

CULTURE OPEN TO ACTION

SCELGO DI
GUARDARE
IL FUTURO.
CON GLI OCCHI
DEI MIEI CLIENTI.

MASTER IN RETAIL MANAGEMENT E MARKETING

FULL TIME

—
IL NUOVO RETAIL
TRA DIGITALIZZAZIONE,
CUSTOMER EXPERIENCE
E BRAND ACTIVISM

DAL 9 NOVEMBRE 2022 – 20ª EDIZIONE





MASTER IN RETAIL MANAGEMENT E MARKETING

SCELGO DI
GUARDARE
IL FUTURO.
CON GLI OCCHI
DEI MIEI CLIENTI.

CUOA BUSINESS SCHOOL

Molto più di una scuola di management.

Le idee nascono **dove le persone si incontrano.**

Dove il sapere e il fare danno vita a un Futuro fatto di nuovi progetti.

Per questo crediamo nella ricerca continua di obiettivi da condividere, nell'analisi frequente sui temi da monitorare e nell'impegno etico e meritocratico che muove un'attività condivisa con le istituzioni nazionali e internazionali.

Da oltre sessant'anni apriamo le porte a giovani, imprenditori, manager e professionisti, a imprese e organizzazioni, per orientarli verso un percorso fatto di **cultura**, ascolto e **apertura** a nuovi approcci e di stimolo ad **agire**, per il miglioramento continuo.

CUOA PER I GIOVANI

Cosa fare dopo la Laurea?
Come posso accelerare il mio ingresso nel mondo del lavoro?

Sono le domande tipiche che si pongono i giovani all'avvicinarsi del faticoso traguardo della Laurea.

Chiaramente l'obiettivo è inserirsi nel mercato del lavoro.

I nostri master si rivolgono a giovani laureati o laureandi, sia triennali che magistrali.

Sono progettati modellando i percorsi in funzione delle competenze e professionalità maggiormente richieste dalle aziende.



MASTER IN RETAIL MANAGEMENT E MARKETING

CUOA È SOCIO ORDINARIO ASFOR

I Soci Ordinari ASFOR sono persone giuridiche pubbliche o private e altri organismi che svolgono in modo significativo e secondo criteri e standard di qualità definiti da ASFOR, iniziative di progettazione, gestione e controllo di attività didattica e di ricerca nel campo della formazione manageriale o che rappresentano significative realtà interessate alle stesse, in veste di utilizzatori dei relativi prodotti o servizi.

CUOA È FULL MEMBER EFMD

EFMD è una organizzazione internazionale con sede a Bruxelles, Belgio. È riconosciuta a livello mondiale come un organismo di accreditamento della qualità nella formazione manageriale.

CUOA È ADVANCED SIGNATORY PRME - PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE MANAGEMENT EDUCATION

PRME è la piattaforma di impegno volontario delle Nazioni Unite per le istituzioni accademiche che intendono trasformare il loro insegnamento, la ricerca e la leadership di pensiero a sostegno dei valori universali di sostenibilità, responsabilità ed etica.

CUOA È MEMBRO DI AACSB

AACSB International (AACSB) è un'associazione internazionale senza scopo di lucro, che riunisce educatori, studenti e imprese per raggiungere un obiettivo comune: creare la prossima generazione di grandi leader.

CUOA È MEMBRO DELLA BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION (BGA)

Business Graduates Association (BGA) è un ente internazionale di garanzia della qualità di Business School leader a livello mondiale e ad alto potenziale che condividono l'impegno per una gestione responsabile e un apprendimento permanente, e stanno cercando di avere un impatto positivo sui loro studenti, le comunità e l'economia nel suo complesso.

Il nuovo «tempio» di Dior a Parigi visitato ogni giorno da tremila persone, il ricco universo di Gucci a Firenze che pochi mesi fa ha aperto un bar, la app Wonder che fa arrivare le cucine dei ristoranti davanti alla porta dei clienti, i droni dei supermercati Walmart che consegnano la spesa in dieci minuti, il negozio Benetton nel metaverso dove si gareggia per vincere degli sconti ... il mondo del retail quest'anno è ricco come non mai di novità affascinanti.

Il Master in Retail Management e Marketing è un percorso specialistico rivolto a giovani laureandi o neolaureati che desiderano lavorare nel marketing delle aziende alle prese con questa rapida evoluzione dei processi d'acquisto e di consumo.

