



Economia

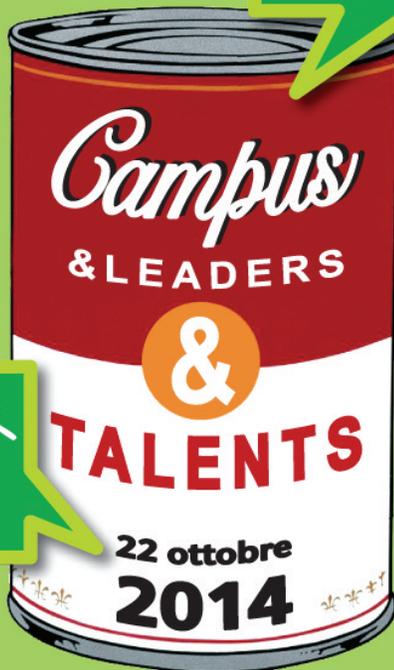


Università Tor Vergata | via Columbia, 2 | 00133 Roma

[www.aleteconomia.it/campus](http://www.aleteconomia.it/campus)

7<sup>a</sup>  
edizione

CAREER  
DAY



# SE PUNTI IN ALTO, TROVI LIDL.

Sei un neolaureato e sei determinato ad entrare nel mondo della Grande Distribuzione?

Ti piace affrontare ogni giorno nuove sfide?

**DIVENTA PARTE DEL NOSTRO TEAM!**

VISITA IL SITO **LAVORO.LIDL.IT**, CERCA LE POSIZIONI APERTE E CANDIDATI ATTRAVERSO IL FORMULARIO ONLINE.



*Anch'io!*



**lavoro.lidl.it**



Lidl è per te



**D**opo il successo registrato nelle precedenti edizioni, alle quali hanno partecipato più di 2000 persone, si rinnova quest'anno l'appuntamento con il **Career Day** organizzato dalla **Macroarea di Economia dell'Università di Roma "Tor Vergata"**.

**Campus&Leaders&Talents**, evento promosso dall'**Ufficio Laureati Desk Imprese** e dall'**Associazione Laureati, ALET, l'Associazione dei Laureati in Economia di Tor Vergata**, vuole essere ancora una volta punto d'incontro privilegiato per gli studenti, ma anche per le imprese e le istituzioni, favorendo il contatto tra il mondo della formazione universitaria e della ricerca e quello del lavoro.

L'obiettivo della manifestazione è quello di proporre nel panorama italiano un **format innovativo** e più adatto a rispondere all'evoluzione delle professionalità e del mercato del lavoro.

L'innovazione nella formula proposta parte già dai primissimi step del processo di progettazione, a cominciare dalla fase di ideazione, interamente condivisa con

le stesse aziende e istituzioni partecipanti, nonché con gli studenti, affinché tutti si possano sentire attori e protagonisti e non meri finanziatori o pubblico partecipante.

**Campus&Leaders&Talents** offre non solo informazioni sul mondo del lavoro, ma propone ai propri visitatori un modo nuovo per parlare ancora una volta di lavoro e formazione: poche brochure, poca teoria, tanta esperienza.

Avvicinare i ragazzi al mondo delle aziende significa, dunque, portare reali testimonianze, offrire esempi concreti di come si lavora in azienda, far parlare, insomma, le risorse inserite nella realtà produttiva, non affidarsi solo alla diffusione di stampati illustrativi.

**Campus&Leaders&Talents**, oltre a mettere a disposizione delle aziende e delle istituzioni uno spazio per presentare i propri progetti e le proprie iniziative, propone momenti di dibattito e scambio di esperienze, affidando ai protagonisti del mondo del lavoro il compito di parlare delle varie figure professionali, tradizionali ed emergenti e del proprio percorso professionale in azienda.

Come ogni anno inoltre gli studenti hanno la possibilità di partecipare, durante il career day, ai primi colloqui di lavoro!

La manifestazione è rivolta agli studenti e laureati in tutte le discipline.

[www.aleteconomia.it/campus](http://www.aleteconomia.it/campus)

# Campus &Leaders &Talents



3

Main partner



Media partners



In collaborazione con



Special thanks to



ASSOCIAZIONE  
LAUREATI  
IN INGEGNERIA  
DI TOR VERGATA



Partners



7<sup>a</sup>  
edizione

CAREER  
DAY

**9:00 - Apertura stand**

**10:00 - 10:45**

**Lidl**

Presentazione aziendale

**11:00 - 11:45**

**EY**

Your Exceptional  
EY Experience Starts here

**12:00 - 12:45**

**PricewaterhouseCoopers**

The Experience stays with you

**13:00 - 13:45**

**Colgate-Palmolive**

Non perdere l'occasione,  
il futuro sei tu!

**14:00 - 14:45**

**Calzedonia**

Il mondo retail Calzedonia:  
un'esperienza di successo

**14:00 - 16:30**

**Workshop**

**"Opportunity Day"**

Aula Magna

**15:30 - 17:00**

**McKinsey**

McKinsey incontra  
laureandi e laureati  
dell'Università di Tor Vergata

Le presentazioni aziendali  
si svolgeranno nell'Aula TL  
della Macroarea di Economia  
(edificio didattica, piano terra)

**Workshop  
"Opportunity Day"**

Aula Magna

**14:00**

**Saluto di benvenuto**

**Giuseppe Novelli,**

Rettore Università Tor Vergata

**14:10**

**Introduzione ai lavori**

**Maurizio Talamo,**

Prorettore delegato alle attività di terza  
missione, Università Tor Vergata

**14:20**

**Workshop**

*Modera:*

**Filippo Santelli,**

Giornalista Repubblica.it

*Intervengono:*

**Naor Gilon,** Ambasciatore d'Israele  
in Italia

**Giovanni Locatelli,** Solution Manager

Samsung

**Enrico Antonacci,** Mobile Solutions

Specialist Samsung

**Brian Pallas,** Founder Opportunity

Network

**Arianna De Leo,** TLcom

**Marco Meneguzzo,** Docente Università  
Tor Vergata

**Gianmarco Carnovale,**

Presidente Roma Startup

**15:50**

**Chiusura dei lavori**

**Carmine Vittorio Esposito,**

Resp. Relazioni Esterne ALET

**16:00**

**Inizio pitch delle startup  
finaliste**

**16:20**

**Proclamazione vincitore  
Opportunity day**

## AULA MAGNA

RENAULT

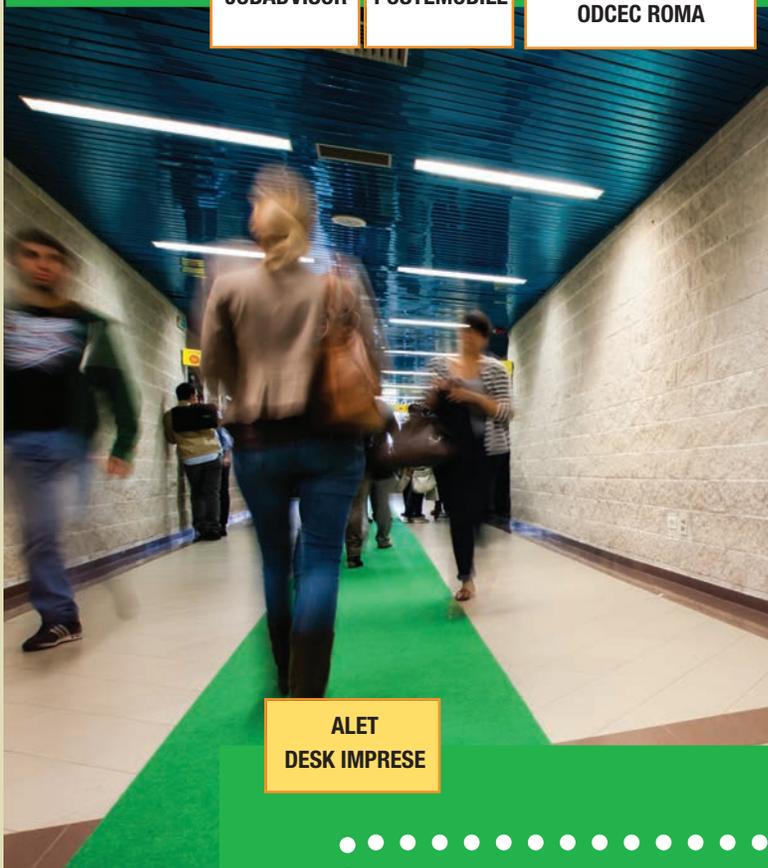
UNIVERSITOR

AREA  
START UP

JOBADVISOR

POSTEMOBILE

MASTER PROFESSIONI  
ODCEC ROMA



ALET  
DESK IMPRESE



ITOR

DELOITTE

BNL

KPMG

WIND

PWC

SACE

CALZEDONIA

EY

HILTI

P&G

ABBVIE

UNILEVER

LIDL

INFO

AULA TL  
PRESENTAZIONI AZIENDE



E





# ALET

**Associazione Laureati  
Economia Tor Vergata**

**L'Associazione Laureati della Facoltà di Economia dell'Università di Roma "Tor Vergata" (ALET)** si prefigge come obiettivo principale ma non unico, quello di costituire un network tra coloro che hanno conseguito la Laurea, il Dottorato o il Master presso la Facoltà di Economia. **ALET** vuole dare consapevolezza ad un patrimonio culturale e professionale "disperso" e creare un senso d'appartenza verso l'istituzione da cui si è ricevuta la formazione universitaria.

L'Associazione dunque con la sua capacità di generare relazioni e informazioni, vuole aumentare le occasioni di crescita personali e professionali dei suoi associati.

**ALET** è, quindi, un "Agente creatore di reti" che opera in autonomia ma in sinergia con la Macroarea di Economia dell'Università di Roma "Tor Vergata" e con l'Ufficio Laureati-Desk Imprese della stessa Facoltà.



9

## I progetti e le attività

**Sito Internet** Il sito, recentemente aggiornato, fornisce informazioni utili agli associati: opportunità lavorative, formazione, forum di discussione, eventi.

**Eventi** Per favorire il contatto tra gli associati e il collegamento con realtà aziendali ed istituzionali esterne vengono organizzate tavole rotonde, convegni, eventi conviviali, cerimonie, reunion. Il 6 giugno 2013 allo Stadio Olimpico, in occasione del Golden Gala, si è tenuta la prima reunion Alet.

**Giornate formative** L'Associazione organizza giornate formative allo scopo di favorire l'aggiornamento su tematiche di particolare interesse per gli associati. L'iniziativa coinvolge esperti di settore provenienti sia dal mondo accademico che da quello delle imprese private e delle istituzioni pubbliche.

**ALET Estero** Nel mondo del lavoro attuale e' ormai una necessità guardare oltre i propri confini, cogliere nuove sfide e trasformarle in opportunità.

ALET Estero, al momento attiva in Inghilterra, Irlanda e Stati Uniti, attraverso il coordinamento di un referente per ciascun paese, ha l'obiettivo di creare un network tra i laureati della Macroarea di Economia che risiedono in modo permanente o temporaneo in un paese estero per motivi di lavoro o di studio, nonché di assisterli attraverso la condivisione di informazioni e l'organizzazione di incontri ed eventi ad hoc.

**ALET Vela** Al fine di condividere e trasmettere ai soci la passione per la vela, ALET, nel 2008, ha creato l'**Alet Sailing Team** col quale organizza periodicamente corsi di vela e partecipa a campionati e regate veliche. Nel 2009, ad esempio, ha partecipato al XXVIII Campionato Invernale di Roma organizzato dal Circolo Velico di Fiumicino (Roma) classificandosi al secondo posto.

[www.aleteconomia.it](http://www.aleteconomia.it)





[www.deskimpresse.it](http://www.deskimpresse.it)



A marzo 2007 nasce il **portale** "Desk-Impresse on-line" attraverso il quale i laureandi e i laureati della Macroarea di Economia di "Tor Vergata" e le aziende/istituzioni possono essere in contatto "telematico".

L'obiettivo è quello di rendere massivamente **interattivo e transattivo** il servizio di placement di cui la Macroarea si occupa già dal 1996 attraverso l'Ufficio Laureati-Desk

Impresse. Il servizio è rivolto a: studenti laureandi, laureati di primo livello, laureati di II livello e "masterizzati" in tutti i percorsi di studio proposti dalla Macroarea.

**Cosa trovano gli studenti.** Su Desk-Impresse on line gli studenti possono inserire il proprio *curriculum vitae*, ricevere notizie sulle iniziative organizzate dall'Ufficio Laureati-Desk Impresse, partecipare ai bandi per borse di studio e premi di laurea, candidarsi alle offerte di lavoro e stage e per i colloqui di lavoro che si tengono presso la Macroarea. Inoltre, possono sondare le opportunità d'impiego vicine al proprio percorso di studio e ricevere consulenza su come compilare un CV e su come affrontare una selezione o un colloquio di lavoro.

**Cosa trovano le aziende e le istituzioni.** Le aziende e le istituzioni utilizzano il portale per visionare le candidature degli studenti presenti nel data base, selezionare quelle che rispondono ai requisiti richiesti, pubblicare offerte di lavoro e stage. Il portale consente inoltre alle aziende di selezionare sia i *profili junior* che profili caratterizzati da precedenti esperienze lavorative, nonché laureati momentaneamente iscritti ad un *Master*.

Si segnala, in particolare, la sezione "**Job Opportunities**" che raccoglie tutte le opportunità pervenute all'Ufficio Laureati-Desk Impresse e classificate in base alla tipologia: *Offerte di lavoro/stage, Bandi e borse di studio, Premi di laurea, Entry Level Job/Internship*.

Tutti i servizi offerti dal Desk-Impresse on-line sono accessibili **gratuitamente**.

## I numeri del Desk-Impresse on-line

pagine visitate:

**1.976.540**

visitatori:

**531.461**

aziende che collaborano

con l'Ufficio Laureati

Desk-Impresse:

circa **450**





# MARKETING DI SE STESSI NELLA RICERCA DI LAVORO

a cura di JOBADVISOR

## IL CURRICULUM VITAE

Il curriculum vitae è il biglietto da visita con il quale ti presenti al mondo del lavoro. Il curriculum racconta chi sei, che cosa hai fatto e a cosa aspiri, facendo intravedere le tue potenzialità. Ciò che dici e come ti racconti devono riuscire a suscitare la curiosità e l'interesse del selezionatore al fine di ottenere un colloquio di conoscenza.

### COME VA SCRITTO

Il CV deve essere breve e sintetico. Se sei un neolaureato una pagina è generalmente sufficiente, due pagine se hai già maturato esperienza. Questo documento deve presentarsi professionale, semplice e chiaro nei contenuti e nella forma. La lettura deve risultare scorrevole, gli elementi salienti devono emergere a colpo d'occhio dal testo. Ricorda che il curriculum determina la prima impressione, importantissima, che il selezionatore si crea di te, come persona e come professionista.

### COSA VA SCRITTO

Il curriculum deve riportare determinate informazioni e farlo seguendo un ordine tendenzialmente predefinito. La struttura di un curriculum è costituita in genere dalle seguenti sezioni:

#### **Dati personali e recapiti:**

nome, cognome, luogo e data di nascita, residenza e domicilio (se diverso dalla residenza) e tutti i recapiti a cui sei effettivamente reperibile. In questa sezione per determinate posizioni può essere utile segnalare se sei disponibile a trasferimenti, se hai la patente e se sei automunito.

#### **Esperienze lavorative:**

relativamente a ciascun impiego svolto devi riportare il periodo di riferimento, azienda e settore professionale, posizione ricoperta, principali attività e responsabilità, competenze sviluppate, rapporto funzionale.





### **Percorso formativo:**

vanno riportate le esperienze formative realmente significative.

Se hai frequentato master o corsi di specializzazione post laurea, vanno specificati: titolo del master, università/ente erogatore, eventuali certificazioni, periodo di svolgimento, ed eventualmente il titolo della tesi, il nome della materia e del relatore, il voto finale e la modalità di svolgimento dello stage.

Per la laurea, riportare: titolo e tipologia del corso di laurea frequentato, università, facoltà, periodo di svolgimento, eventualmente titolo della tesi, nome della materia e del relatore, votazione.

Il titolo della tesi è un elemento significativo da riportare se sei un neo-laureato o se questa è pertinente con il settore o la posizione per cui ti candidi.

Se la tesi è stata svolta in azienda, allora fornisci dettagli e particolari.

In merito al diploma, riporta il tipo di diploma conseguito, il nome dell'istituto, l'anno di conseguimento, la votazione (se è elevata).

### **Conoscenze linguistiche:**

devi indicare il livello di padronanza di comprensione, scrittura, conversazione di ogni lingua conosciuta, e la frequenza dell'eventuale uso professionale.

Se hai conseguito delle certificazioni devi riportarle in questa sezione, specificando data e punteggio; è opportuno inoltre segnalare i periodi significativi di permanenza all'estero.

### **Conoscenze informatiche:**

sistemi operativi e programmi conosciuti.

Se ti candidi per un ruolo tecnico, a maggior ragione segnala la capacità di utilizzare software specifici o la conoscenza di particolari linguaggi di programmazione.

Riporta se possiedi l'ECDL o hai conseguito altri titoli.

### **Hobby e interessi personali:**

per esempio, le attività sportive praticate.

### **Capacità e attitudini personali:**

come approfondito in seguito.

Il curriculum deve essere mirato: per ogni candidatura devi valorizzare quegli aspetti del tuo percorso formativo e professionale che ti possono rendere maggiormente interessante per una determinata posizione in una determinata azienda.

Per capire quali elementi possano risultare maggiormente significativi agli occhi di un selezionatore occorre conoscere bene l'azienda, il settore e la posizione per cui ti candidi.

Ad ogni posizione corrispondono infatti precise aspettative in termini di competenze e compiti da svolgere; alcune informazioni possono perciò essere rilevanti per un ruolo e indifferenti per un altro.

Quindi, non esiste un CV universale, ma deve essere personalizzato di volta in volta. Attenzione però, sapersi valorizzare non significa bluffare: ogni cosa scritta potrà dover essere argomentata durante il colloquio di cono-

scenza, e ogni informazione volutamente taciuta verrà notata e probabilmente richiesta. Nelle sezioni relative al lavoro e alla formazione le diverse esperienze vanno riportate di norma partendo dalla più recente alla più remota.

