



Archivio ALL 2018-2022

Active Learning Lab – Export Manager (ALL Export Manager) – 4° edizione (blended)

Obiettivo: ripensare, in un'ottica di sviluppo reciproco, i processi di internazionalizzazione delle aziende italiane verso i diversi mercati del continente africano. Attraverso l'attivazione su sfide concrete, il confronto e collaborazione con esperti del settore, il laboratorio accompagnerà i partecipanti nell'acquisizione di strumenti propri della figura dell'Export Manager.

Durata: 6 settimane (28 marzo – 6 maggio 2022)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Enti/aziende partner: SELES - Everap S.p.A., Camera di Commercio Treviso Belluno, MASPE, Safari Crew Tanzania, Maschio Gaspardo, Ciset, Assindustria Veneto Centro, Assafrica & Mediterraneo, Veneto Sviluppo SpA, SACE, ETC Group, Infinite Area s.r.l.

Docenti coinvolti: prof. Giancarlo Corò

Active Learning Lab: Nuovi itinerari per turisti cinesi in Veneto

Obiettivo: individuazione di nuove mete e itinerari in Veneto specificamente dedicati alla clientela cinese e correlati a strategie di promozione e comunicazione innovative. L'attività si colloca nell'ambito del "Progetto Cina 2020-2021 - Promozioni turistiche nel mercato cinese" DGR. 1844 del 06/12/2019, finanziato dalla Regione Veneto.

Durata: 6 settimane (24 gennaio - 4 marzo 2022)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Realizzato da: PlnK

Enti/aziende partner: Venicepromex, Regione Veneto, Camera di commercio italiana a Pechino.

Docenti coinvolti: prof. Vladi Finotto, prof. Livio Zanini

Active Learning Lab – Export Manager (ALL Export Manager) – 3° edizione (blended)

Obiettivo: Esplorare le modalità attraverso le quali le aziende del territorio implementano (o hanno le potenzialità per poterlo fare) le proprie attività di internazionalizzazione con l'utilizzo delle nuove tecnologie digitali. Tra queste, particolare attenzione sarà posta su sistemi tecnologici quali la manifattura additiva, la robotica integrata, la realtà virtuale (VR) e la realtà aumentata (AR), IoT (Internet of Things) e la tecnologia blockchain.

Durata: 6 settimane (15 febbraio – 15 aprile 2021)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Gruppo e progetto premiato: Gruppo "Niche". Il team ha sviluppato un piano di avvicinamento al mercato tedesco per l'Hotel Terme Formentin, puntando su una precisa strategia di digital marketing e sullo sviluppo delle collaborazioni strategiche per la valorizzazione del territorio di Abano Terme, dove è situata la struttura termale.

Enti/aziende partner: SELES - Everap S.p.A., Ferrol SpA, Hotel Terme Formentin, Nardini SpA, CISCO Italia, Stevanato Group, gruppo Mediolanum, Ciset, T2i, Confartigianato Imprese Marca Trevigiana, InfiniteArea, Camera di Commercio TV - BL | Dolomiti.

Docenti coinvolti: prof. Giancarlo Corò

Active Learning Lab – Export Manager (ALL Export Manager) – 2° edizione (in presenza)

Obiettivo: I partecipanti hanno potuto acquisire conoscenze teoriche e strumenti tecnici volti allo sviluppo di strategie di internazionalizzazione delle imprese, a partire dal ruolo svolto dalla figura dell'Export Manager. Questa edizione, in particolare, ha puntato lo sguardo verso oriente, ponendo il focus di analisi sui mercati asiatici, in particolare Russia, Giappone e Cina

Durata: 6 settimane (12 febbraio – 30 marzo 2020, con finale il 28 aprile 2020)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Gruppo e progetto premiato:

Gruppo "Chill&Export", progetto "Bello fuori, buono e bio dentro. L'arte italiana del bere sano fuori casa".

La proposta di valore emerso da questo progetto ha posto l'accento su il concetto di bellezza e di benessere, oltre che del valore "made in Italy": "Bello fuori, buono e bio dentro. L'arte italiana del bere sano fuori casa". Con questa Unique Selling Proposition, il team intende rivolgersi agli Hotel di lusso come clienti principali,



attraverso un processo di targeting differenziato usando una strategia unica che colpisca due target differenti. Ci sono infatti due tipologie di turismo in Giappone: il turismo culturale da parte di stranieri, che si concentra principalmente ad Honshū (l'isola principale dell'arcipelago dove si trovano città storiche come Tokyo, Osaka e Kyoto) ed un turismo di matrice nipponica basato su sport, natura e balneazione che si concentra a nord e sud dell'arcipelago, nello specifico ad Hokkaido ed Okinawa. Puntando sugli hotel di lusso possono essere inclusi entrambi i segmenti.