Il percorso della 20^a edizione è stato progettato partendo dalla riflessione su tre grandi temi trasversali che saranno le colonne portanti del master:

1. La **digitalizzazione**: è ormai scomparsa la distinzione tra marketing digitale e marketing tradizionale (sempre che questo termine avesse un significato) e la digitalizzazione ha rivoluzionato il modo di fare business oltre ai processi di marketing e naturalmente a quelli di vendita.

2. Il **nuovo ruolo del punto vendita**: la crescita vorticoso dell'e-commerce non ha ucciso i negozi, li ha semmai cambiati arricchendoli di nuove funzioni. Il negozio è sempre meno un magazzino e sempre più un luogo in cui far vivere ai clienti esperienze coinvolgenti.

3. Il **Brand Activism**: come scrive il grande Paolo labichino, essere sostenibili, inclusivi e socialmente responsabili è oggi quasi il minimo sindacale per un'azienda. Per i brand è arrivato il momento di prendere posizioni decise e a volte scomode e ritornare così protagonisti.

Il master si concluderà con uno **study tour a New York**, dove verranno studiati sul campo, sotto la guida di un team di consulenti, le tendenze globali della scena retail del lusso, del food e del fashion.

«Il Master in Retail Management e Marketing mi ha fornito strumenti pratici e concreti che utilizzo in azienda, ha colmato la mia curiosità e mi ha dato una forma mentis più flessibile e un approccio proattivo e costruttivo per le diverse situazioni che si manifestano in azienda».

Davide Pozzato - Category Teamlead, Fossil Group - Alumno 5^a edizione

«Il Master è stata una delle esperienze più sfidanti e soddisfacenti della mia vita e mi ha insegnato a coniugare un approccio teorico e analitico con uno pratico e risolutivo».

Francesca Marani, - Junior Brand Manager, Julius Meinl - Alumna 17^a edizione

MASTER FULL TIME. Il luogo dove incontrare il futuro.

La Laurea non è un punto di arrivo, né di partenza: è un punto di svolta. Per questo i master full time CUOA sono rivolti a neolaureati/laureandi che vogliono affrontare un percorso di crescita intenso e concreto. Prima di offrire competenze spendibili nel mondo professionale, i master full time sono un progetto di scoperta e valorizzazione del talento di ciascuno. Tempi veloci, impegno quotidiano, stage sicuri: tutte opportunità per raggiungere un unico obiettivo: il 100% di inserimento professionale di grande soddisfazione per i nostri allievi.



OBIETTIVI

L'obiettivo del Master in Retail Management e Marketing è fornire agli allievi la **cultura** e gli **strumenti** necessari per poter lavorare con efficacia e soddisfazione nel marketing di aziende della distribuzione, del largo consumo e dei prodotti fashion e lifestyle.

Questo obiettivo viene perseguito con un approccio didattico concreto sviluppato in costante interazione con il mondo aziendale. Ogni settimana sono previste testimonianze aziendali, attività didattiche sul campo come lavori di progetto, lezioni in azienda e visite guidate ai punti vendita più interessanti dei diversi settori, dalla moda al lusso al food.

DURATA E IMPEGNO

Il master ha una durata complessiva di 8 mesi:
- 5 mesi di attività didattica strutturata
- 3 mesi di stage (fino a un massimo di 6 mesi) o project work individuale.

La **frequenza è obbligatoria**: il limite massimo di assenze consentito è del 10% dell'attività didattica strutturata. Sono parte integrante del programma formativo le attività legate allo svolgimento dei project work e gli study tour.

DESTINATARI

Il master è dedicato a giovani laureati e laureandi in **tutte le discipline** che vogliono acquisire una visione trasversale delle logiche aziendali, e conoscere in maniera approfondita le tante sfaccettature del mondo del **marketing**.

METODOLOGIE DIDATTICHE

Per favorire l'apprendimento, nei master CUOA vengono utilizzate metodologie didattiche attive e coinvolgenti sia on site che online.

Le lezioni, grazie al **numero contenuto di partecipanti** al master, garantiscono sempre la possibilità di confrontarsi e interagire tra gli allievi e con i docenti.