Per profili senior l'ordine anticronologico talvolta può però risultare penalizzante. Ad esempio, nei casi in cui le ultime esperienze lavorative si discostano dalla posizione di interesse è meglio ordinare le informazioni partendo dalle più significative e coerenti. Meglio che non compaiano vuoti temporali troppo lunghi tra un'occupazione e la successiva; se presenti, i lunghi periodi di inattività vanno spiegati: dal percorso presentato dovrebbe emergere un processo di crescita professionale e personale.

Se sei un neolaureato o sei entrato da poco nel mondo del lavoro, il selezionatore terrà in grande considerazione tutti quegli elementi che vanno a sostegno delle tue potenzialità. Ad esempio, se hai concluso il percorso accademico nei tempi stabiliti, hai conseguito votazioni brillanti in facoltà impegnative, e magari hai maturato un'esperienza significativa all'estero, questo suggerisce che sei una persona organizzata, determinata nel raggiungere gli obiettivi preposti, curiosa e capace di adattamento. Una persona ad alto potenziale, su cui l'azienda potrebbe scommettere ed investire.

Se sei un neolaureato devi riportare le esperienze lavorative saltuarie fatte durante gli studi anche se non sono pertinenti alla posizione per cui ti candidi, ma inseriscile dopo le sezioni "formazione", "competenze linguistiche" e "competenze informatiche". Aver maturato queste esperienze di vita indica che sei una persona concreta, pratica, che hai già avuto modo di rapportarti alla realtà del mondo del lavoro.

Per quanto concerne la sezione dedicata agli hobby e agli interessi personali, è consigliabile dar rilievo ad attività che denotano attitudini apprezzabili anche all'interno di un'azienda: la pratica di sport di squadra può rimandare, ad esempio, alla capacità di lavorare in gruppo.

Oltre al team working, le capacità trasversali ricercate nella quasi totalità degli ambiti lavorativi sono la leadership, la flessibilità e l'adattabilità. Ricorda che è sempre necessario argomentare quanto riportato: se ritieni di possedere tali qualità porta degli esempi o specifica dove, quando e come le hai sviluppate.

Il CV deve essere presentato in lingua inglese solo se viene espressamente indicato o se ti proponi per un lavoro all'estero. Non allegare documenti o referenze professionali se non sono richiesti.

Perché il CV sia utilizzabile dalle aziende, in Italia al termine del documento devi porre l'autorizzazione all'utilizzo dei dati personali riportati ai sensi del D.Lgs. 196/03, la data e la firma.



## LETTERA DI PRESENTAZIONE

La lettera di presentazione, o lettera di accompagnamento, ha il compito fondamentale di catturare l'attenzione del selezionatore e invogliarlo a leggere il curriculum allegato.

In modo sintetico devi presentare il tuo profilo professionale ed indicare le ragioni per le quali ti interessa uno specifico posto di lavoro. Vanno riportati i tuoi punti di forza, gli elementi che possono fare la differenza, che ti rendono il candidato adatto alla posizione. Qui dovrebbero emergere la tua motivazione, la tua personalità e le tue ambizioni.

La lettera va indirizzata preferibilmente ad una specifica persona; se non conosci il nominativo del responsabile della selezione, indirizzala al "Direttore del Personale" o al "Responsabile della Selezione".

### Rispondere ad un annuncio

In risposta ad un annuncio pubblicato su uno specifico canale (Internet, quotidiani, ecc.) occorre inviare il CV facendo esplicito riferimento all'inserzione a cui rispondi e alla posizione per la quale ti candidi esclusivamente nei modi e nelle forme che l'azienda ha indicato nell'annuncio stesso. Occorre spiegare il motivo dell'interesse alla specifica posizione, evidenziando la coincidenza tra il tuo profilo e quello richiesto.

**MARKETING  
DI SE STESSI  
NELLA RICERCA  
DI LAVORO**  
a cura di JOBADVISOR



16

## IL COLLOQUIO DI SELEZIONE

La modalità attraverso la quale si realizza la selezione varia in funzione delle dimensioni dell'azienda e del livello professionale richiesto.

Nella maggior parte dei casi avviene attraverso il colloquio individuale. Durante il colloquio il selezionatore valuta sia la tua preparazione tecnica e professionale sia le tue caratteristiche personali e caratteriali, in funzione della posizione offerta.

Tu, invece, durante il colloquio hai l'opportunità di integrare e approfondire gli elementi presentati nel curriculum, motivare le scelte fatte, esporre i tuoi obiettivi professionali.

## LA PREPARAZIONE

Per presentarti al meglio e trasmettere interesse e motivazione occorre prepararsi con impegno.

Il colloquio va sostenuto avendo un'idea precisa dell'azienda, del settore e della posizione per cui ti candidi.

È quindi necessario che tu ti attivi e raccolga più informazioni possibili, chiedendo, leggendo, cercando di capire.

Dopo qualche colloquio scoprirai che ci sono delle domande che ricorrono, alle quali è opportuno prepararsi. Ad esempio, se hai già maturato

esperienze professionali, aspettati di dover dare informazioni sull'azienda in cui hai lavorato e sulle mansioni ricoperte; metti in evidenza ciò che hai imparato e sottolinea la continuità esistente tra la precedente posizione e quella per cui ti candidi.

Molte domande sulle tue aspettative di carriera o sugli obiettivi per il futuro (ad esempio, "dove ti vedi tra tre/cinque/dieci anni?") vogliono indagare se questi siano effettivamente coerenti con la posizione offerta. Altre, sul perché ti sei candidato e su cosa conosci della società, vogliono generalmente saggiare la tua motivazione e l'interesse reale.

Il colloquio è uno scambio reciproco: anche tu devi avere gli elementi necessari per valutare l'offerta e poter effettuare una scelta commisurata alle tue aspirazioni professionali.

Verso la fine dell'intervista è prassi che ti venga chiesto se hai delle domande da fare.

I recruiter apprezzano le domande pertinenti e riconoscono l'interesse sincero: proprio le domande potrebbero distinguerti dal resto dei candidati.

Infine, non sottovalutare mai l'importanza della prima impressione: cura il tuo aspetto (mani, barba, capelli in ordine) e vestiti in maniera adeguata alla società e al ruolo per cui ti proponi, cercando di trasmettere una sensazione di serietà e affidabilità.

È sempre consigliabile un'elegante sobrietà, evitando le eccentricità.

Terminato il colloquio è utile che ti fermi e lo analizzi, appuntando i contenuti, le impressioni e gli errori commessi, in modo che tu possa migliorare nel tempo la tecnica di gestione dell'intervista.



## I CAREER DAY

I Career Day possono rivelarsi dei canali preferenziali di ingresso nel mondo del lavoro perché ti permettono di incontrare direttamente i selezionatori del personale di grandi realtà aziendali: presentarti di persona è il metodo più efficace per portare la loro attenzione sul tuo profilo e sulle tue caratteristiche personali.

Per sfruttare al meglio questa opportunità valgono le regole generali presentate per la preparazione del curriculum e, a maggior ragione, del colloquio di lavoro. Devi avere ben chiari i tuoi obiettivi professionali, informarti sulle aziende presenti ed essere in grado di motivare la scelta di candidarti presso una determinata realtà.

Non è mai una buona premessa iniziare un colloquio chiedendo: "Posso lasciare il mio curriculum?".

È molto meglio presentarsi e spiegare le tue aspirazioni. Probabilmente sarà lo stesso selezionatore, al termine dell'incontro, a chiederti il curriculum.

Il Career Day è una grande occasione per discutere e confrontarsi con più interlocutori possibili, siano essi selezionatori, neolaureati o giovani professionisti in cerca di nuove opportunità lavorative. Ogni spunto di riflessione può rivelarsi interessante, ed è utile prendere brevi appunti su un block notes. Una buona abitudine, infine, è prendersi dei momenti di pausa per fare il punto della situazione.

Un accorgimento utile è la scelta del giorno e del momento più adatto

## MARKETING DI SE STESSI NELLA RICERCA DI LAVORO

a cura di JOBADVISOR

per presentarsi al carrier day. Se dura più di un giorno, è consigliabile frequentarlo sin dalla prima giornata. Inoltre, è molto probabile che diverse centinaia di studenti affollino gli stand già dalle prime ore del mattino. Se preferisci un ambiente più rilassato è quindi preferibile sfruttare il pomeriggio, approfittando magari della mattinata per seguire qualche presentazione di interesse. In ogni caso, è indispensabile presentarti agli stand sempre munito di CV. Magari portane con te qualche copia in più: potrebbero presentarsi opportunità inaspettate o semplicemente non avevi preso in considerazione aziende comunque interessanti.

I Career Day più importanti, inoltre, forniscono diversi servizi on-line da sfruttare per pianificare in anticipo la tua partecipazione: iscrizione alle presentazioni, candidatura ai colloqui, invio di CV, consultazione di company profile, forum di discussione.



18

## Cv check: come rendere efficace il tuo cv.

La stesura del cv è un compito tutt'altro che banale. I dubbi sono tanti, così come grande è la paura di sbagliare. Quello che manca è un **feedback su come è scritto**, qualcuno che vi dica se e dove sbagliate. Ma si può davvero sbagliare a scrivere un cv? Ebbene, SÌ!

Il punto è anche un altro: **quanto vi rappresenta il cv? Quanto racconta di voi?** Spesso molto poco: nei cv manca la parte più interessante del racconto ovvero mancate voi, il carattere, la personalità, le capacità innate e quelle acquisite dall'esperienza, i valori. **Chi siete? Quali aggettivi vi descrivono? Quali sono i punti di forza? Cosa vi siete portati a casa dalle esperienze che avete vissuto? Cosa vi rende l'adulto, la persona che siete?**

Non è certo facile rispondere a queste domande. Neppure banale, come qualcuno pensa.

Eppure voi siete la risposta a queste domande. E se il cv non racconta parte di questa storia allora perdetevi l'opportunità di parlare di voi, delle vostre ambizioni, dei vostri obiettivi.

Il cv, semplificando al massimo, dovrebbe essere strutturato in 3 aree:

**conoscenze**  
**esperienze**  
**profilo personale**

Le conoscenze sono il vostro percorso formativo, le lingue, i software, i linguaggi di programmazione che usate etc.

Per esperienze non si pensi solo a quelle strettamente professionali.

Per un neolaureato un'esperienza importante da inserire nel cv può essere un'attività associativa o di volontariato o anche un'esperienza sportiva svolta, ad esempio, a livello agonistico. Più in generale ogni esperienza che vi ha fatto crescere indipendentemente dal fatto che sia stata svolta come lavoro retribuito oppure gratuitamente o, diciamo pure, in nero.

Il profilo personale siete voi. E siete il cuore del discorso.

In molti prevale lo scetticismo: i cv non vengono letti. Non amo le generalizzazioni. Certo alcune aziende ne ricevono davvero tanti. E per questo vengono implementati sui siti aziendali database dove poter inserire il cv in modo che possa essere ricercato dal selezionatore al bisogno. Ma vi dò un valido motivo per scrivere un buon cv quand'anche non venisse letto: mentre lo scrivete, **vi state preparando ad affrontare il colloquio di selezione**, a parlare di voi ad uno sconosciuto, a presentarvi in modo efficace e a rispondere per davvero a quelle stesse domande che sicuramente il selezionatore vi farà durante il colloquio.

Cv modello europeo. Croce e delizia. Tutti lo usano, non piace a nessuno. Ma allora perché lo usate? A quanto pare viene spesso consigliato come modello da usare. Risultato: pagine e pagine di cv.

Ma vi siete mai messi dalla parte del selezionatore? La sintesi è una qualità molto utile e apprezzata quando la si possiede. Quale migliore occasione della stesura del cv: massimo due pagine!

Intendiamoci, non ho nulla contro il modello europeo. Come spesso accade, il problema non è nello strumento in sé, bensì nell'uso che se ne fa:

**personalizzate il modello**, adattatelo alla vostra storia, alle vostre esigenze.

Come? Il modello è per sua natura compilativo. Sulla colonna di sinistra compaiono delle voci che voi compilate sulla colonna di destra.

Il risultato che si ottiene però è una ripetizione di voci sulla colonna di sinistra che rendono il cv pesante e per nulla chiaro. Soprattutto nelle sezioni istruzione/formazione o nelle esperienze professionali. Potete allora eliminare queste voci sulla sinistra sostituendole con la data o la durata (mese-anno) e organizzare le rimanenti informazioni sulla destra in modo discorsivo. In questo modo la colonna di sinistra si trasforma in un asse dei tempi e su quella di destra ogni blocco di testo descriverà il titolo di studio conseguito o l'esperienza lavorativa svolta. Provate e giudicate voi stessi. Va detto che dall'inizio di quest'anno l'europass ha rifatto il look, migliorandolo decisamente! Il nuovo modello (che trovate scaricabile all'indirizzo <http://europass.cedefop.europa.eu/it/home>) ad esempio prevede l'impostazione di date e contenuti esattamente come ve l'ho appena descritta.

Il modello europass comincia dalle esperienze professionali ma se sono neolaureato o laureando e non ho esperienze professionali è certamente meglio partire dalla sezione istruzione/formazione e farla seguire da una



## Cv check: come rendere efficace il tuo cv.

sezione che posso chiamare *esperienze lavorative* oppure *esperienze di tirocinio* oppure *esperienze all'estero* o anche solo *esperienze a seconda della vostra storia.*

Ricordate che potete formattare il testo per mettere in evidenza alcune informazioni che ritenete importanti, informazioni che volete che saltino all'occhio di quel selezionatore che già immaginate poco attento alle vostre parole. E allora usate il **grassetto**, il sottolineato, lo STAMPATELLO.

Attenzione! Innanzitutto a non abusarne. Se mettiamo troppe parole in grassetto alla fine è come non averlo usato. Inoltre scegliete bene le parole da evidenziare. Il più delle volte il grassetto viene usato su informazioni poco utili che non hanno alcun bisogno di essere valorizzate. Ad esempio i dati personali oppure tutti gli atenei dove avete studiato o tutte le aziende per cui avete lavorato.

Catturate piuttosto l'attenzione sui vostri punti chiave. Su ciò che ritenete sia un vostro punto di forza o di coerenza rispetto alla candidatura che state facendo. Questa personalizzazione andrebbe fatta per ogni cv inviato ovvero per ogni posizione per la quale vi candidate. Se, ad esempio, in una candidatura il titolo della tesi è particolarmente in linea con un requisito richiesto allora, in questo caso, può essere utile evidenziare questa informazione.



20

Un CV parla solo del passato? Sarebbe meglio di no: dite, se rilevante, qualcosa anche del vostro presente e del vostro futuro più vicino. Può essere importante specificare circostanze in corso o in procinto di svolgimento. State per frequentare o frequentando un corso? Scrivetelo per dimostrare che agite per migliorare le vostre competenze. State per fare o facendo un corso di inglese "to improve your english". Perché non dirlo?

Sei un laureando? E' opportuno specificare quando è prevista la tua laurea: indica il mese o, se sei particolarmente scaramantico, il periodo indicativo di conseguimento (primavera ... entro fine anno).

Come deve essere un cv efficace? Quali aggettivi lo possono descrivere (e tra un attimo capirete il giochino degli aggettivi!)?

- Sintetico (1 o 2 pagine massimo)
- Preciso (nei contenuti)
- Chiaro (nei contenuti e nella struttura)
- Personalizzato (a chi è rivolto?)
- Personale (focalizzato su di te)

Non esiste il cv efficace universale! Esattamente come non vi vestite tutti i giorni con lo stesso abito ma scegliete il vestito giusto per l'occasione. Analogamente il cv deve essere efficace per l'offerta per la quale vi state candidando. Potete personalizzare il cv in base alla dimensione aziendale (provate per un attimo a pensare a quali possono essere le differenze tra un selezionatore di una multinazionale e il selezionatore di una piccola/media impresa), al settore in cui opera, al ruolo o alla funzione aziendale di vostro interesse.

**Cosa vi rende un buon candidato per quella posizione? Perché dovrebbero scegliere proprio voi? Quali sono le vostre motivazioni?**

Evidenziate queste informazioni nel vostro cv e valorizzatele nella lettera "di presentazione" che, proprio per questo, mi piace chiamare "di motivazione". Per chi la scrive, visto che in molti si risparmiano questa fatica. E mandano il cv alle aziende quasi fosse un problema del selezionatore capire e proporre un'opportunità adeguata al profilo del candidato.

La maggior parte di voi dice di avere buone capacità organizzative, di comunicazione, di team working. Come detto, lo scrivono tutti. Quindi approfondite. Le capacità sono l'effetto di una o più cause. La vostra personalità si nasconde tra le cause, non negli effetti. Spiegate cosa vi rende abili nella comunicazione: siete abili oratori o buoni ascoltatori? Empatici o coinvolgenti? Motivatori o moderatori? Perché siete stati apprezzati quando avete lavorato in un team o in un gruppo di lavoro? Quale caratteristica o risorsa personale vi ha permesso di ottenere quel risultato? Siete dei problem solver perché siete metodici, analitici o invece creativi e abili nell'osservare i problemi da punti di vista non convenzionali? Date spazio ai dettagli che fanno la differenza, ai vostri colori.

Siete alla ricerca di aggettivi che sappiano descrivervi? Eccovene alcuni: *orientato ai risultati, coraggioso, veloce, deciso, diplomatico, vivace, convincente, curioso, socievole, intrattenitore, innovativo, estroverso, spontaneo, attento, accurato, ambizioso, riservato, idealista, pignolo, leale, prevedibile, ordinato, organizzato, cauto, tradizionale, metodico, empatico, gradevole, positivo, paziente, cooperativo, obiettivo, comprensivo, cortese, competente, intellettuale, proattivo.* Quali di questi vi descrive? E quali capacità derivano da questi aspetti della vostra personalità?

Altre informazioni che è utile inserire nel cv sono relative alle vostre eventuali disponibilità in termini di forme contrattuali di inserimento, di mobilità territoriale (trasferte etc.), di tempo di lavoro (ad esempio part-time), di tempo di inserimento (immediato piuttosto che di "x" giorni).  
Apro una finestra sulla mobilità territoriale. Nelle ricerche dei più giovani (ma non solo!) i selezionatori sono spesso estremamente selettivi sulla provenienza geografica dei candidati che scelgono. Giusto o sbagliato che sia, è così. Di questo dovete tenerne conto quando vi candidate per posizioni di lavoro o stage molto lontane dalla vostra residenza. Alcuni di voi pensano che basti scrivere che siete disposti a trasferirvi in ogni dove perché la vostra candidatura sia valutata. Ma non basta. Ciò che posso suggerire è che se vi candidate per un lavoro in una città perché lì avete la possibilità di un domicilio (ad esempio perché avete amici o parenti), scrivetelo. Possibilmente all'inizio del cv, tra i recapiti personali, e non come ultima postilla prima dell'autorizzazione all'utilizzo dei dati personali (che per inciso va sempre inserita nel cv!).

