

Executive Master in Social Entrepreneurship

Master di Primo Livello dell'Università Cattolica del Sacro Cuore



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Il MHUSE è stato promosso in collaborazione con:

Main Partner	 FONDAZIONE IBM ITALIA		
Partner	 UBI Banca Fare banca per bene.		
Main Media Partner	 GRUPPO 24 ORE		
Media Partner			
<i>Con il patrocinio non oneroso del Comune di Milano</i>	 <table><tr><td>Milano</td><td>Comune di Milano</td></tr></table>	Milano	Comune di Milano
Milano	Comune di Milano		

Sono in via di definizione accordi con altri soggetti e organizzazioni



INDICE

4	Punti di forza
6	Il concept di MHUSE
7	L'Executive Master in Social Entrepreneurship
8	Obiettivi formativi Destinatari
9	Struttura
10	Insegnamenti
14	Calendario
16	Progetto sul campo
17	Moduli e competenze
18	Direzione del Master
19	Faculty
20	Diploma Esami Incontri con gli esperti
21	Informazioni per l'iscrizione
22	Quote di partecipazione La sede Master in sintesi Coordinamento didattico
23	Testimonianze dei partecipanti
28	Allegati

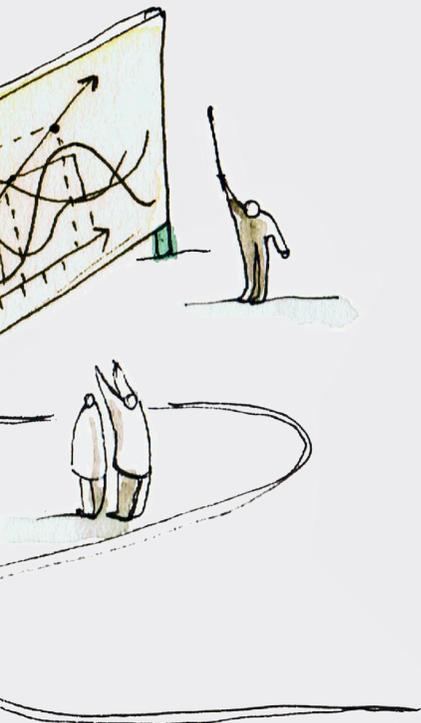
Profilo di Altis

Profilo di Human Foundation

Punti di forza

- 1. Contenuti innovativi e grande concretezza.** Il Master affronta i principali temi dello sviluppo, gestione e cambiamento delle imprese sociali, privilegiando esperienze innovative e problematiche reali della vita delle organizzazioni, anche attraverso il confronto con best practices in Italia e all'estero. Il Master prevede la realizzazione di un project work per lo sviluppo della propria impresa sociale realizzato con il supporto di un tutor aziendale.
- 2. Confronto con altri imprenditori del settore.** Il Master costituisce una grande occasione per incontrare imprenditori del mondo profit e non profit, nonché per sviluppare idee di impresa e progetti sociali innovativi sia a livello nazionale che internazionale.
- 3. Massima flessibilità e compatibilità con l'impegno lavorativo.** Formula integrata "3 giornate d'aula per ogni modulo + formazione a distanza su piattaforma web dedicata".





- 4. Docenza di alto profilo.** La docenza è affidata a professori universitari, professionisti e testimoni aziendali con grande esperienza di imprese sociali.
- 5. Momenti di dialogo con personalità del settore.** Nei periodi delle lezioni in presenza sono organizzati momenti culturali e di approfondimento con personalità di alto profilo del mondo istituzionale e dell'impresa profit e non profit, anche di rilievo internazionale.
- 6. Networking e sbocchi professionali.** I partecipanti hanno la possibilità di beneficiare di una rilevante rete di imprese e professionisti, oltre a creare relazioni con i propri colleghi e con i docenti del Master, utile anche ai fini di un eventuale inserimento lavorativo nel mondo dell'impresa sociale.

Il concept di MHUSE

Il MHUSE (Masters Human for Social Entrepreneurship) intende rispondere al fabbisogno di rinnovamento e di sviluppo delle imprese sociali italiane, incrementando la carica innovativa e la professionalità dei loro manager, con particolare riferimento ai giovani destinati ad assumere ruoli guida nel prossimo futuro.