In parallelo all'attività d'aula strutturata il percorso formativo prevede attività legate allo svolgimento di esercitazioni e **project work** in collaborazione con le aziende.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Gli allievi che hanno frequentato le precedenti edizioni del master lavorano, in Italia e all'estero, nel marketing e nel retail management in aziende del retail, della moda e del lusso, del lifestyle, del largo consumo e nella consulenza.

PLUS

Il network CUOA

Una delle caratteristiche distintive della nostra scuola è il forte legame con le aziende. Tutti i percorsi formativi nascono da una attenta osservazione delle esigenze delle tante aziende con le quali interagiamo quotidianamente.

Placement

Il Placement è il punto di forza dei nostri master.

Normalmente tutti gli allievi lavorano entro sei mesi dalla fine del percorso, ma il più delle volte i tempi di placement sono molto inferiori e nelle ultime edizioni circa un terzo degli allievi è stato assunto prima della conclusione del master.



IL NUOVO RETAIL TRA DIGITALIZZAZIONE, CUSTOMER EXPERIENCE E BRAND ACTIVISM

PROGRAMMA

Marketing in un mondo digitale

Nel modulo che aprirà il percorso del Master si imparerà, attraverso l'analisi di casi aziendali reali, a comprendere e valutare le strategie delle imprese e a sviluppare una strategia orientata al marketing.

Social media management e digital PR

Social network, influencer e user generated content: con un approccio concreto e ricco di esercitazioni si affronteranno i temi principali di content e social media marketing e advertising sui social media.

SEO, SEM e digital analytics

Questo modulo insegnerà agli allievi le principali tecniche per farsi trovare sui motori di ricerca, per gestire la pubblicità su Google e per analizzare il comportamento del consumatore sul web.

Accounting e controllo di gestione

Obiettivo di questo modulo è sviluppare una sensibilità economica per affrontare con consapevolezza le decisioni di marketing.

Retail Marketing

Questo modulo, sviluppato anche attraverso visite a punti vendita e un retail tour di due giorni a Milano, trasmette la capacità di leggere i trend del retail e di progettare le leve del retailing mix.

E-commerce e omnichannel retailing

In questo modulo si approfondiranno le problematiche legate allo sviluppo di una strategia omnichannel e si impareranno in concreto quali sono i passi operativi da compiere per progettare e avviare un'attività di e-commerce.

Online store management

Visto che si tratta di uno dei profili più ricercati del momento, nella 20^a edizione è stato inserito questo nuovo modulo di approfondimento sul ruolo di store management di negozi on line.

Visual merchandising e visual marketing

Attraverso questo modulo, basato su osservazione di casi reali e su esercitazioni pratiche, si impareranno ad applicare i fondamenti del visual merchandising, con un focus particolare sul mondo fashion e luxury.

Trade marketing e category management

Questo modulo affronterà il tema di come le aziende costruiscono gli assortimenti in una prospettiva di category management e di come i brand collaborano con i partner distributivi per aiutarli a stimolare il comportamento del consumatore.

Fashion retailing

Questo modulo approfondisce il tema del merchandising e dell'assortimento analizzando i processi di creazione delle collezioni moda in aziende retail oriented.

Loyalty management

La gestione delle informazioni sui consumatori per la progettazione delle attività di marketing è uno dei temi centrali del retail oggi; questo modulo insegnerà come ricavare informazioni rilevanti per il marketing dall'analisi dei dati sui clienti per progettare le strategie di loyalty management.

Brand management

In questo modulo si approfondiranno le tematiche legate alla gestione di un brand e alla progettazione di brand experience coerenti.

Un approfondimento sarà dedicato al mercato del lusso con riferimento allo sviluppo del business attraverso licenze e collaborazioni tra brand, uno dei temi oggi più caldi per il lifestyle marketing.

Moda e sostenibilità

Cosa vuol dire essere un'impresa sostenibile nel sistema moda? Gli allievi impareranno a valutare la sostenibilità ambientale e sociale delle strategie aziendali e a evitare la trappola del green washing.

Operations management

Questo modulo aiuterà a comprendere il funzionamento di una supply chain integrata e a leggere la gestione delle operations aziendali in termini di costo, tempi di consegna, qualità e flessibilità.

Customer experience design

Cosa vuol dire progettare un punto vendita esperienziale? Grazie al contributo di manager con esperienze in aziende leader di moda e lusso questo modulo illustrerà come lo store design e le persone rendono un negozio coinvolgente.