Il diavolo si nasconde nei dettagli: una volta che il cv è pronto all'invio, fate attenzione ai particolari. E' preferibile inviare una versione in pdf del cv: in questo modo siete sicuri che l'impaginazione che voi vedete è la stessa che vedrà chi lo legge (su word non è così scontato!) e le tabelle, che avrete molto probabilmente usato per scrivere il cv, non si vedranno. E poi se avete inserito una foto che pesa 8 mega (!) grazie al pdf il vostro cv sarà comunque leggero e scaricabile comodamente. A proposito di foto: un'immagine dice più di mille parole, insomma è quasi un discorso. Scegliete quindi con buon senso





22

## Cv check: come rendere efficace il tuo cv.

un'immagine di voi che trasmetta positività.

Attenzione a come nominate il file: cv\_nome\_cognome.pdf oppure cv\_nome\_cognome\_laurea o professione.pdf oppure cv\_nome\_cognome\_funzione aziendale.pdf.

E ancora, tra le informazioni personali, fate attenzione all'indirizzo email che inserite: è professionale o è la mail di quando avevate 15 anni?

Siete domiciliati a Roma e residenti a Palermo? Scrivetelo.

Non serve l'indirizzo, basta indicare le città. Non date mai alcuna informazione per scontata.

Due parole anche sulla lettera di presentazione che va inviata sempre! Perché in fondo è questo il primo biglietto da visita con cui vi presentate e grazie a cui potete invogliare il selezionatore ad approfondire la vostra conoscenza con la lettura del cv e con un successivo colloquio personale. Cosa scrivere dunque? E bhe, signori, questo è MARKETING!

Vi ho parlato nel cv dei grassetti. Ecco, nella lettera dovrebbero esserci tutti i vostri grassetti ovvero i punti di forza, ciò in cui fate la differenza, ciò che ritenete vi renda dei validi candidati.

Oltre alle vostre motivazioni e ambizioni.

Come inviarla? Se usate la mail sicuramente nel testo della stessa. Potete inoltre allegarla o come documento a parte rispetto al cv oppure inserire tutto in un unico file. Nelle candidature via web normalmente c'è uno spazio dedicato allo scopo.

Cv, lettera di presentazione, ricerca di informazioni, ricerca di offerte, definizione di un obiettivo

professionale. Tutto questo richiede tempo e fatica. **Ma la ricerca del lavoro è un lavoro a tutti gli effetti** e come tale richiede impegno, tempo, motivazione, ottimismo o per meglio dire una predisposizione al positivo. Parlando con molti giovani oggi c'è invece un grande senso di frustrazione, quasi di ineluttabilità e di impotenza ad una situazione di crisi che mette tutti in difficoltà.

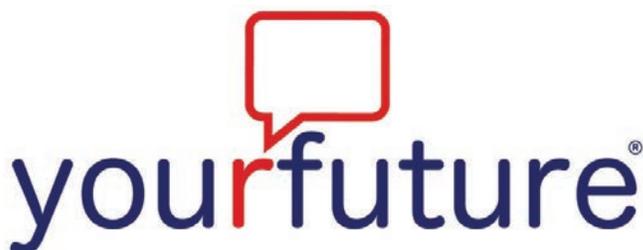
Che possano allora esservi di ispirazione le parole che Albert Einstein nel 1955 ha scritto:

*"La crisi è la più grande benedizione per le persone e le nazioni, perché la crisi porta progressi. La creatività nasce dall'angoscia come il giorno nasce dalla notte oscura. È nella crisi che sorge l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera sé stesso senza essere superato.*

*Chi attribuisce alla crisi i suoi fallimenti e difficoltà, violenta il suo stesso talento e dà più valore ai problemi che alle soluzioni. La vera crisi, è la crisi dell'incompetenza. L'inconveniente delle persone e delle nazioni è la pigrizia nel cercare soluzioni e vie di uscita. Senza crisi non ci sono sfide, senza sfide la vita è una routine, una lenta agonia. Senza crisi non c'è merito. È nella crisi che emerge il meglio di ognuno, perché senza crisi tutti i venti sono solo lievi brezze. Parlare di crisi significa incrementarla, e tacere nella crisi è esaltare il conformismo. Invece, lavoriamo duro. Finiamola una volta per tutte con l'unica crisi pericolosa, che è la tragedia di non voler lottare per superarla."*

In bocca al lupo!

**Walter Merani**  
Fondatore Jobadvisor



**yourfuture®**  
L'ASSOCIAZIONE DI GIOVANI PER I GIOVANI

## *YF è l'associazione dei giovani per i giovani!*

**Yourfuture** – YF attraverso le sue attività, vuole rendere i giovani attori e non spettatori delle vicende sociali.

Si ispira ai principi della solidarietà e dell'equità sociale, si propone, in via prioritaria ma non esclusiva, di superare il gap tra il mondo giovanile e le Istituzioni. L'Associazione vuole sviluppare, in particolare nei giovani, quelle competenze trasversali utili all'inserimento nella vita sociale, al fine di contribuire al progresso della società civile.

Yourfuture – YF è fermamente convinta che solo una partecipazione attiva dei giovani e dei giovani adulti, può generare valore aggiunto alle strutture e alle relazioni professionali insite nella società. L'idea nasce proprio tra i banchi delle facoltà universitarie e delle scuole secondarie, dall'idea di giovani studenti associati e simpatizzanti, che spinti da sani e robusti valori intendono costruire oggi il proprio futuro.

### **Consiglio dei Giovani**

In uno degli Atenei più prestigiosi d'Italia, un gruppo di studenti aderenti a Yourfuture - YF, spinti dalla voglia di essere parte attiva della vita universitaria e consapevoli della necessità di ridurre le distanze tra gli studenti, i Professori e le Istituzioni universitarie, danno vita al Consiglio dei Giovani di Yourfuture - YF.

Yourfuture - YF, proprio in considerazione dell'alta adesione riscontrata tra gli studenti di Tor Vergata e dall'esigenza degli stessi di avere un punto di riferimento associativo, ha deciso di dare il via a questo nuovo organo che opererà all'interno dell'Università.

Il Consiglio dei Giovani è composto da studenti e professori dell'Università di Tor Vergata, con lo scopo di ideare, proporre, creare ed organizzare, attraverso la partecipazione, la collaborazione e il coinvolgimento degli studenti e dei Professori, iniziative culturali. L'obiettivo è quello di creare ed accrescere le competenze scientifico-culturali e i rapporti relazionali di entrambe le categorie, permettendo, in via particolare ai giovani, di prepararsi alle sfide richieste dal contesto socio-economico e lavorativo, limitando al massimo quel gap che negli anni si è andato formando tra le diverse generazioni e le Istituzioni.

Yourfuture – YF la trovi all'interno della Macroarea di Economia dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, punto di riferimento per gli studenti dell'Ateneo, bussola per l'orientamento delle matricole e contenitore di molte idee per le iniziative studentesche. Nell'Aula YF potrete trovare universitari associati che sono a disposizione per qualsiasi chiarimento e soluzione in merito alle problematiche degli studenti. Offrono, inoltre, un aiuto ai neo universitari per orientarsi all'interno dell'Università, agevolando la ricerca e l'utilizzo di servizi utili. In sintesi: studenti a disposizione per gli studenti!!!

La sede centrale è sita in Via Federico Cesi, in Roma, sede generale dell'Associazione. Tel. +39 06.3213956 – Cell. +39 3478284533 – [segreteria@youarefuture.it](mailto:segreteria@youarefuture.it) – [www.youarefuture.it](http://www.youarefuture.it) – anche su Facebook e Twitter .





**WHERE TO WORK**



**WWW.JOBADVISOR.IT**

Seguici su:



/careerdirectory



@jobadvisor



jobadvisor





# Aziende

# abbvie



Il 1° gennaio 2013 nasce, a livello globale, **AbbVie**, società biofarmaceutica impegnata a rispondere alle attuali sfide nel campo della salute: dalle patologie più gravi, che mettono a rischio la vita, alle malattie croniche. I nostri farmaci curano i pazienti in circa 170 paesi del mondo.

La storia di AbbVie ha inizio con quella di Abbott, azienda farmaceutica fondata nel 1888 da un medico di Chicago, il dottor Wallace Abbott. Da allora, Abbott si è evoluta fino a diventare leader mondiale nel settore della salute, offrendo prodotti farmaceutici, nutrizionali, diagnostici e dispositivi medici alle persone in tutto il mondo.

In AbbVie possiamo contare su risorse, competenze e passione per scoprire, sviluppare e immettere sul mercato una scienza innovativa, capace di risolvere i maggiori problemi di salute che il mondo si trova ad affrontare, sia presenti che futuri.

I nostri pazienti sono il motivo della passione e dell'impegno che mettiamo nel nostro lavoro.

AbbVie parte dall'innovazione. Puntiamo sullo sviluppo di nuovi farmaci con l'obiettivo di fornire un beneficio significativo per il paziente e apportare un valore aggiunto, in particolare nei settori in cui c'è maggiore bisogno: l'epatite C, le neuroscienze, l'immunologia, l'oncologia, le malattie renali croniche e le patologie femminili.

## FORMAZIONE PER I NEO ASSUNTI

AbbVie ricerca Talenti.

Per favorire la crescita delle nostre risorse, quello che offriamo è la possibilità di incarichi nazionali ed internazionali, oltre a programmi di sviluppo e formazione tra cui Master universitari e training ad hoc.

## STAGE

AbbVie offre numerose opportunità di stage, della durata semestrale, all'interno di diverse aree: Quality Assurance, Quality Control, Marketing, HR, IT, Supply Chain e Government Affairs. Le facilitazioni previste sono rimborso spese mensile e accesso alla mensa aziendale gratuito.

## LAUREE PIÙ RICHIESTE

Medicina e Chirurgia, Chimica e Tecnologie Farmaceutiche, Farmacia, Chimica Organica, Chimica Industriale, Biologia, Economia, Ingegneria Gestionale.

## CONOSCENZA LINGUE STRANIERE

È richiesto un livello fluente di inglese.

## CANALI DI RECLUTAMENTO

I principali canali di reclutamento sono:

- Job fairs
- Presentazioni aziendali in Università
- Portali di e-recruiting
- Società di ricerca del personale
- Social network

## PROCESSO DI SELEZIONE

L'iter di selezione prevede interviste individuali, colloqui di gruppo, colloqui tecnici e Assessment Center.

## CONTATTI

AbbVie

[www.abbviecareers.com](http://www.abbviecareers.com)

[ta\\_italy@abbvie.com](mailto:ta_italy@abbvie.com)





**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS

### BNL GRUPPO BNP PARIBAS

**BNL**, fondata nel 1913, è oggi il quarto gruppo bancario nazionale e tra i più noti brand in Italia. Fa parte del Gruppo BNP Paribas, leader europeo nei servizi bancari e finanziari di portata mondiale e una delle 8 banche più solide al mondo secondo la valutazione di S&P's. Il Gruppo è presente in 80 Paesi, con 190.000 collaboratori, di cui 150.000 in Europa e circa 19.000 in Italia. Detiene posizioni chiave in tre grandi settori di attività: Retail Banking, Corporate & Investment Banking e Investment Solutions. BNL, con circa 1.000 punti di contatto sul territorio nazionale tra agenzie, business center e centri a servizio della clientela small business, di PMI, grandi imprese e pubblica amministrazione, offre un'ampia gamma di prodotti e servizi, da quelli più tradizionali a quelli più innovativi, per soddisfare le molteplici esigenze dei propri clienti. BNL coniuga la sua storica presenza in Italia con l'esperienza di un grande Gruppo internazionale in cui la diversità e l'internazionalità non sono semplici parole, ma una realtà.

### CHI CERCHIAMO

Reattività, creatività, impegno e ambizione sono i valori che guidano e animano tutti i dipendenti del Gruppo BNP Paribas, e sono i valori di BNL, della banca per un mondo che cambia. Cerchiamo persone brillanti, motivate a crescere e migliorarsi, dotate di energia e passione, con attitudine a lavorare in gruppo, che vogliano ottenere risultati eccellenti e andare lontano, e siano in grado di portare innovazione e dinamismo. La nostra ricerca è rivolta preferibilmente a neolaureati in Economia e Commercio, Ingegneria (Gestionale e Informatica), Giurisprudenza, Scienze Politiche, Statistica e Matematica. Sono considerate le lauree di primo livello, le lauree specialistiche, quelle del vecchio ordinamento e le magistrali. Si richiede un percorso di studi brillante e un'ottima conoscenza della lingua inglese e del pacchetto Microsoft Office.

### COSA OFFRIAMO

Lavorare in una banca che è parte di un grande Gruppo multinazionale significa ricevere quotidianamente stimoli e opportunità di conoscenza ampi e diversificati. Valorizziamo le differenze tra colleghi per creare un ambiente di lavoro che favorisca l'espressione del potenziale di ognuno, offrendo un futuro di crescita professionale fondato sul merito e sull'eccellenza individuale all'interno di BNL e del Gruppo BNP Paribas.

### RECLUTAMENTO E SELEZIONE

Il sito web di BNL costituisce l'unico canale per la raccolta delle candidature. Per candidarsi occorre inserire il proprio CV all'indirizzo [www.job.bnl.it](http://www.job.bnl.it). I profili in linea con le posizioni in ricerca, sempre presenti sul sito, verranno coinvolti nel processo di selezione, incentrato su Assessment Center e colloqui individuali.



# GRUPPO CALZEDONIA

## Profilo aziendale

Il **Gruppo Calzedonia** ha sviluppato dal 1986 ad oggi una rete di oltre 3600 punti vendita su tutto il territorio italiano e in più di 35 paesi nel mondo.

I principali fattori di successo in Italia e all'estero sono il rapporto competitivo qualità-prezzo, l'attenta ricerca stilistica e di design, le collezioni che anticipano le tendenze e la capillare rete di negozi diretti e in franchising che punta sulla cura dell'immagine e sul posizionamento nei punti strategici delle città più importanti.

Il fatturato di Calzedonia ha registrato una progressiva escalation arrivando a superare nel 2012 il miliardo e cinquecento milioni di euro. I risultati raccontano una realtà estremamente dinamica e innovativa, oggi più che mai orientata all'internazionalizzazione. Nel corso degli ultimi anni importanti investimenti hanno permesso all'azienda di implementare la propria forza produttiva sviluppando stabilimenti sia in Italia che all'estero.

La sede centrale di Calzedonia si trova a Dosobuono di Villafranca in provincia di Verona.

## Chi cerchiamo

Grazie alla continua e forte espansione anche a livello internazionale, l'azienda offre interessanti opportunità professionali per supportare lo sviluppo della rete negozi sul territorio.

Le principali caratteristiche che ricerchiamo in un candidato sono passione, umiltà, pragmatismo, grinta e flessibilità. Esperienze di studio e lavoro vissute all'estero sono considerate dall'azienda un requisito preferenziale nella valutazione delle candidature. La disponibilità geografica, sia in Italia sia all'estero, e la forte motivazione per il retail completano il profilo del candidato ideale.

## District Manager

Nel ruolo di District Manager il tuo obiettivo sarà massimizzare i risultati di vendita e la redditività degli store della zona che ti verrà assegnata, siano essi diretti o in franchising. Unendo una visione strategica ad un approccio pratico ti occuperai di:

- analizzare e monitorare costantemente le vendite;
  - allestire i punti vendita seguendo le politiche commerciali e di visual merchandising del Brand di riferimento;
  - trasmettere i valori aziendali agli staff dei punti vendita per garantire un servizio di qualità al nostro cliente e fidelizzarlo;
  - essere un esempio ed un punto di riferimento per i negozi della tua zona.
- Sarai sempre in movimento, costantemente a contatto con persone e clienti diversi e opererai in un contesto internazionale.

## Visual Merchandiser

Nel ruolo di Visual Merchandiser il tuo obiettivo sarà creare e realizzare allestimenti di prodotto in grado di massimizzare i risultati di vendita e la redditività degli store del brand di riferimento oltre che garantire l'uniformità dell'immagine aziendale su tutto il territorio.

Unendo un tocco creativo ad un approccio commerciale ti occuperai di:

- creare allestimenti in linea con le politiche commerciali e di visual merchandising del Brand di riferimento;
- curare lay-out interno e vetrine dei punti vendita, ottimizzando gli spazi e valorizzando il prodotto;
- affiancare e trasferire sul campo agli staff dei punti vendita le tecniche di visual merchandising;
- progettare e garantire la diffusione delle indicazioni espositive a tutta la rete commerciale nazionale e internazionale.

Sarai sempre in movimento, costantemente a contatto con persone e clienti diversi e opererai in un contesto altamente internazionale.

## Candidati subito!!!

La raccolta delle candidature avviene attraverso la sezione "Jobs" del sito [www.calzedonia.it](http://www.calzedonia.it): ti invitiamo ad allegare il tuo CV in risposta ad un annuncio specifico o inviando una candidatura spontanea!





### Profilo aziendale

Fondata nel 1806 negli Stati Uniti, Colgate-Palmolive è oggi una delle multinazionali più avanzate nel settore dei beni di largo consumo; è un'autentica Global Company che commercializza con successo i suoi prodotti in oltre 200 Paesi e occupa a livello mondiale più di 35.000 dipendenti.

La storia dell'Azienda inizia con William Colgate che avvia la sua attività commerciale di saponi e candele a New York. Qualche anno più tardi la BJ Johnson di Milwaukee inizia la produzione del sapone Palmolive, che danno vita alla **Colgate-Palmolive Company**. Fa parte del gruppo anche la Hill's Pet Nutrition, riconosciuta nel mondo come azienda innovatrice nel campo della nutrizione e della cura di cani e gatti. Compettiamo quindi nel settore del largo consumo con 5 diverse categorie di prodotti: **Oral Care, Body Care, Fabric Care, Hard Surface Care e Pet Nutrition**.

### Missione & valori

Il Gruppo Colgate-Palmolive si distingue per una serie di peculiarità: la forte concentrazione in ben cinque categorie di business, il concetto di azienda globale – che riveste importanza strategica – la profonda diversità culturale nei team e considerevoli investimenti in tecnologie d'avanguardia. Punto di forza di Colgate-Palmolive è la condivisione, tra tutte le consociate, di metodologie e strumenti di lavoro, nel coinvolgimento quotidiano dei dipendenti su obiettivi e risultati aziendali, nel forte orientamento verso il cliente. Questa cultura sta consentendo a Colgate-Palmolive di realizzare la propria missione: **"Become the best truly global consumer products company"**.