MHUSE è un punto di aggregazione, di formazione di condivisione delle esperienze e di rafforzamento dell'imprenditorialità sociale. Uno degli obiettivi che MHUSE persegue è la creazione di una rete con le istituzioni e le Università italiane e straniere che hanno già creato dipartimenti di imprenditoria sociale e di Corporate Social Responsibility (CSR). Qui vogliamo ringraziare in primis L'Università Cattolica del Sacro Cuore, la LUISS, il Politecnico di Milano, il Dipartimento di Management de La Sapienza-Roma¹, che ci hanno permesso di iniziare il MHUSE.

Gli allievi del MHUSE apprenderanno tecniche e acquisiranno competenze per gestire il mondo delle imprese sociali, anche attraverso l'uso di strumenti e metodologie innovative, quali ad esempio, il social impact investment, i social bonds e le metriche legate al valore sociale dell'attività imprenditoriale.

MHUSE rappresenta un punto di raccordo per partner industriali e finanziari che vorranno contribuire allo sviluppo del sistema di imprenditoria sociale del nostro paese e collaborerà con le Cooperative sociali già operanti sul territorio italiano; una realtà estremamente ricca e significativa che potrà essere uno dei naturali mercati di sbocco professionale per gli allievi.

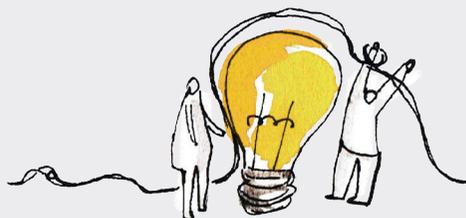
MHUSE, lungo gli anni, svilupperà diversi progetti formativi che di volta in volta avranno come leader una delle Università che hanno sposato questa iniziativa. Nelle pagine successive viene illustrata la seconda edizione di EMSE, Executive Master in Social Entrepreneurship.

L'Executive Master in Social Entrepreneurship

L'Executive Master in Social Entrepreneurship (EMSE) è un Master universitario di 1° livello, organizzato in collaborazione con Human Foundation. La seconda edizione di EMSE è realizzata dall'Alta Scuola Impresa e Società ALTIS dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Parteciperanno anche docenti di Digital Accademia, dell'Istituto Europeo del Design (IED) e di Human Foundation.

Il Master s'inserisce nell'ambito di un settore sempre più rilevante dell'economia e della società italiana e offre agli studenti la possibilità di confrontarsi e conoscere un ampio network d'impresе sociali e professionisti del settore.

L'Executive Master in Social Entrepreneurship vuole rispondere al fabbisogno di competenze di tutti coloro che operano in imprese sociali italiane (cooperative sociali, fondazioni, associazioni, ONG, ONLUS, imprese sociali, imprese profit a forte orientamento sociale e ambientale, ecc., operanti in qualsiasi ambito di attività – es. sanità, assistenza, solidarietà sociale, educazione, cooperazione allo sviluppo, cultura, inserimento soggetti svantaggiati, ambiente, ecc.) o intendono avviare percorsi di start-up o riorganizzazione di imprese sociali.



Obiettivi formativi - Il Master sviluppa competenze per:

- progettare e realizzare strategie di innovazione, sviluppo e rinnovamento delle imprese sociali;
- analizzare e migliorare le condizioni di sostenibilità economica dell'impresa sociale;
- potenziare l'efficienza e l'efficacia degli strumenti di gestione, controllo e dei processi produttivi;
- selezionare e utilizzare le fonti di finanziamento e gli strumenti finanziari tradizionali e innovativi (es. social venture funds, social impact bonds, crowd-funding, crowd-lending, venture philanthropy) più idonei a sostenere la crescita delle imprese sociali;
- sviluppare il capitale umano e la leadership del board e del management;
- migliorare la valutazione dell'impatto sociale delle attività svolte.



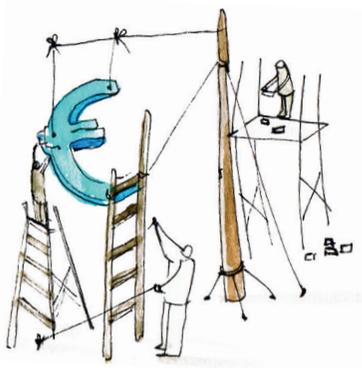
Destinatari - Il Master si rivolge a:

- Imprenditori, manager e professionisti dotati di alto potenziale già operanti in imprese profit e non profit destinati ad assumere in futuro un ruolo rilevante all'interno delle imprese sociali;
- giovani ad alto potenziale da formare in vista di successivi passaggi generazionali;
- Imprenditori e manager d'impresa profit che intendono sviluppare rilevanti iniziative di CSR in collaborazione con imprese sociali;
- Professionisti e consulenti d'impresa sociali.

