



**POLI.DESIGN**  
FOUNDED BY POLITECNICO DI MILANO

**POLIMI** GRADUATE  
SCHOOL OF  
MANAGEMENT

# Digital Strategy and Processes for Innovation

Design, Marketing e A.I. per la trasformazione del business



Siamo un **Master di I° Livello del Politecnico di Milano - POLI.design in partnership con POLIMI Graduate School of Management (GSoM)** che forma Digital Strategist (aka Digital Transformer) capaci di progettare strategie di innovazione per il business, il marketing e i processi.

Uniamo **Design e Management** per allenare un mindset progettuale e gestionale e integriamo l'utilizzo consapevole della tecnologia - in primis l'AI - per progettare le trasformazioni organizzative.

Come è strutturato il Master:

- 4 Moduli Didattici
- Digital Transformer Squad
- Momenti in aula (TrenDS + Stargate Series)
- Project Work & Esercitazioni con aziende
- Design della Carriera
- Stage (500 ore)

Prepariamo figure con **solide competenze tecniche, strategiche e di leadership**, pronte a portare contributi immediati in diversi mercati e puntare rapidamente a **ruoli strategici e manageriali**.

Le principali professioni per i nostri studenti sono:

- **All'uscita dal Master:** Digital Strategist Junior, Digital Project Manager, Innovation Specialist
- **In prospettiva:** Transformation Designer, Digital Strategist, Digital Project Manager, Change Consultant, Organization Designer, Process Designer e Business Designer.

## Overview

Lingua  
**Italiano**

Frequenza  
**Part Time**

Costo  
**15.500 €\***

Inizio  
**19 Ottobre 2026**

Fine  
**Aprile 2027**

Durata  
**7 mesi + stage**

\*Per informazioni dettagliate sulle modalità di pagamento e sulle eventuali agevolazioni disponibili, ti invitiamo a visitare il sito ufficiale di POLI.design. Nella sezione "Ammissione" dedicata al master troverai tutti i dettagli relativi a costi, tempistiche e possibili agevolazioni finanziarie. In alternativa, puoi contattare direttamente l'Ufficio Tirocini per ricevere assistenza personalizzata e chiarire eventuali dubbi o richieste specifiche

Presentazione:

# Ciao, benvenuto

In questo percorso **puoi contare su di noi**. Sarai seguito da un team affiatato composto da **Francesca Piredda**, Direttrice Scientifica, **Giulia Sormani**, Direttrice tecnica, **Marco Ronchi**, Senior Advisor e Co-founder, **Antonio Ghezzi**, Co-direttore, **Silvia Barozzi**, Coordinatrice Didattica e **Alessio Sala**, Content Designer.

Ognuno di noi sarà un punto di riferimento per guidarti e supportarti al meglio in questa esperienza.



**Francesca Piredda**  
Direttrice Scientifica



**Giulia Sormani**  
Direttrice tecnica



**Marco Ronchi**  
Senior Advisor e Co-founder



**Antonio Ghezzi**  
Co-direttore



**Silvia Barozzi**  
Coordinatrice Didattica



**Alessio Sala**  
Content Designer

# 13 anni, di Master!

Siamo nati 13 anni fa e un elemento che ci ha caratterizzato fin dall'inizio è stato quello di **essere first catcher sulla trasformazione by design**. Questo perché abbiamo modo di sperimentare ogni giorno la nostra professione nel mercato come consulenti e **portiamo in aula ciò che apprendiamo creando momenti di relazione** con le aziende e **dando vita a format innovativi**.



# Il Master che stavi cercando:

## Chi sono:

- Ho finito o sto finendo un **percorso Triennale o Magistrale**;
- Mi sono formato in **Filosofia, Psicologia, Design, Ingegneria, Economia o Comunicazione**;
- Sono una persona curiosa che sa **unire punti distanti tra loro**;
- Mi piace avere a che **fare con le cose complesse e risolvere diverse sfide**;

## Che cosa voglio:

- Lavorare nell'**ambito dell'innovazione** senza rinunciare al mio background;
- Entrare in **contatto con aziende e lavorare su progetti reali**;
- Vivere un **ambiente universitario stimolante**;
- Assicurarmi un'**esperienza lavorativa** che metta in luce **le mie competenze** e sia vicina ai **miei valori**;
- Accelerare l'ingresso nel **mondo del lavoro**;
- **Mettere in pratica** ciò che ho imparato.

# Che figure professionali formiamo?

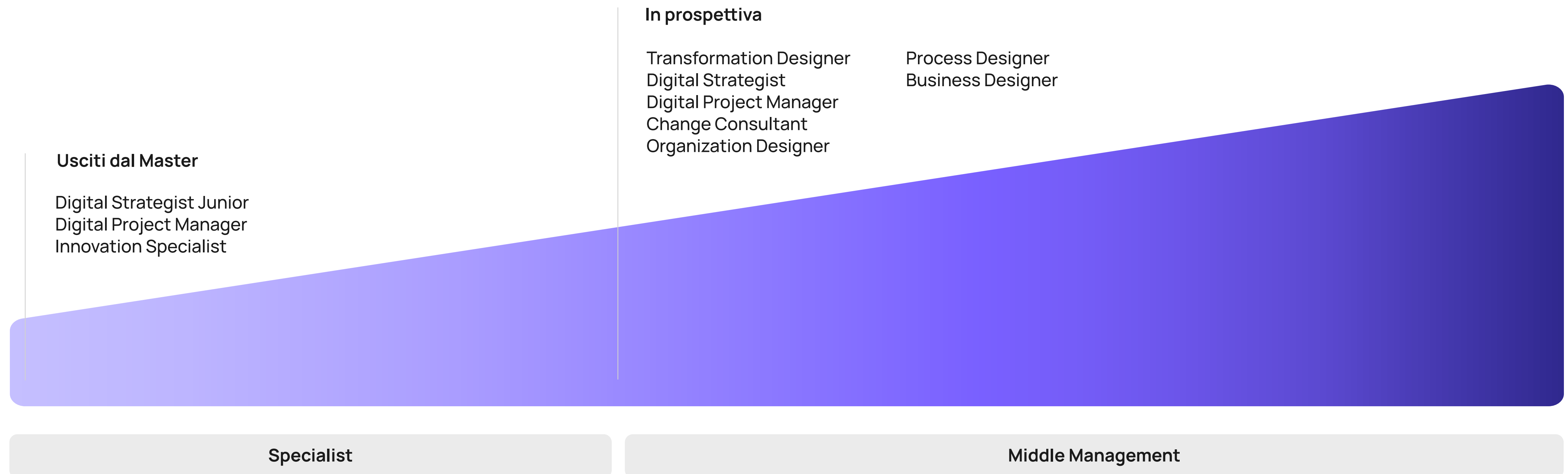
Il percorso forma **profili capaci di leggere gli obiettivi strategici dell'organizzazione, tradurli in strategie e contribuire al ridisegno di processi e ruoli in chiave human-centered**. Queste figure operano come mediatori tra funzioni diverse, dal business al marketing, dalle operations e all'HR.

Questo approccio prepara i partecipanti a ricoprire **ruoli di Middle Management**, con la responsabilità di mantenere efficacia ed efficienza tra strategia e operatività.



# Qual è la prospettiva futura?

Qui di seguito le **principali professioni preparate dal Master**, codificate secondo l'**attuale mercato del lavoro e la storicità delle posizioni** ricoperte dagli e dalle ex-studenti:



# Come sarà la tua giornata?

Le lezioni si svolgono presso il **Politecnico di Milano - Campus Bovisa**, nell'**edificio B5 di POLI.design**.

Il percorso didattico dura **7 mesi** ed è suddiviso in **4 moduli**:

- Design for Managerial Sensemaking & Strategic Foresight;
- Design for Business Transformation & Strategic Positioning;
- Design e Design for Strategic Experience & Meaning Creation;
- Design for Omnichannel Strategy Execution & Performance Management.

Ciascuno focalizzato su competenze trasformative chiave per prepararti ad affrontare il mercato.



## **Timeline:**

Dal Lunedì al Venerdì

Mattina (9:00 - 13:00)