I valori che ci ispirano nella realizzazione della missione sono tre: **Caring, Global Teamwork, Continuous Improvement**.

- **CARING:** L'Azienda tiene alle persone: dipendenti, clienti, azionisti e partner commerciali.
- **GLOBAL TEAMWORK:** Tutte le persone di Colgate fanno parte di un team globale, impegnato a lavorare insieme al di là dei confini nazionali e in tutto il mondo.
- **CONTINUOUS IMPROVEMENT:** Colgate s'impegna a progredire ogni giorno in tutto quello che fa, come singoli individui e come gruppi di lavoro.

### La carriera

Colgate-Palmolive offre ai propri dipendenti un ambiente di lavoro dinamico, un contesto internazionale, una formazione specialistica e manageriale ed una consistente job rotation, sia all'interno della funzione di ingresso, sia fra le varie direzioni. Marketing, Customer Development, Commercial Logistics, Finance, HR, Supply Chain, Legal.

### Lavora con noi

Il processo di selezione, sia per posizioni di stage che per assunzioni, prevede l'utilizzo dell'assessment center, un moderno strumento di valutazione delle potenzialità e delle attitudini professionali dei candidati basato su casi di studio, lavori di gruppo, colloqui individuali e test. Siamo alla ricerca di giovani laureati con eccellente conoscenza della lingua inglese e dei principali sistemi informatici, dotati di flessibilità e dinamismo, spirito di iniziativa, capacità di lavorare in team, forte attenzione verso i bisogni dei clienti ed interesse verso una carriera internazionale.

**Per partecipare alle selezioni potete candidarvi nella sezione "lavora con noi" sul sito: [www.colgate.it](http://www.colgate.it).**



*“Metro è il mio percorso di informazione tutte le mattine da casa all’università. Con l’App gratuita ho tutte le notizie a portata di mano”*



# *Metro, l'informazione su misura*

## **SODDISFA TUTTI I TUOI DESIDERI DI SAPERE.**

Fai come me, scarica l'Applicazione Metro, sarai sempre aggiornato e potrai controllare le notizie in qualsiasi momento, ovunque tu sia direttamente dal tuo smartphone.

[www.metronews.it](http://www.metronews.it)



# Deloitte.

## Esprimi il tuo talento Ti offriamo gli strumenti giusti

### Chi siamo

**Deloitte** è una tra le più grandi realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società e studi specializzati in singole aree professionali e tra loro separati e indipendenti, ma tutti facenti parte del network Deloitte. Questo oggi conta circa 3.600 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale.

Deloitte fornisce servizi di audit, tax, consulting e financial advisory ad aziende pubbliche e private in tutti i settori di mercato. Grazie ad un network di società presenti in oltre 150 Paesi e territori, Deloitte porta ai propri clienti capacità di livello mondiale e servizi di alta qualità, fornendo le conoscenze necessarie ad affrontare le più complesse sfide di business. Obiettivo degli oltre 200.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

Questi sono accomunati da approccio collaborativo, impegno vicendevole e rispetto per la diversità, e puntano a valori come l'integrità e l'offerta di servizi professionali ad alto valore aggiunto. Condividono un ambiente di lavoro caratterizzato da apprendimento continuo, esperienze sfidanti e ricche opportunità di carriera. I professionisti di Deloitte sono dedicati in prima persona alla corporate responsibility e lavorano cercando di influenzare positivamente le comunità nelle quali si trovano ad operare.

### Carriera e formazione

Deloitte offre ai migliori studenti e neolaureati ottime opportunità di stage e di assunzione caratterizzate da un costante e continuo percorso formativo. La formazione professionale prevede una serie di corsi che accompagnano i collaboratori durante le varie fasi della carriera attraverso moduli annuali relativi a tematiche di interesse per ogni area di inserimento. Inoltre, la formazione professionale continua con l'affiancamento a colleghi esperti e la collaborazione nei gruppi di lavoro. Ad ognuno viene offerta l'opportunità di acquisire esperienza all'estero o di frequentare corsi di perfezionamento professionale e manageriale.

**Per inviare il tuo curriculum vitae,  
visita la pagina Carriera del sito  
[www.deloitte.it](http://www.deloitte.it)**







### **Settore**

Servizi professionali per le imprese

### **Fatturato 2014**

In crescita del 10% rispetto al 2013

### **Organico**

Oltre 3.600 persone

### **Lauree preferite**

Lauree specialistiche in Economia, Ingegneria e Giurisprudenza

**EY** è leader mondiale nei servizi professionali di consulenza, transaction, assistenza fiscale e legale, revisione e organizzazione contabile. Le nostre competenze e la qualità dei nostri servizi contribuiscono a costruire la fiducia nei mercati finanziari e nelle economie di tutto il mondo.

I nostri professionisti si distinguono per la capacità di lavorare insieme nell'assistere gli stakeholder nel raggiungimento dei loro obiettivi. Tutti insieme giochiamo un ruolo fondamentale nel costruire un mondo del lavoro migliore per le nostre persone, i nostri clienti e la comunità in cui operiamo.

Per presidiare efficacemente il nostro business siamo presenti in oltre 150 paesi in tutto il mondo, con 190.000 persone. In Italia il network è presente in 16 città con oltre 3.600 persone.

I professionisti che operano nella revisione e nell'organizzazione contabile adottano un approccio basato sulla comprensione del business del cliente, dei rischi correlati e dei relativi effetti sul bilancio. L'indipendenza di giudizio e la metodologia consolidata a livello mondiale fanno sì che EY sia leader di mercato.

I professionisti impegnati negli advisory service garantiscono ai nostri clienti sia l'adeguata gestione di tutti gli aspetti relativi al rischio, sia il miglioramento tangibile e sostenibile delle performance di business. I professionisti dei transaction advisory services sono in grado di operare nei settori più diversi, valorizzando le differenti operazioni di finanza straordinaria in ogni singola fase del processo.

La capacità del network globale e le competenze ampie e diversificate su tutti gli aspetti di fiscalità nazionale e internazionale conferiscono unicità nel panorama italiano allo studio fiscale. I servizi legali, infine, coprono le principali aree del diritto societario, amministrativo e commerciale.

EY Italia ha ottenuto anche nel 2014, per il 5° anno consecutivo, la certificazione Top Employers per l'eccellente gestione delle risorse umane. Inoltre, secondo la classifica World Most Attractive Employers di Universum 2014, EY occupa il 1° posto tra le società di servizi a livello globale e il 2° nella classifica generale di tutti gli employer per il secondo anno di fila!

### **Selezione**

Il processo di selezione prevede un group assessment, con la presentazione del network, la somministrazione di test logico-attitudinali, un role play; e, a seguire, un colloquio individuale motivazionale e un colloquio tecnico

### **Formazione**

La formazione rappresenta uno dei pilastri per la crescita di EY e delle sue persone.

EY dispone di un programma di apprendimento globale, flessibile e personalizzabile a seconda delle diverse professionalità. Il modello di apprendimento che utilizziamo prevede un percorso di aula, sia tradizionale che a distanza, di 'training on the job' e di studio individuale. I programmi di formazione prevedono moduli orientati sia al perfezionamento della preparazione tecnica sia alla crescita delle capacità manageriali.

Inoltre, al raggiungimento delle tappe più significative nel percorso di carriera, EY offre la possibilità di partecipare a corsi internazionali.

### **Opportunità**

Ai giovani neolaureati selezionati EY offre diverse opportunità di inserimento all'interno delle sue differenti linee di servizio. Sono preferite le lauree in materie economiche, in ingegneria e in giurisprudenza; requisiti indispensabili del candidato sono la padronanza degli strumenti digitali e l'ottima conoscenza della lingua inglese.



33



## Creiamo con passione clienti entusiasti e costruiamo un futuro migliore.

Il Gruppo Hilti è leader nello sviluppo, nella produzione e nella distribuzione di prodotti di alta qualità per i professionisti del mercato delle costruzioni e delle ristrutturazioni. Costantemente impegnato nella ricerca di soluzioni altamente innovative e di elevata qualità, le attività del Gruppo si caratterizzano per l'attenzione verso la creazione di una stretta relazione con la propria clientela attraverso un marketing efficace.

La nostra Casa Madre ha sede a Schaan, nel Principato del Liechtenstein, dove siamo nati nel 1941, sviluppandoci da una piccola azienda familiare.

Ora Hilti è presente in più di 120 paesi e degli oltre 21.000 collaboratori, i 2/3 lavorano direttamente sul campo, nelle organizzazioni di vendita, o in dipartimenti a supporto della clientela all'interno del Servizio Tecnico e del ServizioClienti.

Hilti dispone d'impianti di produzione e centri di sviluppo e ricerca in Europa, America e Asia. **Hilti Italia** ha sede a Sesto San Giovanni (MI) e offre ai propri clienti una squadra di oltre 550 tecnici-commerciali, una rete di 90 Punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale, un servizio clienti centralizzato, un canale di acquisto online e un pool di consulenti per il supporto tecnico.

Hilti Italia è una tra le principali realtà del gruppo Hilti e, dal 2010, coordina la **Region Southern Europe**, che comprende: Grecia, Israele, Slovenia, Bulgaria, Romania, Croazia, Albania, Montenegro, Serbia, Bosnia.

Nel 2014, Hilti è stata premiata dal Great Place to Work Institute come una delle 100 migliori aziende a livello europeo in cui lavorare.

La nostra è una cultura di valori forti: **integrità, coraggio, lavoro di squadra ed impegno.**

### Ci rivolgiamo a:

Laureandi e Laureati in ingegneria civile, edile, gestionale o economia.

### Ecco che cosa vi offriamo:

#### Studenti:

Hilti offre diverse opportunità di collaborazione attraverso stage o tirocini.

Come studenti in Hilti avrete l'opportunità di confrontarvi con compiti, obiettivi e strutture di un'azienda leader nel mondo nel settore dell'edilizia. Potrete collaborare a uno dei nostri

progetti nelle nostre Direzioni dedicate allo sviluppo, al marketing o all'amministrazione. Potrete contribuire con le vostre idee, il vostro impegno e la vostra curiosità nella gestione di tematiche complesse.

### Ecco che cosa cerchiamo:

Studenti d'ingegneria civile/edile, gestionale ed economia.

Studenti con ottimi risultati negli studi e che abbiano già avuto qualche esperienza in ambito professionale.

#### Neolaureati

In un'azienda come Hilti ci sono molte possibilità per dimostrare tutte le vostre capacità. La struttura snella che caratterizza il Gruppo vi consentirà di passare da ruoli specialistici ad incarichi manageriali e di dedicarvi a differenti settori aziendali. Potremo supportarvi con programmi intensivi per lo sviluppo dei collaboratori, corsi di specializzazione e una pianificazione delle carriere a livello mondiale per specialisti e figure manageriali.

### Ecco che cosa vi offriamo:

#### Graduate Program

Il programma è rivolto a laureati magistrali ed offre l'inserimento in un percorso di sviluppo individuale accelerato della tua professionalità. È prevista un'esperienza iniziale in ambito commerciale della durata di 12-24 mesi, che ti darà l'opportunità di entrare in contatto diretto con il nostro Business; avrai un Coach che ti accompagnerà nel tuo percorso e che ti permetterà di approfondire la comprensione della Strategia e della Vision aziendale. Successivamente, potrai seguire progetti specifici in ambito Finanza/ Marketing/ HR o Logistica.

### Ecco che cosa cerchiamo:

Personae determinate e dinamiche che desiderino realizzare le proprie aspirazioni in un gruppo internazionale.

Laureati in ingegneria civile/edile, gestionale ed economia.

**Hilti è un'azienda in continua evoluzione che offre un ambiente di lavoro dinamico e sfidante.**

**Pensa in modo diverso il tuo futuro professionale!**

Per candidarsi: [selezione@hilti.com](mailto:selezione@hilti.com)

Siamo lieti di ricevere i vostri Curricula e lettere motivazionali, sarete contattati telefonicamente da un recruiter per un primo approfondimento. L'iter selettivo prevede Assessment Center e colloqui individuali.





cutting through complexity

#### Settore

Consulenza  
e revisione

#### Organico

Audit:  
circa 1.400  
Advisory:  
circa 1.000  
Tax & Legal:  
circa 300

#### Lauree preferite

Economia  
Ingegneria  
Gestionale  
e Informatica

#### Azienda

**KPMG** è un network globale di società di servizi professionali per le imprese, attivo in oltre 150 paesi del mondo con un personale complessivo di 138.000 unità e ricavi aggregati di oltre 20 miliardi di dollari.

L'obiettivo di KPMG è quello di trasformare la conoscenza in valore per i clienti, per la propria comunità e per i mercati finanziari. Le società aderenti a KPMG forniscono alle aziende clienti una vasta gamma di servizi multidisciplinari, secondo standard omogenei a livello internazionale.

La multidisciplinarietà e l'internazionalità del network, rappresentano due fattori di vantaggio competitivo e di qualità nel servizio ai clienti. Concretamente questo si traduce nella capacità dei professionisti KPMG di saper leggere e gestire la crescente complessità del business.

In Italia, il network KPMG è rappresentato da diverse entità giuridiche attive nella revisione e organizzazione contabile, nel business advisory, e nei servizi fiscali e legali per un totale di circa 3.000 professionisti.

**Numero laureati assunti nel FY 2013-2014: 247**

#### Profili ricercati e sedi di lavoro

Il nostro candidato ideale è in grado di esprimere entusiasmo, iniziativa e orientamento al risultato, possiede una forte motivazione alla crescita professionale, flessibilità e mobilità su tutto il territorio nazionale.

Una spiccata propensione ai rapporti interpersonali e capacità di problem solving ne completano il profilo.

L'offerta è rivolta a neo laureati o laureandi in Economia e Ingegneria Gestionale e Informatica di età compresa tra i 22 e i 26 anni e una votazione di laurea superiore a 100/110 o una media di 26/30.

#### Contatti

Puoi inviare il tuo curriculum vitae collegandoti al sito  
**[www.kpmg.com/it](http://www.kpmg.com/it)**



35



### Profilo Aziendale

**Lidl** è un'azienda multinazionale operante nell'ambito della grande distribuzione ed appartenente al Gruppo Schwarz, fondato nel 1973 in Germania. Dopo l'apertura negli anni Settanta dei primi negozi sul territorio tedesco e la forte crescita del decennio successivo, a partire dai primi anni Novanta, Lidl avvia la sua espansione all'estero. Oggi, l'insegna è presente in 26 Paesi europei, conta più di 170.000 collaboratori e dispone di una rete vendita di circa 10.000 punti vendita.

### Lidl Italia

Lidl Italia, fondata 22 anni fa ad Arcole in provincia di Verona, rappresenta una delle realtà più moderne e strutturate della Grande Distribuzione del nostro Paese, collocandosi ai primi posti per copertura del territorio, con oltre 570 punti vendita presenti capillarmente in tutte le 20 regioni che impiegano complessivamente circa 10.000 dipendenti.



36

In concomitanza con il 20° anniversario di presenza in Italia, Lidl ha avviato un processo di rinnovamento che punta ancora di più sull'italianità dei prodotti, con l'obiettivo di allargare la base clienti a fasce più ampie di consumatori attraverso un'offerta in grado di assicurare la qualità al prezzo più conveniente. **Oggi più del 77% dei 1.600 articoli presenti in assortimento è costituito da prodotti italiani**, molti dei quali possono fregiarsi dei marchi **DOP, IGP, DOC e DOCG**.

L'organizzazione di Lidl Italia sul territorio si articola in **10 Direzioni Regionali**: ogni Direzione Regionale ha la responsabilità operativa dei punti vendita e della relativa piattaforma logistica. Le 10 piattaforme riforniscono ogni giorno i punti vendita di competenza per garantire prodotti freschi e un assortimento completo.

### Perché scegliere di lavorare in Lidl Italia?

I collaboratori sono da sempre al centro delle politiche di sviluppo di Lidl Italia e una voce importante degli investimenti. L'azienda da sempre investe nella **formazione e sviluppo dei propri collaboratori** per fornire loro possibilità di **crescita professionale**. Il Centro di Formazione, un intero edificio in attività dal 2005, è stato completamente ristrutturato e ammodernato nel 2012. I corsi sono erogati sia da docenti interni sia da importanti istituti di formazione esterni. Inoltre, nelle Direzioni Regionali sono presenti dei responsabili territoriali per la formazione e nei punti vendita esistono dei veri e propri formatori.

### Chi cerchiamo?

La costante crescita dell'azienda fa sì che Lidl sia un datore di lavoro che offre la **concreta possibilità** di candidarsi a **numerose opportunità**. Dietro ogni nostro punto vendita ci sono migliaia di persone che ogni giorno lavorano per garantire il massimo ai nostri clienti: i collaboratori degli uffici Vendite, Acquisti, Finanza e Amministrazione, Logistica, IT, Personale e Sviluppo Immobiliare si impegnano ad offrire la miglior qualità al prezzo più conveniente.

In particolare per l'area vendite, punto nevralgico dell'azienda, siamo alla ricerca della figura del **Capo Area/Retail Manager** e del **Capo Filiale**. Oltre all'area vendite, sono aperte le posizioni del **Responsabile Sviluppo e Responsabile Tecnico** da inserire all'interno della Lidl Servizi Immobiliari: l'area che provvede alla ricerca e sviluppo, su territorio nazionale, di opportunità immobiliari, in acquisto o locazione, per l'apertura di futuri punti vendita Lidl. In aggiunta a tali posizioni, siamo alla ricerca di brillanti neolaureati da inserire nel **Graduate Program "Generazione Talenti"**: percorso formativo retribuito di 12 mesi, durante i quali si acquisiranno le competenze necessarie per raggiungere posizioni di responsabilità all'interno della nostra azienda.

### Come candidarsi?

Le candidature possono essere inviate collegandosi al nostro nuovo sito **lavoro.lidl.it**: scegli l'offerta che ritieni più in linea con il tuo profilo e compila il formulario online allegando il CV

# McKinsey&Company

## Settore

Management  
Consulting

## La Galassia McKinsey

Circa 9000 consulenti.  
102 uffici in 52 paesi

Oltre 3.400 clienti,  
fra cui 90 delle 100  
maggiori aziende  
a livello mondiale

## Azienda

**McKinsey & Company**, società leader nella consulenza all'alta direzione, è stata fondata nel 1926 e serve le maggiori aziende a livello mondiale, operanti nei settori finanziario e assicurativo, industriale, dei servizi e dei beni di largo consumo. Collabora inoltre attivamente con governi, istituzioni e organizzazioni non profit.

