



Università
Ca' Foscari
Venezia

Dipartimento
di Management

EXPERIOR

Approaching the working experience

Project work con le aziende, mentoring, workshop professionali, lavoro di squadra.

Experior è il progetto del Dipartimento di Management (DMAN) che offre a studentesse e studenti l'opportunità di partecipare ai **percorsi formativi di didattica innovativa** che favoriscono l'applicazione delle conoscenze acquisite in aula attraverso la partecipazione a progetti basati su casi reali con un approccio **learning by doing**.

L'**obiettivo** di Experior è **creare un ponte tra università e lavoro** per allineare la formazione con i profondi cambiamenti del mondo economico-produttivo e della società.

Studentesse e studenti mettono così in pratica il loro know-how acquisito in aula, rafforzando le loro **hard e soft skills** e lavorando in team per escogitare soluzioni in risposta alle sfide poste da enti, aziende e professionisti. Al contempo, le aziende hanno l'occasione di essere coinvolte nella dinamicità di una sperimentazione didattico-aziendale e valutare gli studenti per successive azioni di **recruitment**.

Durante il percorso gli studenti sono affiancati e coordinati da un gruppo di brillanti professionisti, imprenditori e manager che diventano **mentori** del progetto.

I percorsi Experior si svolgono nei periodi di lezione durante alcuni insegnamenti e sono rivolti a studentesse e studenti dei corsi di Laurea Magistrale DMAN, la cui partecipazione è facoltativa.

Insegnamenti e percorsi Experior a.a. 2021/2022

Bilancio dei gruppi e delle operazioni straordinarie

Il progetto ha previsto lo sviluppo di un'attività di *due diligence*, una fase essenziale nelle operazioni di straordinaria gestione. I gruppi di lavoro hanno messo alla prova le loro conoscenze immedesimandosi nel ruolo del consulente per affrontare 3 casi aziendali sotto la guida dei mentori di BDO Italia:

1. l'analisi della redditività aziendale, della solidità patrimoniale e della dinamica finanziaria dell'azienda;
2. l'esame dell'affidabilità delle informazioni contabili indagando le principali voci di bilancio mediante le tradizionali tecniche di revisione;
3. la disamina del modello di business e del contesto competitivo in cui opera l'azienda al fine di validare il business plan.

DOCENTE/ I: Marisa Agostini, Ugo Sostero, Moreno Mancin

MENTORI: Francesco Ballarin - Partner / Audit & Assurance, Alex Zanin, Manager / Audit & Assurance di BDO Italia

AZIENDA: BDO Italia

Gestione della Banca e Analisi del Merito di Credito

Il progetto ha avuto come obiettivo la costruzione del Robo advisor, ovvero una piattaforma digitale capace di offrire il servizio di consulenza in materia di investimenti in maniera automatizzata, senza alcun (o minimo) intervento umano, coerentemente con le caratteristiche e gli obiettivi dell'investitore. I e le partecipanti si sono cimentati nelle innovative logiche del *Fintech*, contrapposte a quelle del "fare banca" tradizionale, e sono stati i protagonisti attivi per lo sviluppo di questo nuovo servizio, collaborando con Cherry Bank per gettare le basi necessarie all'implementazione: dall'analisi di mercato, alla raccolta dati, fino al design della piattaforma.

DOCENTE: Elisa Cavezzali

MENTORI: Elisabetta Fanin, Responsabile Ufficio Advisory & Servizi c/Terzi, Stefano Aldrovandi, Consigliere di Amministrazione, Resp. BU Core Banking e Resp. BU Wealth Management di Cherry Bank SpA

AZIENDA: Cherry Bank SpA

Comparative Business History

La storia di un'impresa può essere uno strumento per ottenere diversi scopi: costruire e rinforzare l'identità d'impresa, gestire le relazioni gli stakeholder attraverso riferimenti retorici al passato, legittimare nuove soluzioni organizzative o nuove attività in continuità o in discontinuità con ciò che si è fatto in precedenza. Tuttavia, il passato non è facilmente appropriabile, poiché non è soltanto una risorsa, ma anche oggetto di conflitto con altri attori e possibile vincolo.

Come utilizzare dunque la storia d'impresa in modo strategico?

Questa la sfida per i gruppi di lavoro che hanno prodotto dei report in risposta alle esigenze strategiche espresse dalle aziende coinvolte, suggerendo riflessioni più approfondite sull'identità e sulle caratteristiche distintive di queste, mettendo anche in discussione scenari di sviluppo futuri e scelte aziendali in corso.