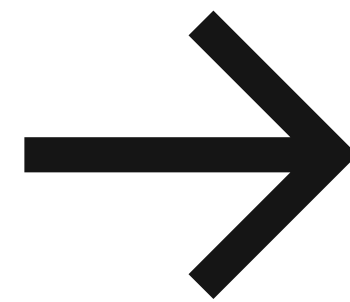
**Lezioni ed  
esercitazioni**

Pomeriggio

**Lavoro individuale  
e di gruppo**

# Vuoi conoscere meglio il **percorso**?

Te lo spieghiamo attraverso il **Design Thinking**

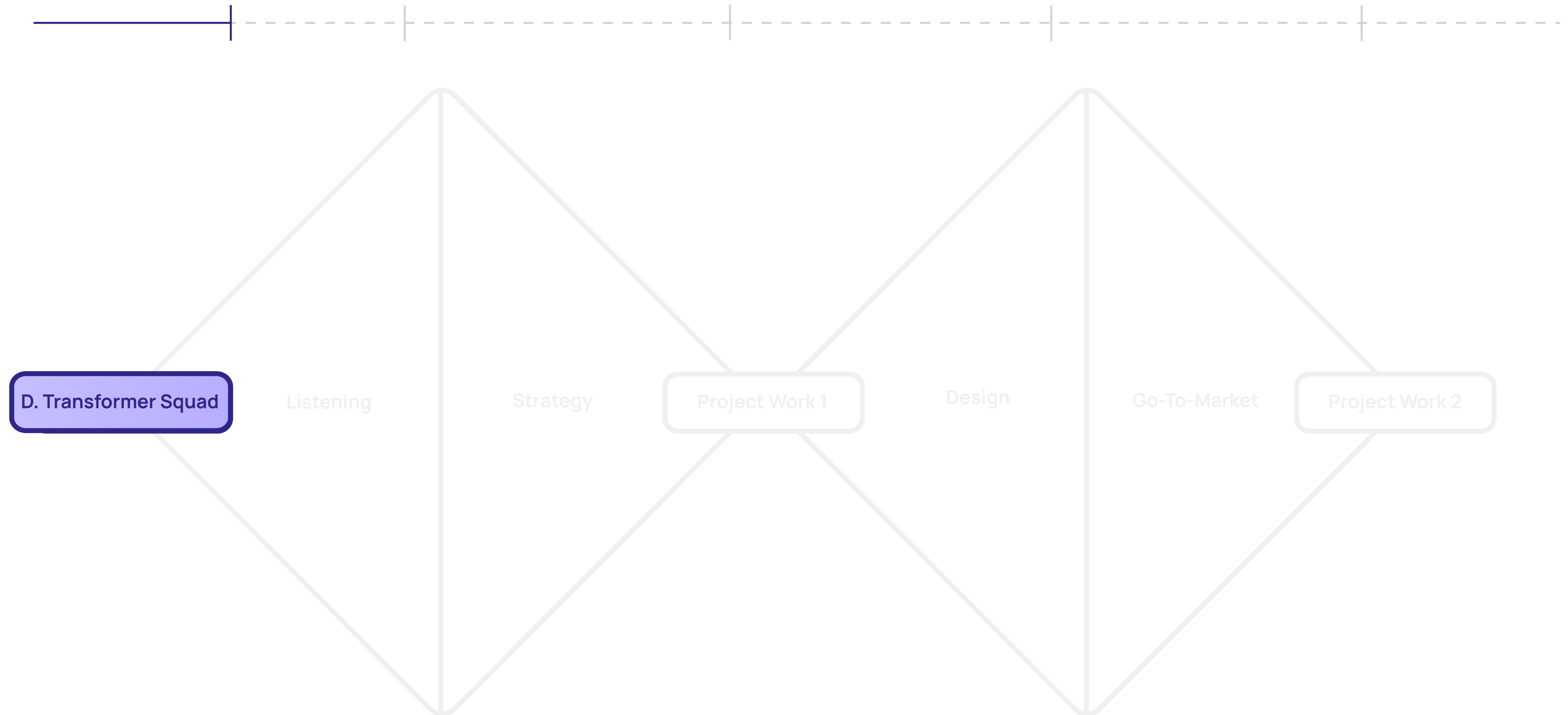




# Digital Transformer Squad - Design for Becoming a Change Agent: Teamwork, Attitudes & Transformative Skills

**Periodo:** Fine ottobre

**Struttura:** Team Building



Digital Transformer Squad

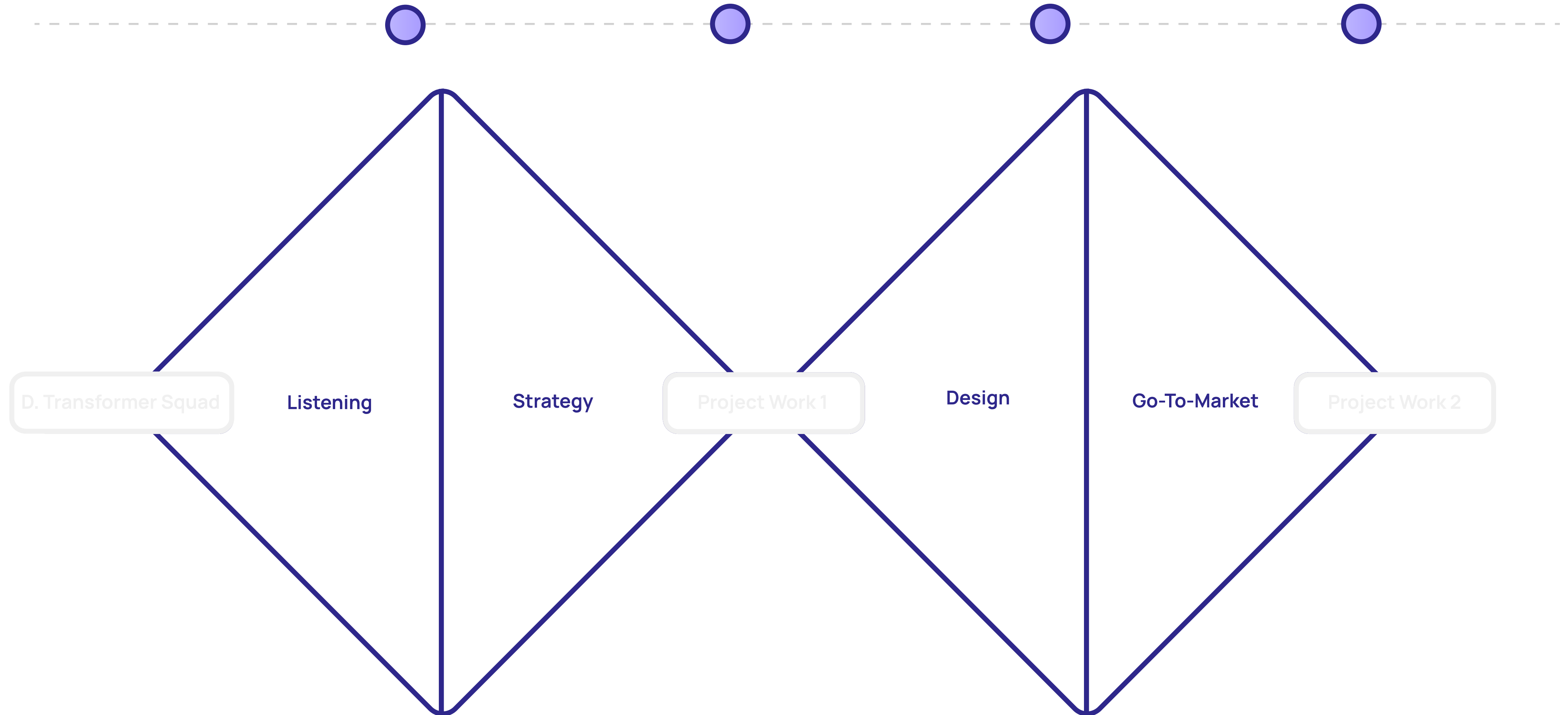
# Design for Becoming a Change Agent: Teamwork, Attitudes & Transformative Skills

Un **role-playing game immersivo** – Digital Transformer Squad – che introduce gli studenti al Master come esperienza trasformativa. Il modulo è progettato per favorire **team building e collaborazione**, esplorare attitudini personali in un contesto in continua trasformazione e mappare le competenze trasformative.



# TrenDS + Stargate Series

**Periodo:** Trasversale a tutti i modulo  
**Struttura:** Momenti in aula



Momenti in aula

# TrenDS + Stargate Series

In ogni modulo del Master è presente TrenDS, un momento di **dibattito in aula** che riunisce **professionisti provenienti da ambiti diversi**, dai filosofi agli economisti, dagli psicologi agli imprenditori, fino a designer ed esperti tech.

A questi incontri si affiancano momenti online con **Stargate Series**, un format che **connette direttamente gli studenti con professionisti e manager che operano in contesti internazionali**, offrendo uno sguardo concreto su come si muovono i mercati globali.

Entrambe le occasioni rappresentano un'opportunità unica per confrontarsi sui temi più attuali insieme a figure manageriali: solo nell'ultimo anno, **oltre 20 professionisti si sono seduti al tavolo con i nostri studenti**.