## Mission

Aiutare i nostri clienti a realizzare miglioramenti distintivi, duraturi e sostanziali nella performance della loro azienda e costruire una società di consulenza eccellente, in grado di attrarre, sviluppare e trattenere persone di grande talento.

## Selezione

McKinsey ricerca i migliori laureati (Laurea Specialistica) in Economia, Ingegneria, Matematica e Fisica, da inserire come Business Analyst nei suoi uffici di Milano e Roma. Ai Business Analyst, dopo un paio d'anni d'esperienza lavorativa e in caso di performance eccellente, offre la possibilità di frequentare un MBA presso le migliori Business School internazionali.

McKinsey offre inoltre opportunità di stage della durata di tre mesi ai più brillanti studenti del biennio in regola con gli esami.

[www.mckinsey.it](http://www.mckinsey.it)  
[www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)





### Chi siamo

**Procter & Gamble** è un'azienda leader nei prodotti di largo consumo con sede a Cincinnati, Ohio (USA). Opera in 180 paesi, sviluppando un giro d'affari che nell'esercizio 2012/2013 ha superato gli 84 miliardi di dollari. 4,8 miliardi di persone utilizzano ogni giorno uno dei prodotti P&G.

Si compone di quattro unità di business: Cura della famiglia, dell'igiene femminile e dei bambini (prodotti derivati dalla carta, per l'igiene personale, per la cura dei bambini); Cura della Bellezza (cosmetici, prodotti per capelli, prodotti professionali per capelli, coloranti per capelli, fragranze); Cura dei Tessuti e della Casa (detergenti per il bucato e per la casa, batterie); Salute e Rasatura (prodotti per la rasatura, piccoli elettrodomestici per la rasatura, prodotti per l'igiene orale, per la cura della salute ed alimenti per animali).

I dipendenti sono 120.000, distribuiti in 70 paesi, 140 stabilimenti di produzione e 20 centri di ricerca. In Italia il gruppo Procter & Gamble è presente dal 1956. Impiega circa 1600 persone e commercializza oltre 40 marche tra cui Dash, Ariel, Ace (mediante la joint venture con Fater), Bolt 2in1 e Dinamo per il bucato; Mastro Lindo, Swiffer, Viakal, Ambi Pur e Fairy per la pulizia e l'igiene della casa; Pantene, Herbal Essences, Olaz, AZ, OralB, Kukident, Mach3, Venus, Gillette e Gillette Fusion per l'igiene e la cura della persona; Vicks tra i farmaci da banco; IAMS ed Eukanuba per l'alimentazione degli animali domestici; Hugo Boss Parfums; Lacoste Parfums; Dolce&Gabbana Parfums e Gucci Parfums nella categoria dei cosmetici e dei profumi; Wella, System Professional e Clairol nel settore professionale della cura dei capelli; Duracell per le batterie e Braun per i piccoli elettrodomestici. Due stabilimenti testimoniano la presenza produttiva di P&G nel nostro Paese: lo stabilimento di Pomezia, nelle immediate vicinanze di Roma, e quello di Gattatico in provincia di Reggio Emilia.

### Cosa offriamo

Le funzioni in cui offriamo opportunità di stage, di apprendistato o di contratto a tempo indeterminato sono: Marketing, Consumer Market Knowledge, Consumer Business Development, Finance, Product Supply, Supply Network Operations, Research & Development, Information & Decision Solutions, Human Resources, Legal, Communications. Tutti gli stage in P&G sono retribuiti con una borsa di studio di Euro 775/mese. Inoltre sono rimborsati il viaggio e l'alloggio ai non residenti a Roma.

### Chi cerchiamo

Studenti brillanti, al penultimo o ultimo anno di studi della Laurea Triennale e/o Specialistica prove-

nienti da facoltà tecnico-scientifiche, che siano fortemente motivati. Da 175 anni P&G considera le sue persone la principale risorsa: questo fa sì che il nostro ambiente lavorativo sia caratterizzato da fiducia, rispetto reciproco e integrità. Per questa ragione selezioniamo i candidati sulla base di caratteristiche personali. I nostri criteri di valutazione, Success Drivers, sono 9. Sul sito <http://we.experiencepg.com/> nella sezione "What we look for", si possono trovare tutte le informazioni.

### I valori e i principi di P&G

Le persone P&G si comportano secondo i valori e i principi dell'azienda, lavorando ogni giorno per migliorare la vita delle persone in tutto il mondo. Ecco perché cerchiamo costantemente di assumere e investire nei migliori talenti e di sviluppare al massimo del loro potenziale. P&G promuove infatti un ambiente di lavoro fondato su valori che sono inscindibili dai valori individuali delle persone.

### La nostra offerta

- Responsabilità fin dal primo giorno. Assumendo la responsabilità dei tuoi progetti fin dal primo giorno. P&G ti assicura una carriera in crescendo, dove non smetti mai di imparare; la portata dei tuoi progetti aumenterà al passo con lo sviluppo delle tue competenze.
- Mansioni ed incarichi stimolanti. Independentemente dalla funzione nella quale inizierai, avrai sempre nuove responsabilità stimolanti e diversificate, basate sulle esigenze del consumatore e sull'evoluzione del business nel quale operiamo.
- Un ambiente di lavoro flessibile. P&G sostiene lo sviluppo di una cultura incentrata sulle flessibilità, offrendo ai propri dipendenti strumenti di lavoro che consentono di coniugare le richieste di business con le esigenze personali.
- Opportunità di formazione e sviluppo. Il tuo manager diretto ti affiancherà costantemente, assicurandosi che tu possa avere le giuste opportunità per crescere, ricevendo il supporto necessario o altri strumenti come corsi di formazione in aula e online.
- Esposizione Internazionale. La natura globale del nostro business può portarti ad operare in Business Unit diverse, in Paesi e regioni diverse. I tuoi progetti ti consentiranno infatti di interagire in un contesto multifunzionale e multiculturale, con dipendenti di oltre 160 nazionalità che lavorano per P&G in tutto il mondo.

Per maggiori informazioni visita il sito

<http://we.experiencepg.com/>





**PosteMobile** è l'operatore mobile del Gruppo Poste Italiane, sul mercato da fine 2007, che conta attualmente oltre **3 milioni di clienti** attivi.

La chiave del successo di PosteMobile è stata la capacità di coniugare la convenienza dei servizi di comunicazione mobile tradizionali di voce, dati e sms, con una gamma innovativa di servizi finanziari di *m-payment*, *m-banking* e *m-commerce*, basati sull'integrazione della SIM con gli strumenti di pagamento BancoPosta.

PosteMobile è oggi l'operatore leader nei **Mobile Financial Services** avendo superato l'importante traguardo di **1 miliardo di Euro** movimentati con pagamenti e operazioni bancarie effettuate da mobile quali pagamento bollettini, bonifici, ricariche Postepay e SIM, money transfer e acquisto di beni e servizi.

I servizi di PosteMobile sono particolarmente apprezzati sia per la semplicità di utilizzo sia per la **sicurezza**: la tecnologia sviluppata da PosteMobile per i servizi di Mobile Payment ha infatti ottenuto dall'European Patent Organisation (EPO) di Monaco il **breveetto internazionale EPO**, attualmente esteso a 38 Paesi.

Oltre che dal menu della SIM è possibile utilizzare tali servizi semplicemente scaricando l'**App PosteMobile** da Google Play o App Store. Ora il mobile wallet dell'**App PosteMobile è aperto ai clienti di tutti gli operatori mobili**: questo importante passaggio ha consentito a PosteMobile di proporsi al mercato come un **Over The Top (OTT)** nell'ambito dei servizi finanziari in mobilità.

Coerentemente con il proprio percorso evolutivo e grazie ai risultati economici e di mercato raggiunti, PosteMobile sta compiendo un importante salto tecnologico passando a **Full Mobile Virtual Network Operator (Full MVNO)**. Evoluzione che porterà al potenziamento delle infrastrutture e garantirà numerosi benefici ai clienti PosteMobile, arricchendo ulteriormente il contenuto innovativo dei servizi distintivi offerti fra cui **l'abilitazione completa ai nuovi servizi NFC (Near Field Communication) di cui ha già reso disponibili** i pagamenti in modalità contactless.

PosteMobile, caratterizzata dalla costante propensione verso l'innovazione, ha avviato un progetto denominato "**PosteMobile Graduate Programme**" mirato alla selezione ed allo sviluppo, attraverso percorsi di stage, di risorse neolaureate ad alto potenziale da inserire in azienda.

Per candidarsi [lavoraconnoi@postemobile.it](mailto:lavoraconnoi@postemobile.it)

Per ulteriori info [www.postemobile.it](http://www.postemobile.it)



Associazione Universitor - associazione@universitor.it - www.universitor.it  
Sede c/o Facoltà di Ingegneria - Edificio Didattica - Primo Piano - Auletta #18

# UNIVERSITOR

da 13 anni accanto agli  
studenti di Tor Vergata





### Settore

Servizi professionali di revisione, di consulenza e di consulenza legale/fiscale alle imprese

### Fatturato

397 milioni di euro (ricavi FY 2013)

### Organico

Circa 3.400

### Lauree preferite

Area economica  
Area legale  
Ingegneria

### Azienda

**PwC** fornisce servizi professionali di revisione, di consulenza e di consulenza legale/fiscale alle imprese con l'obiettivo di costruire relazioni con i propri clienti basate sull'integrità e sulla creazione di valore. Più di 184.000 professionisti in 157 paesi condividono attraverso un network internazionale conoscenze, esperienze e soluzioni per sviluppare nuove strategie e pratiche operative. In Italia operano circa 3400 professionisti presenti in 21 città.

### Percorsi professionali e formazione

PwC offre opportunità interessanti per chi sa raccogliere la sfida di affrontare responsabilità sempre maggiori. Il percorso di carriera, chiaro e meritocratico, si basa su un sistema di valutazione delle performance che garantisce obiettività e feedback continuo.

Particolare attenzione è dedicata alla formazione. PwC investe costantemente nello sviluppo delle competenze e delle capacità delle sue persone. Unitamente al training on the job, PwC offre infatti ai propri collaboratori una formazione completa ed un aggiornamento professionale continuo. Sono previsti, oltre al corso introduttivo per i new joiners, corsi di formazione di base ed avanzati nonché corsi specialistici tenuti sia in Italia che all'estero. PwC offre ai propri professionisti, ciascuno nel proprio ambito, l'opportunità di effettuare i tirocini professionali per poter accedere agli esami di Stato per diventare Avvocato, Dottore Commercialista e Revisore Contabile.

L'opportunità di ottenere un'esperienza unica in varie realtà aziendali appartenenti a settori diversi, così come la possibilità di effettuare un'esperienza internazionale all'interno del network PwC, favoriscono una rapida crescita professionale.

### Selezione

Le società del network **PwC** e **PwC Tax & Legal Services (TLS)** cercano laureandi e neolaureati in materie economiche, giuridiche o in ingegneria, con un brillante curriculum accademico ed una buona conoscenza della lingua inglese, fortemente motivati ad intraprendere un percorso di crescita in un contesto altamente dinamico e stimolante. L'iter di selezione si svolge presso le diverse sedi attraverso colloqui di gruppo e individuali, mirati a valutare insieme le attitudini personali, la preparazione accademica e le aspirazioni dei candidati.

Per maggiori informazioni consultare il sito

**[www.pwc.com/it/careers](http://www.pwc.com/it/careers)**.

Sito Internet: [www.pwc.com/it/careers](http://www.pwc.com/it/careers)

Invio CV on-line: [www.pwc.com/it/careers](http://www.pwc.com/it/careers)





[www.repubblicadeglistagisti.it](http://www.repubblicadeglistagisti.it)

Il sito dove trovare  
**opportunità,**  
**notizie**  
 e **approfondimenti**  
 sul mondo dello stage.

## **REPUBBLICA** DEGLI **STAGISTI**

Una testata online dedicata a tutti i giovani italiani: una guida nel delicato momento di passaggio dalla formazione al lavoro, per essere sempre aggiornati sulle migliori occasioni di stage, conoscere i propri diritti e doveri, confrontarsi con gli altri stagisti.

### GLI OBIETTIVI:

- Approfondire la tematica dello stage in Italia
- Dare voce agli stagisti
- Promuovere un utilizzo virtuoso dello stage da parte delle aziende secondo i principi della Carta dei diritti dello stagista

### I SERVIZI PER I LETTORI:

- News e inchieste giornalistiche sullo stage
- Il Forum aperto a tutti per condividere esperienze e opinioni
- La pagina degli Annunci riservata alle aziende del **BOLLINO OK STAGE** che assicurano ai loro stagisti
  - almeno 500 euro al mese di rimborso spese
  - almeno il 30% di assunti dopo lo stage



Per maggiori info

[www.repubblicadeglistagisti.it](http://www.repubblicadeglistagisti.it)





**RCI Banque**  
Succursale Italiana



## Settore

Automotive

## Fatturato 2013

586 milioni di euro  
(ricavi FY 2013)

## Organico

136.000 (mondo)  
695 (Italia)

## Lauree preferite

Economia  
Ingegneria- Gestionale/Meccanica

## NEL MONDO

Il 24 dicembre 1898 Louis Renault scalò Rue Lapon con la sua Voiturette e da questa impresa scaturirono i primi 12 ordini di vetture. Oggi **Renault** immagina, progetta, produce e commercializza in tutto il mondo veicoli innovativi, sicuri e rispettosi dell'ambiente ponendosi come un gruppo automobilistico a forte internazionalizzazione che punta allo sviluppo di nuovi mercati, anche grazie ai marchi **Dacia**, **Renault Samsung Motors** e **AvtoVaz**. L'innovazione e la creatività sono i punti di forza che hanno portato ad un solido successo, rafforzato nel 1999 con l'Alleanza **Renault-Nissan**, che posiziona i due costruttori al quarto posto mondiale per volumi di vendita.

Tutti i collaboratori del Gruppo Renault nel mondo oggi sono fortemente impegnati sui temi della responsabilità sociale d'impresa: promozione di uno sviluppo sostenibile, di una cultura aperta alle innovazioni ed ai cambiamenti sociali e di una visione del proprio ruolo in un'azienda multiculturale, attenta ai bisogni dei suoi dipendenti e del territorio in cui opera.

## IN ITALIA

**Renault Italia SpA** è una delle Filiali europee più importanti del Gruppo, con sede centrale a Roma, 3 Direzioni di Area sul territorio nazionale ed il Centro Distribuzione Europeo di Ricambi a S. Colombano al Lambro. Più di 66.924 i veicoli venduti nel 2014, un successo ottenuto anche grazie ad una rete di vendita che si struttura in 86 Concessionarie e circa 1000 Centri di Assistenza.

**RCI Banque Succursale Italiana** è una delle maggiori filiali europee di RCI Banque S.A. l'istituto bancario del Gruppo Renault, presente in più di 30 paesi nel mondo. Tra le più performanti finanziarie del settore automotive opera attraverso i due brand FinRenault e Nissan Finanziaria, DaciaFin e Infiniti Financial Services.

**Sodicam Italia SpA** si occupa della commercializzazione e distribuzione di parti di ricambio e prodotti complementari indirizzati al mercato automobilistico.

**Renault Retail Group Italia** gestisce le 4 Filiali di vendita Renault (Milano, Napoli e Roma) con 180 dipendenti.

## LE RISORSE UMANE NEL GRUPPO RENAULT

**SVILUPPO PROFESSIONALE** - Le opportunità di crescita, la formazione continua ed il lavoro di squadra in un contesto dinamico, rappresentano il cuore della politica Risorse Umane di Renault e consentono a ciascun collaboratore di rinnovare, approfondire ed ampliare le proprie competenze e responsabilità attraverso percorsi strutturati che favoriscono la mobilità tra funzioni e società del Gruppo

La mobilità geografica, anche internazionale, la valutazione delle performance individuali e l'apprezzamento del potenziale individuale, costituiscono parte integrante della politica di sviluppo delle Risorse Umane.

**SELEZIONE** - Risultati universitari brillanti, ottima conoscenza delle lingue (inglese e francese), disponibilità alla mobilità sia geografica che professionale ed ancora, passione per il settore automobilistico, innovazione e dinamismo, capacità di lavorare in team, sono i requisiti richiesti dal Gruppo Renault ai giovani laureati. Le aree di inserimento sono: Marketing, Vendite, Assistenza Post-Vendita, Amministrazione e Finanza, Credito, Comunicazione e Immagine, Risorse Umane, Sistemi Informativi.

## Gruppo Renault Italia

Sede: Via Tiburtina, 1159 - 00156 ROMA

[www.renault.it](http://www.renault.it) - [www.carriere.renault.it](http://www.carriere.renault.it)





### Settore

Assicurazioni

Credito

### Fatturato\*

398,7 milioni di euro

### Organico\*

717

### Lauree preferite

Economia

Giurisprudenza

Ingegneria

Statistica

\* dati al 31/12/2013



44

### Azienda

**SACE** Con oltre 30 anni di esperienza sui mercati internazionali, 25.000 clienti e € 70 miliardi di operazioni assicurate in 189 paesi, SACE sostiene la competitività delle imprese in Italia e all'estero garantendo flussi di cassa più stabili e trasformando i rischi di insolvenza delle imprese in opportunità di sviluppo.

L'ampia gamma di prodotti e servizi comprende export credit, assicurazione del credito, garanzie finanziarie, cauzioni e factoring

### Percorsi professionali

SACE ti offre un'esperienza professionale in un contesto internazionale, aperto e dinamico con percorsi di formazione tecnica e manageriale assistiti dai migliori professionisti del settore.

Queste le aree di inserimento:

**Area Business**, per diventare credit risk analyst, policy e risk underwriter o account.

**Area Finance**, per diventare risk analyst, esperti di bilancio, specialisti nella pianificazione strategica

**Area Servicing**, per diventare analyst o professional nelle aree risorse umane, organizzazione, sistemi informativi.

### Le persone, la nostra forza

- garantiamo pari opportunità e valorizziamo la diversità come fonte di ricchezza
- premiamo il merito, l'iniziativa e le capacità individuali
- incoraggiamo l'innovazione e valorizziamo ogni contributo
- incentiviamo la crescita professionale
- promuoviamo la massima sicurezza sul luogo del lavoro

### La selezione

Nella competizione globale la qualità delle persone è un elemento chiave dell'eccellenza di impresa e costituisce l'*asset* più prezioso. Noi ne siamo consapevoli ed è per questo che dedichiamo particolare attenzione alle fasi di selezione.