PROJECT WORK

I project work sono una componente fondamentale del programma. Gli allievi, lavorando come team di consulenti, sono chiamati a risolvere problemi aziendali concreti, applicando concetti e modelli appresi a lezione sotto la guida di consulenti esperti.



STUDY TOUR A NEW YORK

Fin dalla prima edizione il master si caratterizza per la presenza di uno study tour internazionale perché poter **analizzare sul campo i negozi** più interessanti di città con una scena retail vivace e avanzata, discutendoli insieme a colleghi e docenti, è il modo migliore per consolidare quanto appreso.

Per la ventesima edizione è stata scelta come meta nuovamente New York, da sempre mecca dello shopping, ma anche città sempre in trasformazione in funzione dei megatrend globali.

Lo study tour, che viene **riprogettato ogni anno in funzione delle nuove aperture più interessanti**, è sviluppato attorno ai principali temi che caratterizzano oggi il dibattito sull'evoluzione del retailing mondiale.

I temi chiave saranno quindi l'evoluzione del **department store**, il modo in cui vengono ripensati i **flagship** store nel settore moda e lifestyle, l'evoluzione dei **centri commerciali** interpretati sempre più come entertainment center, le modalità attraverso le quali viene operativamente declinato nei diversi settori il concetto di **shopping esperienziale**.

Non mancherà naturalmente un focus sul mondo **food** (e ovviamente il tempo per divertirsi).



«Il Master mi ha dato strumenti reali per spiegare le ali e realizzare un sogno. Ho acquisito competenze tali che hanno fatto sì che un project work iniziato in aula sia diventato il mio attuale lavoro.».

Valentina Concato - Digital Project Coordinator, Valentino - Alumna 19ª edizione

«Il Master in Retail Marketing e Management di Cuoia Business School è stato la mia opportunità di mettermi in gioco nel mondo del lavoro, nonché lo strumento ideale per far sbocciare i miei punti di forza.».

Alexia Dechaux - Operative Logistic Specialist, Lidl Italia - Alumna 15ª edizione

«Il Master in Retail mi ha dato l'opportunità di costruire basi di conoscenza solide e mi ha fatto amare la dinamicità di questo mondo professionale.».

Jessica Vettorazzo - Senior Retail Buying Manager, The North Face - Alumna 2ª edizione

SELF IMPROVEMENT

Il nostro master sviluppa caratteristiche individuali che si traducono in comportamenti lavorativi efficaci e di successo.

La flessibilità, l'orientamento al risultato, la leadership, il team work, la comunicazione verbale o il pensiero analitico sono aspetti che determinano la differenza nella performance di una persona e possono condurre a risultati eccellenti.

Per la massima efficacia in ogni contesto professionale, è necessario integrare le competenze tecniche con un alto grado di consapevolezza delle caratteristiche e motivazioni personali e con abilità personali, quali la capacità di parlare in pubblico, di lavorare in gruppo, di gestire lo stress, di essere orientato agli obiettivi, di sapere affrontare situazioni complesse e mutevoli.

Il master è un laboratorio, nel quale gli allievi possono allenare queste abilità e confrontarsi in simulazioni tipiche dei contesti lavorativi, rileggere e interpretare le dinamiche individuali e di gruppo che si sono presentate.

Alcune delle attività che vengono svolte di solito legate allo sviluppo delle soft skills:

- **counselling individuale:** colloqui con ciascun allievo che mirano a riconoscere e valorizzare le risorse personali per uno sviluppo di carriera coerente con le aspettative
- **attività di gruppo:** mirano a presentare tecniche espressive di coinvolgimento attivo, volte a riconoscere e gestire le proprie emozioni, imparare a comunicarle e a porsi in relazione con gli altri in modo costruttivo
- **team building:** sono esercitazioni svolte all'aperto, che portano i singoli e il gruppo a sviluppare e sperimentare le competenze necessarie al lavoro in team
- **orienteering:** è un'attività nel bosco con mappa e bussola. Sprona a trovare il percorso migliore, a utilizzare strumenti che consentono di orientarsi in una zona sconosciuta e stabilire una strategia.



STAGE - PROJECT WORK

Il processo di avvicinamento degli allievi al mondo del lavoro rappresenta uno dei punti di forza della proposta formativa di CUOA Business School.

