



## Verbale dell'incontro del Corporate Panel di Management tenutosi il giorno 15 gennaio 2020

In data 15 gennaio 2020 si è riunito alle ore 9.30 nella sede della Luiss Guido Carli di Roma in Viale Romania, 12, il Corporate Panel di Management, per discutere su:

- **Offerta Formativa CdS Triennale in Economia e Management**
- **Offerta Formativa CdS Magistrale in Management**
- **Offerta Formativa CdS Magistrale in Gestione d'Impresa**
- **Offerta Formativa CdS Magistrale in Global Management and Politics**
- **Master di I livello in International Management**
- **Competenze, Sfide e Opportunità**
- **Corporate Partner Engagement**

Presenti:

<b>Nominativo</b>	<b>Qualifica</b>
Alessandro Zattoni	Direttore Dipartimento Impresa e Management Luiss
Paolo Boccardelli	Direttore Luiss BS
Raffaele Oriani	Direttore CdS Corporate Finance Luiss e Associate Dean for Degree Programmes Luiss BS
Mirella Pellegrini	Direttore CdS Economia e Management Luiss
Luca Giustiniano	Direttore CdS Global Management and Politics Luiss
Matteo Caroli	Direttore CdS Gestione d'Impresa Luiss
Fabian Homberg	Direttore CdS Management Luiss
Mario Vitale	Direttore Business Development, Stakeholder Engagement & External Relations Luiss BS
Ernesto Ciorra	Chief Innovability Officer, Enel
Barbara Cominelli	COO, Marketing and Operations Director, Microsoft
Nicoletta Luppi	Senior Vice President and Managing Director, MSD
Alberto Matassino	Direttore Generale, RAI



Lorenza Morandini	Executive Vice President & Equity Partner, Impact Hub
Edoardo Palmisani	Managing Director and Partner, Boston Consulting Group
Riccardo Ricci	Vice President and General Manager Southern Europe, Colgate-Palmolive
Stefano Siragusa	Chief Operations Officer, TIM
Federica Capone	Direttore Ricerca, Didattica e Employability
Raffaella De Felice	Responsabile career services Luiss
Giovanna Carcaterra	Responsabile Dipartimenti e offerta formative Luiss
Cristina Cafarella	Dipartimenti e offerta formative Luiss
Edoardo Annecker	Consultant Career services Luiss
Rosaria Gimmelli	Quality, Accreditation, Admission & Ranking Luiss BS

Aprè l'incontro il prof. **Boccardelli** che ricorda l'obiettivo dei Corporate Panel: partire dall'analisi dell'offerta formativa dei corsi di Laurea e dei Master per individuare non solo eventuali lacune nella formazione tecnico-specialistica ma quali siano gli skills personali che facilitano l'ingresso nel mercato del lavoro ed il miglioramento delle performance all'interno dei contesti professionali. Trovare i contenuti adatti non è cosa scontata e facile, ed anche Luiss e Luiss Business School hanno dovuto effettuare degli interventi e dei correttivi all'interno dei propri corsi in modo da ridefinire il percorso educativo dei programmi alla luce delle esigenze del mercato del lavoro.

Il **Master LBS in International Management**, è nato 4 anni fa ed ha una rilevante importanza nell'area internazionale del management. È un programma che forma gli studenti con una prospettiva di management delle imprese internazionali che operano nel mercato globale, nella logica della diversità di culture e di consumatori di tipo diverso. Affronta temi di geopolitica, tema che adesso trova spazio nell'agenda di tutti i CEO. L'obiettivo è cercare di comprendere quali elementi di innovazione possiamo inserire per rendere questo master più efficace.

Il tema del Management è ovviamente trasversale su tutti i corsi LBS ma anche su tutti i Corsi di Laurea del Dipartimento di Impresa e Management e, pertanto, i risultati delle consultazioni offriranno spunti interessanti ed applicabili su tutta l'offerta.

