

Manifesto - Proposizione di valore della SOCIETÀ ITALIANA DI MANAGEMENT

VISIONE

La nuova formula economica e sociale, su cui il nostro Paese baserà la propria competitività e benessere nel XXI° Secolo, consoliderà il ruolo centrale e crescente dell'impresa e accrescerà la pervasività dei principi e delle logiche di management nelle altre organizzazioni. Lo scenario di riferimento è, e sarà, il mondo interconnesso e globalizzato.

È dunque richiesto che il contributo degli studiosi di economia d'impresa (management) al Paese si esprima su più livelli e in più campi:

- nelle Università, formando le giovani generazioni, producendo nuovo sapere di qualità e contribuendo al buon governo dell'Istituzione
- presso la comunità delle imprese, offrendo valore competitivo, attraverso la ricerca applicata, e culturale, attraverso la formazione continua
- presso le Istituzioni, contribuendo al buon governo dell'economia e dei territori
- presso la pubblica opinione, fornendo informazioni e idee, scientificamente solide, per consentire di leggere la realtà economica e le sfide che porta
- in Europa e nel mondo, portando alla luce le eccellenze e il valore delle specificità italiane.

La figura dello studioso di economia d'impresa (management) del XXI° Secolo è dunque chiamata a offrire un contributo ampio e pervasivo al Paese. Nessuno, da solo, appare adeguato a reggere il peso di questa sfida: occorre che questi contribuisca alla costruzione di una autorevole comunità di pari, quale la Società Italiana di Management intende essere.

MISSIONE

La Società Italiana di Management rappresenta l'alveo naturale degli studiosi di economia d'impresa (management) che si riconoscono nello scenario sopra delineato. Obiettivo fondamentale della Società è di creare le condizioni affinché ciascuno studioso possa essere in grado di fornire al Paese il contributo che esso si attende da lui.

I valori fondanti la Società Italiana di Management sono:

1. Passione per l'esplorazione e la creatività
2. Rigore scientifico
3. Attitudine al cambiamento
4. Indipendenza di pensiero
5. Spirito di servizio
6. Riconoscimento del merito
7. Ricerca del valore sociale e pragmatico del proprio contributo scientifico

Gli studiosi italiani di economia d'impresa (management) sono consapevoli di doversi impegnare per affermare nel Paese la propria identità distintiva e render nota la specificità e il valore del contributo scientifico di cui sono forieri. Questa condizione impegna la Società Italiana di Management a operare come soggetto attivo per la rappresentanza (o per lo sviluppo ed il consolidamento) dei valori condivisi dai propri associati nella relazione con gli stakeholder di riferimento (Governo, Imprese, Università, eccetera) e nel solo ed esclusivo interesse del Paese.

OBIETTIVI

Dato quanto sopra, gli obiettivi della Società Italiana di Management sono così esprimibili:

- agire, a livello governativo e dirigenziale del Paese e delle Istituzioni Accademiche, affinché venga riconosciuta, difesa e valorizzata la specificità culturale dell'economia d'impresa (management)
- pretendere una ricerca basata su rigore teorico, metodologico ed empirico, promuovendo flessibilità, apertura e innovazione negli approcci
- favorire le iniziative-ponte tra il mondo accademico e quello delle imprese e delle altre organizzazioni
- valorizzare la qualità e l'innovazione dell'attività didattica in ogni sede
- creare condizioni di accesso alle opportunità di scambio internazionale della ricerca, della didattica e della formazione.

La Società Italiana di Management è sensibile in particolare alle esigenze delle giovani generazioni di studiosi. Il rinnovamento continuo dei quadri accademici, infatti, deve avvenire seguendo una traiettoria di internazionalizzazione, innovazione e qualità, che li vede impegnati in un percorso di formazione personale molto arduo, che deve essere supportato adeguatamente dalla comunità.