggiore successo, poi, vanno ben oltre l'adattamento e trasformano i propri processi con anticipo rispetto agli stessi cambiamenti percepiti. Sino ad arrivare a definire esse stesse le frontiere del cambiamento e ad acquisire, così, importanti vantaggi sui concorrenti. Sviluppare le capacità d'innovazione continua è quindi una priorità per le imprese leader. Quali sono, allora, i principi portanti della gestione dell'innovazione nei processi produttivi e quali le frontiere? Quali le priorità, sia strategiche che operative, nell'accrescere la competitività dell'impresa e la creazione di valore attraverso l'innovazione? Come massimizzare l'innovazione sia nei processi interni all'organizzazione che lungo l'intera Supply Chain? Quali sono le tendenze chiave e come evolvono l'open e la user innovation? La sessione fornirà concetti innovativi, nuove metodologie e strumenti di misurazione e ne illustrerà esempi specifici tratti da casi di successo.

Al termine dell'incontro, si terrà una riunione con un gruppo ristretto di dirigenti per confrontarsi su problemi attuali nelle aree Ricerca e Sviluppo, Produzione, Logistica. Ogni partecipante potrà esporre un tema critico sul quale si genereranno contributi reciproci da parte dei presenti. La finalità è quella di far leva sull'enorme esperienza e competenza dei dirigenti partecipanti per incrementare il supporto reciproco e individuare soluzioni concrete a problemi contingenti che stanno particolarmente a cuore a chi li espone, in un anno in cui le sfide complesse certamente non mancano.

ALTA DIREZIONE

PERCHÉ L'ITALIA DEVE TORNARE A PENSARE IN GRANDE

Relatore: **Enrico Letta**

Deputato della Repubblica Italiana e riconosciuto esperto di temi economici e istituzionali italiani e internazionali. Già Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio. Il suo ultimo libro è "Costruire una cattedrale. Perché l'Italia deve tornare a pensare in grande" (2009).

9 novembre 2009 (lunedì) ore 9.00 – 18.00

Savoia Hotel Regency

BOLOGNA

CONTENUTI FORMATIVI

La crisi potrebbe essere per noi, forse più che per ogni altro Paese avanzato, il momento, certo non voluto ma inaspettatamente utile, per sistemare tante cose. La sessione sarà un'occasione per discutere delle sfide per la competitività e per la crescita dell'Italia nel periodo di grave crisi che ci troviamo a fronteggiare. Quali sono le questioni decisive per lo sviluppo del Paese e per la sua collocazione europea e internazionale? Come superare le debolezze dell'economia e della società italiana che rischiano di compromettere seriamente il nostro futuro e quello delle generazioni che verranno? E che cosa nella mentalità dell'Italia contemporanea potrebbe e dovrebbe cambiare?

**RISORSE UMANE,
ORGANIZZAZIONE
E PROCESSI**

QUALI ABILITÀ COGNITIVE PER GUIDARE L'IMPRESA?

Relatore: **Howard Gardner**

Psicologo americano noto in tutto il mondo per la sua teoria delle intelligenze multiple, è Professore di Cognition and Education alla Harvard Graduate School of Education, Senior Director del programma Harvard Project Zero sui meccanismi dell'apprendimento e cofondatore del The GoodWorkProject sulla leadership. Considerato come uno dei 100 intellettuali più influenti al mondo, è autore di oltre 20 libri tradotti in più di 24 lingue.

16 novembre 2009 (lunedì) ore 9.00 – 18.00

Melià Milano Hotel

MILANO

CONTENUTI FORMATIVI

Stiamo vivendo anni di grandi cambiamenti che impongono nuovi modi di pensare, di apprendere, di lavorare e di guidare l'impresa. Sono cambiate le abilità su cui scommettere per potere affrontare con successo il futuro, qualunque esso sia. Il mondo che verrà richiede infatti capacità finora considerate puramente accessorie. Quanti ne saranno privi si troveranno in balia di forze che non potranno comprendere, sommersi dall'informazione, incapaci di fare fronte alle proprie responsabilità, di fare le giuste scelte nella vita professionale come in quella privata. Quali abilità cognitive premieranno negli anni a venire? Abbiamo iniziato a coltivarle? Come svilupparle all'interno dell'impresa?

**MARKETING,
VENDITE E
COMUNICAZIONE**

**SVILUPPARE LE COMPETENZE
PER COMUNICARE CON I MEDIA, OGGI**

Relatore: **Diletta Petronio**

Giornalista televisiva, attualmente Vice Caporedattore del TG4 - Mediaset, per il quale segue in particolare il settore economico e conduce le principali edizioni delle 13.30 e delle 18.55. Già conduttrice del TG1 e portavoce al Ministero del Bilancio e della Programmazione Economica.

17 novembre 2009 (martedì) ore 9.00 – 18.00

Grand Hotel Villa Medici

FIRENZE

CONTENUTI FORMATIVI

Quali sono le regole essenziali per comunicare con i media, oggi, in modo efficace? Come sostenere un'intervista televisiva? Come trattare, in particolare, gli argomenti economici e finanziari? Soprattutto, come rilasciare una dichiarazione anche nelle situazioni più difficili, in modo che il proprio messaggio "passi" in ogni caso in un telegiornale?

**RISORSE UMANE,
ORGANIZZAZIONE
E PROCESSI**

**GESTIRE LE RISORSE UMANE OGGI:
IDEE E STRUMENTI INNOVATIVI**

Relatore: **Massimo Meroni** - Senior Consultant di The European House – Ambrosetti

24 novembre 2009 (martedì) ore 9.00 – 18.00

presso l'azienda Eurosuole spa
via S. Pertini 8 - Zona Industriale A

CIVITANOVA MARCHE (MC)

CONTENUTI FORMATIVI

Gestire le risorse umane non è mai stato così critico né così complesso come di questi tempi. Critico perché l'uscita vera dalla recessione sarà possibile solo attraverso una rinnovata, intelligente, selettiva, meritocratica attenzione per le persone. Complesso, perché la permanenza nelle organizzazioni e nei ruoli si riduce, perché le opportunità da offrire diminuiscono in un orizzonte economico problematico, perché le differenze culturali e vocazionali aumentano. Eppure, l'innovazione nella gestione delle risorse umane è un'opportunità straordinaria per fare la differenza e produrre vantaggio competitivo. Servono principi chiari: scelte oneste e chiare invece di egualitarismo; vicinanza immediata al business e alle sue sfide; scommettere sull'impiegabilità invece che sulla carriera. E servono idee nuove e strumenti semplici per attrarre, far crescere, motivare e trattenere le persone migliori per assicurarsi il futuro. La comunità professionale ha lo scopo di sviluppare sinergie e networking tra i suoi attori, nell'intento di aiutare ciascuno a perseguire l'eccellenza nella propria professione.

PERSONAGGI

INCONTRO CON ANTONIO CATRICALÀ

Presidente, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

27 novembre 2009 (venerdì) ore 9.00 – 18.00

Ambasciatori Palace Hotel

ROMA

CONTENUTI FORMATIVI

Quali sono i meccanismi e gli strumenti che consentono di tutelare la concorrenza e di garantire contemporaneamente la libertà economica? Quali sono i principi e le regole che guidano l'operato dell'Autorità competente in queste materie? Quali sono le sfide e le criticità, attuali e prospettive, del nostro Paese in questi ambiti? Attraverso l'attiva interazione dei partecipanti con il relatore, l'incontro si propone di affrontare queste e le altre cruciali domande di oggi, nel campo delle regole e del mercato.