Si decide di lasciare che i docenti illustrino l'offerta formativa dei corsi di laurea e poi di lasciare la parola ai panelist.

La prof.ssa **Pellegrini**: passa quindi a presentare il **Corso di Laurea Triennale in Economia e Management**.

Trattandosi di un corso di laurea triennale l'obiettivo principale è una solida formazione che consenta un passaggio naturale verso i percorsi magistrali professionalizzanti, non essendoci in Italia un mercato del lavoro pronto ad accogliere laureati triennali.

Tuttavia, vi è la convinzione che un corso di laurea triennale che fornisca basi valide sia il primo step per arrivare preparati al mondo delle professioni.

Il corso offre una formazione generale di base nelle discipline economiche, aziendali, giuridiche e quantitative, come pure una buona formazione metodologica per l'analisi e l'interpretazione critica delle dinamiche economiche e aziendali. Ne comprenderanno il profilo operativo ed economico-finanziario e acquisiranno gli strumenti utili per la formulazione, l'attuazione e il controllo delle decisioni.

Nei primi due semestri vi sono insegnamenti di base in materia quantitativa, aziendale, economica e giuridica oltre all'acquisizione della idoneità informatica.

Nel secondo anno sono previsti insegnamenti di carattere più specialistico in tema di contabilità e bilancio, strumenti economici per le decisioni, metodi quantitativi e diritto ed economia dell'impresa.

Il primo semestre del terzo anno prevede l'affinamento delle conoscenze sotto il profilo funzionale con gli insegnamenti di finanza aziendale, marketing, organizzazione aziendale oltre a materie di taglio economico. Il secondo semestre consente, mediante gli insegnamenti a scelta, la possibilità di ritagliarsi un percorso curriculare in cui iniziare ad acquisire elementi specialistici e professionalizzanti.

Accanto alle competenze hard, vengono sviluppate le competenze linguistiche (un corso di inglese obbligatorio di tre anni oltre che una seconda lingua a scelta), così come la capacità di lavorare in gruppo e capacità critiche e di analisi per rendere gli studenti aperti ai cambiamenti. Il principio è che gli studenti che hanno ottime performance durante il percorso triennale sono gli stessi che otterranno risultati eccellenti durante il percorso magistrale.

Il prof. **Homberg** illustra il **Corso di Laurea Magistrale in Management**, erogato interamente in inglese.

Il corso è articolato in quattro indirizzi di specializzazione: Entrepreneurship and Innovation, International Management, Luxury, Fashion and Made in Italy, oltre alla possibilità lasciata allo studente di ritagliarsi un Piano di studio individuale.

L'articolazione delle aree d'interesse esprime la forte vocazione internazionale della figura professionale che si intende formare e ricalca i settori in cui è maggiore la domanda di professionalità altamente specializzate e al contempo in grado di agire e confrontarsi con soggetti globali.

Gli obiettivi specifici delle aree sono:

- 1) acquisizione di competenze necessarie per operare in organizzazioni fortemente impegnate sui mercati internazionali o per svolgere funzioni direttamente connesse con la presenza commerciale e produttiva dell'impresa all'estero. Inoltre, viene offerta un'accurata prospettiva delle dinamiche di competizione globali, in quanto tali conoscenze risultano essere essenziali per poter operare in qualsiasi organizzazione economica.;
- 2) formazione di figure professionali capaci di partecipare alla gestione di progetti d'innovazione all'interno delle imprese o di altre organizzazioni. In tale prospettiva, fornisce le conoscenze ad ampio spettro (di ambito finanziario, produttivo, strategico - organizzativo e di marketing) che sono necessarie in modo integrato per valutare ed implementare progetti di innovazione. L'indirizzo inoltre fornisce competenze sullo sviluppo imprenditoriale e la creazione di nuove imprese;

3) formazione di persone pronte ad operare all'interno della funzione finanza o amministrazione, finanza e controllo di imprese di diversa dimensione o presso intermediari finanziari, maturando particolare sensibilità verso le problematiche connesse all'internazionalizzazione. Tale specializzazione è volta anche a sviluppare un know-how utile per fornire alle aziende un supporto professionale nel campo dell'analisi e delle stime finanziarie.