L'accesso è riservato a laureati, sia triennali sia magistrali, provenienti da qualsiasi facoltà. Possono essere ammessi anche candidati non laureati, qualora abbiano maturato qualificanti esperienze professionali. I non laureati saranno ammessi alla sola frequenza dei corsi, senza rilascio del titolo finale. Non sono previsti limiti di età.

Struttura

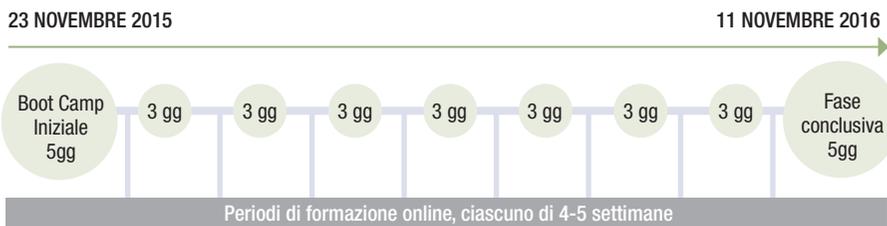
Lo svolgimento del programma è previsto nell'arco di 12 mesi, da novembre 2015 a novembre 2016.



Il Master è strutturato in:

1. Boot Camp Iniziale (5 gg. di aula, dal lunedì al venerdì, con 8 ore a giornata)
2. 7 “week-end” di 3 giorni ciascuno (giovedì, venerdì e sabato) dedicati a lezioni e a incontri da svolgersi ogni 4-5 settimane, integrati da formazione a distanza su piattaforma web dedicata;
3. Fase Conclusiva (stesura del progetto sul campo, presentazione e discussione del lavoro sul campo e cerimonia di conferimento del titolo)

tav. 1 - LA STRUTTURA DEL PROGRAMMA NELL'ARCO DI 12 MESI



La formazione a distanza (FAD) avviene tramite l'ausilio di una piattaforma LMS (Learning Management System) attraverso cui è possibile usufruire di un percorso di unità didattiche articolate in:

- video-lezioni;
- materiali didattici (le slide delle lezioni, letture, case history, ecc.);
- esercitazioni e assignment scadenziati;
- grade book.

Inoltre, la piattaforma consente di interagire con i colleghi e con i docenti attraverso forum e spazi creati appositamente per svolgere lavori di gruppo, per scambiarsi idee e suggerimenti soprattutto sui problemi emersi dal confronto con la realtà della propria impresa.

Insegnamenti

Il programma prevede una giornata introduttiva e nove aree di approfondimento (moduli):

1. Management delle organizzazioni non profit, strategia e competitività

Il corso intende presentare le principali problematiche e sfide di management delle organizzazioni non profit e imprese sociali, i principali aspetti della strategia e del funzionamento di tali organizzazioni.

Il modulo fa continuo riferimento a problemi reali delle organizzazioni, ricorrendo anche a testimoni e casi aziendali.

I partecipanti acquisiranno competenze di base circa le principali



problematiche e sfide di management delle imprese sociali e in tema di analisi della strategia e di business plan.

2. Metodologie di misurazione d'impatto per la pianificazione strategica

Il percorso intende esplorare i diversi approcci metodologici per la misurazione dell'impatto delle imprese sociali. La dimensione di analisi degli strumenti (es. teoria del cambiamento, SROI, tripple bottom line) verrà affiancata da workshop, case study e simulazioni.

L'approccio formativo del modulo si impernia, dunque, sull'interrelazione tra la dimensione della conoscenza e quella della pratica, al fine di fornire ai partecipanti strumenti immediatamente operativi.

Gli studenti saranno in grado di disegnare ed applicare indicatori d'impatto, adattandoli alle realtà specifiche di riferimento.

Particolare attenzione verrà dedicata alla relazione tra gli approcci alla misurazione d'impatto e la strategia dell'organizzazione, al fine di migliorarne efficienza ed efficacia.