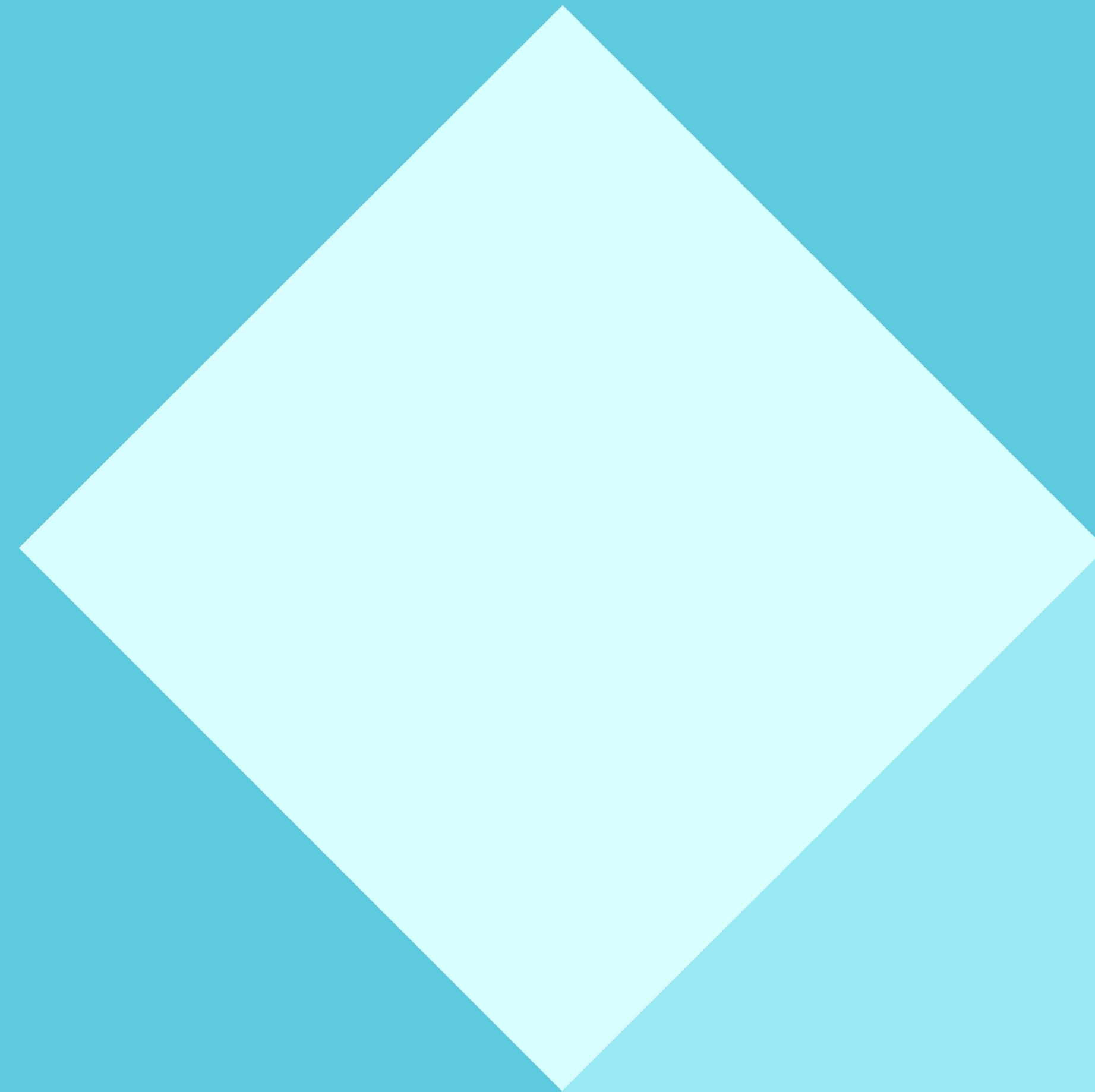


**Matteo Damiani**, Vice President,  
IT CIO South Asia Pacific & Korea di Tiffany.



Modulo Listening

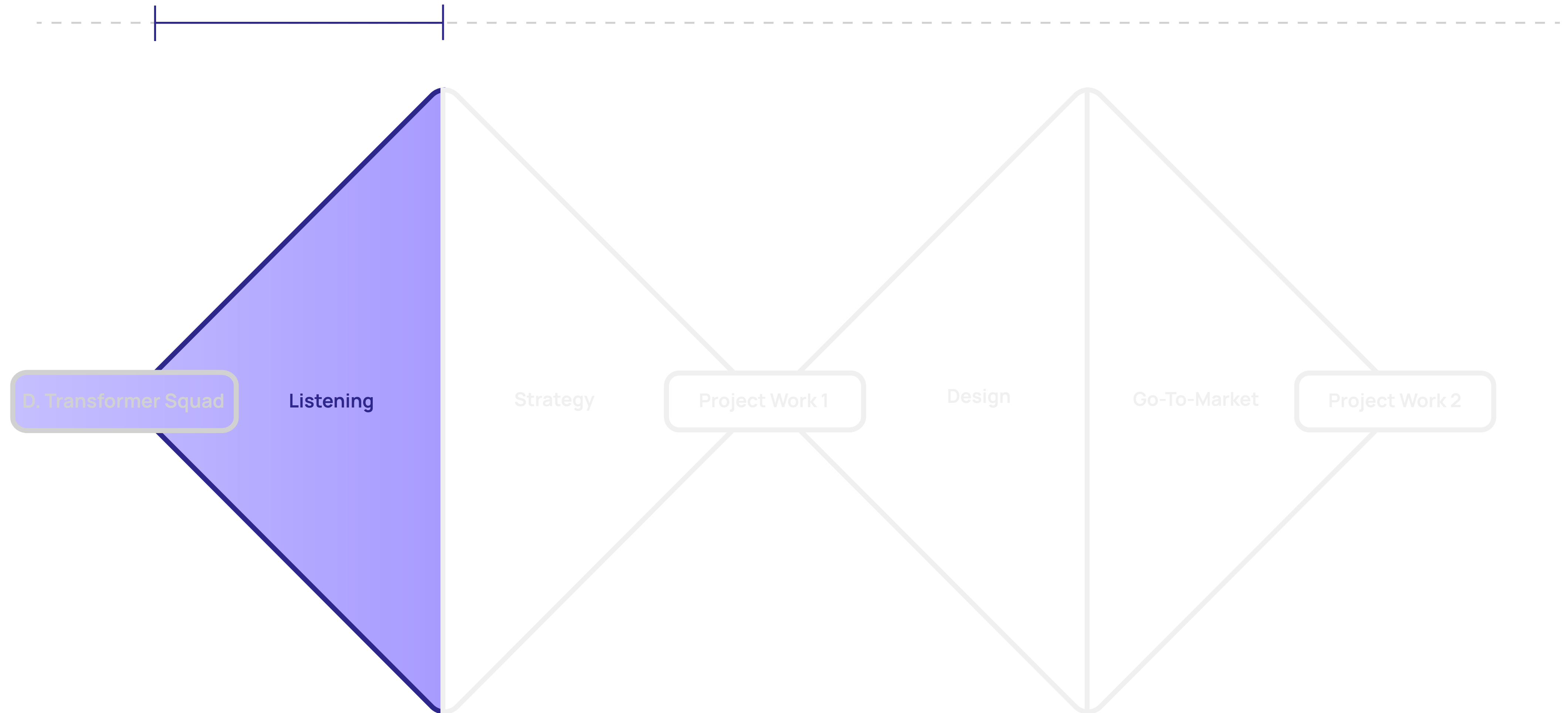
# Design for Managerial Sensemaking & Strategic Foresight



# Modulo Listening - Design for Managerial Sensemaking & Strategic Foresight

**Periodo:** Da fine ottobre a inizio novembre

**Struttura:** Lezione + Esercitazione



Modulo Listening

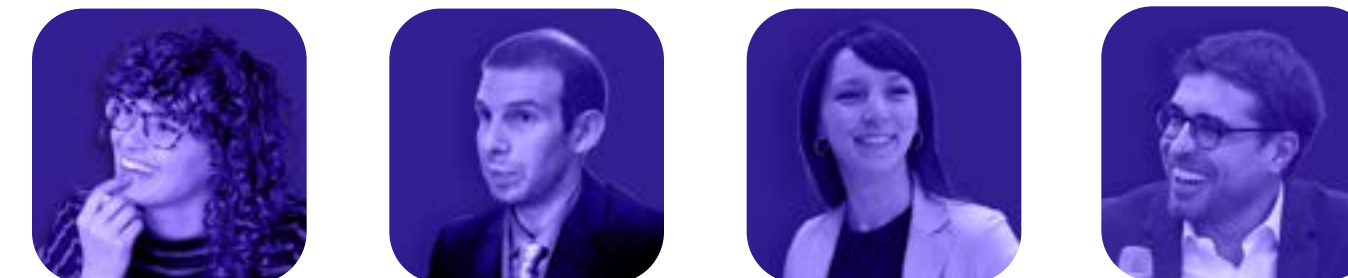
# Design for Managerial Sensemaking & Strategic Foresight

## Che cosa imparerai?

- **Obiettivo:** Questo modulo introduce le metodologie design-driven di ascolto e di ricerca per interpretare il contesto esterno. Gli studenti imparano ad analizzare macro-trend, segnali deboli e fenomeni emergenti, trasformare dati qualitativi e quantitativi in insight significativi e costruire processi di sensemaking a supporto delle decisioni strategiche.
- **Focus sull'AI:** Utilizzo di chatbot generativi, come ChatGPT, per ampliare il range di domande progettuali e approfondire l'analisi.

## Chi saranno i tuoi docenti?

**Silvia Barozzi**, Coordinatrice Didattica del Master DSPI e Digital Strategist di Twig.  
**Emiliano Verga**, Senior Digital Ecosystems Manager di Cefriel.  
**Caterina Petroni**, Strategic Designer di Twig.  
**Simone Dall'Angelo**, Intelligent Services & Technology Manager di Twig.



Esercitazione Listening

# Design for Managerial Sensemaking & Strategic Foresight

## trenDS (tavola rotonda del 2026):

Listening & Data

## Brief (un esempio del 2026):

Qual è il sentiment delle nuove generazioni nei confronti del mondo previdenziale?

## Come abbiamo risposto?

Abbiamo risposto con una ricerca quantitativa digitale e qualitativa sul campo ascoltando le nuove generazioni, cercando di comprendere come percepiscono la Pubblica Amministrazione, per poi trasformare i dati raccolti in insight utili e comunicarli in modo chiaro e coinvolgente.

Con chi lo abbiamo fatto:

Progetti realizzati da:



- 1: Fabrizio Barretta, Rita Cassani, Chiara De Santis, Giulia Usai, Mariapaola Veneziani
- 2: Chiara Ormelli, Mattia Rosso, Francesca Turchet, Beatrice Vailati
- 3: Giovanni Bellora, Valentina Bestetti, Mariana Conzuelo, Mariarita Ferrenti



