



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



**Università Statale di Milano,
al via il nuovo Master online in Business Innovation**

Alla Statale di Milano un nuovo Master per neolaureati e professionisti, sostenuto da Banca Mediolanum e in collaborazione con Codacons, per affrontare le sfide digitali di AI, blockchains, big data, coniugando sostenibilità ambientale, energetica e sociale. Lezioni online, dalle 17 alle 20. Chiusura iscrizioni al 3 febbraio, disponibili 4 borse di studio.

Milano, 23 Gennaio 2025 - L'innovazione digitale e la transizione ecologica stanno cambiando sia le imprese che i consumatori. Per essere pronti ad affrontare il mercato globale, occorre che tutti i soggetti coinvolti si rendano protagonisti di un'alleanza strategica, che metta al centro un nuovo modello di business e di consumo.

Per formare Analisti, Consulenti, Imprenditori e Manager in grado di creare una nuova catena del valore e di guidarne i processi, il **Dipartimento di Economia, Management e Metodi Quantitativi dell'Università Statale di Milano** ha realizzato un **Master in Business Innovation (MBI)**, con il **sostegno di Banca Mediolanum e in collaborazione con Codacons**.

Le lezioni, svolte online, saranno incentrate su come i cambiamenti digitali: IA, blockchains, Big Data, digital passport coniugando **digitale e sostenibilità ambientale, energetica e sociale**. Un focus particolare sarà dedicato ai settori che rendono oggi il **Made in Italy** competitivo a livello internazionale, ovvero: Banche e Finanza, Alimentare e Tessile, Meccanica e Chimica, Arte e Turismo.

Il Master, **dedicato a neolaureati e manager** che vogliono essere sempre pronti ad affrontare le sfide di un mondo in continuo e veloce cambiamento, offre un unico contesto formativo dove rappresentanti delle istituzioni, delle università, delle imprese e dei consumatori interagiscono e si confrontano tra loro coinvolgendo i partecipanti al corso.

*"Il Master MBI offre **una formazione avanzata dedicata al business e al marketing pro-consumers**" ha dichiarato il prof. **Alessandro Missale**, Direttore del Dipartimento di Economia, Management e Metodi Quantitativi, che ha aggiunto *"Forte dell'approccio multidisciplinare e multisetoriale dell'Università Statale di Milano, che coniuga i saperi umanisti con quelli tecnici e scientifici, il Master si caratterizza infatti per il contributo sinergico di accademia, istituzioni, imprese e associazioni dei consumatori"*.*

*"Durante l'iter formativo" ha aggiunto la prof.ssa **Maria Letizia Giorgetti**, coordinatrice del Master **"i partecipanti svilupperanno le competenze strategiche utili ad operare in qualità di **Innovation Manager**, a ricoprire ruoli gestionali nella Digital Transformation della Marketing e Customer Experience, nonché ad operare come Self Entrepreneurship in digital innovation startup e nelle organizzazioni finanziarie e della consulenza strategica, con particolare attenzione ai settori più creativi e innovativi del Made in Italy"***.

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 ore 17 alle ore 20**. Il meeting annuale e l'esame finale saranno svolti in presenza.

COSTO: **4.000 euro**, da versare in due rate, la prima da 1.516 (include marca da bollo di 16 euro) e la seconda da 2.500.

BORSE DI STUDIO. È prevista l'assegnazione di **2 borse di studio messe a disposizione da Banca Mediolanum S.p.A. e 2 borse di studio messe a disposizione da Mediolanum Assicurazioni S.p.A., pari a € 2.000 ciascuna**, sotto forma di esenzione parziale del contributo di iscrizione, a riduzione del pagamento della seconda rata. Le borse saranno attribuite **per merito ai primi 4 studenti della graduatoria finale di ammissione al corso**.

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.

Ulteriori informazioni e la procedura per l'invio delle candidature sono disponibili sul sito www.unimi.it sezione corsi/master (AB7) o via mail: mbi@unimi.it

link: <https://www.unimi.it/it/corsi/corsi-post-laurea-e-formazione-continua/master-e-perfezionamento/catalogo-master/aa-2024/2025-business-innovation-imprese-e-consumatori-nei-mercati-globali-limpatto-del-digitale-sulla-catena>

Ufficio Stampa Università Statale di Milano
Chiara Vimercati, cell. 331.6599310
Glenda Mereghetti, cell. 334.6217253
Federica Baroni, cell. 334.6561233 – tel. 02.50312567
ufficiostampa@unimi.it