Il marketing in tre dimensioni: competenze, sviluppo della persona e sviluppo operativo in azienda. Si fonda su questo schema il Master in Marketing Management M3 organizzato dall'Università di Milano-Bicocca in collaborazione con CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio e con le articolazioni territoriali di Confindustria Monza e Brianza, Lecco, Como e Sondrio, quest'anno alla prima edizione. Al cuore del progetto M3 c'è un forte legame con il territorio, che si concretizza negli accordi stretti dall'Università con aziende e con associazioni di categoria con l'obiettivo di formare risorse umane in grado di contribuire allo sviluppo del sistema produttivo locale.

Parte integrante del percorso formativo avverrà all'interno delle aziende partner, dove tutti gli studenti avranno la possibilità di svolgere uno stage semestrale per consolidare e mettere a frutto le conoscenze e le metodologie acquisite nel periodo di lavoro in aula.

Gli studenti saranno accompagnati in questa esperienza anche da momenti formativi fuori dall'orario di lavoro. Sono previsti gli aperitivi-dibattito con imprenditori e manager che condivideranno con gli allievi le loro esperienze di business, e la rassegna "10 strumenti per la competitività", una serie di approfondimenti sui temi dell'imprenditoria e dell'innovazione, con interventi incentrati sulle aziende lombarde.

Sguardo puntato sul rapporto tra giovani laureati e realtà aziendale, un rapporto delicato e quanto mai complesso in questi anni di crisi economica. In M3 università e aziende si uniscono per far crescere professionalmente i partecipanti e prepararli alla vita all'interno delle imprese. «Le aziende dei territori coinvolti – dice Angelo Di Gregorio, direttore del Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia e di CRIET – hanno creduto fortemente nella validità del percorso formativo, mettendo a disposizione premi studio e stage per i partecipanti e intervenendo con testimonianze in aula. Il Master sarà un'occasione per le imprese di accedere a risorse umane dinamiche, motivate e pronte ad affrontare la vita d'azienda».

Il network di aziende partner di questo progetto è ampio e radicato sul territorio lombardo: sono quattro le imprese del lecchese (Axind, Cemb, Icam, Omet) inserite nel progetto M3, tre della provincia di Como (Mantero Seta, OMP Porro, Riva 1920), otto per la zona di Monza e Brianza (Gruppo Desa, Gruppo Sapio, Hydac, Lettera G., Leading Technologies, L'Isolante K-Flex, Polymer Logistics, Watts Industries) e due per Sondrio (Dispotech e INA Assitalia). Le aziende hanno messo a disposizione 32.700 euro per il finanziamento di sette premi di studio.

M3 – Master in marketing management di primo livello, si rivolge ai laureati triennali o magistrali di tutte le facoltà. Le selezioni prevedono un colloquio motivazionale, un test di lingua inglese e la valutazione dei titoli e del curriculum del candidato. L'accesso è aperto anche ai laureandi, a condizione che il titolo venga conseguito entro la sessione estiva. Il corso accoglierà da un minimo di 11 a un massimo di 30 partecipanti.

L'inizio delle attività formative è previsto per il 15 aprile 2013, mentre lo stage in azienda, previsto per tutti gli studenti, avrà inizio a settembre. Il corso è strutturato in formula full time con frequenza obbligatoria.

Il costo di iscrizione è di 7.000, da versare in due rate. Le domande di ammissione dovranno essere inoltrate entro l'8 febbraio 2013, secondo le procedure indicate sulla pagina web dedicata. Gli interessati potranno partecipare a un incontro di orientamento il 24 gennaio dalle 10 alle 12.30 presso l'Edificio U7 – 4° piano – aula 4066 (piazza dell'Ateneo Nuovo).

Contatti: m3@unimib.it Sito Internet: http://m3.economia.unimib.it/

Facebook: http://www.facebook.com/MasterInMarketingManagement