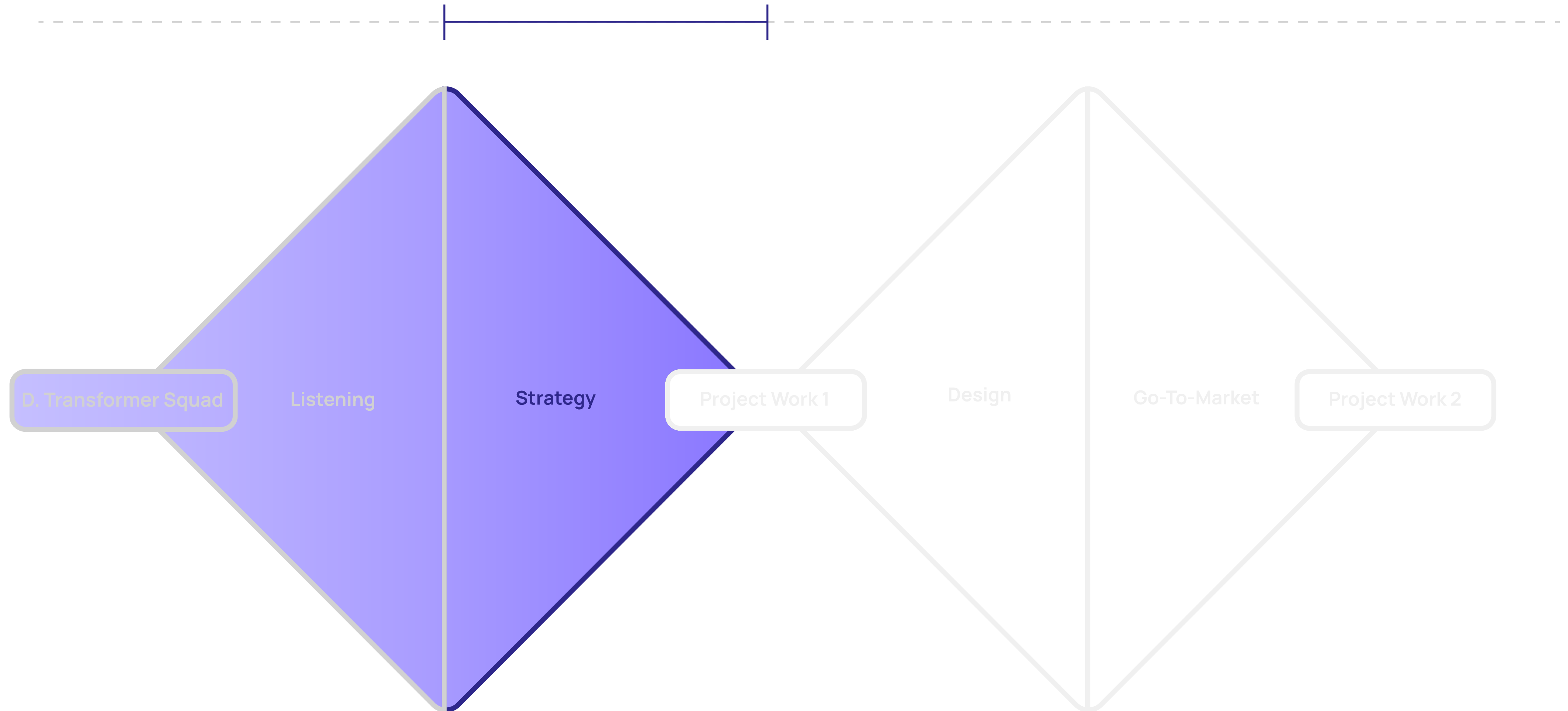
Modulo Strategy

# Design for Business Transformation & Strategic Positioning

# Modulo Strategy - Design for Business Transformation & Strategic Positioning

**Periodo:** Novembre

**Struttura:** Lezione + Esercitazione



# Design for Business Transformation & Strategic Positioning

## Che cosa imparerai?

- **Obiettivo:** Questo modulo insegna a comprendere gli obiettivi aziendali, leggere e interpretare i modelli di business e tradurli in obiettivi di marketing e comunicazione. Attraverso un approccio design-driven, il brand viene analizzato come sistema strategico, studiandone identity ed equity per definire un posizionamento distintivo, coerente con la strategia aziendale e rilevante per il mercato.
- **Focus sull'AI:** Utilizzo di AI, come ChatGPT, per analizzare il mercato, esaminare i competitor e co-progettare una SWOT con le evidenze generate.

## Chi saranno i tuoi docenti?

- Giulia Sormani**, Direttrice tecnica del Master DSPI e Executive Advisor di Twig.  
**Antonio Ghezzi**, Full Professor of Strategy e Entrepreneurship di Polimi Graduate School of Management.  
**Carlo Sala**, Associate Professor and Director M.Sc. Finance, Esade  
**Simone Dall'Angelo**, Intelligent Services & Technology Manager di Twig.



Esercitazione Strategy

# Design for Business Transformation & Strategic Positioning

trenDS (tavola rotonda del 2026):

Finanza & Asset management

Brief (un esempio del 2026):

Come attrarre la generazione di investitori responsabili (25–35 anni) reinventando la nostra strategia di brand per renderla più visibile, moderna e connessa?

Come abbiamo risposto?

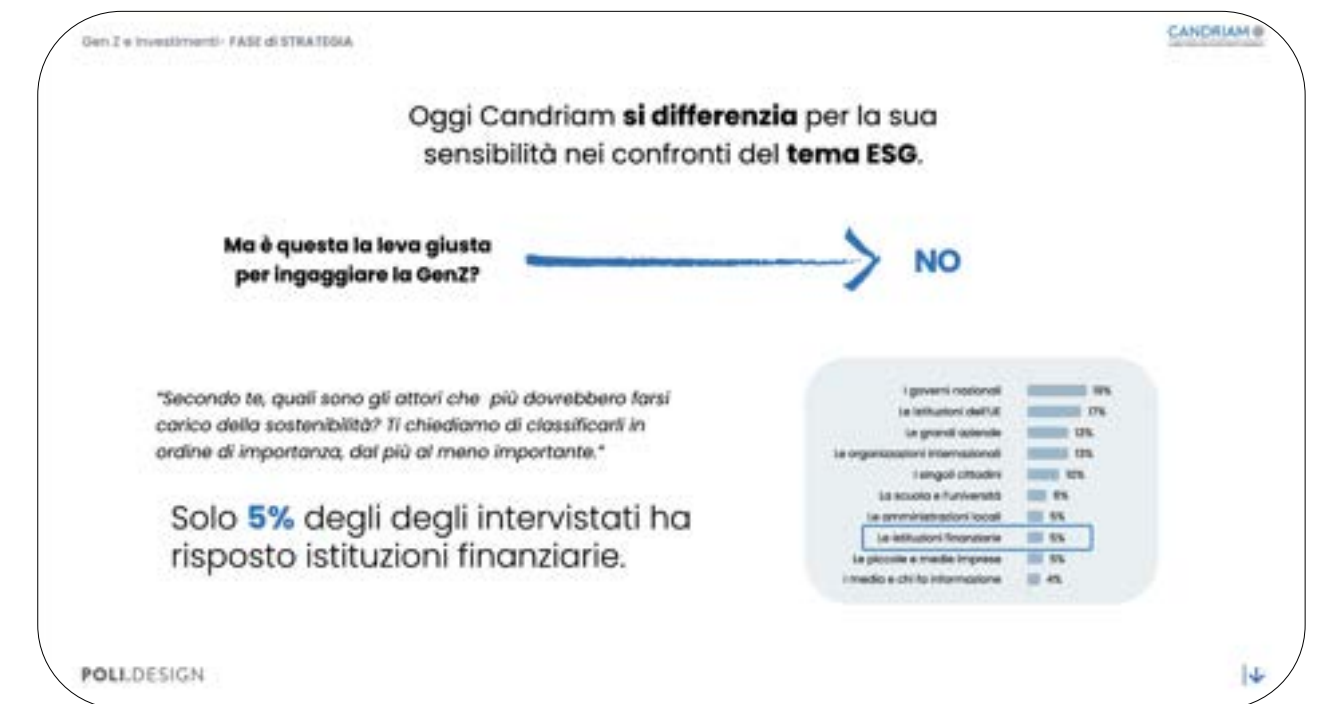
Abbiamo messo a punto una proposta chiara e coerente, studiata per entrare in contatto con il target individuato. Partendo dalla visione del business, abbiamo definito una direzione strategica mirata, capace di trasformare insight e dati in azioni concrete.

Con chi lo abbiamo fatto:

Progetti realizzati da:



- 1: Valentina Bestetti, Rita Cassani, Mariarita Ferrenti, Luca Iuliani
- 2: Giovanni Bellora, Irene Morosini, Sara Nunziata, Giulia Usai
- 3: Mattia Rosso, Francesca Turchet, Beatrice Vailati, Mariapaola Veneziani



L'ansia non è solo un ostacolo agli investimenti.

È un peso quotidiano per le nuove generazioni.