4) formazione di figure in grado di svolgere ruoli manageriali nelle imprese operanti nelle filiere del lusso della moda e degli altri settori creativi. In questo senso offre competenze focalizzate dal punto di vista settoriale, che prendono a riferimento le modalità organizzative e di business tipiche di questi settori, utili anche nella caratterizzazione del proprio curriculum.

Il prof. **Giustiniano** passa a presentare il **Corso di Laurea Magistrale in Global Management and Politics**.

Questo corso, erogato totalmente in inglese, presenta un carattere fortemente interdisciplinare anche perché è stato progettato insieme al Dipartimento di Scienze Politiche. L'obiettivo era, ed è, quello di perseguire la logica dei laureati "generalisti specializzati". Dare, cioè, competenze verticali ma con una visione sinergica.

Si è voluto colmare il gap che esiste sia tra i laureati in management che tra i laureati in scienze politiche: i laureati in management, seppure molto bravi in management, non conoscono gli scenari politici; parallelamente accade per i laureati di Scienze Politiche che sanno compiere un'analisi geopolitica ma non hanno competenze manageriali.

Il corso intende fornire allo studente un'avanzata formazione multidisciplinare per portarlo alla comprensione dei problemi delle società moderne. Il laureato acquisisce la capacità di comprendere a fondo le relazioni tra fenomeni giuridici, economici e storico-politici in una dimensione internazionale, multiculturale e multilinguistica: saprà quindi indirizzare i processi decisionali caratteristici di tali fenomeni in una prospettiva che tenga conto delle molteplici realtà nazionali per superarle e sintetizzarle in una visione transnazionale e globale. Tale approccio rappresenta lo strumento più efficace per operare all'interno di imprese, istituzioni governative nazionali ed internazionali, nonché nel settore non-governativo nazionale ed internazionale.

Per raggiungere tali obiettivi formativi il piano di studi è progettato in modo da fornire durante il primo anno di corso la capacità di analizzare, all'interno di un contesto globale, i fenomeni micro e macro a livello avanzato, intesi come punto di partenza per cogliere le dinamiche e i processi di cambiamento nell'ambito di organizzazioni in contesti nazionali e internazionali. Attraverso gli insegnamenti dell'area aziendale lo studente acquisisce gli strumenti conoscitivi per comprendere non solo la governance delle imprese ma anche la struttura stessa dei processi e le dinamiche che agiscono a livello di individui e organizzazioni.

Durante il primo anno la formazione si completa con gli insegnamenti dell'ambito quantitativo e giuridico che hanno la finalità, seppure operando in ambiti diversi, di fornire gli strumenti quantitativi per l'analisi di business e di elaborare soluzioni innovative per i processi calibrando tali soluzioni in funzione delle diverse architetture societarie e giuridiche che regolano il funzionamento di società e imprese internazionali.

Il secondo anno il panorama si amplia e si completa attraverso un'avanzata formazione multidisciplinare, basata sugli insegnamenti delle aree storica, politologica e sociologica: si affrontano, infatti, le principali problematiche della politica legata al processo di globalizzazione e si analizzano le conseguenze delle economie emergenti nel panorama internazionale; si evidenziano le sfide poste dalla globalizzazione ai vari livelli istituzionali di governo dell'economia e si approfondiscono le dinamiche politiche internazionali, osservate anche in una prospettiva comparata.

L'ampio spazio lasciato agli insegnamenti a scelta concorre all'arricchimento del percorso di studi, anche attingendo da altri corsi di laurea, coerentemente con l'obiettivo formativo che è alla base stessa del CdS: offrire una formazione interdisciplinare e multidisciplinare.