DOCENTE: Giovanni Favero

MENTORI: Stefano Nagy, Corporate Quality Manager e responsabile Education di Mevis SpA, Francesco Fontana, AD di Manifattura Fontana SpA, Camilla Ferri, dottoranda in Management

AZIENDE: Mevis SpA, Manifattura Fontana SpA

Economia delle Aziende Sportive

A partire da un'attività di analisi, il team di studentesse e studenti ha sviluppato una serie di iniziative di marketing, di comunicazione e commerciali rivolte ad aziende e tifosi del territorio, coerenti con il piano strategico dell'azienda caso-studio: la pluripremiata Reyer Venezia Mestre. In particolare si è lavorato su proposte realizzabili nel breve periodo e sostenibili sotto il profilo economico finanziario, relativi a diversi ambiti di gestione del Club di basket di serie A come:

- strategie commerciali nei rapporti con gli sponsor, fornitori ufficiali e gli altri partner commerciali;
- politiche di coinvolgimento dei tifosi e iniziative attuate dal Club per valorizzare la centralità dei propri supporter, durante l'evento sportivo e al di fuori dello stadio;
- l'analisi delle aziende del territorio al fine di identificare imprese target potenzialmente interessate a sviluppare rapporti di partnership/ sponsorizzazione per attività commerciali e/o di co-marketing;
- gli sviluppi futuri nelle strategie di coinvolgimento degli stakeholders al fine di rafforzare la relazione e migliorare i risultati economici del club, rendendoli indipendenti dai risultati sportivi ottenuti sul campo.

DOCENTE: Moreno Mancin

MENTORI: Paolo Bettio, responsabile marketing, Luca Favaro, responsabile ticketing, Luca Voltolina, responsabile commerciale UMANA Reyer Venezia Mestre

AZIENDA: UMANA Reyer Venezia Mestre

Cross-cultural Marketing

La cultura di un paese influenza i comportamenti, le aspettative, i valori delle persone, come consumatori o acquirenti di un'azienda, nella scelta e nell'acquisto di prodotti nei mercati internazionali. Di conseguenza, a seconda di dove opera o intende operare un'azienda, cambiano anche le strategie di marketing. I gruppi di lavoro si sono messi alla prova con la preparazione di un evento di marketing con caratteristiche cross-culturali, in adattamento alle linee globali date da un'azienda leader nel travel retail di lusso come DFS.

DOCENTE: Tiziano Vescovi

MENTORI: Michela Furlanetto, Marketing Manager DFS Italia S.r.l

AZIENDE: DFS Italia S.r.l

Brand Management

Nel marketing la gestione della marca è una delle più importanti fonti di valore per l'azienda, principalmente nei mercati B2C, ma cresce rapidamente anche nelle aziende B2B. Durante il progetto, studentesse e studenti hanno messo in pratica quanto appreso dal corso in termini di strategie di branding, lavorando sul caso di Zero Farms, pionieri nel vertical farming in Italia. I team hanno lavorato sul design strategico del brand, comprendendo visione, missione e valori chiave, attraverso l'analisi di brand simili, e identificandone il posizionamento.

DOCENTE: Tiziano Vescovi

MENTORI: Daniele Modesto, AD di Zero Farms

AZIENDE: Zero Farms

Perché diventare partner?

Attraverso **Experior**, il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia, oltre a offrire percorsi formativi volti ad accrescere la qualità di laureate e laureati, si pone l'obiettivo di favorire il progresso scientifico e lo sviluppo economico locale, nazionale e globale, attraverso una più stretta relazione tra didattica, ricerca e il sistema economico-produttivo.

Come sostenere Experior?

Cittadini, associazioni, imprese, professionisti possono sostenere in maniera diretta il progetto Experior attraverso una "erogazione liberale" a sostegno della didattica del Dipartimento di Management, inviando una lettera di intenti all'indirizzo segreteria.management@unive.it.

Ricordiamo che le norme che conferiscono benefici fiscali specifici per i **contratti senza prestazioni corrispettive** (finanziamenti, contributi, erogazioni liberali) sono quelle previste dalla Finanziaria 2006 e dal TUIR e stabiliscono che:

- **sono integralmente deducibili** dal reddito i fondi trasferiti per il finanziamento della ricerca, a titolo di **contributo o liberalità**, dalle società e dagli altri soggetti passivi dell'imposta sul reddito delle società (IRES) in favore dell'università (art. 1 comma 353 Legge 266/2005);
- sono altresì integralmente deducibili dal reddito complessivo i contributi o le liberalità in denaro erogati dai soggetti passivi dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (IRPEF) in favore dell'università, sia per finalità di ricerca che di didattica (art. 10 comma 1, lettera l-quater) del TUIR.



Contattaci per maggiori informazioni:

Segreteria Didattica - didattica.management@unive.it
T. 041 2348761

Scopri di più sul progetto:

www.unive.it/experior