Nella parte finale del percorso formativo, ogni allievo sperimenterà e applicherà le conoscenze acquisite durante il master attraverso un'esperienza sul campo in un contesto aziendale, o sviluppando un progetto individuale in collaborazione con consulenti aziendali.

Per assicurare che il periodo dedicato allo stage e al project work siano realmente formativi, il nostro staff dedica particolare attenzione al processo di orientamento e preparazione degli allievi, con l'obiettivo di far emergere e valorizzare peculiarità e competenze di ciascuno.

Attingendo al grande network di aziende e professionisti che ruotano attorno alla Business School, lo staff CUOA si adopera per la ricerca di progetti che possano garantire ad ogni allievo di vivere un'esperienza di lavoro stimolante e ricca di opportunità applicative.

UN MASTER PER GIOVANI LAUREANDI E LAUREATI TRIENNALI E MAGISTRALI IN QUALSIASI DISCIPLINA

PROFILO DEI PARTECIPANTI AI MASTER IN MARKETING



ALUMNI: 405

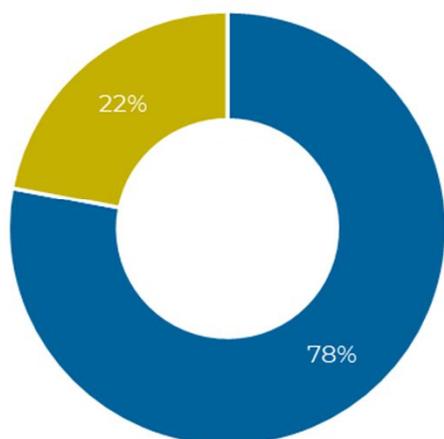


ETÀ MEDIA: 25 ANNI



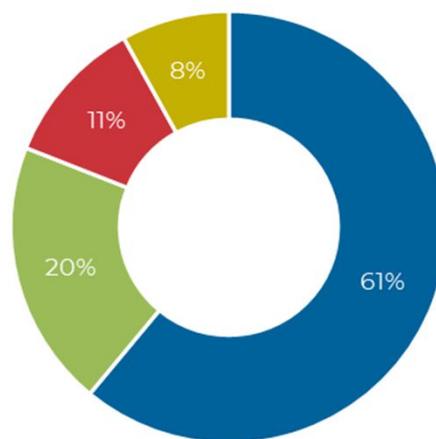
TIPOLOGIA DI LAUREA

■ Triennale ■ Magistrale



LAUREA

■ Umanistica ■ Economica ■ Giuridico e Politica ■ Scientifica



FACULTY

La Faculty del Master è un mosaico di manager, professionisti e docenti universitari di comprovata esperienza in qualità di advisor e consulenti, strutturato per avere una figura esperta in ognuno degli argomenti in programma: il loro approccio pragmatico consente di portare a lezione contenuti e strumenti immediatamente applicabili a ogni contesto lavorativo.

La direzione scientifica è affidata a Romano Cappellari.



ROMANO CAPPELLARI

Direttore scientifico Master in Marketing Retail Management e Marketing, docente di marketing all'Università di Padova e partner della società di consulenza Condesa DF

Romano Cappellari è un docente di Marketing curioso che si dedica con passione ad aiutare giovani e aziende a orientarsi e a trovare la loro strada tra i cambiamenti che interessano il mondo dei prodotti lifestyle, con uno sguardo particolare rivolto alle tematiche distributive tra web e negozi fisici.

Lavora presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova e ha insegnato anche nelle Università di Trento e Ca' Foscari.

Collabora con CUOA Business School da oltre venticinque anni, nei quali ha diretto diversi master e coordinato progetti formativi aziendali in ambito marketing e retail. Da qualche anno si dedica inoltre a progetti di consulenza di marketing come partner della società Condesa DF.

La sua principale area di attività è il management della moda e dei prodotti lifestyle. Su questi temi ha pubblicato il volume "Marketing della moda e dei prodotti lifestyle", edito da Carocci, che con oltre diecimila copie vendute nelle diverse edizioni è diventato uno dei best seller di riferimento in Italia su questo argomento.

