

Harvard Business Review



ITALIA



GIUGNO 2016

SPECIALE

I segreti di un lavoro
di squadra ben fatto

Autori vari

GRANDI IDEE

M&A: cosa non
dovete sbagliare

Roger L. Martin

SELF MANAGEMENT

Preparatevi alla pensione
di prossima generazione

Heather C. Vough, Christine D. Bataille,
Leisa Sargent e Mary Dean Lee



**COME GESTIRE
UN ORARIO
DI LAVORO
TROPPO INTENSO**

Strategi**qs** EDIZIONI



€ 13,50

**La cultura che impone di essere
“sempre disponibili” crea problemi.
Imparate ad affrontarli. PAG. 60**

Rapporto speciale
2016



La formazione manageriale in Italia nel 2016

A CURA DI ROSAMARIA SARNO

FORMAZIONE MANAGERIALE

alla definizione e al rispetto delle tempistiche di intervento. A questo si affianca un'attenzione sempre molto elevata al contenimento dei costi.

Infine, anche se "digitalizzazione" è un termine abusato, è prematuro parlare di soluzioni formative per l'adozione di nuove tecnologie digitali in azienda, in vista dell'affermarsi del paradigma di Industry 4.0. La digitalizzazione dell'industria, infatti, oltre ad avere una portata molto ampia, ne tocca tutte le aree, di cui occorrerà valutare attentamente nel tempo, e a seconda degli sviluppi del fenomeno, le esigenze. In termini generali, nell'adeguare lo sviluppo di nuovi prodotti industriali all'affermarsi dell'internet degli oggetti e dei servizi, uno dei primi gap da colmare sarà la formazione di figure preposte alla gestione dell'enorme mole di dati generati dai processi produttivi digitalizzati.

Un'aula "nuova" dove trasferire strumenti da utilizzare subito in azienda

di Nicola Dario, general manager inFinance

Sia le aziende, di ogni dimensione e settore, sia le persone, dai manager agli imprenditori, hanno oggi una maggiore consapevolezza dell'importanza di



presidiare, a vari livelli, l'area "Finance" per un efficace sviluppo della carriera e del business. Le aziende, oltre a investire in misura maggiore nello sviluppo e nell'aggiornamento delle competenze tecniche delle risorse impegnate nell'area "Finance", cominciano a investire anche sulle risorse "non Finance" con l'obiettivo

di trasferire loro conoscenze finanziarie di base e renderle, quindi, consapevoli degli impatti economico-finanziari delle proprie decisioni. E quando non sono le aziende a investire, sono i singoli manager a sollecitare l'acquisizione di conoscenze aggiornate e/o a investire direttamente per ottenerle.

La domanda di formazione è diventata, inoltre, molto

più esigente e reclama esperienze formative pragmatiche, in grado di trasferire logiche e strumenti immediatamente utilizzabili in azienda. In quest'ambito, l'efficacia delle metodologie didattiche cambia a seconda della tematica e degli obiettivi. Per gli aspetti nozionistici ed esercitativi, il digital learning sembra essere più che adeguato, mentre per sviluppare gli aspetti esperienziali l'aula risulta ancora la scelta migliore. Tuttavia, si tratta di aula "nuova" ove l'applicazione operativa delle nozioni diviene strumento di apprendimento.

Questo nuovo approccio alla formazione migliora entrambi gli attori coinvolti: i fruitori, perché acquisiscono maggiori e migliori competenze, le società di formazione, perché per essere all'altezza della domanda devono approntare metodi formativi sempre più efficaci e dotarsi di faculty altamente qualificate.

inFinance si è strutturata per rispondere a questa nuova configurazione del settore e per seguirne in modo proattivo le dinamiche evolutive. La società è attiva esclusivamente nell'area AFC - Amministrazione, Finanza e Controllo e ha sviluppato un approccio didattico fondato su due concetti chiave: *no frills*, vengono trasferite solo le nozioni realmente utili, senza indugiare su concetti teorici; *go to the point*, il concetto viene subito analizzato e reso operativo, chiarendone gli utilizzi nella vita professionale di ogni giorno. Inoltre, vengono proposti costantemente spunti di approfondimento e di confronto con articoli, paper e video condivisi liberamente attraverso il suo sito web e i canali social nei quali è attiva.

L'offerta di inFinance è rivolta sia al mercato, con corsi, master e workshop, sia alle aziende e alle banche, con percorsi progettati sulla base delle specifiche esigenze.

Temi classici affrontati in chiave innovativa

di Maria Cristina Galgano, amministratore delegato Gruppo Galgano

Le aziende oggi si trovano ad affrontare un mercato sempre più complesso e ciò impone loro di adottare strutture organizzative estremamente