



## PROFESSIONE MANAGER

## 15. STOÀ ISTITUTO DI STUDI PER LA DIREZIONE E GESTIONE DI IMPRESA ERCOLANO NAPOLI (3,14)

Fondata nel 1988 a opera dell'Tri come centro di eccellenza della cultura manageriale, Stoà ha sviluppato nel tempo anche una rete di relazioni con la pa. Ciò ha consentito di ampliare la *mission* della scuola che oggi abbraccia sia il business management sia il public management.

**NOTORIETÀ: 3.**

**QUALITÀ DELLA DOCENZA: 3,48.** Risultato discreto per la business school che per le sue attività si avvale di un corpo di ricercatori e docenti di prestigio e collaudata esperienza e propone inoltre ai suoi allievi testimonianze aziendali. Aziende nazionali e internazionali partecipano infatti alle attività dei master Stoà, illustrando gli iter di carriera, i profili maggiormente richiesti, la politica di gestione, consigli sulle modalità di ricerca, selezione e formazione del personale. Questi incontri costituiscono un momento importante per gli allievi per confrontarsi direttamente con il mondo del lavoro e acquisirne i valori e il linguaggio. Fattore particolarmente rilevante per una scuola del Sud.

**VICINANZA AL MONDO AZIENDALE: 3,05.** Il risultato di questo giudizio, il più basso nel suo parametro, può essere stato condizionato in negativo per il fatto che il pubblico dello Stoà è in gran parte rappresentato da neolaureati. In realtà, però, l'istituto nel corso di questi anni ha stretto un rapporto di collaborazione con alcune delle più importanti aziende italiane: oltre a Telecom Italia, Finmeccanica, Alenia Aeronautica, Enel, Poste Italiane, per le

quali ha progettato e realizzato iniziative formative variamente articolate.

**QUALITÀ DEI PARTECIPANTI: 3,34.** Gli studenti sono in gran parte neolaureati, seppur come affermano alcuni intervistati, ben selezionati. Nell'adesione ai master non mancano però imprenditori desiderosi di approfondire tematiche specifiche e tecnici ad alta potenzialità di sviluppo manageriale.

**INTERNAZIONALITÀ: 2,81.** Il risultato di questo giudizio, anche lui il più basso nella specificità del parametro, è fondamentalmente dovuto al fatto che l'offerta della scuola è limitata all'Italia e, in particolare, allo sviluppo locale.

### LA BANDIERA DEL SUD

A destra, la sede di Ercolano di Stoà, una business school con sede nel meridione entrata in classifica. Sotto, Alessandro Sciolari, preside di Marketing University, e, alla sua destra, la sede di Mib di Trieste. In fondo alla pagina, il sito web della Sogea di Genova.



## Escluse, per difetto di notorietà

Nel gruppo delle business school più note (almeno il 10% del campione doveva averne una conoscenza diretta), non sono rientrate, pur ricevendo più cita-

zioni, diverse scuole blasonate e radicate, quali il Mib di Trieste, la Sogea di Genova, la Spegea di Bari e l'Isida di Palermo e Catania. Comprensibilmente l'esclusione dalla lista è da ricondursi al loro raggio di attrazione lo-

cale, in parte associato alla sottorappresentazione del campione di intervistati nelle aree interessate.

Allo stesso modo, non hanno superato la soglia altri rilevanti nomi pur di respiro nazionale. Qui la ragione ha soprattutto a che fare con la relativa novità delle proposte formative.

Tra le emergenti il caso più significativo è quello della Marketing University di Roma, nata nel 1997 come associazione di imprese (oggi arrivate a essere 160) con l'intento di trasferire dall'università al mondo produttivo la migliore elaborazione teorica internazionale in fatto di management. Dello scorso autunno è la partenza del primo mba, con partecipanti e sponsorizzazione di Telecom Italia.