POLL.DESIGN

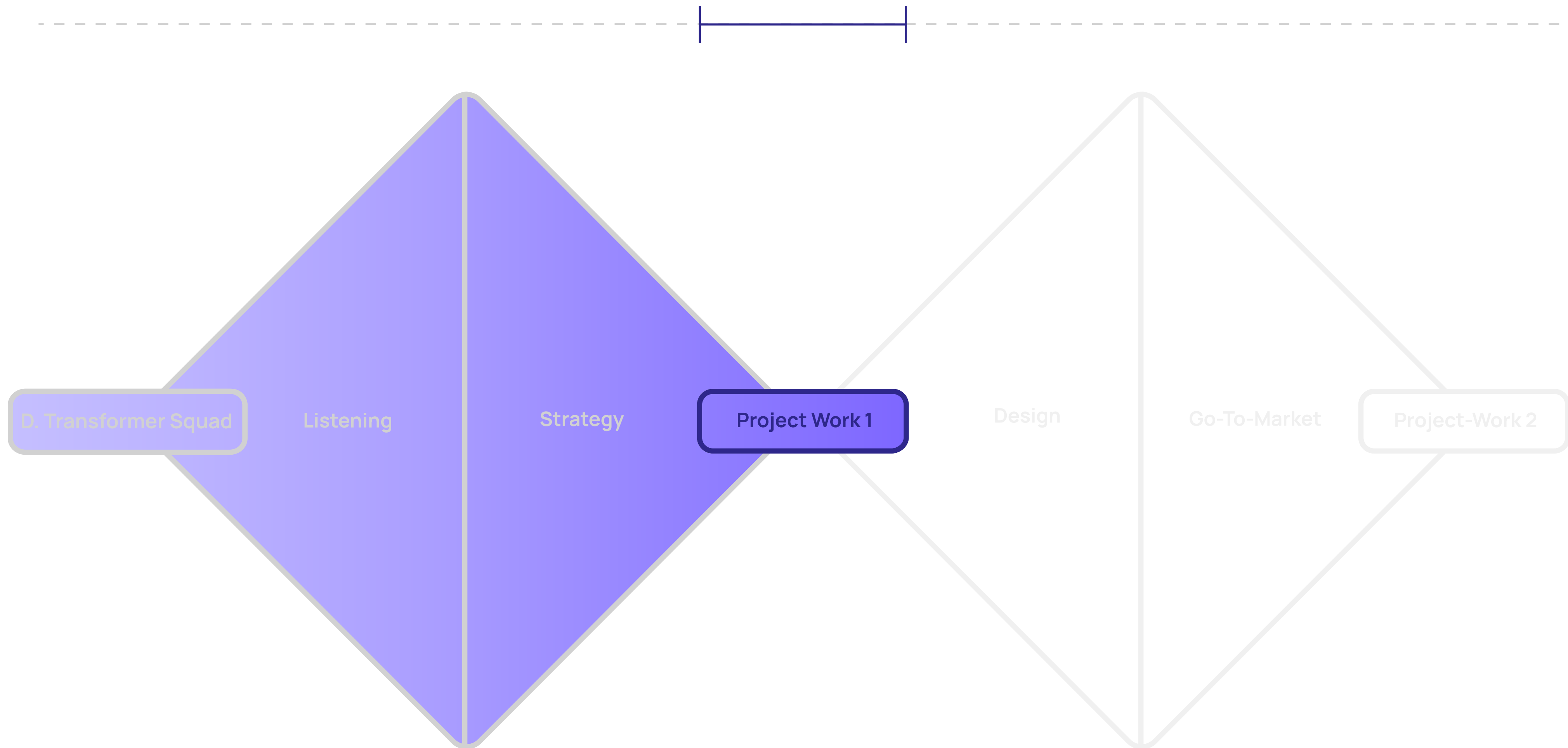
finansiosi

Project work 1

# Practice Design Strategy

# Project work 1 - Practice Design Strategy

**Periodo:** Dicembre  
**Struttura:** Esercitazione



Project work 1

# Practice Design Strategy

## Brief (un esempio del 2026):

Che posto ha Ikea nella vita delle nuove generazioni?

## Come abbiamo risposto?

Abbiamo analizzato la percezione di IKEA, il legame emotivo con il brand e l'impatto sui comportamenti di acquisto, trasformando dati e osservazioni in insight utili per leggere il sentiment delle nuove generazioni.

Con chi lo abbiamo fatto:

Progetti realizzati da:



- 1: Valentina Bestetti, Sara Nunziata, Luca Rapisarda, Francesca Turchet, Mariapaola Veneziani
- 2: Fabrizio Barretta, Rita Cassani, Mariana Conzuelo, Luca Iuliani
- 3: Giovanni Bellora, Chiara De Santis, Irene Morosisni, Beatrice Vailati



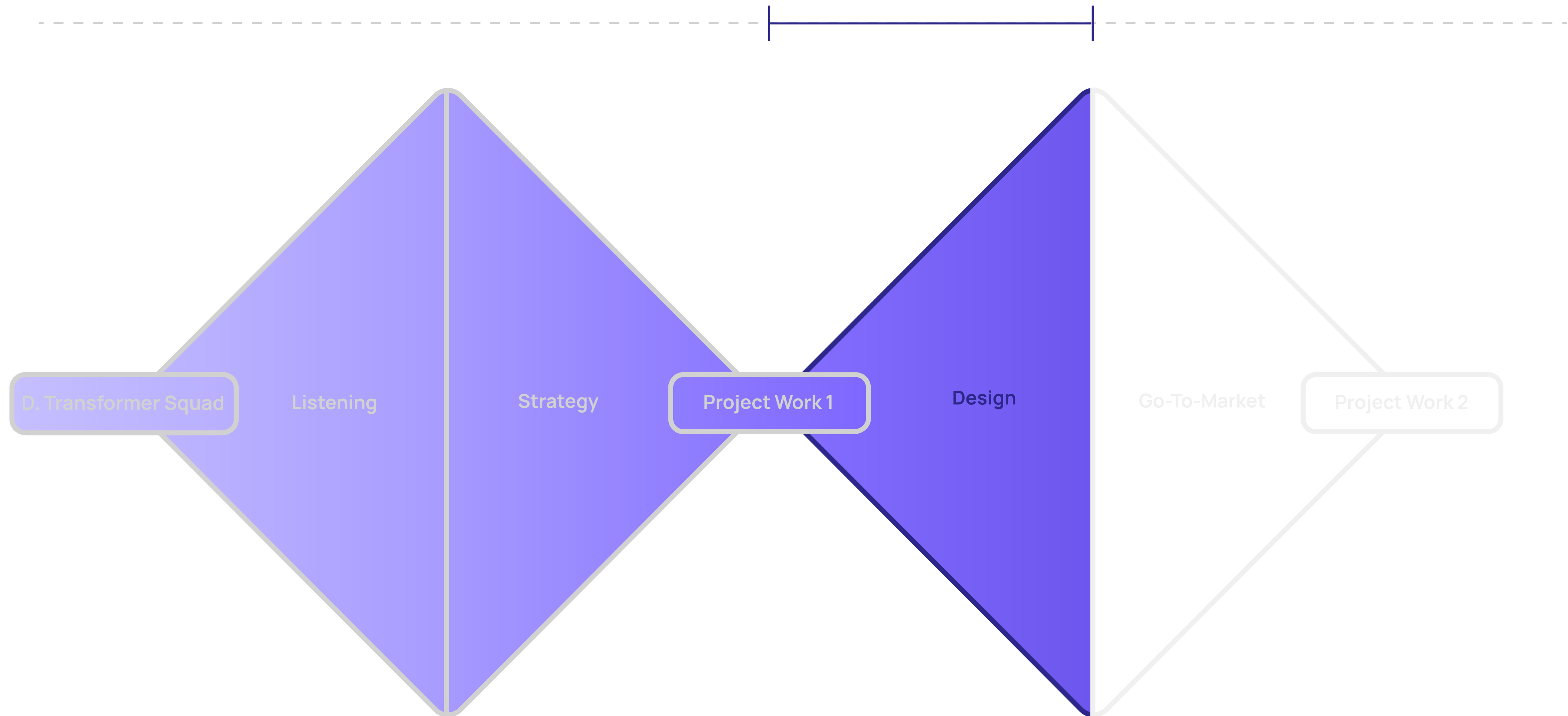
Modulo Design

# Design for Strategic Experience & Meaning Creation

# Modulo Design - Design for Strategic Experience & Meaning Creation

**Periodo:** Gennaio

**Struttura:** Lezione + Esercitazione



Modulo Design

# Design for Strategic Experience & Meaning Creation

## Che cosa imparerai?

- **Obiettivo:** Questo modulo si concentra sulla progettazione di concept di marketing e di comunicazione ad alto valore. Gli studenti apprendono il metodo per sviluppare concept strategici utilizzando l'AI generativa con lo scopo di creare significati, esperienze e sistemi coerenti lungo l'interazione tra brand e persone.
- **Focus sull'AI:** Utilizzo di sistemi di text-to-image come Midjourney per definire prompt e visualizzare i concept.

## Chi saranno i tuoi docenti?

**Franco Roncoroni**, Design Director.

**Simone Dall'Angelo**, Intelligent Services & Technology Manager di Twig.



Esercitazione Design

# Design for Strategic Experience & Meaning Creation

trenDS (tavola rotonda del 2026):

Sport

**Brief (un esempio del 2026):**

Come progettare strumenti di relazione e di valore con il pubblico?

**Come abbiamo risposto?**

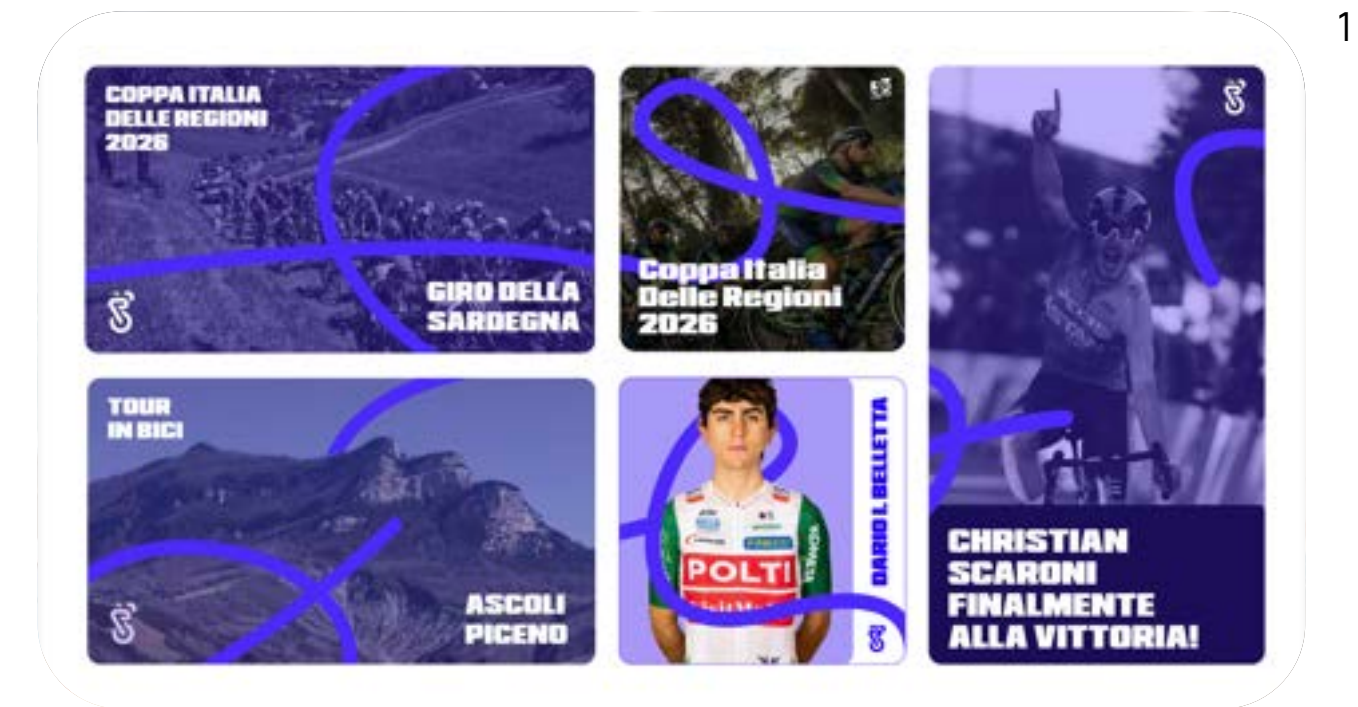
Abbiamo lavorato su target, bisogni, concept di marketing e comunicazione, immaginando nuovi modi per dare valore alla relazione tra ciclismo e pubblico, anche al di fuori della corsa. Partendo dall'analisi del contesto, hanno definito una direzione strategica mirata, sviluppando soluzioni capaci di attivare e coinvolgere gli appassionati.