3. Governance, normativa e tassazione

Il corso affronta le principali problematiche relative alla governance, al controllo (interno ed esterno) alla normativa italiana (comune e specifica) delle imprese sociali e alla tassazione di tali organizzazioni.

In particolare, il modulo dopo aver introdotto le principali problematiche normative delle associazioni, delle fondazioni, delle cooperative sociali e delle altre tipologie giuridiche di organizzazioni non profit e delle imprese sociali, approfondisce il tema della tassazione di tali soggetti, della normativa del lavoro, del fallimento e illustra le principali specificità normative relative alle principali attività svolte in Italia (attività sanitaria, assistenziale e scolastica).

4. Amministrazione, bilancio e sostenibilità economica

Il corso intende presentare le principali problematiche relative alla costruzione e all'analisi del bilancio di esercizio degli enti non profit e delle imprese sociali facendo continuo riferimento a problemi reali e casi aziendali. Grande spazio sarà riservato al tema dell'analisi del grado di sostenibilità economica attuale e prospettica delle organizzazioni.

5. Leadership e gestione delle risorse umane

Obiettivo del modulo è valutare come nelle imprese sociali la gestione delle risorse umane possa rappresentare un vantaggio competitivo significativo.

Particolare attenzione è dedicata ai sistemi di gestione del personale adottabili, alle dinamiche di ricerca, selezione, formazione e sviluppo del personale, ai meccanismi di leadership e operativi negli enti non profit e nelle imprese sociali di diverse dimensioni.

6. La finanza per l'impresa sociale

Il corso offre strumenti e approcci funzionali a una corretta e completa pianificazione finanziaria relativa a progetti di investimento e di gestione di imprese sociali e approfondisce gli strumenti coerenti con le esigenze di copertura finanziaria dei progetti. Il corso tratta i seguenti contenuti: pianificazione dei risultati economico-finanziari, budget di cassa, determinazione qualitativa e quantitativa del fabbisogno finanziario, strumenti di debito (es. social bond, debito bancario), strumenti di equity (es. social venture capital), ruolo delle istituzioni e fondazioni, ruolo del web (es. crowdfunding).

7. La gestione dei progetti (project management per l'impresa sociale)

Il corso offre strumenti per l'empowerment e la gestione dei progetti, approfondendo in particolare la logica e i principali strumenti di project management applicabili alle imprese sociali, sia di piccole sia di grandi dimensioni. Il corso affronta i seguenti temi: strategia, organizzazione, comunicazione, e marketing dei progetti, valutazione e potenziamento dei progetti. Il corso presenta analisi di casi e durante lo stesso si farà utilizzo di strumenti software per la gestione dei progetti.

8. Digital marketing e social media

Il modulo di Digital Marketing e Social Media ha come scopo quello di trasmettere le principali competenze per avviare in modo consapevole una strategia di comunicazione e posizionamento on-line delle imprese sociali. I partecipanti acquisiscono le competenze di base che servono per posizionare la propria azienda e il proprio marchio on line e per costruire un progetto di marketing integrato e sperimentano le opportunità che la rete e i Social Network offrono.

9. Design per l'innovazione e l'impresa sociale

Il modulo introduce i partecipanti all'uso di metodi e strumenti di design dei servizi e design strategico per la progettazione di attività e modelli di servizio innovativi ad impatto sociale. Attraverso l'analisi e la sperimentazione sul campo di processi collaborativi che utilizzano tecniche di co-design e design thinking, i partecipanti sono guidati in un processo creativo finalizzato a produrre idee di soluzioni per problematiche emergenti e socialmente rilevanti. Il modulo sarà svolto attraverso interazioni on-line e off-line, utilizzando in modo interattivo la piattaforma di formazione on line messa a disposizione dal master.