Chi desidera restare aggiornato sui temi sviluppati nel Master può seguire le sue pillole quotidiane di marketing sul canale Telegram [romanocappellari - marketing in pillole](#) e ora anche sull'account Instagram [romanocappellari.marketing](#).

«Se vi appassiona il marketing, siete curiosi di seguire l'evoluzione del mondo del web e vi divertite a girare per i negozi in tutte le città del mondo, questo è il Master che fa per voi.

Ci sarà parecchio da lavorare, ma lo faremo occupandoci di temi estremamente attuali e stimolanti e quindi i mesi del Master voleranno perché la mia filosofia come docente e direttore scientifico è che più ci si diverte, più si impara facilmente.

Dopo sei mesi vi troverete così pronti ad applicare le cose che avete imparato in un mondo nel quale la trasformazione digitale ha aperto tantissime opportunità professionali per giovani in gamba e preparati come quelli che escono dalle nostre aule.

Non lo dico solo perché girando per le aziende percepisco chiaramente questa fame di nuovi professionisti del retail, ma anche alla luce del fatto che gli allievi dell'ultima edizione del Master sono stati contesi come non mai tra grandi gruppi del retail, multinazionali del largo consumo e aziende della moda e del lusso».

Romano Cappellari

Direttore scientifico Master in Retail Management e Marketing

LE SELEZIONI

Il processo di selezione prevede:

- analisi del curriculum vitae
- test psicoattitudinali, test logico-matematico
- colloquio motivazionale.

Il curriculum e le attitudini dei candidati emerse dalle prove di selezione, rispetto agli obiettivi e alla struttura del Master, costituiscono i principali elementi della valutazione del candidato.

I candidati selezionati riceveranno comunicazione scritta sull'esito della selezione.

Le selezioni potranno essere svolte on line o presso la sede del CUOA, previo appuntamento concordato con la Direzione del Master.

I candidati ammessi potranno confermare la loro partecipazione **entro il 3 novembre 2022** sottoscrivendo il contratto di iscrizione e versando la prima rata della quota di partecipazione.

Il Master è riservato a **20 partecipanti**, con possibilità della Direzione del CUOA di valutare eventuali inserimenti oltre il numero massimo.



COSTI E AGEVOLAZIONI

La quota di iscrizione è di € 11.600 + I.V.A.

Sconti

- 15% Fuori Regione
- 5% Laureato magistrale o laurea specialistica con età inferiore o uguale a 25 anni (alla conferma di partecipazione) e voto di laurea uguale o superiore a 105/110 o equivalente
- 5% Laureato triennale con età inferiore o uguale a 23 anni (alla conferma di partecipazione) e voto di laurea uguale o superiore a 105/110 o equivalente.

È prevista una sola tipologia di sconto, tra quelle sopra indicate, non applicabili ai beneficiari di borse di studio pubbliche e/o private o di altre agevolazioni economiche.

Agevolazioni aggiuntive

- Be First 10%, per iscrizioni entro il 27 luglio 2022
- Early Bird 5%, per iscrizioni entro il 10 ottobre 2022
- Pay Full 5%, in caso di pagamento dell'intera quota di partecipazione prima dell'avvio del Master.

Una a scelta tra quelle sopra elencate, cumulabile e al netto dell'eventuale sconto precedente.

Borse di studio e Prestiti sull'onore

Da sempre il CUOA sostiene le aspirazioni e i talenti, per questo sono previste borse di studio, erogate da aziende partner del CUOA e prestiti sull'onore. Maggiori informazioni alla pagina www.cuoa.it/mrmm

Study tour

La quota di iscrizione è comprensiva dei costi di viaggio e di alloggio relativi allo study tour a New York. Nel caso in cui non fosse possibile svolgere lo study tour entro la data di conclusione del Master per cause non imputabili alla Fondazione CUOA, verrà restituita una parte della quota di partecipazione al Master determinata forfettariamente in € 1.500 (I.V.A. compresa).



NETWORKING

Il futuro è fatto di ascolto, cultura, collaborazione. Valori che hanno un solo punto di partenza: le relazioni.

Attraverso eventi, riunioni, gruppi di lavoro promuoviamo e alimentiamo un network professionale, personale e culturale tra allievi, docenti e testimoni d'impresa.

Così offriamo a giovani, manager e imprenditori un'opportunità unica: entrare a far parte di una comunità internazionale di manager e professionisti. Uno stimolo costante nell'evoluzione del percorso professionale di ciascuno.