Con chi lo abbiamo fatto:

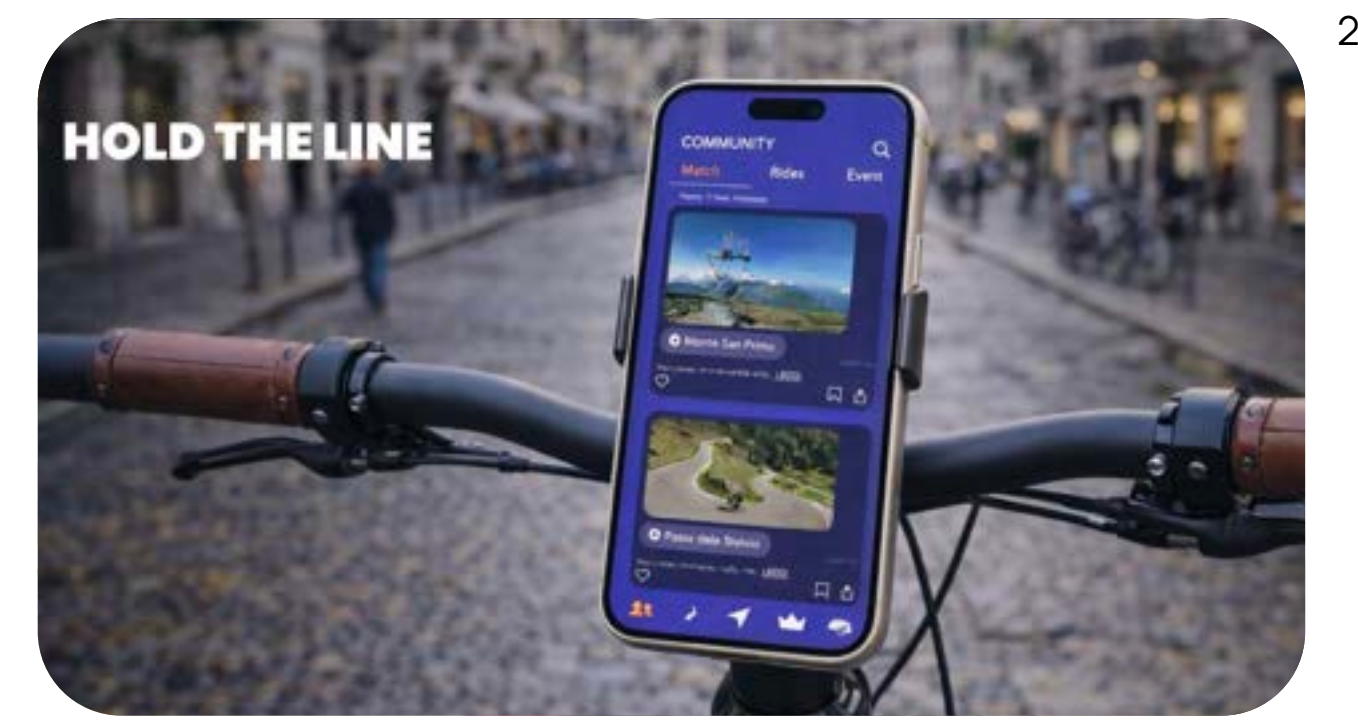
Progetti realizzati da:



- 1: Fabrizio Barretta, Giovanni Bellora, Luca Iuliani, Beatrice Vailati
- 2: Valentina Bestetti, Rita Cassani, Mattia Rosso, Francesca Turchet
- 3: Mariana Conzuelo, Mariarita Ferrenti, Irene Morosini, Sara Nunziata, Chiara Ormelli



1



2



3

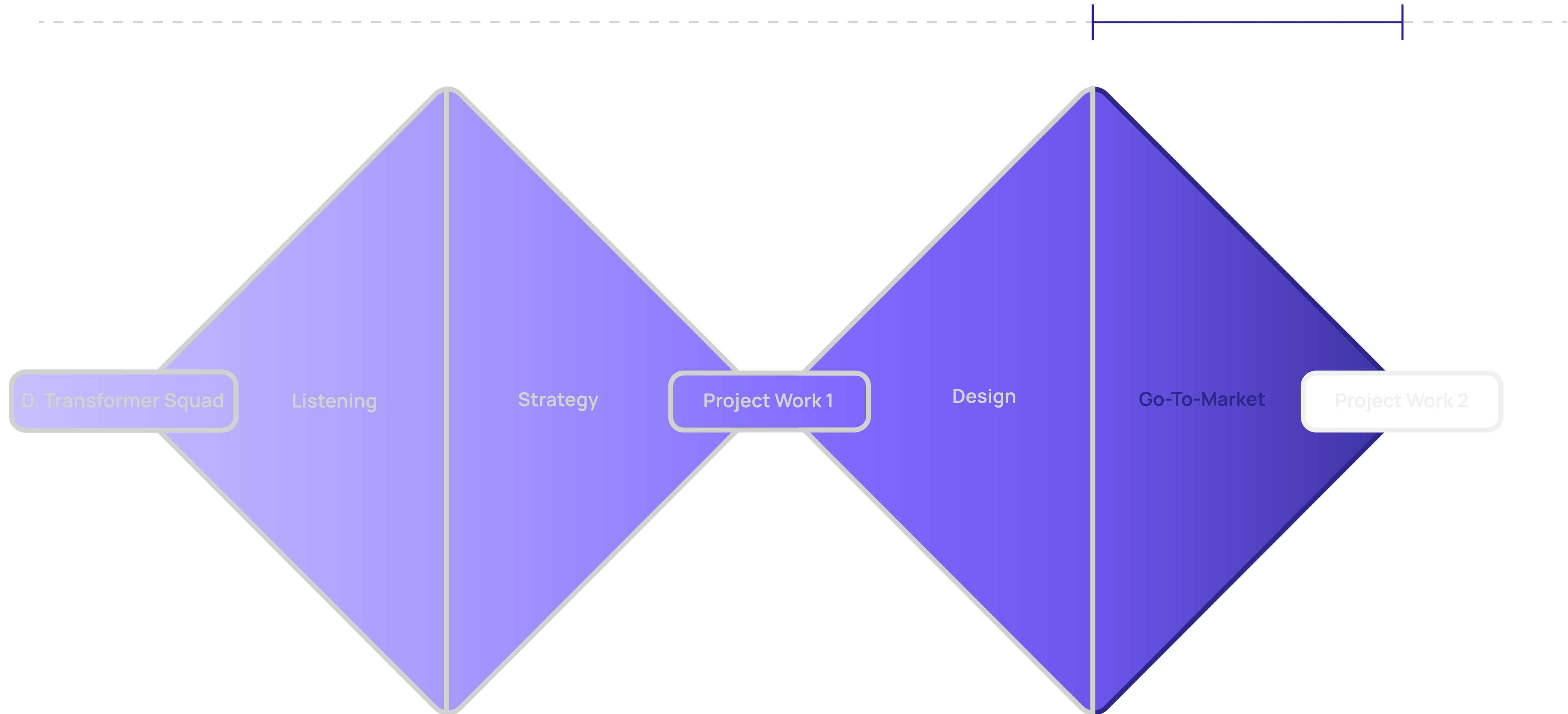
Modulo Go-to-market

# Design for Omnichannel Strategy Execution & Performance Management

# Modulo Go-to-market - Design for Omnichannel Strategy Execution & Performance Management

**Periodo:** Da inizio febbraio a fine marzo

**Struttura:** Lezione + Esercitazione



# Design for Omnichannel Strategy Execution & Performance Management

## Che cosa imparerai?

- **Obiettivo:** Il modulo finale è dedicato al delivery della strategia attraverso la progettazione di strategie di marketing e comunicazione omnichannel orientate all'efficienza e alla misurabilità. Gli studenti lavorano su funnel performanti, media mix e narrazioni coerenti lungo l'intera User Journey, considerando l'impatto della strategia su persone, canali e strumenti sia sul pubblico esterno (dai clienti agli stakeholder) che sul pubblico interno (dalle funzioni ai processi aziendali).
- **Focus sull'AI:** Chatbot e text-to-image per potenziare lo storytelling, mentre l'IA di Google migliorare l'efficacia delle campagne di digital marketing.

## Chi saranno i tuoi docenti?

**Niccolò Brocchi**, Business Developer di Twig.

**Paola Bonini**, Consultant Rai Academy e Co-founder di Stazione Radio.

**Lucio Lamberti**, Full Professor POLIMI Graduate School of Management.

**Simone Dall'Angelo**, Intelligent Services & Technology Manager di Twig.



Esercitazione Go-to-market

# Design for Omnichannel Strategy Execution & Performance Management

trenDS (tavola rotonda del 2026):

Sales

**Brief (un esempio del 2026):**

Come si lancia un prodotto in cui brand, cliente e tecnologia si incontrano?