Calendario

novembre 2015							dicembre 2015							gennaio 2016						
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D
						1	30	1	2	3	4	5	6	28	29	30	31	1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
23	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	29	30	31
30																				

maggio 2016							giugno 2016							luglio 2016						
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D
25	26	27	28	29	30	1	30	31	1	2	3	4	5	27	28	29	30	1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	1	2	3	25	26	27	28	29	30	31
30	31	1	2	3	4	5														

L'imprenditoria sociale come nuovo modello di sviluppo

- Management delle organizzazioni non profit, strategia e competitività
- Metodologie di misurazione d'impatto per la pianificazione strategica
- Governance, normativa e tassazione
- Amministrazione, bilancio e sostenibilità economica
- Leadership e gestione delle risorse umane
- La finanza per l'impresa sociale
- La gestione dei progetti
- Digital marketing e social media
- Design per l'innovazione e l'impresa sociale

febbraio 2016

L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	1	2	3	4	5	6

marzo 2016

L	M	M	G	V	S	D
29	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

aprile 2016

L	M	M	G	V	S	D
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1

settembre 2016

L	M	M	G	V	S	D
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2

ottobre 2016

L	M	M	G	V	S	D
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

novembre 2016

L	M	M	G	V	S	D
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4

- Finalizzazione project work
- Discussioni project work

Dicembre 2016 - consegna diplomi

Le giornate in aula sono evidenziate con bordo spesso



Progetto sul campo

Uno degli elementi caratterizzanti il Master è l'implementazione di un progetto in una o più aree rilevanti per l'impresa e il suo sviluppo, realizzato con il supporto di un esperto. I progetti riguarderanno innovazioni da introdurre nell'impresa e saranno realizzati singolarmente, ma potranno essere svolti in gruppo, qualora più persone provengano dalla stessa impresa.



Moduli e competenze

Giornata introduttiva: 23 novembre 2015

L'imprenditoria sociale come nuovo modello di sviluppo (Giovanna Melandri – presidente Human Foundation) .

	Moduli	Docente	Università/Ente
1.	Management delle organizzazioni non profit, strategia e competitività	Prof. Mario Molteni	ALTIS Università Cattolica
2.	Metodologie di misurazione d'impatto per la pianificazione strategica	Dott. Federico Mento	Fondazione Human
3.	Governance, normativa e tassazione	Prof. Andrea Perrone	ALTIS Università Cattolica
4.	Amministrazione, bilancio e sostenibilità economica	Prof. Marco Grumo	ALTIS Università Cattolica
5.	Leadership e gestione delle risorse umane	Dott. Alberto Busnelli	ALTIS Università Cattolica
6.	La finanza per l'impresa sociale	Prof. Carlo Bellavite Pellegrini	ALTIS Università Cattolica
7.	La gestione dei progetti (project management per l'impresa sociale)	Ing. Barbara Bertolaccini	ALTIS Università Cattolica
8.	Digital marketing e social media	Dott. Thomas Barazza	Digital Accademia
9.	Design per l'innovazione e l'impresa sociale	Prof. Massimo Randone	IED, Istituto Europeo di Design

Direzione del Master

Il Comitato Direttivo

Giovanna Melandri *Presidente Human Foundation*

Stefano Longhini *COO Human Foundation (leader del Comitato Direttivo)*

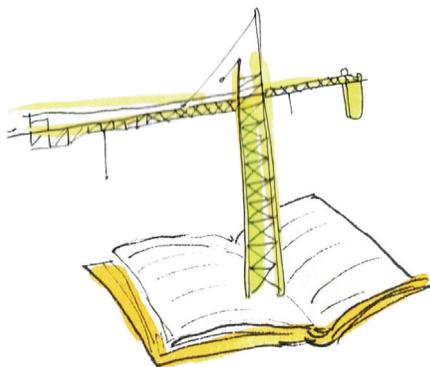
Mario Molteni *ALTIS Università Cattolica*

Il Comitato Scientifico

Roberto Galimberti *Vicepresidente
Human Foundation*

Marco Grumo *ALTIS Università
Cattolica*

Mario Molteni *ALTIS Università
Cattolica (leader del Comitato
Scientifico)*



Il Management del Master

Il Master sarà diretto dal prof. Mario Molteni dell'Università Cattolica.

Il responsabile amministrativo sarà il dott. Richard Arsan dell'Università Cattolica.