Il prof. **Caroli** approfondisce la presentazione del **Master LBS in International Management**, già in parte anticipata dal prof. Boccardelli.

Il Master in International Management è articolato in due major: International Management e Global Energy Management. Unisce corsi tradizionali con metodi d'insegnamento innovativi – Learning Lab – combinando il rigore accademico con un'analisi dell'applicazione pratica delle nozioni teoriche apprese per promuovere il pensiero critico degli studenti ed offrire loro un'esperienza di apprendimento unica. Con lezioni interattive, discussioni di business cases, progetti sul campo e lavori di gruppo, il Master fornisce agli studenti strumenti e tecniche indispensabili per affrontare le odierne sfide di international management, e li supporta, con un team di accademici ed esperti dirigenti, nello sviluppo di quelle capacità imprenditoriali necessarie per operare in contesti internazionali.

Il prof. Caroli prosegue con la presentazione dell'offerta del **Corso Magistrale in Gestione d'Impresa**, che chiude il panorama dei corsi di management del Dipartimento.

Il corso fornisce il bagaglio di competenze ideale per coloro che intendono realizzare una carriera manageriale nelle diverse funzioni aziendali nelle imprese, oltre che competenze imprenditoriali alla base delle valutazioni di opportunità di business anche su scala ridotta (piccole e medie imprese, family-business), che si presentano a livello nazionale e internazionale.

Il percorso formativo prevede l'acquisizione di conoscenze e competenze in ambito economico generale, giuridico, matematico e statistico ed economico aziendale. In particolare, il percorso prevede l'acquisizione di conoscenze comuni a tutti gli studenti del Corso di studio sul sistema economico generale e dei mercati in cui opera l'impresa, sul diritto societario, sull'analisi quantitativa avanzata dei fenomeni economico-finanziari, sull'amministrazione e sul controllo di gestione e sulle strategie di sviluppo e crescita delle imprese in generale e nei mercati internazionali nello specifico. A seguire gli studenti hanno la possibilità di scegliere un indirizzo di specializzazione in a) Organizzazione e gestione delle risorse umane, b) Imprenditorialità e family business e c) Strategic management.

In queste Aree vengono acquisite conoscenze, strumenti di analisi e tecniche nell'ambito professionale specifico con riferimenti a: a) economia del lavoro, diritto del lavoro e relazioni industriali, comportamento organizzativo, politiche del lavoro, people management; b) imprenditorialità e venture capital, business modeling e planning, management e governance delle imprese familiari, management del lusso; c) business model e planning, management dell'innovazione, digital innovation, digital business transformation, project management.

Il dott. **Vitale**, nel passare la parola ai panelist, pone loro la domanda su quali siano le competenze richieste oggi e quali le competenze che mancano ai neolaureati.

**Dott. Ricci- Vice President and General Manager Southern Europe, Colgate-Palmolive**

Una superficialità in fase di recruiting si paga negli anni; è per questa ragione che andrebbero personalmente incontrati gli stager: bisogna capire quale percorso hanno fatto e quali aspirazioni abbiano. Il neolaureato approccia l'azienda con un'idea precisa, ma quello che va fatto capire è che la specializzazione è un lusso. Le aziende cercano persone versatili ed aperte a fare esperienze anche diverse rispetto a ciò che loro si aspettano, a volte anche lontane dai propri gusti personali. In accordo con quanto sosteneva la prof.ssa Pellegrini, una buona formazione di base sulla laurea triennale è importante ma è altrettanto importante fare connessioni e dare una formazione trasversale come quella che sembra fornire il corso in Global Management and Politics.

Il dott. Vitale interviene per sottolineare che la spinta delle aziende all'innovazione richiede innanzitutto versatilità.