Il *recruiting* viene gestito direttamente dalle Risorse Umane attraverso un iter articolato in due fasi (un colloquio conoscitivo, un colloquio tecnico) durante le quali si valutano le competenze e le caratteristiche del candidato e si verifica la corrispondenza con il profilo richiesto.

Questi i principali canali di selezione: il sito SACE ([www.sace.it](http://www.sace.it)), contatti con le maggiori università italiane e straniere e società di consulenza.

### Chi cerchiamo

Entusiasti, creativi e determinati, con una solida base accademica e un'ottima conoscenza dell'inglese: queste le caratteristiche che cerchiamo.

Selezioniamo persone in grado di affrontare le sfide quotidiane con impegno e professionalità:

- giovani neolaureati con un brillante curriculum di studi
- professionisti determinati, capaci di lavorare con passione, dinamici e orientati al cambiamento e all'innovazione per affrontare con successo le sfide dei mercati in evoluzione.

### Come inviare la candidatura

Per candidarsi è sufficiente inviare il proprio CV tramite la sezione dedicata sul sito SACE, all'indirizzo [www.sace.it/careers](http://www.sace.it/careers)



### L'Azienda

**Unilever** è una delle principali aziende di beni di largo consumo al mondo che distribuisce i suoi prodotti in circa 190 paesi. Unilever lavora per creare un futuro migliore ogni giorno, aiutando i consumatori a sentirsi bene, avere un bell'aspetto ed una vita più piacevole con prodotti, marchi e servizi buoni per loro e per gli altri. Unilever vanta una presenza radicata nelle culture locali e nei mercati di tutto il mondo, operando nel settore del Food, dell'Ice Cream e dell'Home e Personal Care grazie a un portfolio di marchi famosi in ogni Paese. Ogni anno nel mondo vengono acquistati più di 17 miliardi di prodotti Unilever ed ogni giorno più di due miliardi di volte, qualcuno ne utilizza uno. In tutto il Mondo ha più di 174.000 dipendenti e un fatturato annuo di € 49,8 miliardi nel 2013. Unilever ha come obiettivo quello di raddoppiare il proprio volume d'affari, riducendo allo stesso tempo l'impatto ambientale delle sue attività lungo tutto il ciclo di vita del prodotto: dall'approvvigionamento delle materie prime al momento di consumo e smaltimento.

È inoltre costantemente impegnata a migliorare la salute, l'alimentazione e l'igiene dei consumatori con gli obiettivi di aiutare più di un miliardo di persone al mondo a migliorare le proprie condizioni di vita. Il portfolio italiano comprende alcuni dei marchi più noti e amati nel nostro Paese: Knorr, Algida, Lipton, Dove, Calvé, Mentadent, Cif, Magnum, Carte d'Or, Sunsilk, Clear, Svelto, Coccolino. In Italia Unilever impiega circa 3000 persone negli uffici di Roma e nelle 4 fabbriche: Caivano (NA), Pozzilli (IS), Sanguinetto (VR) e Casalpusterlengo (LO). I nostri stabilimenti si annoverano tra i più avanzati in Europa per dimensione, sicurezza, tecnologia, rispetto dell'ambiente e produttività. Unilever considera le persone il cuore del business: tutelare, sviluppare e premiare la loro qualità, energia e impegno è la nostra priorità.

L'Azienda dà molta importanza alla motivazione dei suoi collaboratori assicurando loro un contesto sempre più stimolante e al quale sentono di appartenere.

Per raggiungere tali obiettivi Unilever promuove iniziative finalizzate a garantire ai collaboratori il work life balance:

- **Agile Working:** il nostro modo di lavorare in Unilever. Non più focus sul tempo passato in ufficio ma sugli obiettivi aziendali e sui risultati.
- **Lamplighter:** un programma rivolto ai dipendenti per migliorarne la salute e il benessere.
- **Diversity:** la nostra priorità è garantire pari opportunità e il trattamento equo per tutti a prescindere da sesso, razza e religione.

I dipendenti hanno a disposizione moltissimi servizi tra cui: la navetta di collegamento con la me-

tropolitana, la mensa interna con menù differenziati e take away, lo spaccio aziendale, lo sportello bancario interno e tante convenzioni /sconti!

### Carriera

Cerchiamo persone fuori dal comune, interessate al mondo del largo consumo. Persone curiose ed attente, che abbiano voglia di imparare, di chiedere, e che vogliono realizzare ciò che sognano. Persone capaci di vivere e lavorare con passione in un ambiente innovativo e collaborativo.

Cerchiamo persone, non curriculum!

Abbiamo differenti canali di ingresso per giovani studenti e neo laureati:

- **Unilever Internship Programme:** consiste in un periodo di stage della durata di 6 mesi con rimborso spese in una delle nostre funzioni aziendali. Avrai la possibilità di entrare nel vivo della realtà aziendale e di acquisire conoscenze ed esperienze utili a formare la tua professionalità.
- **Unilever International Internship Programme:** consiste in un periodo di stage di 3-6 mesi presso uno dei nostri HUB - centri di eccellenza europei (Rotterdam, Londra, Schaffhausen). Avrai la possibilità di vivere, anche da studente, un'esperienza formativa internazionale e lavorare a stretto contatto con i Senior Manager di Unilever.
- **Unilever Future Leaders Programme:** è un Graduate Programme di 3 anni caratterizzato da un piano di sviluppo strutturato e finalizzato a creare futuri Leaders di Unilever. Il programma prevede 3 job rotations, di cui una all'estero, un percorso di formazione delineato sulle specifiche esigenze, un piano di crescita della retribuzione e la preparazione adeguata per ricoprire posizioni manageriali al termine dei 3 anni.

### Il processo di selezione

Il processo di selezione è differenziato a seconda del canale di ingresso: un'intervista telefonica e un colloquio conoscitivo per entrambe le tipologie di Internship Programme; un'intervista telefonica e una giornata di assessment centre per il Graduate Programme.

Candidarsi per lavorare con noi è semplice! Invia il tuo curriculum vitae al seguente sito: [www.unilever.it](http://www.unilever.it), accedi alla sezione "Carriere". Mantieni la tua candidatura aggiornata e visita spesso il sito per conoscere le nuove posizioni aperte. Per curiosità, aggiornamenti su nuove possibilità di inserimento e attività di Employer Branding puoi seguirci sui nostri social network: **LinkedIn**, **YouTube** e la nostra fanpage di Facebook: **Unilever Careers**, *clicca MI PIACE, diventa Fan!*





### Settore

Telecomunicazioni

### Ricavi

2.290 milioni di euro  
al 30 giugno 2014

### Organico

6963

### Company Profile

**Wind**, guidata da Maximo Ibarra, e dal 2011 nel Gruppo Vimpel-Com, è una delle poche società di telecomunicazioni europee che offre servizi integrati di telefonia mobile e fissa. In Italia, è il terzo gestore mobile e il primo operatore alternativo sul mercato della telefonia fissa.

Il brand "Wind" caratterizza i servizi di telefonia mobile e convergenti; quello "Infostrada" contraddistingue i servizi di telefonia fissa e i servizi Broadband.

Wind ha ottenuto risultati commerciali di assoluto rilievo, in particolare nella telefonia mobile, i cui clienti, oggi, sono circa 22 milioni.

Sul fronte della telefonia fissa, tramite il brand Infostrada, consolida la sua posizione come principale operatore alternativo, con un portafoglio di proposte semplice, completo e conveniente, che copre tutte le esigenze di voce e dei servizi ADSL. Nella telefonia fissa i clienti voce sono circa 3 milioni, mentre i clienti broadband sono 2,2 milioni

### Wind e i giovani

Crediamo nei giovani, nella loro creatività ed energia innovativa! Per questo motivo promuoviamo iniziative a loro dedicate, mirate a far emergere e sviluppare idee e progetti di business.

*WIND Business Factor*: L'incubatore virtuale lanciato da WIND nel 2011 per supportare la creazione e lo sviluppo delle imprese e dei giovani imprenditori in Italia nell'ambito dell'innovazione hi-tech e digital.

*Luiss Enlabs*: È una vera e propria "fabbrica delle startup" a livello nazionale e internazionale. Il suo centro è un incubatore di 1500 mq che ospita oltre 200 ragazzi e 34 startup offrendo corsi, servizi e contatti con potenziali investitori.

*La tua idea di impresa*: Wind è main partner dell'iniziativa Latuaidimpresa, il progetto coordinato da Confindustria e patrocinato dal Ministero dell'Istruzione per la diffusione della cultura d'impresa nella scuola superiore.

Sei attratto dalla realtà Wind? Puoi conoscerci meglio e valutare le opportunità offerte visitando il nostro profilo **LinkedIn** e la sezione **Lavora con Noi** del sito **www.windgroup.it**



# Career Power



## Completo

Oltre 2500 tra master e corsi delle Università italiane e delle migliori Business School

## Aggiornato

Borse di studio, notizie, eventi, scadenze, fiere lavoro

## Pratico

Ricerca per parole chiave, scuole, categorie e città

**Contatto diretto  
con i master** 

Su [guidamaster.it](http://guidamaster.it) trovi la più vasta offerta di master post universitari di tutta Italia. Puoi fare ricerche mirate per aree di interesse e città, scoprire fiere ed eventi a cui partecipare, essere sempre informato su borse di studio, scadenze e nuovi bandi.

**guidamaster.it**  
il portale della formazione post-laurea

# La parola al Rettore dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"



Creato sul modello americano, Tor Vergata è uno dei più grandi campus in Europa per estensione. Un Ateneo giovane, dinamico e, soprattutto, "aperto sul mondo": nel corso dei suoi 32 anni di attività, si è sempre più dimostrato una realtà vivace e attiva, rafforzando nel tempo la sua "reputazione" in ambito nazionale e internazionale.

Alcuni risultati raggiunti negli ultimi mesi di lavoro ci dicono che stiamo andando nella direzione giusta: ad esempio, nel 2014 Tor Vergata si è posizionata al 33° posto nel mondo - unico Ateneo italiano presente in classifica - nella QS World University Top 50 Under 50 dedicata agli Atenei che hanno meno di 50 anni (guadagnando ben 5 posizioni rispetto all'anno precedente). In generale, le valutazioni nazionali in tema di didattica e ricerca, i progressi nei ranking internazionalmente più quotati, nonché i risultati che l'Ateneo di Tor Vergata sta ottenendo relativamente agli esiti occupazionali dei propri laureati (secondo il rapporto Almalaurea 2014, il tasso di occupazione dei neolaureati triennali di Tor Vergata è pari al 47% e raggiunge il 63% nel caso dei laureati magistrali, percentuali ben al di sopra della media nazionale) attestano la bontà delle azioni poste in essere. Ma molto c'è ancora da fare.

Per rispondere alle sfide dello scenario attuale, una Università ha bisogno del meglio: ha bisogno dei migliori docenti, ha bisogno dei migliori studenti, quelli che saranno i migliori manager o i migliori scienziati di domani. Per far ciò è oggi più che mai necessario attivare percorsi formativi in linea con i bisogni del mercato e della società, adatti a sviluppare curiosità intellettuale, capacità di innovazione, spirito d'iniziativa e attitudine a misurarsi con un mondo in rapido mutamento, anche oltre i confini nazionali, verso un futuro imprenditoriale, professionale, di ricerca in ogni campo: è questo l'impegno di Tor Vergata.

Condizione essenziale per realizzare questi importanti obiettivi è mettere in relazione "Accademia" e "società", "reinventando" in parte l'Università al di fuori del perimetro di una pubblica amministrazione "vecchio stampo", incoraggiando il dialogo con il mondo esterno, quello delle imprese, del settore pubblico, degli organismi di ricerca privati e pubblici, degli investitori.

In questo senso e sin dall'inizio del mio mandato come Rettore, avvenuto a novembre 2013, mi sono impegnato a dare ancor più energia e slancio progettuale all'Ateneo, ponendo tra le priorità della programmazione triennale - accanto alle tradizionali *mission* (alta formazione e ricerca) - la cosiddetta



“Terza missione”, con ciò facendo riferimento all’insieme di attività con le quali le Università entrano in interazione diretta con la società civile, con il tessuto produttivo, con gli attori dello sviluppo locale.

“Terza missione”, ancora, significa realizzare un collegamento tra il mondo della formazione universitaria con quella scolastica e con il mondo del lavoro, in modo da assicurare alle aziende ed alla società civile di reperire sul territorio le competenze di cui necessitano, garantendo ai giovani un corretto orientamento per il proprio inserimento (*placement*) nel mondo del lavoro.

Questa la formula che rappresenta **Campus&Leaders&Talents**, il *career day* organizzato da Alet e dall’Ufficio Laureati-Desk Imprese della Macroarea di Economia, che in pochi anni è diventato un punto di riferimento per gli studenti e i laureati di Tor Vergata (e non solo). L’evento è infatti una reale occasione di incontro tra chi si affaccia sul mondo del lavoro e i professionisti del settore. Durante tutta la giornata i partecipanti hanno la possibilità sia di confrontarsi con le migliori aziende presenti nel panorama nazionale e internazionale, sia di mettersi alla prova affrontando i primi colloqui di selezione.



49

Le aziende partner della manifestazione partecipano infatti all’evento per selezionare laureati e laureandi in tutte le discipline, segno questo che a Tor Vergata si formano professionalità “appetibili” per molti settori (anche nelle aree cosiddette “deboli”). È dunque un chiaro segnale del fatto che una formazione di qualità “paga” e pone le basi per un futuro professionale di successo.

Ringrazio, dunque, vivamente le imprese che in questi anni hanno scelto di partecipare attivamente a questa manifestazione. Ringrazio, in particolare, i nostri partner che, da anni, scelgono i nostri studenti e i nostri laureati, perché credono nella qualità del percorso formativo che la nostra Università offre loro, al contempo dando continui input per migliorare e innovare la nostra offerta didattica.

È questo l’impegno del nostro Ateneo: continuare in questa direzione, realizzando opportunità di incontro e di dialogo tra due mondi (l’Accademia e il mercato) che devono sempre più parlarsi, con l’obiettivo di garantire a chi studia o fa ricerca nel nostro Campus un futuro pieno di soddisfazioni.

È questa la missione di Tor Vergata, oggi, l’Ateneo del domani.

**Giuseppe Novelli**



### Blended Language

L'a.a. 2014-2015 prevede la formula didattica blended language, con lezioni in parte in lingua italiana e in parte in lingua inglese.

### Descrizione

Il mondo della Comunicazione, dei Media e dell'Entertainment ha subito negli ultimi venti anni una grandissima trasformazione: nei contenuti e nei linguaggi come nelle modalità di trasferimento. Hanno determinato l'intensità e la velocità della trasformazione la vera e propria rivoluzione tecnologica che ha investito l'industria della conoscenza e dell'informazione, ma anche la reciproca interazione tra la globalizzazione dei mercati e le modalità per produrre, trasformare o consumare informazioni.

Non è un caso che i due mercati più globalizzati siano quelli della finanza e della comunicazione: entrambi rappresentano il terreno dell'iniziativa economica di operatori per i quali la risorsa determinante è rappresentata dalle informazioni.

**Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media si propone come una opportunità per approfondire le tecniche per analizzare e dirigere le imprese che agiscono nel mercato dell'informazione, della comunicazione e dell'entertainment o con esse interagiscono.**

### Requisiti per l'ammissione

Il numero di partecipanti al Corso è determinato di anno in anno dal Consiglio del direttivo, tenendo conto delle risorse e delle strutture disponibili. Per l'anno 2014-2015, il numero massimo dei partecipanti è fissato in 50 (classi di max 25 studenti). La selezione avviene sulla base del curriculum del candidato e di un colloquio. Sul sito web del Master (<http://www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/>) è possibile pre-iscriversi per partecipare ad uno dei colloqui valutativi previsti nei giorni 23 ottobre, 20 novembre, 18 dicembre 2014.

### Durata e frequenza

**Novemese di didattica** di cui una parte resa con lezioni frontali (due giorni settimanali più eventuali seminari di approfondimento) e una parte realizzata con **12 workshop operativi organizzati con aziende (Eikon, Enel, La7, Cultur-e, H3g, Lucca Center of Contemporary Art, Rai Cinema-01 Distri-**

butio) su comunicazione ed immagine, creazione di format e produzione televisiva, promozione cinematografica, Web tv e mobile marketing. Inoltre all'interno del Master, sono presenti quattro **Seminari, aperti anche ad iscritti esterni**:

- **“Contaminazioni creative”**, incontri guidati da un direttore creativo di multinazionale della comunicazione;
- **“Web Marketing e Web Comunicazione”**, in collaborazione con Eikon;
- **“The Living Seminar. Arte e Impresa. Brand identity, partnership e marketing emozionale”**, ciclo di ciclo di seminari condotto in collaborazione con il Lucca Center of Contemporary Art;
- **“Food, Wine & Co. L'eno-gastronomia e le arti in un mondo globale”**, in partnership con Cinecittà Studio se Viaggi del Gusto.

Su richiesta di alcuni stakeholder del master, nella prossima edizione (a.a. 2014-2015) saranno inseriti due ulteriori seminari professionalizzanti:

- **Digital Health. Marketing e Comunicazione digitali nell'area della salute**, in partnership con Eikon e About Pharma
- **Marketing e comunicazione per il settore musicale.**

Il tutto è stato “costruito” tenendo conto dell'evoluzione delle teorie, dei metodi e degli strumenti dell'industria della comunicazione, dei media e dell'entertainment, con particolare riferimento al quadro socio-economico e del mercato del lavoro..

La frequenza alle attività didattiche è obbligatoria per l'80%.