Faculty

Carlo Bellavite Pellegrini

Professore Associato di Finanza Aziendale
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Barbara Bertolaccini

Presidente Opera san Benedetto Onlus
Docente di Project Management
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Alberto Busnelli

HR director BASF Italia
Docente HR delle organizzazioni non profit
di ALTIS

Marco Chiesara

Avvocato specializzato per non profit,
labour law
Presidente WeWorld Onlus, Partner CREA
Avvocati Associati
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Marco Grumo

Direttore Divisione Enti Non Profit di ALTIS
Coordinatore Scientifico e didattico del
Master EMSE
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Federico Mento

Chief Strategy Officer Human Foundation
Docente a contratto di Antropologia

Mario Molteni

Fondatore e direttore di ALTIS
Professore ordinario di Economia aziendale
Direzione Scientifica del Master EMSE
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Andrea Perrone

Professore ordinario di Diritto commerciale
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

Massimo Randone

Coordinatore master internazionale in
Design for Social Business
Istituto Europeo di Design
Fondatore SosDesign, partner Huovo

Cristina Vaccario

Avvocato specializzato per non profit BCL
Partners
Docente Formazione permanente
Università Cattolica del Sacro Cuore Milano

La faculty può subire eventuali variazioni a seguito di particolari esigenze dell'aula.

Diploma

Il Master EMSE si configura accademicamente come un “Master Universitario di primo livello”. Ai sensi del DM 270/04 il titolo accademico viene rilasciato dall’Università Cattolica al termine del Master, previo superamento di tutte le prove di esame.

Esami

Trattandosi di un Master Universitario, i partecipanti devono prevedere un costante impegno di studio e di applicazione lungo tutta la durata del corso. Per ogni modulo è necessario completare tutte le esercitazioni previste entro le scadenze definite e sostenere una prova finale di verifica individuale.

Incontri con gli esperti

Il Master offre la possibilità di partecipare agli incontri serali in cui vengono invitati esperti e personalità del settore per un confronto con la loro esperienza. Tali incontri costituiscono un’importante occasione di condivisione e di crescita. Il contesto informale e gradevole dell’incontro serale favorisce l’interazione dei partecipanti con il testimone e con le altre aziende, offrendo un’importante opportunità di networking e di confronto su problematiche comuni. Nella prima edizione tra gli esperti abbiamo avuto: Giovanna Melandri, Enrico Giovannini, Enzo Manes, Luciano Balbo, Andrea Rapaccini, Guido Cisternino, Marco Santori, Stefano Granata, Jeremy Nicholls, e molti altri.

Informazioni per l'iscrizione

Domanda di ammissione

Per partecipare alle selezioni dell'Executive Master in Social Entrepreneurship occorre predisporre i seguenti documenti:

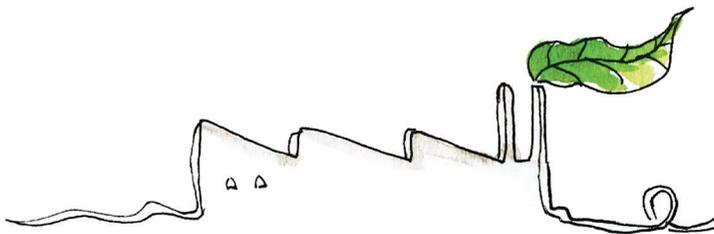
1. Curriculum vitae;
2. Autocertificazione di laurea con l'elenco degli esami sostenuti;
3. Lettera di motivazione (max una pagina A4)
4. Domanda di ammissione

La documentazione sopra menzionata deve essere caricata/compilata sulla piattaforma dedicata: <http://immatricolazioni.unicatt.it/portaleaccesso/>

In seguito a una valutazione dei curricula pervenuti, i candidati ritenuti idonei verranno contattati da ALTIS.

**LA SCADENZA PER LE DOMANDE DI AMMISSIONE
È IL 31 OTTOBRE 2015.**

La priorità dell'iscrizione è determinata sulla base della data di presentazione della domanda di ammissione.



Quote di partecipazione

La quota di partecipazione è di € 7.000 (IVA esente). Per le iscrizioni pervenute entro il 31 luglio 2015 è previsto uno sconto pari a € 500. In previsione contributi allo studio.

La quota di partecipazione del Master deve essere saldata in tre tranches come segue:

prima tranche: € 1.000 alla conferma dell'iscrizione dopo l'ammissione al Master;

seconda tranche: € 3.000 entro il 15 febbraio 2016;

saldo entro il 31 maggio 2016.



La sede

Le giornate di formazione in presenza si svolgono prevalentemente presso una sede milanese dell'Università Cattolica, secondo dettagli forniti durante il Master. Sono previste anche altre sedi sempre in Milano.