Il dott. **E. Ciorra, Chief Innovability Officer, Enel**, collegandosi al tema della versatilità e della capacità di sapersi adattare al nuovo, sottolinea come generalmente le persone non solo abbiano difficoltà ad adattarsi a situazioni nuove e non previste ma si trovino a disagio in strutture non gerarchiche. La gerarchia rappresenta, infatti, una zona di comfort nella quale rifugiarsi per non doversi assumere responsabilità. Eseguire gli ordini dati da qualcun altro è un ottimo soporifero che fa evitare di assumere rischi. In Italia il tema del metodo "agile" è di difficile diffusione perché più che lavorare in gruppo si tende ad individuare il responsabile del processo.

Riportando l'esperienza personale della Silicon Valley, il dott. Ciorra ritiene che non vi sia una differenza di formazione generale tra gli ingegneri italiani e quelli americani, anzi, da un punto di vista della formazione di base e della cultura generale gli italiani sono sicuramente più competenti. Il gap, quindi, non è sulle competenze ma risiede nel fatto che l'americano "sogna in grande", osa e si spinge sempre più in là. Il tema del sogno americano, della frontiera da superare, è fortemente presente nello spirito americano, mentre i nostri laureati si pongono obiettivi molto vicini per evitare il rischio di deludere se stessi o le proprie famiglie. Questo è il grande divario culturale.

In azienda si dovrebbero mappare le competenze ma anche le aspirazioni. L'idea è che bisogna disimparare per svuotare la testa ed essere pronti ad imparare: è importante dimenticare e scoprire che quello che si dà per certo può essere messo in discussione.

I nostri laureati sono assillati dal sapere e per dimostrare di sapere poi non sanno fare. Bisogna sviluppare in loro il pensiero laterale e la tecnica di creatività che serve per trovare nuovi paradigmi. La creatività non è fantasia è strumento: non bisogna insegnare le tecnologie perché altrimenti si crea un bignami delle tecnologie ma bisogna capire cosa si può fare con le tecnologie. Non bisogna aspettarsi che gli economisti facciano gli ingegneri di serie B, essi, però, possono interagire con i tecnici per capire

come utilizzare la tecnologia e creare modelli di business. Bisogna dare loro, cioè, metodologie guidate ma aperte.

I Giapponesi insegnano che il problem solving risiede nei sette “perché?”. Trovare la radice del perché significa trovare la soluzione.

Il dott. Vitale, concordando con quanto appena esposto dal dott. Ciorra, sottolinea che proprio in questa chiave vanno lette tutte le attività laboratoriali o digitali che sono state inserite sia nei corsi di laurea che nei Master per dare la capacità di fare demand.

La dott.ssa **Cominelli, COO, Marketing and Operations Director, Microsoft** ritiene che una capacità importante sia quella dello story telling che a volte manca nei neolaureati.

La capacità di story telling significa capacità di elaborare il proprio pensiero in modo logico e di saperlo comunicare in modo efficace. E’ per questo che rappresenta un tassello fondamentale nelle dinamiche interattive di gruppo ed è sulla fondazione di un processo interattivo che ci si abitua a lavorare in team diverse e internazionali.

D’altra parte, è importante fornire agli studenti dei role model da cui consegue anche la capacità di creare contenuti da applicare ai modelli di business.

Nei programmi Luiss si nota la presenza del tema ESG e questo sicuramente è un aspetto importante.

Bisogna avere sempre presente che, se da un lato va fornita la cassetta degli attrezzi tecnologici, se è vero che devono conoscere Python e le nuove tecnologie, d’altra parte questo non basta: devono capire cosa fare degli strumenti tecnologici; devono saper utilizzare gli strumenti di economics per analizzare, per esempio, la customer experience; devono, in sostanza, servirsi dei dati per creare valore. Questo vale anche per aspetti di finance e contabilità su cui sarebbe ottimo avere delle idee innovative.

La dott.ssa **Luppi, Senior Vice President and Managing Director, MSD** concorda nel ritenere che, al di là delle competenze tecniche specifiche, ci siano altri ingredienti ugualmente importanti in un percorso di formazione.