ALUMNI CUOA

Sono oltre 5.000 gli Alumni CUOA: una comunità unica, fatta di manager all'avanguardia, imprenditori di successo e giovani in ascesa.

Un network consolidato in cui il patrimonio delle esperienze e delle relazioni personali e professionali viene condiviso per creare le migliori opportunità di crescita e di affermazione. Gli Alumni CUOA contribuiscono in modo concreto alla crescita di CUOA: portando la loro testimonianza professionale all'interno dei Master, infatti, forniscono modelli concreti e immediatamente fruibili nella realtà aziendale.

ALUMNI CUOA: I VANTAGGI DELLA COMMUNITY



LIFELONG LEARNING

- Startup Strategy
- Networking Lab
- Lifelong Learning Program
- Sconti e agevolazioni riservati



JOB CAREER CENTER

- Career Network
- Career Day
- Career Speed Date
- Career Coaching personalizzato
- Piattaforma online Jobcareer Center
- Incontri con aziende partner CUOA
- Partnership Higher Education EFMD



NETWORK

- Aperinetwork
- Aperiseminari
- Reunion
- Eventi sportivi
- Articoli CUOA Space
- Gruppo LinkedIn



SOFT SKILLS

- Coaching individuali
- Emotional Intelligence Coaching

JOB CAREER CENTER

Il JobCareer Center CUOA è un punto di riferimento fondamentale all'interno del nostro network.

La sua principale attività consiste nel costante di monitoraggio e aggiornamento della carriera dei diplomati Master CUOA e nell'analisi delle richieste di mercato, per sviluppare una stretta sinergia tra l'eccellenza dei nostri Alumni e le esigenze delle aziende partner.

Lo staff del Centro lavora quotidianamente per:

- fornire alle aziende un servizio gratuito di ricerca e selezione di risorse umane
- affiancare le aziende nella selezione dei curricula e nei contatti con gli Alumni CUOA
- garantire un costante aggiornamento dei profili e della carriera degli Alumni CUOA
- offrire agli Alumni CUOA massima visibilità e molteplici opportunità attraverso i Career Day dove agli allievi incontrano le imprese alla ricerca di profili qualificati.

I SERVIZI DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA

PIATTAFORMA DIDATTICA

Il network si sviluppa anche attraverso una piattaforma didattica cui ogni partecipante può accedere tramite credenziali personali. Qui vengono custoditi tutti i materiali didattici utilizzati in aula e ulteriore materiale integrativo. Inoltre la piattaforma permette di avviare forum di discussione tra colleghi e di comunicare con il Direttore scientifico e lo Staff del Master.

BIBLIOTECA

Approfondimento e ricerca sono essenziali, per questo gli allievi possono usufruire della biblioteca nella sede del CUOA.



SEDE DIDATTICA VILLA VALMARANA MOROSINI

Dove nel passato veniva coltivato il nutrimento per il corpo, oggi coltiviamo talenti. Villa Valmarana Morosini, costruita nel 1724 dall'architetto Francesco Muttoni, è la sede di CUOA Business School.

L'antica domus agricolae situata ad Altavilla Vicentina, è un luogo storico dove il connubio tra barocco e neoclassicismo palladiano ha dato vita a una tra le ville più imponenti del Veneto.

Il Centro Congressi CUOA offre numerosi spazi moderni e qualificati: l'Aula Zanussi per incontri e

convegni con capienza di 210 persone, aule master, numerose aule e salette per gruppi di lavoro, aule informatiche, biblioteca e offre la possibilità di navigare in Internet nelle zone coperte dalla rete wi-fi.

Vicino alla Villa sorge il **College Valmarana Morosini** che, con il servizio di ristorazione e bed & breakfast, completa la dotazione di una moderna scuola di management. Per informazioni, tel. 0444 333711.

CUOA Business School ha sede in una villa storica. Per eventuali segnalazioni connesse alla presenza di barriere architettoniche, contattare la Segreteria Didattica, tel. 0444 333704.



CUOA BUSINESS SCHOOL

Villa Valmarana Morosini Via G. Marconi, 103 36077 Altavilla Vicentina (VI)
T. +39 0444 333711 info@cuoa.it | www.cuoa.it



STAMPA SU CARTA DCP WHITE