Gruppo "Mitex", progetto "Niki Colombo - Accessori moda"

Il progetto si è sviluppato attorno al prodotto di punta 2019, la Sciarpa GOLD, di produzione Tessitura La Colombina. Si tratta di una stola in 100% cashmere (unisex) con dimensioni 50 x 180 e peso 150g. Nella sua semplicità resta un capo valido, caldo ed elegante. Presente in 18 varianti colore. I segmenti di clientela sono due: B2B - Distributori / Importatori / MarketPlace; B2C - Consumatore finale (tramite MarketPlace - Cross Border). La Unique Selling Proposition sviluppata dal team per l'azienda valorizza cinque elementi chiave, nonché le caratteristiche del prodotto che maggiormente differenziano l'azienda dai competitors e i benefits unici ai clienti: Tecnico, ideologico, gestionale, personale, guadagno.

Premio: corso di formazione sulle competenze trasversali, erogato dal Competency Centre di Ca' Foscari.

Enti/aziende partner: SELES - Everap S.p.A, BEVANDE FUTURISTE S.R.L, Tessiture La Colombina - Eredi Colombo S.r.l, BHR Hotel

Docenti coinvolti: prof. Giancarlo Corò, prof.ssa Josefa Naharro

Active Learning Lab – Export Manager (ALL Export Manager) – 1° edizione (in presenza)

Obiettivo: Sviluppo di un project work che aveva l'obiettivo di redigere un piano di internazionalizzazione di un'azienda che si occupa di un prodotto di lusso come le 'dolce nautiche' per Yacht e piscine.

Durata: 6 settimane (13 febbraio – 22 marzo 2019)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Gruppo e progetto premiato:

Gruppo "Gan Bei"

Il progetto vincitore è stato quello ideato dal team Gan Bei per la chiarezza espositiva che ha evidenziato la lucidità d'analisi, la metodicità e il raggiungimento degli obiettivi formativi mediante l'applicazione degli strumenti proposti dai docenti durante il percorso laboratoriale fra i quali l'analisi comparativa dei mercati e dei competitor, la redazione di una Unique Selling Proposition, la costruzione di un Data base di potenziali clienti in ottica CRM. Inoltre il team Gan Bei si è distinto per la capacità di proporre una strategia di comunicazione efficace per raggiungere il cliente target e per l'attenzione agli obiettivi di sostenibilità previsti dall'Agenda ONU2030.

Premio: attivazione 3 stage

Enti/aziende partner: SELES - Everap S.p.A, Veneto Sviluppo SpA, Maikii Italia

Docenti coinvolti: prof. Giancarlo Corò, prof.ssa Josefa Naharro

Active Learning Lab – Social Innovation in Finance (ALL - SIF) (in presenza)

Obiettivo: Sviluppare servizi finanziari volti a generare un impatto positivo sul territorio in termini di inclusione sociale. La finanza e l'accessibilità dei pagamenti per categorie svantaggiate, l'economia condivisa e l'educazione finanziaria dei giovani sono i temi proposti da Crédit Agricole sui quali i giovani avranno l'opportunità di lavorare in gruppi interdisciplinari.

Durata: 6 settimane (11 giugno – 25 luglio 2018)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Gruppo e progetto premiato:

Gruppo "Human AX", progetto "My AX".

Progetto di accessibilità finanziaria nei servizi bancari fisici e digitali per le persone ipovedenti tramite l'utilizzo di un'app.

Premio: welcome day presso Crédit Agricole, stage retribuito di 6 mesi presso Crédit Agricole e percorso di accelerazione

Enti/aziende partner: Crédit Agricole, Human Foundation

Docenti coinvolti: prof. Giancarlo Corò, prof.ssa Monica Billio, prof. Danilo Cavapozzi, prof.ssa Agar Brugiavini



Università
Ca'Foscari
Venezia

Università Ca' Foscari Venezia
Dorsoduro 3246, 30123 Venezia
P.IVA 00816350276 - CF 80007720271
www.unive.it

Active Learning Lab – Wine (ALL - Wine) (in presenza)

Obiettivo: Sviluppare prodotti e servizi orientati ad innovare la filiera delle aziende vitivinicole del sistema territoriale di Conegliano.

Durata: 6 settimane (16 aprile – 26 maggio 2018)

Ore previste: 150 ore di lavoro – 6 CFU

Enti/aziende partner: Dipartimento TESAF dell'Università degli Studi di Padova, Fondazione Venezia, Cirve, Carpenè – Malvolti, Casa Paladin, Nino Franco, Sistema Prosecco

Docenti coinvolti: Prof. Vladi Finotto. Prof. Mario Volpe