Della propria esperienza personale, soprattutto durante gli studi universitari, ha il ricordo nitido di come fosse importante trovare docenti che dessero non solo una preparazione solida ma che allenassero, negli studenti, il pensiero critico.

Il dott. Vitale interviene per evidenziare come LBS si sia già mossa in questa direzione, soprattutto con riferimento al pensiero critico: è stato creato un laboratorio con specialisti di intelligence, durante il quale vengono presentati fatti storici e si chiede ai discenti di ipotizzare futuri alternativi secondo la tecnica del “What if?”. Il pensiero critico si basa sulla storia e i nuovi millennial non conoscono la storia.

La dott.ssa Luppi, concorda quindi con tutti gli interventi precedenti: l’importanza della metodologia “agile”; la capacità di analizzare il dato ma di capire anche a cosa serve il dato; lo story telling inteso come capacità di saper traferire il purpose, perché quello che si vende non è la realtà in sé ma la percezione della realtà e nella trasmissione del purpose si innesta anche il social media e la capacità di gestirlo.

In merito alla trasformazione digitale non basta avere il Chief innovation officer, tutti i componenti delle aziende devono essere travolti dalla trasformazione, indipendentemente dal ruolo che hanno in azienda. Le aziende sono divenute un organismo complesso, lo stesso vale per la realtà che viviamo che ci immette in un sistema matrice intricato dove la connessione con gli altri ed il modo che noi abbiamo di rapportarci è di primaria importanza. Nelle aziende la vera differenza la fanno i comportamenti ed è per questo che si deve privilegiare un approccio umanistico nella gestione dei dipendenti in cui la visione top-down si interseca a quella bottom-up.

Il dott. **Matassino, Direttore Generale, RAI** ricollegandosi a quanto affermato dal dott. Ciorra, pensa sia necessario, prima di tutto, capire quali siano le caratteristiche che i nostri laureati dovrebbero avere per competere a livello internazionale.

Durante i primi anni di lavoro il neolaureato parte con il solo bagaglio che l'università gli lascia. Prima di tutti, quindi, occorre capire che tipo di bagaglio culturale abbiamo per poi immaginarci in un contesto globale.

Gli obiettivi ambiziosi cui faceva riferimento il dott. Ciorra sono troppo lontani dalla nostra cultura e sono difficilmente raggiungibili a meno di non intervenire in modo decisivo sulla nostra capacità di interpretare i comportamenti diversi dai nostri.

Se è vero che i nostri laureati sono eccellenti, perché hanno un'ottima formazione di base ed una buona cultura generale, è anche vero che gli italiani, inseriti in un contesto globale, si sentono poco apprezzati perché non hanno gli strumenti per interagire con culture e atteggiamenti del tutto lontani dai propri.

A titolo esemplificativo: un italiano durante i meeting mette in discussione le posizioni degli altri, cerca il contrasto per poi arrivare ad una soluzione soddisfacente. L'anglosassone, invece, non esterna mai un dissenso ed ha un atteggiamento più esecutivo, non sempre finalizzato alla soluzione migliore in assoluto. L'italiano tende a leggere la mancanza di contrasto come un'approvazione sebbene non sempre sia così.

Per questo è fondamentale introdurre nei nostri studenti la capacità di ascolto e l'analisi di culture e approcci diversi. A tal fine testimonianze in aula o internship in strutture completamente lontane dal loro percorso potrebbero risultare utili a far comprendere altri ambienti, altre logiche ed altri comportamenti. Come ultimo suggerimento, inoltre, si sottolinea l'importanza, che può sembrare banale e scontata ma non lo è, di saper usare excel e power point perché nelle aziende sono strumenti di lavoro fondamentali.

La dott.ssa **Morandini, Executive Vice President & Equity Partner, Impact Hub** porta l'esperienza della media impresa italiana.