Per il pernottamento dei partecipanti che non sono in grado di raggiungere la propria abitazione la sera, possono essere suggeriti hotel convenzionati.

Master in sintesi

- 248 ore (31 giornate) in presenza
- 152 ore di lezioni online
- 12 mesi
- 9 insegnamenti
- 1 progetto sul campo

Coordinamento didattico

ALTIS – Alta Scuola Impresa e Società
Università Cattolica del Sacro Cuore
Via San Vittore, 18 – 20123 Milano
Tel. +39.02.7234 8383, +39.02.7234 8368,
Fax. + 39. 02.7234 8388
Email: mhuse.altis@unicatt.it



Testimonianze dei partecipanti

ELENA ZANELLA

Fundraiser, consulente per la comunicazione e il marketing, formatore, blogger



“ Lavoro da oltre 10 anni nel terzo settore e sono consapevole di come il contesto stia evolvendo velocemente. Senza una formazione continua e di alto livello non è possibile fare la differenza ed aiutare le nostre organizzazioni a fare sempre di più e sempre meglio nel perseguimento degli obiettivi sociali. Ho scelto il Mhuse per questo e l'ho preferito rispetto ad altri per l'innovatività nella formazione e per la contemporaneità degli argomenti trattati. ”

FRANCO MUZIO

Direttore Operation, Oxfam Italia



“ Il Master MHUSE consente di acquisire le conoscenze necessarie per avere una visione complessiva e interpretare i nuovi scenari futuri. Un percorso fondamentale per chi vuole acquisire una mentalità imprenditoriale, avere un impatto sociale con la propria attività, essere un protagonista attivo del cambiamento. Il MHUSE è soprattutto una comunità di persone, manager sociali che credono nel gruppo, espressione di singole individualità con le sue storie e peculiarità, insomma una esperienza da fare!!! ”

MARCO MAGNELLI

Direttore Generale Banco Alimentare, Lombardia



“ Il mio percorso professionale mi ha portato dopo 25 anni da manager “profit” ad approdare, tre anni fa, alla gestione di una realtà no profit. Il MHUSE a questo punto, mi ha consentito di concettualizzare e mettere nuovamente “a fuoco” le peculiarità di questo settore, dagli aspetti economico-finanziari a quelli più strettamente legati al management, alla misura dell’impatto. ”

SARA ROBERTI

Esperta in materia di inserimento lavorativo, Consorzio di Coop. Sociali Mesteri.



“ Il Master mi ha dato la spinta per far fruttare la mia esperienza lavorativa, per convincermi che il miglior investimento e’ investire su me stessa. Il network di relazioni che si è’ creato con i colleghi e’ stato motore fondamentale. Dal punto di vista contenutistico: ha allargato i miei orizzonti conoscitivi sul mondo del no profit. ”

LISA SERNANI

Business Development Consultant



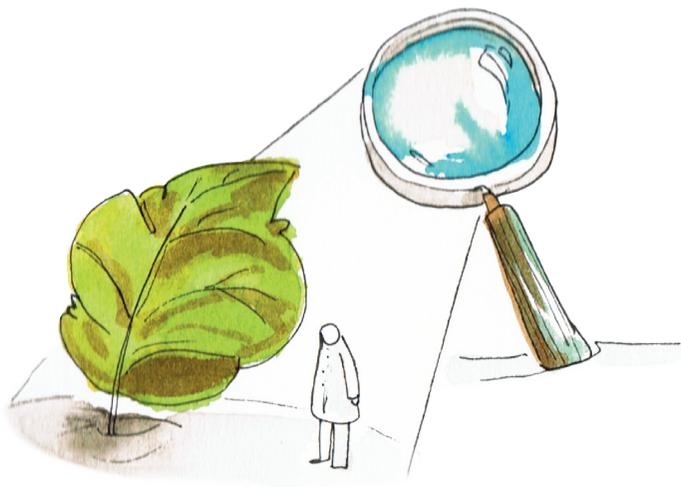
“ lo vengo da una lunga esperienza lavorativa nel mondo profit e mi sono avvicinata al MHUSE perché ho in progetto di costituire una impresa che lavori nel sociale. In questa esperienza di corso ho acquisito competenze, mi è stata trasferita una visione del terzo settore e degli scenari di sviluppo e mi sono stati forniti gli strumenti base per poter intraprendere il mio progetto. La formula executive richiede un impegno costante di studio ma da la possibilità a ciascuno gestirlo e conciliarlo con i ritmi del lavoro e della famiglia. ”