**Come abbiamo risposto?**

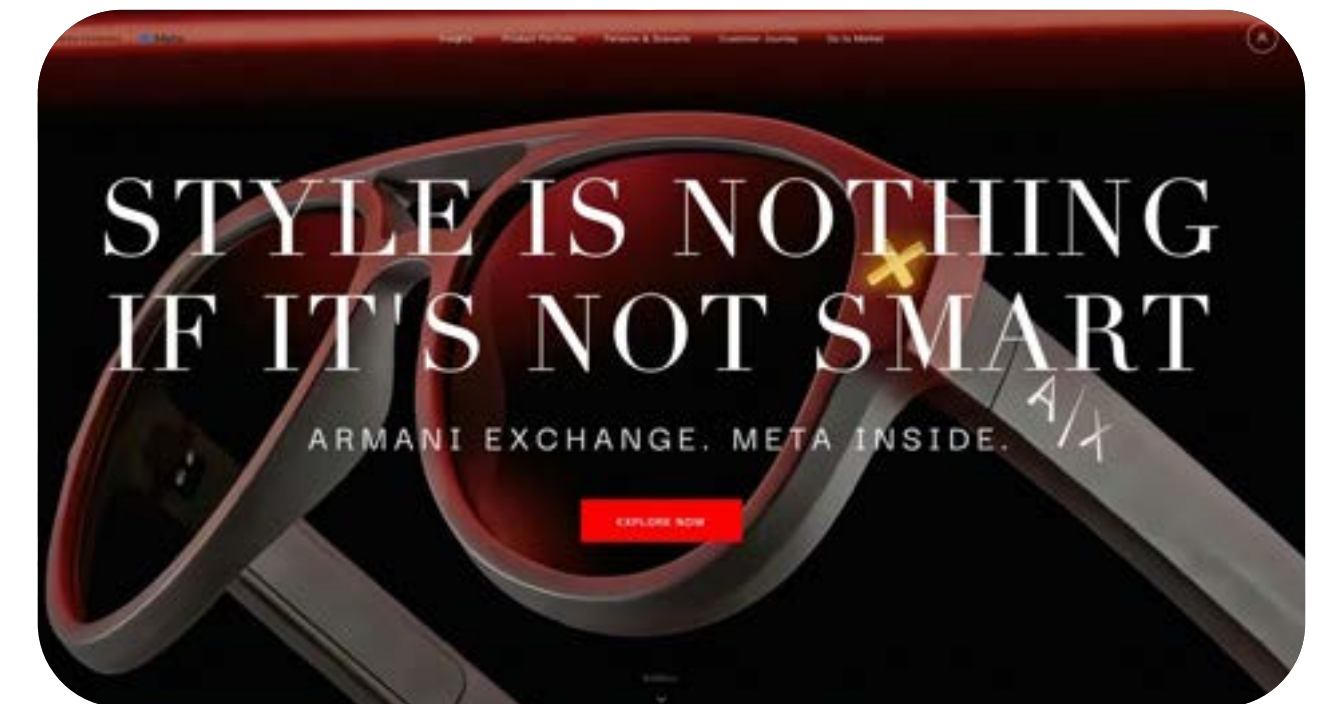
Abbiamo definito un Experience Orchestration Model per il lancio degli AI Glasses in Nord America, trasformando il punto vendita in uno spazio di relazione, attivazione e conversione attraverso l'analisi dei target, dei bisogni e dei contesti d'uso, abbiamo tradotto insight e dati in concept esperienziali e soluzioni concrete, mantenendo coerenza con l'identità dei brand.

Con chi lo abbiamo fatto:

Progetti realizzati da:

- 1: Mariana Conzuelo, Luca Rapisarda, Mattia Rosso, Chiara Ormelli
- 2: Fabrizio Barretta, Valentina Bestetti, Irene Morosini, Beatrice Vailati

**EssilorLuxottica**



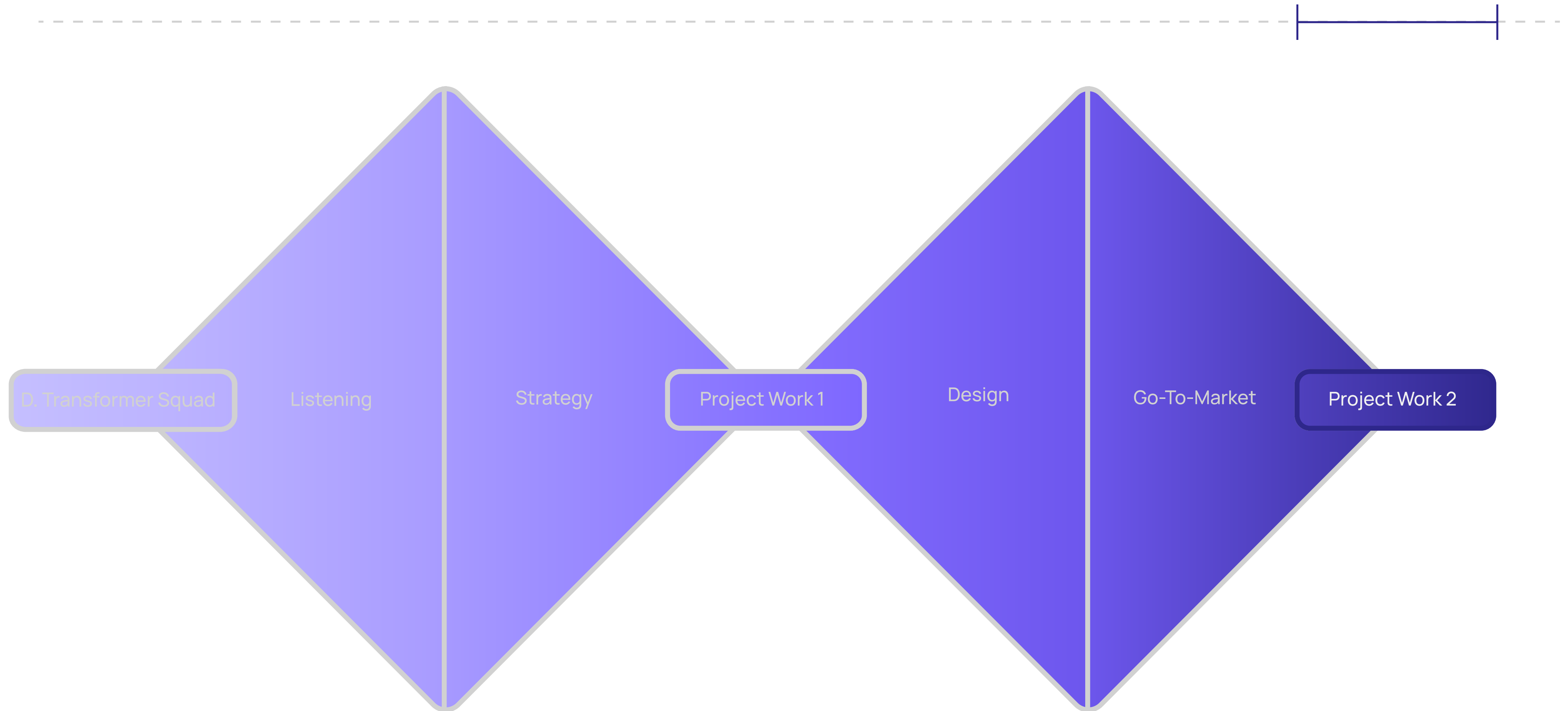
Project work 2

# Practice Business Transformation

## Project work 2 - Practice Business Transformation

**Periodo:** Da fine marzo a inizio aprile

**Struttura:** Esercitazione



Project work 2

# Practice Business Transformation

## Brief (un esempio del 2026):

Il brief si articola in due domande: Come ripensare l'esperienza dell'evento, immaginando nuovi format, servizi o modalità di partecipazione capaci di coinvolgere anche pubblici emergenti? Come costruire una relazione più duratura con il pubblico, andando oltre i giorni della fiera e immaginando strumenti e servizi che rafforzino nel tempo la community EICMA?

## Come abbiamo risposto?

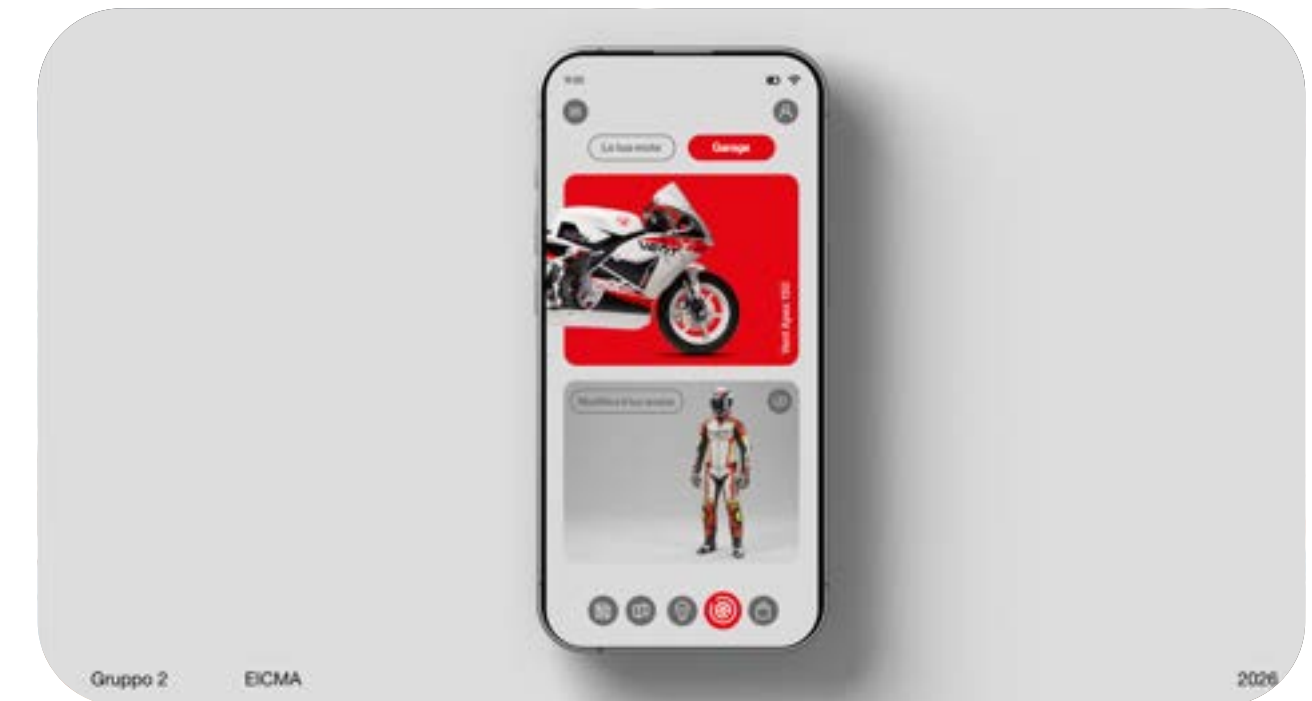
Abbiamo analizzato il mercato e il format, con lo scopo di identificare il target e i relativi cluster strategici, con l'obiettivo di posizionare EICMA come un ecosistema unitario, in cui esperienza dell'evento e la relazione continuativa con i pubblici possono rafforzarsi reciprocamente.