### Stages

Completa il corso di studi uno **stage** di tre mesi (**o un project work per chi già lavori**) presso aziende di spicco del settore media, entertainment (televisioni, case cinematografiche, editori) e della comunicazione (agenzia, centri media, aziende committenti) o presso le funzioni comunicazione e marketing di aziende di tutti settori industriali. Ad oggi ecco le organizzazioni che hanno assicurato lo stage e il placement: **20th Century Fox, Accenture, ABI, ACI – Automobile Club d'Italia, Agenda Digitale, Agenzia del Demanio, Anem, Anica, Armando Testa, Bnl-Bnp Paribas, Banco alimentare del Lazio Onlus, Banco di Sardegna, Blogmeter, Capitalia, Carré Noir, Cattleya, Cesan (Azienda Speciale Camera di Commercio di Foggia), Cen-**

**sis Servizi, Comune di Ciampino, Cinecittà Studios, Eataly, Ega, Eikon, Enea, Enel, Enit, Eprcomunicazione, Ericsson, Ernst&Young, Federculture, Fendi, Fondazione Tor Vergata-Ceis, Fondazione Rosselli, Fondazioni Italia, Honda Italia, Ibiscus Media, Ikea, Interferenze, ISN Virtual Worlds, La7 (programmi e testate), Lattanzio, Lottomatica, Lucky Red, Mediaset (corporate e programmi), Il Messaggero, free press Metro, Comune di Milano, Martini & Rossi, MindShare, Minerv@, Nessuno TV, Pfizer, Edizioni Piemme, Politecnico della Cultura delle Arti delle Lingue, Pomilio Blumm, Prix Italia, Polizia di Stato, Publicis, Rai (corporate e programmi), Rai Cinema, Rai Educational, Rai Trade, Reti di Claudio Velardi, Renault, Rum Jungle Italia, Saatchi & Saatchi, Salini Impregilo, Sipra, Sky, Taormina Film Fest, Teatro Olimpico, Telecom Italia, Tivù srl, TV 2000, Triangle Production, Umbria Servizi Innovativi, Unicredit Banca, Vizeum, Walt Disney, Warner Bros, Wind.**

### Partners

Il Master è organizzato in **partnership con aziende dei vari settori**. Attualmente il **Master vede fra i Partner e i Partner istituzionali** Telecom, Enel, Eikon, Cinecittà Studios, Rai, Rai Cinema, Rai World, BNL-Bnp Paribas, Fox Channels Italy, Amplifon, Federculture, Giffoni Media Service, ABI, ANEM, ANICA, Polizia di Stato; fra i **Media Partner** Il Messaggero, Metro, Il Denaro, Uomini e Donne della Comunicazione, Ega Congressi, Cultur-e, Comunicazione Italiana, MondoWeb, fra gli **Event Partner** Ericsson, Justbit, Roma Web Fest, **Viaggi del Gusto; patrocinio di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana).**

### Premi di studio

Il Master prevede l'assegnazione di **borse e premi studio**, messi a disposizione dai partners, a copertura totale e parziale della rata di iscrizione, sia per gli studenti immatricolandi, sia per gli studenti in corso più meritevoli in base all'esito degli esami di I quadrimestre.

### Informazioni

Tel. 06 7259 5522/5510 Fax 06 7259 5504

e-mail:

comunicamedia@economia.uniroma2.it

sito web:

<http://www.economia.uniroma2.it/master/comunica&media/>

**Direttore**

**Prof. Aggr. Simonetta Pattuglia**



Ritrovaci sui social!



<http://www.facebook.com/torvergatacomunicaemia>



[https://twitter.com/Comunica\\_Media](https://twitter.com/Comunica_Media)



[www.youtube.com/torvergataeconomia](http://www.youtube.com/torvergataeconomia)





In partnership con



con il Patrocinio di  
**FERPI**  
FEDERAZIONE  
RELAZIONI  
PUBBLICHE  
ITALIANA



SEMINARIO DEL MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA  
13-14 novembre 2014 Cinecittà Studios | Via Tuscolana 1055 | 00173 Roma | Sala Fellini e "Il Caffè di Cinecittà"

Prima giornata  
**Giovedì**  
**13**  
novembre 2014

# Food, Wine & Co.

## L'EnoGastronomia e le Arti III EDIZIONE

13:00

**Welcome Il Caffè di Cinecittà**

14:00 - 15:00

**Introduzione. L'EnoGastronomia e le Arti**

**Paola Cambria**, Giornalista eno-gastronomica, Sommelier  
**Simonetta Pattuglia**, Professore Marketing e Comunicazione, Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata  
**Giuseppe Basso**, Amministratore Delegato, Cinecittà Studios

15:00 - 16:00

**Food & Co, Italia ed Expo 2015 - Master Class 1**

**Beniamino Quintieri**, Professore Economia internazionale, Università di Roma Tor Vergata, Presidente Padiglione Italiano Shanghai 2010, Da Shangai 2010 a Milano 2015  
**Roberto Arditti**, Institutional Relations Director, Expo 2015  
**Oscar Farinetti**, Fondatore, Eataly / **Nicola Farinetti**, A.D. Eataly  
**Claudia Boni**, Direttore Impresa e Sviluppo, Servizi tecnici e Business Unit Food, Eat's Coin Excelsior  
**Eugenio Guarducci**, Presidente, Eurochocolate – Advisor progettuale e culturale del cluster "Cacao e Cioccolato" per Expo 2015

16:00 - 16:30

**Cibo, Bellezza e Benessere:**

**l'Arte dello Stare Bene - Master Class 2**

**Paola Vinciguerra**, Psicoterapeuta e Presidente, Eurodap

16:30 - 18:00

**Mangiare, Bere, la Bellezza e Territori - Master Class 3**

**Ivo Basile**, Responsabile Comunicazione, Cantine Tasca D'Almerita  
**Barbara Papa**, Responsabile divisione private label, Acqua Filette  
**Leonardo Di Vincenzo**, Responsabile Sviluppo, Birra del Borgo  
**Ombretta Parma**, Segretario Generale Associazione Culturale Terra Mitica, Organizzatrice evento PomodoroVinoPesce: tra narrazione ed accoglienza, Marzamemi  
**Barbara Guerra**, Sommelier, Maestra assaggiatrice di formaggi, Onaf, Ideatrice evento Le Strade della Mozzarella  
**Raffaella Cantagalli**, Responsabile Comunicazione e Promozione *Campagna amica*, Coldiretti  
**Nello D'Esposito** e **Renata Cioffi**, Imprenditori turistici di Anacapri, *Come ti catturo il magnate russo!*

18:30

**TASTING**

Degustazione di varietà enogastronomiche, **Il Caffè di Cinecittà**

Sponsors tecnici





Master Universitario in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Master Degree in Economics Communication and Media Management



10ª edizione  
Mixed Language  
Italian/English

In partnership con



CINECITTÀ STUDIOS



con il Patrocinio di



SEMINARIO DEL MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA  
13-14 novembre 2014 | Cinecittà Studios | Via Tuscolana 1055 | 00173 Roma | Sala Fellini e "Il Caffè di Cinecittà"

Seconda giornata

Venerdì

14

novembre 2014

# Food, Wine & Co.

## L'EnoGastronomia e le Arti

III EDIZIONE

10.00 - 11:45

### Cibo, Vino e Cinema: il Cibo "estetico"

#### Master Class 4

**Giuseppe Basso**, Amministratore Delegato, Cinecittà Studios

**Domenico Procacci**, Amministratore Delegato, Fandango

**Marco Lombardi**, Critico cinematografico ed eno-gastronomico, Gambero Rosso e Il Messaggero

**Tino Cornaglia**, Presidente, Barolo & Castles Foundation

11:45 - 12:30

### Food, Wine & ...Letteratura - Master Class 5

**Maria Ida Gaeta**, Direttrice, Casa delle Letterature e Festival Letterature di Roma e **Stefania Aphel Barzini**, Scrittrice, food blogger, enogastronomo, appassionata di cibo, autrice del volume "Fornelli d'Italia" (2014), *Il cibo racconta!*

**Andrea Zanfi**, Scrittore enogastronomico

**Elisa Greco**, Autrice di format teatrali e televisivi. Consiglio Direttivo Nazionale Ferpi e delegato FerpiCultura

12:30 - 13:30

### Food, Wine & ...Pittura e Fotografia

#### Master Class 6

**Nico Paladini**, Chef, speleologo e pittore

**Patrizia Dottori**, Artista fotografa

**Patrizia Bognione**, Direttore creativo Strategico, Angelini Design, e Owner e Direttore creativo, Gorgelous.com

**Massimiliano Tonelli**, Direttore, Artribune

**Gaia Barcellona**, **Valentina Guerrero**, Owners, Agromobile

e **Gabriele Schillaci**, Sales Manager, Fondo dei Barbera,

*L'incrocio di arte, gusto e cultura per la riscoperta del territorio.*

*Il caso Agromobile: la mappa del gusto non convenzionale*

13:30 - 14:30

### Lunch Il Caffè di Cinecittà

14:30 - 15:30

### Architettura, Vino e Design. Le Cantine

#### e le Archistar - Master Class 7

**Camilla Lunelli**, Responsabile Comunicazione e Rapporti

Esterni, Tenute Lunelli - Carapace, cantina progettata

da Arnaldo Pomodoro

**Trixie Zitkovskj**, Architetto Il Caffè di Cinecittà, Casa del Grande Fratello

**Rolando Zorzi**, Architetto e Sommelier

**Alberto Mazzoni**, Enologo, Direttore, Istituto marchigiano di Tutela Vini

**Michel Bouquillon**, Architetto e Designer, Premio Good Design 2008, Menzione d'onore Compasso d'oro 2011

**Irene Bertucci**, Coordinatrice Amministrativa, Villa Tolomei

15:30 - 16:00

### L'Arte culinaria - Master Class 8

**Genarro Esposito**, Chef Torre del Saracino, Marina d'Aequa (Napoli)

16:00 - 16:45

### Musica per le orecchie e per la "pancia"

#### Master Class 9

**Paola Sarcina**, Presidente, MThI - Music Theatre International, con la partecipazione di **Marcella Foranna** (mezzosoprano) e **Paolo Tagliapietra** (pianista).

Lezione concerto con l'esecuzione di "ricette in musica e versi"

16:45 - 17:15

### Il Cake Design - Master Class 10

**Nicoletta Cottone**, Giornalista, Il Sole 24 Ore, Esperta di Cake Design

**Manuela Balsamo**, Direttore editoriale, Rivista Cake Design - Azzurra Press

18:00

### Aperitivo Il Caffè di Cinecittà

Da un'idea di: **Paola Cambria**, Giornalista, Sommelier, Socia Ferpi | **Simonetta Pattuglia**, Professore Aggr. di Marketing e Comunicazione, Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media - Dip. Studi su Impresa Governo Filosofia, Università di Roma Tor Vergata, Presidente Commissione Aggiornamento e Specializzazione Professionale Ferpi.

Collaborazione Ufficio stampa e Promozione: **Paola Sarcina**, Presidente, MThI - Music Theatre International

# Ma ster



## Master in Antitrust e Regolazione dei Mercati

### Master di II livello XIV edizione

#### Articolazione

Il master comporta la frequenza obbligatoria, da febbraio a dicembre, a circa 600 ore di lezione in aula (pari a 90 crediti formativi ai sensi della normativa vigente), con taglio interdisciplinare (giuridico, economico, tecnologico):

- 1° semestre comune
- 2° semestre è articolato da una parte dedicata ad "altri servizi pubblici" (*settori postali, servizi idrici, servizi farmaceutici, appalti e concessioni*) seguito dagli indirizzi di specializzazione: mercati delle comunicazioni, energia, trasporti.

Successivo stage semestrale presso Istituzioni pubbliche, Authorities, Aziende, Studi di consulenza o Studi legali di primaria importanza.

#### Destinatari

- neo-laureati (o laureandi) specialistici o del vecchio ordinamento (Economia, Giurisprudenza, Scienze Politiche, Scienze Statistiche, Ingegneria o lauree giudicate equipollenti dal Consiglio di Corso)
- laureati già operanti nel settore che aspirino ad innalzare la propria preparazione professionale, eventualmente anche mediante la sola partecipazione a specifici moduli didattici.

#### Organi

- **Comitato consultivo**, composto dai Presidenti ed ex Presidenti dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas, dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
- **Comitato scientifico**, composto da esperti, rappresentanti di Istituzioni, dirigenti di aziende di settore
- **Comitato tecnico**, composto da rappresentanti delle aziende partecipanti
- **Consiglio di Corso**

#### Tasse di iscrizione e agevolazioni economiche

La tassa di iscrizione: €6.900 in tre rate. Tenuto conto degli introiti delle iscrizioni e dei contributi di parte dei soggetti aderenti, il Master mette a disposizione agevolazioni legate alla frequenza, ai risultati delle prove e alla condizioni economiche dei partecipanti, borse di studio a totale copertura della quota di iscrizione messe a concorso dall'INPS.

#### Informazioni

Segreteria del Master  
Susanne Muellner  
Dipartimento Economia, Diritto e Istituzioni  
Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"  
Via Columbia, 2  
00133 Roma  
Tel. 06 7259 5633 – 06 2040 454  
Fax 06 2020 687  
e-mail:  
master-regolazione@economia.uniroma2.it

[www.economia.uniroma2.it/master/regolazione](http://www.economia.uniroma2.it/master/regolazione)

# Ma ster

## CESMA

sas THE POWER TO KNOW

## Master in Customer Experience & Social Media Analytics

**Ascolta la testimonianza dei partecipanti della precedente edizione sul sito [www.master-cesma.it](http://www.master-cesma.it)**

Nei prossimi anni la figura più ricercata dalle aziende pubbliche e private sarà quella del Data Scientist, uno scienziato dei dati capace di trasformare in conoscenza i Big Data, l'universo di informazioni prodotte quotidianamente in tutto il mondo. Sempre di più il mercato cerca esperti altamente qualificati che operino nel settore Sales & Marketing in cui il cliente è posto al centro dell'analisi.

Il Master di II livello CESMA fornisce gli strumenti teorici e applicativi per diventare esperti delle Business Solutions di SAS. Grazie a una formazione multi-level, che copre temi di general management e marketing innovativo, verranno formati i Data Scientist specializzati in Customer Experience e Social Media Analysis.

Il Master è in convezione con la SAS, leader nel settore del software e dei servizi di business analytics. SAS annovera centinaia di clienti in tutti i settori di mercato: finance, industria, telecomunicazioni, commercio, servizi, utilities, Pubblica Amministrazione e sanità.

### Il Corso

I docenti dei corsi sono scelti tra gli esperti del settore in ambito universitario e dai professionisti della SAS. Saranno presenti anche testimonianze aziendali da parte di manager. Il corso si sviluppa circa 400 ore di didattica frontale suddivisa in 4 macro moduli:

#### GENERALE:

- Management generale
- Digital Privacy
- Vocabolario Tecnologico di Base
- Introduzione al SAS
- Statistica per il Management

#### ANALYTICS:

- Big Data & Hadoop
- SAS Analytics 1
- Data Mining & Web Mining
- SAS Analytics 2

#### SOCIAL MEDIA ANALYTICS:

- Metodi Statistici per la Social Media Analysis

- SAS Text Miner, Sentiment Analysis, Social Networks

#### CUSTOMER EXPERIENCE:

- SAS Marketing Automation
- SAS Real Time Decision Management
- SAS Marketing Optimization

E' previsto inoltre un modulo di Soft Skill, Laboratori e la certificazione SAS.

#### Stage

Durante il Master i partecipanti saranno coinvolti in stage di almeno 3 mesi presso aziende o enti pubblici finalizzati alla realizzazione di un project work.

#### Gli Sbocchi professionali

- Data Scientist e Business Analyst nel settore Sales & Marketing di organizzazioni pubbliche e private che pianificano, implementano e monitorano strategie e piani di marketing.
- Professional in area Sales & Marketing che vogliono approfondire metodologie e strumenti tecnologici a supporto dei processi decisionali per massimizzare il ritorno degli investimenti.

#### Requisiti per l'ammissione

Possono partecipare al Master tutti i laureati in materie scientifiche in possesso di laurea magistrale, specialistica o titolo equipollente, con una buona predisposizione per la tecnologia. L'ammissione del candidato si baserà sulla valutazione del curriculum da parte del Consiglio di Corso e da un colloquio conoscitivo.

#### Borse di Studio

Per l'a.a. 2014/15 sono previste borse di studio a copertura totale o parziale dei costi di iscrizione messe a disposizione dai partner del Master.

#### Coordinatore del Master

Prof. Simone Borra

#### Informazioni

Segreteria del Master 06/72595512 o 06/72595430

Email [segreteria@master-cesma.uniroma2.it](mailto:segreteria@master-cesma.uniroma2.it)

Sito web: [www.master-cesma.it](http://www.master-cesma.it)

#### Bando di ammissione:

**previsto per novembre 2014**

**Inizio lezioni: Febbraio 2015**



55

# Ma ster



## Master<sup>in</sup> Procurement Management

Approvvigionamenti e Appalti

### Descrizione

I sistemi di *Procurement* stanno subendo profonde modificazioni sia nelle grandi imprese che nella Pubblica Amministrazione.

Il mercato italiano evidenzia una domanda consistente di professionalità adeguate nell'area del *Procurement*, con competenze sia nelle moderne strutture organizzative del *business* che nei sistemi tecnologici di supporto.

Il Master in Procurement Management di II° livello risponde all'esigenza di creare professionisti esperti in grado di operare sia nel settore pubblico che nel settore privato arricchendo i profili professionali tramite una formazione altamente interdisciplinare basata su 12 Aree Formative che affrontano temi aziendali, etici, giuridici, informatici, logistici, organizzativi e strategici.

Dopo tre anni di sviluppo dei curricula e delle competenze il Master si è evoluto per venire incontro alle crescenti richieste di formazione strategica e interdisciplinare da parte del mercato. Da qui la nuova denominazione "Master in Procurement Management - Approvvigionamenti e Appalti".

A partire dall'edizione 2008/2009, il Master si articola in tre filoni formativi:

- filone per la Pubblica Amministrazione;
- filone per la Difesa;
- filone Supply Chain per il settore privato.

I tre filoni sono strutturati su una parte comune e su approfondimenti specialistici propri al filone stesso, con testimonianze di settore e focus su tematiche non interdisciplinari.

### Requisiti per l'ammissione

L'ammissione al Master è subordinata al possesso del diploma di laurea specialistica o magistrale o del vecchio ordinamento, nonché ad una positiva valutazione del curriculum del candidato da parte del Consiglio di Corso ed, eventualmente, al superamento di un collo-

quio valutativo.

Per l'anno accademico 2014/2015 il Consiglio di Corso metterà a bando delle borse di studio, a totale copertura della quota di iscrizione, messe a disposizione da prestigiose Aziende, che offriranno ai candidati scelti anche un periodo di stage all'interno delle stesse.

### Durata

Il percorso formativo è strutturato in: 12 Aree (della durata di un mese ciascuna: una settimana frontale e tre on-line) e uno *stage di almeno 3 mesi* presso un'impresa rilevante, pubblica o privata.