ANTONELLA VITALE

Fondatrice Common Goods - Social Business School e/o Presidente Ass. Civis Onlus



“ Il Master è stato particolarmente utile per aggiornarmi sui nuovi temi delle Imprese Sociali e per consolidare alcuni aspetti dell'iniziativa che sto avviando. Poter applicare al proprio progetto quanto si apprende è di grande efficacia. ”



ALLEGATI

PROFILO DI HUMAN FOUNDATION

Human Foundation è un'organizzazione non profit che promuove la collaborazione tra imprese, pubblica amministrazione, imprese sociali, fondazioni, investitori istituzionali, operatori economici e mondo della finanza per generare e realizzare soluzioni innovative ai problemi sociali. Human Foundation coordina l'Advisory Board italiano della Social Impact Investment Task Force del G8. È tra le organizzazioni promotrici di Social Value Italia, rete nata per promuovere la misurazione dell'impatto sociale nel nostro Paese. Human Foundation fa parte del GIIN, l'organizzazione che riunisce i principali stakeholder dell'impact investing. Human Foundation ha promosso, inoltre, MHUSE: punto di aggregazione, di formazione, di condivisione delle esperienze e di rafforzamento dell'imprenditorialità sociale e altre iniziative per accrescere le competenze degli stakeholders.

Research & Advocacy - Human Foundation promuove il dibattito sui temi dell'innovazione e della finanza sociale. Svolge attività di ricerca su modelli innovativi di funding a sostegno dell'imprenditorialità sociale. Collabora con organizzazioni, nazionali e internazionali, attive nel settore della «social innovation», per favorire la diffusione e lo scambio di buone pratiche. Lavora per sensibilizzare le istituzio-

ni sui temi dell'innovazione, della misurazione dell'impatto e degli investimenti sociali.

Social Impact & Innovation - Human Foundation promuove soluzioni innovative ai problemi sociali. Contribuisce a definire nuove modalità di collaborazione pubblico-privato fra imprese, pubblica amministrazione, imprese sociali, fondazioni, investitori istituzionali, operatori economici, mondo della finanza, Comunità e NGO.

Human Foundation co-progetta nuovi modelli di intervento per migliorare l'efficienza e l'efficacia dei servizi. Applica e sperimenta metodologie per la misurazione dell'impatto sociale. Promuove lo sviluppo di nuovi strumenti finanziari (come i social impact funds ed i social impact bonds).

Capacity-building - Human Foundation accresce le competenze degli stakeholders che operano nel settore sociale. Supporta la crescita di cultura imprenditoriale nella dimensione sociale. Promuove, co-progetta e realizza iniziative di formazione volte a favorire una gestione efficiente ed efficace delle imprese sociali. È tra le organizzazioni promotrici di Social Value Italia, il network che promuove la misurazione dell'impatto sociale nel nostro Paese.

PROFILO DI ALTIS

ALTIS, Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Imprenditorialità e management per lo sviluppo sostenibile: attorno a questa mission, ALTIS promuove in Italia e all'estero lo sviluppo di competenze, progetti e strategie aziendali orientate a coniugare risultati economici e obiettivi socio-ambientali.

Gli accademici e i professionisti dell'Alta Scuola svolgono attività di **ricerca** a livello internazionale e offrono un ampio portafoglio di **percorsi formativi** e di servizi di **consulenza** a imprese, enti non profit e pubblica amministrazione.

ALTIS si pone inoltre come punto di riferimento internazionale per lo sviluppo dell'**impact entrepreneurship** in **Africa, Asia e America Latina**. Mediante il progetto **E4impact**, una rete di Executive MBA realizzati in partnership con università locali, l'Alta Scuola accompagna nuovi imprenditori e mobilita imprese, finanziatori e istituzioni al fine di promuovere nuovi business a forte valenza sociale e ambientale.

www.humanfoundation.it



@HUMANFdn



Seguici anche su facebook

altis.unicatt.it/emse-mhuse

www.unicatt.it/altis

illustrazioni: **Enrica de Natale** - progetto grafico: **www.citrinodesign.com**