Con chi lo abbiamo fatto:

Progetti realizzati da:



- 1: Giovanni Bellora, Luca Iuliani, Irene Morosini, Mattia Rosso
- 2: Fabrizio Barretta, Valentina Bestetti, Mariarita Ferrenti, Mariapaola Veneziani
- 3: Rita Cassani, Sara Nunziata, Luca Rapisarda, Giulia Usai



1

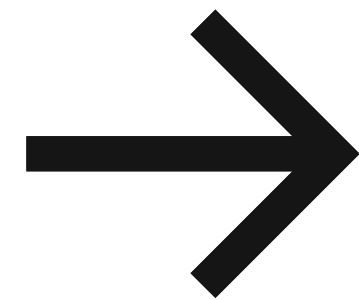


2



3

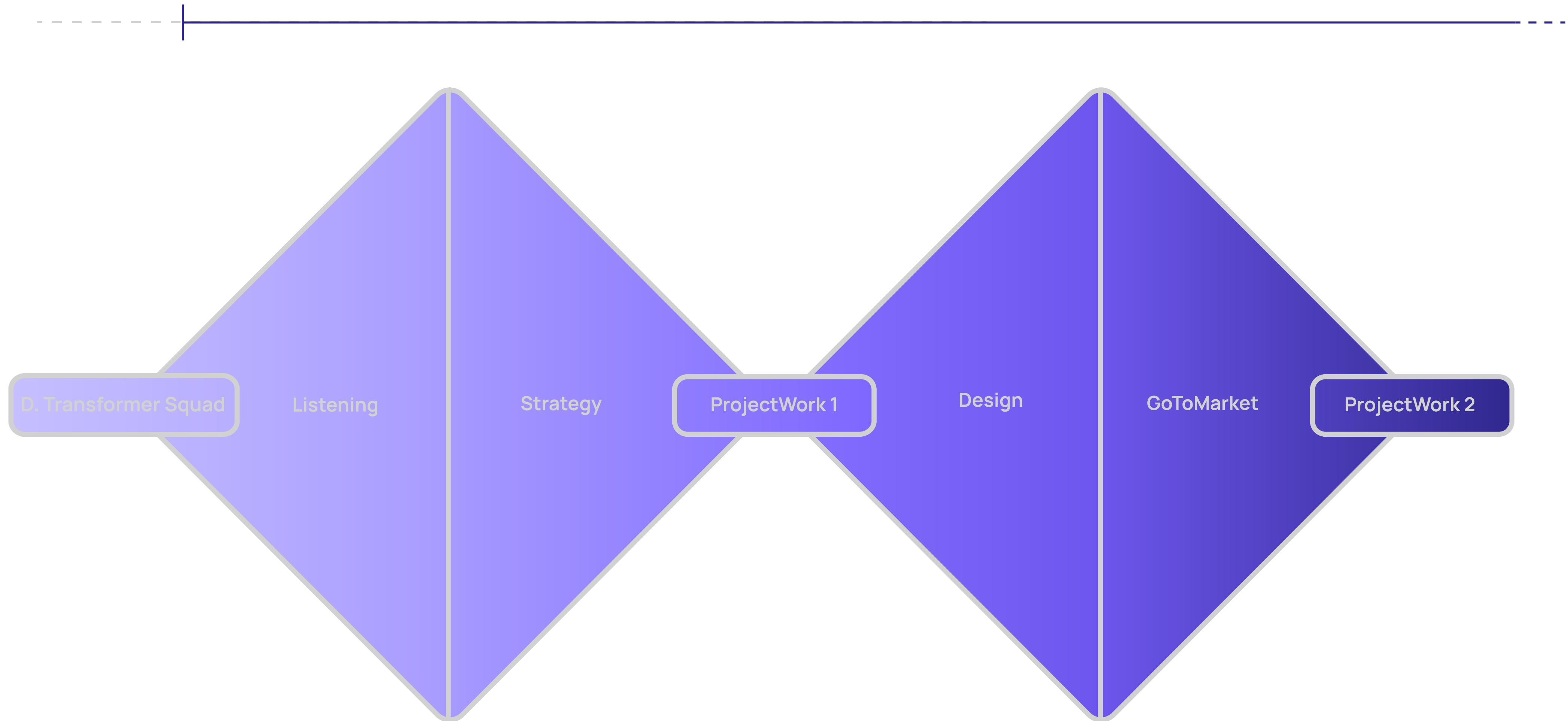
Vuoi conoscere  
il **tuo percorso** nel  
mondo del lavoro?



# Design dell'Carriera

**Periodo:** Da ottobre a aprile

**Struttura:** Design della Carriera, It's a Match e Stage



Molto più di un Career Service

# Design della Carriera

Durante il Master si tiene il **Laboratorio di Design della Carriera**, un percorso di **coaching collettivo e individuale** che va oltre un semplice career service.

L'obiettivo è **valorizzare soft e hard skill e prepararci ai colloqui**. Si parte dall'**autoconsapevolezza** (mindmapping di passioni, motivazioni e competenze), si **esplora il contesto professionale** e si **traduce il proprio valore** in una biografia efficace su LinkedIn. Insieme a **Giovanni Reale**, nostro consulente di carriera, uniremo tutti questi tasselli per **creare valore prima dei colloqui** per lo stage.





# It's a match!

A conclusione del Master si tiene It's a Match, una giornata di **colloqui al buio tra manager e studenti**, in cui l'affinità nasce dalla visione e motivazione reciproche, anziché dal classico CV.

Questo format unico mira a superare le barriere tra studenti e imprese, favorendo nuove relazioni e opportunità professionali (in questi 4 anni abbiamo creato più di 200 match).



Aziende che hanno partecipato:



# Stage

Al termine della didattica, ogni studente svolge uno **stage aziendale di almeno 500 ore** (da 3 ai 6 mesi), finalizzato a mettere in pratica le conoscenze acquisite e a consolidare le competenze progettuali e relazionali sviluppate durante il percorso formativo.

Grazie al nostro consolidato network di aziende che da anni credono in noi e nei nostri studenti, ti aiuteremo a trovare il tirocinio più adatto a te.



Siamo alla fine, riassumendo... →

## Master Digital Strategy and Processes for Innovation

Design, marketing e A.I. per la trasformazione del business

Lingua  
**Italiano**

Inizio  
**19 Ottobre 2026**

Frequenza  
**Part Time**

Fine  
**Aprile 2027**

## Durata

Durata  
**7 mesi + stage**

Modalità:  
**In presenza**

Frequenza  
**Dal lunedì al venerdì**

Sede  
**POLI.design**

Mattina  
**9.00 - 13.00**

Pomeriggio  
**Attività in campus**

## 3 cose per ricordarti di noi

1. Inizia con 1 settimana di gioco di ruolo - la Digital Transformer Squad - per farti esplorare le tue competenze trasformative;
2. Garantisce 7 mesi di relazione diretta con i Manager e un'esperienza sul campo di 1 settimana prima ancora di iniziare lo stage;
3. Organizza un career date - It's a match! - per incontrare HR e Talent Acquisition Manager attraverso un match che parte dalle motivazioni e dai valori e non dal CV.

## Didattica e struttura

4 Moduli

Durante il percorso:

- TrenDS (Tavole rotonde con professionisti)
- Digital Transformer Squad
- Esercitazioni e Project Work
- Momenti in aula (TrenDS + Stragate Series)

Design della Carriera:

- Supporto all'orientamento professionale
- Stage da 3 ai 6 mesi

## Domanda di ammissione

L'ammissione viene valutata sulla base di:

- Domanda di ammissione
- Curriculum Vitae
- Colloquio motivazionale

Titolo di studio:  
**Italia / UE**  
**Extra UE**

Scadenza  
**19 Agosto 2026**  
**19 Agosto 2026**

## Costo e agevolazione

Costo  
**15.500 €**

(15.000 € costo del Master +  
500 € taxa di iscrizione)

Agevolazione  
**Early Bird -15%**

Scadenza  
**16 Maggio 2026**

Agevolazione  
**3 Esoneri parziali -25%**

Scadenza  
**29 Giugno 2026**

Per informazioni dettagliate sulle modalità di pagamento e sulle eventuali agevolazioni disponibili, ti invitiamo a visitare il sito ufficiale di POLI.design. Nella sezione "Ammissione" dedicata al master troverai tutti i dettagli relativi a costi, tempistiche e possibili agevolazioni finanziarie. In alternativa, puoi contattare direttamente l'Ufficio Tirocini per ricevere assistenza personalizzata e chiarire eventuali dubbi o richieste specifiche.

## Hai ancora domande o curiosità su questo percorso?

Nessun problema! Per qualsiasi informazione aggiuntiva o chiarimento, puoi contattare direttamente Silvia Barozzi, la nostra Coordinatrice Didattica.

Sarà felice di ascoltarti e supportarti, aiutandoti a risolvere ogni incertezza nel modo più semplice e chiaro possibile.

Silvia Barozzi  
Coordinatrice  
Didattica