E' vero che non siamo abituati a saper leggere i comportamenti ma ciò che ci può allargare la visione è l'esperienza diretta all'estero. Delle tante cose fatte ciò che più ha contribuito alla sua crescita personale ed al modo di lavorare sono stati: un corso di corso di critical thinking, in cui si prendeva un quotidiano e si commentava; un corso di dinamicas de grupos; un corso di team working in cui si era in 4 ma con un unico voto finale riferito al gruppo.

Il professore non insegnava, era una gestione ad anfiteatro in cui il ruolo attivo era quello dei discenti.



Nel mondo delle startup e della sostenibilità è fondamentale il purpose, conoscerlo e saperlo raccontare. I nostri medici ed ingegneri sono formidabili ma non sono loro a parlare con le aziende, occorrono sempre figure intermedie che sappiano comunicare con gli imprenditori.

Fare lo “startuppero” è un mestiere, è il simbolo dell’imprenditorialità ma non è essere imprenditore. Va insegnato ed inserito in offerta e non a livello di laboratorio.

Accanto a questo merita anche attenzione il tema del venture capital che non è compreso appieno, così come l’innovability che è una funzione aziendale presente in poche aziende.

Il lavoro in remoto “agile” è un problema dei capi perchè non hanno contezza del lavoro dei propri dipendenti, ed è quindi su di loro che bisogna agire.

Il dott. **Palmisani, Managing Director and Partner, Boston Consulting Group** ricollegandosi anche all’ultimo intervento, concorda sul fatto che temi fondamentali siano le tecnologie, le soft skills, il rischio. Le tematiche innovative sono connesse alla figura del data scientist e quindi è importante dare molti analytics e rigore quantitativo; l’analisi dei dati ed il coding devono essere presenti in offerta, almeno come opportunità ulteriore.

Altrettanto importante è insegnare ai ragazzi come si scrive una cover letter, un cv, come si affronta un colloquio di lavoro ed anche ad essere umili.

Al di là dei corsi verticali, bisogna privilegiare l’interdisciplinarietà e l’experencial learning. Vi sono atenei che creano consulting club che poi si interfacciano con le aziende.

Allo stesso modo può essere un’idea buona ricorrere all’organizzazione di bootcamp: corsi intensivi di 6 - 8 settimane dove si fa sia la parte teorica che pratica su tematiche di particolare interesse.

Il dott. **Siracusa, Chief Operations Officer, TIM**, conviene sull’importanza dello strumento informatico, del digitale e dell’innovazione, tutti fattori da cui non si può prescindere ma è ancora più importante porsi le domande.

È chiaro che le conoscenze sono fondamentali ed è evidente che sia importante conoscere l’inglese se si vuole operare in un contesto internazionale, ma tra qualche anno, probabilmente, nei consessi globali si farà uso di traduttori automatici, cosa che peraltro è già utilizzata con i cinesi.

Questo significa che agli studenti bisogna insegnare a porsi delle domande, cioè ad affrontare con pensiero critico le situazioni.

In Italia siamo ancora molto ancorati all’idea della laurea intesa come certificato, il “pezzo di carta” che rappresenta la proiezione delle frustrazioni dei padri sui figli. Come già detto da qualche collega, sembra più importante dimostrare alla propria famiglia che si è ottenuto un titolo piuttosto che trovare lavoro.

Il vero valore aggiunto dell’università è quello di insegnare agli studenti la psicologia del rischio, come si gestisce il proprio balance sheet: offrire loro la capacità di calcolare quelli che sono gli attivi ed i passivi nella propria esperienza personale -che include quindi anche la vita familiare e le attività non lavorative- analizzare i rischi, decidere se correrne sapendo che gli attività ed i passivi nel corso del tempo sono destinati a modificarsi ed, infine, calcolare il proprio cash flow.

Alle ore 12.00 la riunione è tolta.