

ISTITUTI

**SANDRO CASTALDO**

Direttore Area Marketing
SDA BOCCONI

Nato nel 1965 e laureato in Economia Aziendale alla Bocconi. Direttore dell'Area Marketing della Scuola di Direzione Aziendale della Bocconi dove insegna Marketing, Retailing e Trade Marketing & Channel Management. Principali pubblicazioni: Le relazioni distributive. La dimensione collaborativa nei rapporti industria-distribuzione, Egea. Le promozioni-fedeltà della distribuzione moderna. Un'indagine empirica (coautore Chiara Mauri), Egea. Il potenziale competitivo della fedeltà alla marca e all'insegna. Una metodologia di misurazione congiunta (coautore Bruno Busacca), Egea. Lo sviluppo di nuovi prodotti. Teoria e analisi empiriche in una prospettiva cognitiva (coautore Gianmario Verona), Egea. Category management: creare valore per il consumatore, a cura di Sandro Castaldo e Paolo Bertozzi, Mc Graw Hill. Retailing & Innovazione, Egea. Fiducia e relazioni di mercato, Il Mulino. Il loyalty management nella distribuzione moderna (coautore Chiara Mauri), Egea.

SDA Bocconi
School of Management

**L'INNOVAZIONE NELLA FORMAZIONE
MANAGERIALE**

Oggi, i corsi di marketing e comunicazione sono presenti nei piani di studio di numerose università e addirittura in alcuni programmi delle Scuole tecniche superiori. Alle Scuole di formazione viene richiesto di fare un deciso salto di qualità, proponendo una formazione più avanzata sia nei contenuti sia nei processi di erogazione. Dobbiamo quindi sperimentare continuamente nuove forme di erogazione dei contenuti (ad esempio il distance learning) e nuovi modelli manageriali. Per fronteggiare una domanda sempre più evoluta bisogna innovare i prodotti e gli approcci relazionali con le imprese e i singoli discenti. Questo vuol dire investire senza alcun timore nella ricerca empirica e nella ricerca di base. Per questo motivo in Sda Bocconi abbiamo avviato un Centro di Ricerca di standing internazionale e alcuni osservatori sui temi del Marketing e del Retailing. L'innovazione però non si limita ai contenuti, ma si estende anche ai formati e alle modalità relazionali che si instaurano fra Scuola e Impresa, fra discenti e docenti. Le imprese richiedono sempre più di coniugare l'attività di formazione con la normale attività di lavoro, inoltre richiedono contenuti e modelli facilmente actionable. Per rispondere a tale esigenza si sviluppano le iniziative di formazione custom, che prevedono la realizzazione di progetti di formazione e ricerca mirati sulle esigenze della singola impresa e i programmi part time. L'innovazione si spinge anche ai modelli didattici che propongono sempre più forme di active learning fondate su casi, business game, simulazioni, role playing che prevedono un ruolo attivo dei discenti, in modo da passare rapidamente dai

modelli alla pratica e di assecondare e rendere più efficace il processo di apprendimento individuale. Talvolta, soprattutto con le aule caratterizzate da una maggiore seniority, i contenuti vengono co-generati con il docente. In questo caso i discenti costituiscono i veri protagonisti del processo di formazione con un'attenta regia del docente. Recentemente l'Area Marketing della Sda Bocconi ha lanciato il programma di formazione "The Marketing in You" in joint con Esade (Barcellona) e Emory University (Atlanta). L'iniziativa è destinata a senior manager delle funzioni commerciali che producono e analizzano criticamente una serie di insight su tutti i principali problemi che essi si trovano a fronteggiare. Da qualche anno è attiva presso la Sda Bocconi la Marketing Community, che permette a tutti i partecipanti dei corsi offerti dall'Area Marketing di interagire nel corso di forum on line, seminari dal vivo con testimoni aziendali e professori di levatura internazionale. Inoltre nel gennaio 2008 è stato lanciato dai docenti dell'Area Marketing la seconda edizione dell'Executive Master in Marketing and Sales in joint con Esade (Spagna) e in collaborazione con Cornell University (Usa). Questo master prevede sette moduli di formazione face to face nel corso di quattordici mesi. Pertanto è possibile seguire il master, continuando la propria attività lavorativa. Ad ogni modulo di formazione face to face seguono due mesi di formazione in distance. Il corso è erogato in inglese e si rivolge a manager con significativa esperienza nell'ambito della funzione commerciale. Queste sono le sfide che in Sda Bocconi amiamo perseguire.

OPINION LEADER