Il Master sarà conseguito al raggiungimento di 60 crediti formativi universitari (CFU)

### Stage

Lo *stage* presso una impresa rilevante, pubblica o privata, è ritenuto un momento applicativo essenziale del percorso formativo.

Oggetto dello *stage* è lo studio specifico di una situazione di rilevanza teorica e pratica. Lo *stage* prevede la realizzazione di un *Project Work*.

Gli *stage* saranno assicurati a tutti i partecipanti. Essi saranno organizzati tramite un *network* di Imprese/Enti Pubblici affini con il *Master in Procurement Management*.

Coordinatore Prof. Gustavo Piga

### Informazioni

Roberta Marta  
Segreteria Master tel. 06/72595430  
Email [master.procurement@uniroma2.it](mailto:master.procurement@uniroma2.it)  
<http://www.masterprocurement.it/>

**Inizio corsi 19 gennaio 2015**



# Ma ster



## Master per le Professioni Economico Contabili

### Presentazione

Il **Master** per le **Professioni Economico-Contabili** è un percorso formativo post-universitario che dal 2001 risponde alle esigenze formative di laureati e neolaureati interessati a qualificare le proprie attitudini nelle discipline economico-aziendali e giuridiche per l'esercizio delle professioni di **Dottore Commercialista ed Esperto Contabile** e di **Revisore Legale, Internal Auditor, Consulente Economico-Aziendale, Amministrativo Contabile in Aziende pubbliche e private.**

L'obiettivo del Master è di analizzare in modo organico, approfondito e con taglio professionale, l'ampia gamma delle tematiche economico-contabili, societarie e tributarie maggiormente rilevanti nella gestione delle imprese.

### Formazione

Il Master si svolge in aula, con *formula weekend* (venerdì e sabato), e si articola in moduli tematici coordinati da docenti universitari e professionisti esperti delle singole materie.

L'impostazione delle lezioni, marcatamente operativa, fornisce ai partecipanti gli strumenti necessari per approfondire le tematiche necessarie allo svolgimento della libera professione e per qualificarsi come figure professionali con esperienza nelle aree amministrazione, bilancio, controllo di gestione e gestione tributaria di imprese di piccole, medie e grandi dimensioni.

L'esperienza decennale del corpo docente e del personale accademico a disposizione dei partecipanti ha permesso di consolidare una metodologia di apprendimento basata su cicli frequenti di esercitazioni, *case study* di dottrina e prassi, e l'elaborazione di atti giuridici e documenti contabili costantemente aggiornati alle più recenti disposizioni normative e maggiormente significativi per l'esercizio della professione e per la consulenza alle imprese.

Il corso si conclude con il rilascio del titolo universitario di **Master di Primo Livello in "Professioni Economico-Contabili"**.

### Programma

L'offerta formativa del Master è fortemente orientata all'approfondimento delle tematiche riguardanti l'esercizio della professione di **Dottore Commercialista ed Esperto Contabile** ed è concepita anche ai fini della **preparazione all'Esame di Stato**. Il ciclo di lezioni è suddiviso in due semestri, così organizzati:

- nel **primo semestre** vengono presentati ed analizzati i principi contabili nazionali ed internazionali e formalizzata la costruzione del bilancio d'esercizio e la determinazione del reddito d'impresa;
- nel **secondo semestre** vengono approfonditi gli aspetti di carattere civilistico e fiscale, con particolare riferimento alle problematiche della gestione societaria e della crisi d'impresa, e della gestione fiscale e del contenzioso tributario.

Il piano di studi, suddiviso in **moduli tematici**, tratta in maniera specifica i seguenti argomenti:

- Bilancio di esercizio secondo i principi contabili nazionali ed internazionali
- Analisi di bilancio e costruzione del rendiconto finanziario
- Approfondimento della disciplina giuridica delle società e dei contratti d'impresa
- Approfondimento della disciplina giuridica del fallimento e della crisi d'impresa
- Approfondimento della normativa tributaria e della gestione del contenzioso
- Introduzione ai sistemi di gestione integrata di Qualità-Sicurezza-Ambiente
- Fondamenti della Revisione Legale dei conti.

Completano il programma specifici **moduli di approfondimento** delle tematiche professionali di analisi della posizione finanziaria delle società, di gestione dei modelli organizzativi della qualità-sicurezza-ambiente, di revisione legale dei conti.

Ulteriori **seminari e workshop** di interesse professionale e di approfondimento di tematiche innovative e particolarmente rilevanti per la formazione delle competenze professionali saranno all'occorrenza pro-



# Ma ster

grammate e inserite come formazione supplementare al percorso formativo programmato.

### Propedeuticità ai fini dell'esame di stato

Il percorso formativo del Master è propedeutico ai fini del riconoscimento dei **Crediti Formativi Universitari (CFU) per l'ottenimento dell'esonero dalla prima prova scritta dell'esame di Stato di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile**, ai sensi della convenzione tra Ordine dei Commercialisti ed Esperti Contabili di Roma e Università di Roma Tor Vergata. I crediti formativi ottenuti durante il Master potranno inoltre essere **riconosciuti ai fini del successivo conseguimento di una laurea magistrale**, grazie a specifici accordi stretti con altre università di Roma e laziali.

Il riconoscimento dei Crediti Formativi Universitari avviene a seguito della verifica di profitto degli argomenti trattati a conclusione di ciascun modulo didattico, con assegnazione di voto e ammontare dei crediti.

### Tirocinio professionale in convenzione

Durante il percorso formativo del Master gli allievi che vorranno intraprendere un percorso di tirocinio professionale per la futura abilitazione alla professione di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile avranno la possibilità accedere a una rete di studi professionali convenzionati con il Master e accreditati presso l'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Roma.

**ATTENZIONE:** *laureati nelle classi di laurea che non sono riconosciute dall'Ordinamento nazionale dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili possono svolgere il tirocinio e sostenere l'esame di abilitazione professionale solamente colmando i debiti formativi richiesti dall'Ordinamento didattico per l'accesso alle lauree magistrali convenzionate<sup>1</sup>.*

### Informazioni e preiscrizioni

Il Master dura **un anno accademico** e si svolge **in presenza**, con lezioni d'aula settimanali, nei giorni di venerdì (9:00-18:00) e sabato (9:00-13:00). Il costo complessivo del

Master è di **euro 4.000,00** suddiviso in due rate semestrali.

La segreteria del Master risponde via mail all'indirizzo [prof.eco.cont@economia.uniroma2.it](mailto:prof.eco.cont@economia.uniroma2.it) e riceve nei giorni di lezione, il venerdì (9:00-18:00) e il sabato (9:00-13:00) presso gli edifici di Economia, Università di Roma Tor Vergata, via Columbia 2 (Edificio B, Terzo Piano).

Sito internet: <http://www.economia.uniroma2.it/pec>

Facebook: <http://www.facebook.com/professioniconcontabili>

Referenti: Dott. Alessandro Pomponi (cell. 331-4574288); Dott. Alessandro Delfini (cell. 339 7625486)

<sup>1</sup> Art. 2 – Convenzione Quadro MIUR-Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili



58



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI ROMA TOR VERGATA**  
Dipartimento  
di Scienze e Tecnologie  
della Formazione  
Corso di Laurea  
in Economia Aziendale

Il **Corso di Laurea in Economia Aziendale**, facente parte dell'offerta formativa dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata completandone il panorama per quanto riguarda le Lauree di area aziendale, ha una spiccata vocazione a preparare Dirigenti e Professionisti di Azienda. Il Corso di Laurea in Economia Aziendale, prepara gli studenti che intendono avviarsi alla carriera manageriale ovvero alla professione di consulente aziendale e dottore commercialista.

Per ulteriori informazioni è possibile:

- consultare il sito di Tor Vergata: <http://stf.uniroma2.it/?p=2333>
- inviare una mail a [studenti@stf.uniroma2.it](mailto:studenti@stf.uniroma2.it) o [corneli@uniroma2.it](mailto:corneli@uniroma2.it)
- telefonare al numero **06 7259 5505**
- collegarsi alla pagina facebook <http://facebook.com/cleoteconomia>

# Ma ster



## Economia della Cultura

Politiche, Governo e Gestione

**Indirizzo internazionale in inglese:**  
**Economics of Culture: Policy, Government and Management**

**Master I livello**

**XV edizione**

Coordinatore: **Prof. Alessandro Hinna**

**Il Master**, innovativo nei contenuti e nelle metodologie didattiche, è diretto alla formazione avanzata e alla riqualificazione di figure professionali nei differenti campi dell'economia e della gestione dei beni, delle attività e dei servizi culturali attraverso una particolare sintesi di contenuti propri dell'analisi socio-economica, delle pratiche di governo e gestione aziendale, del diritto amministrativo e, quindi, della progettazione integrata in campo culturale.

### Requisiti

Laurea triennale o Diploma di laurea (vecchio ordinamento). Conoscenza degli strumenti informatici per la FAD, e della lingua inglese per l'indirizzo internazionale.

### Profilo in uscita

Figure professionali dal profilo manageriale in grado di inserirsi, attraverso le competenze acquisite in gestione strategica e operativa, in organizzazioni culturali, italiane ed europee, *profit* e *non profit*, pubbliche e private e nel sempre più attuale ed "europeo" sistema dell'industria culturale e creativa.

### Stage e project work

Possibilità di stage presso enti e imprese del settore culturale e nell'ambito di progetti culturali internazionali.

Per chi già occupato, è prevista la realizzazione di un project work su tematiche culturali con il vantaggio, per il discente, di poter affrontare tematiche connesse alla propria esperienza lavorativa, per l'azienda/ente di appartenenza, di beneficiare di una attività di studio/ricerca e consulenza negli ambiti di proprio interesse.

### Iscrizioni

€ 4000 in due rate. Il Collegio del Master può deliberare l'attivazione di agevolazioni economiche per merito e/o disagio economico. Riduzione della quota per i dipendenti delle PA e i dipendenti di enti/società private con il Master convenzionati.

### Segreteria Master

Francesca Bambini

Dipartimento di Economia e Finanza

Università degli Studi di Roma "Tor Vergata",

Via Columbia, 2

00133 Roma

E-mail: [beniculturali@economia.uniroma2.it](mailto:beniculturali@economia.uniroma2.it)



59

# Ma ster



## MASTER "LAVORARE NEL NON PROFIT": MANAGEMENT, COMUNICAZIONE E FINANZA

### Tematiche

È un Master di I livello promosso dall'Università di Roma "Tor Vergata" in cui sono integrate competenze ed esperienze sulle aziende non profit, sulle imprese sociali, sul mondo della finanza etica e cooperativa e sulla innovazione sociale.

### Obiettivi

Il Master ha l'obiettivo di catalizzare idee, progetti ed esperienze sul terzo settore, stimolando la creazione di una rete di competenze che veda una attiva partecipazione al mondo del non profit e della Pubblica Amministrazione ed al mondo delle imprese e delle istituzioni finanziarie dell'area metropolitana di Roma.

### Destinatari

Il Master si rivolge a persone interessate ad inserirsi in organizzazioni non profit ed imprese sociali, capaci di gestire le relazioni con le amministrazioni pubbliche e le imprese e di formulare ed attuare progetti di innovazione sociale finalizzati alla creazione di imprese sociali ed allo sviluppo di occupazione solidale e responsabile.

### Sbocchi professionali

Il Master fornisce sbocchi in varie tipologie di organizzazioni non profit, in particolare: associazioni e fondazioni, cooperative e imprese sociali, istituzioni e ONG etc.

### Offerta didattica

**L'offerta formativa è organizzata in 3 momenti principali:**

Aprile - Giugno

1 - INSEGNAMENTI DI BASE

- economia e management del settore non profit
- sistemi contabili e rendicontazione sociale
- gestione delle risorse umane
- finanza per il settore non profit
- comunicazione e marketing sociale

- fondamenti di project management.

Luglio

2 - SUMMER SCHOOL - Social Innovation

- Organizzata con Societing e Rural Hub, nodo principale di una rete di ricercatori, attivisti e manager interessati nell'individuare nuovi modelli di sviluppo economico per trovare soluzioni ai bisogni sociali e di mercato. La location sarà una bellissima residenza rurale in provincia di Salerno e la didattica sarà caratterizzata da lezioni frontali, learning by doing, coliving e coworking.

Settembre - Novembre

3 - PERCORSI DI FORMAZIONE A SCELTA TRA:

- *Fundraising*: pianificazione e gestione delle campagne di raccolta fondi e rendicontazione dei risultati ed impatti.
- *Europrogettazione*: il funzionamento delle istituzioni e dei programmi EU, il project cycle management.

### Costi, Agevolazioni e Borse di Studio

*Borse di studio*: 20 Borse di Studio INPS a totale copertura della quota di iscrizione (e di eventuali benefici aggiuntivi per non residenti), riservate ai figli di dipendenti della PA, agli orfani di dipendenti e di pensionati utenti della Gestione Dipendenti Pubblici, nonché agli stessi dipendenti della PA.

*Quota di iscrizione*: € 4.000, pagabile in due rate.

*Agevolazioni*: 50% di riduzione della quota di iscrizione per neo-laureati in cerca di prima occupazione.

### Contatti

+39 0672595900

mimap@economia.uniroma2.it

mimap.it @MasterMIMAP

facebook.com/mastermimap



60

# Ma ster



## MIMAP MASTER in INNOVAZIONE e MANAGEMENT nelle AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

### Tematiche

È un Master di II livello promosso dall'Università di Roma "Tor Vergata" che si propone di fornire formazione post laurea di eccellenza sullo sviluppo di logiche aziendali, di management e governance pubblica nel sistema delle Amministrazioni Pubbliche.

Il MIMAP è il primo Master di II livello a essere attivato in convenzione con la Scuola Nazionale dell'Amministrazione (SNA) nel panorama delle Università pubbliche italiane

### Obiettivi

Il MIMAP consente alle/ai partecipanti di approfondire metodologie e tecniche di management pubblico e di acquisire metodi, contenuti e competenze per migliorare le performance ed i risultati della PA, promuovere e gestire i processi di innovazione e porre attenzione alle relazioni tra PA e cittadini, imprese ed organizzazioni del terzo settore.

### Destinatari

Il Master si rivolge ai dipendenti della PA (dirigenti, quadri, operatori), a professionisti inseriti nella PA, a neolaureate/i (lauree quadriennali e specialistiche).

### Sbocchi professionali

Il Master fornisce sbocchi o ambiti per lo sviluppo di percorsi di carriera verticale e/o orizzontale nelle amministrazioni pubbliche ed agenzie centrali, in regioni ed enti locali, agenzie regionali e provinciali.

### Offerta didattica

L'offerta didattica permette lo sviluppo di capacità e competenze sulla governance e la gestione delle PA centrali, regionali e locali, sulla misurazione e valutazione dei risultati della PA, sulla diffusione della innovazione e del partenariato pubblico-privato. Il percorso didattico si articola in insegnamenti di base ed insegnamenti specialistici.

- Management Pubblico
- Organizzazione e Gestione delle Risorse Umane

- Sistemi Contabili nella PA e Gestione Finanziaria
  - ICT, Logistica ed E-Government
  - Pianificazione, Programmazione e Controllo
  - Diritto Amministrativo e Storia della PA
  - Sistemi e Strumenti di Quality Management nella PA
  - Gestione Strategica degli stakeholder
  - Comunicazione Istituzionale e Marketing.
- L'attività formativa prevede 1500 ore distribuite tra attività didattica (lezioni frontali e in modalità e-learning, seminari, lavoro personale, stages ed elaborazione di lavori di tesi).

L'offerta formativa è inoltre arricchita dalla possibilità di partecipare a:

- due seminari specialistici organizzati con l'Accademia Europea Eurac di Bolzano e con il Master IPA Ingegneria Tor Vergata
- un ciclo di workshop
- una settimana internazionale nell'ambito della conferenza Euro Mediterranean Public Management Dialogue (EG-PAMED7) che si terrà a Tor Vergata nel mese di Ottobre 2014 ([www.med-eu.org](http://www.med-eu.org)).

### Costi, Agevolazioni e Borse di Studio

**Borse di studio:** 29 Borse di Studio INPS a totale copertura della quota di iscrizione (e di eventuali benefici aggiuntivi per non residenti), riservate ai dipendenti della PA, ai loro figli e agli orfani di dipendenti e di pensionati utenti della Gestione Dipendenti Pubblici.

**Quota di iscrizione:** € 4.000.

**Agevolazioni:** 50% di riduzione della quota di iscrizione per neo-laureati in cerca di prima occupazione; 25% per i gruppi provenienti da uno stesso ente e dipendenti e PA convenzionate.

### Contatti

+39 0672595900  
 mimap@economia.uniroma2.it  
 mimap.it @MasterMIMAP  
 facebook.com/mastermimap



# Ma ster

## Master di I livello in Gestione e Tecnica dei Trasporti e della Logistica

### Obiettivi

Obiettivo del Master in Logistica e Trasporti è di fornire alle imprese del settore operanti nella logistica, nei trasporti e nella gestione delle infrastrutture figure manageriali ad elevata professionalità, in grado di operare con le effettive competenze richieste dalle imprese

### Destinatari

Il Master è rivolto a:  
laureati in discipline economiche, aziendali, giuridiche e tecnico-scientifiche;  
professionisti che operano in aziende del settore;  
persone che sono anche in possesso di altro titolo ritenuto equivalente dal Collegio dei docenti del Master.

### Articolazione

Il Master si articola in tre trimestri di insegnamento in aula ed un trimestre di stage in azienda. La didattica frontale prevede la frequenza di 2/3 giorni a settimana, di norma giovedì e venerdì, per un totale di 454 ore,

con frequenza obbligatoria.

La didattica è articolata in aree tematiche, a loro volta suddivise in moduli di lezioni e di seminari.

A conclusione dell'attività formativa frontale è previsto uno stage presso aziende sponsor della durata di 3 mesi.

### Selezione

La selezione avverrà sulla base dei titoli e di un colloquio tecnico-motivazionale, cui parteciperanno anche alcune aziende sponsor.

Sono previste borse di studio a totale o parziale copertura della quota di immatricolazione e partecipazione al Master.

### Contatti

Segreteria organizzativa  
Facoltà di Economia, Via Columbia 2, Roma  
E-mail: [info@tralog.it](mailto:info@tralog.it)  
Coordinatore del Master  
Prof. Giovanni Trovato

### Periodo di frequenza

Gennaio - Dicembre 2015



**Campus  
events**

Visitate il nostro profilo Facebook  
 CampusEvents CampusEvents

Bernacca Immagine