



Economia



8^a edizione

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.



lavoro.lidl.it

Campus&Leaders&Talents, evento organizzato dall'**Ufficio Laureati-Desk Imprese** in collaborazione con **Alet-Associazione Laureati Economia Tor Vergata**, è diventato negli anni un imperdibile appuntamento di incontro tra domanda e offerta di lavoro, un primo importante passo per entrare a far parte del mondo professionale e realizzare una carriera di successo!

Per chi sta per laurearsi o si è già laureato, il career day rappresenta un momento fondamentale per far conoscere il proprio talento e per conoscere chi sta cercando giovani brillanti e desiderosi di un percorso professionale gratificante ed in linea con la propria formazione.

Campus &Leaders &Talents

Per questo motivo Campus&Leaders&Talents, giunto all'ottava edizione, anche quest'anno intende avvicinare laureandi e laureati alle professioni attraverso reali testimonianze, esempi concreti di come si lavora in azienda, facendo parlare direttamente i protagonisti.

Le imprese partner dell'evento intervengono per ragionare su formazione e professioni

e, soprattutto, per offrire concrete opportunità di lavoro a quanti partecipano all'iniziativa.

Un'intera giornata dunque, a cui ogni anno partecipano più di 1500 persone, in cui laureati e studenti di tutte le Facoltà hanno l'opportunità di seguire i numerosi **seminari di orientamento al lavoro** e di sostenere i primi **colloqui**. Quest'anno sono ancora di più le aziende che svolgeranno i primi step del percorso di selezione proprio durante la manifestazione.

È questo il punto di forza di Campus&Leaders&Talents, questo ciò che lo differenzia da molti altri appuntamenti dello stesso tipo: poche brochure, poca teoria, tanta esperienza e reali opportunità di mettersi alla prova.

Vieni a mostrare il tuo talento!

www.aleteconomia.it/campus



Main partner



Media partner



4



Special thanks to



career day 21 ottobre

PROGRAMMA

ore 9:00

Apertura stand

EDIFICIO A - Didattica
(piano terra)

ore 10:00-10:45

Lidl

Lidl Italia: la carriera che
non ti aspetti!

ore 11:00-11:45

Arthur D. Little

The Little Difference

ore 12:00-12:45

EY

Your exceptional EY experience
starts here

ore 13:00-13:45

PwC

The experience stays with you

ore 14:15-15:00

SACE

SACE a sostegno
dell'internazionalizzazione
delle imprese italiane

ore 18:00

Chiusura manifestazione
e area stand

Tutte le presentazioni si terranno
nell'Aula TL della Macroarea di
Economia (edificio A, piano terra)





Partner

Arthur D Little



Deloitte.



NISSAN



5

8^a edizione



LAVORARE

P&G

EUROPA
FACTOR

GENERALI

CREDEM

GUIDA
MASTER

NISSAN

APPLE

FINECO

BNP
PARIBAS

JOB
ADVISOR

POSTE
MOBIL

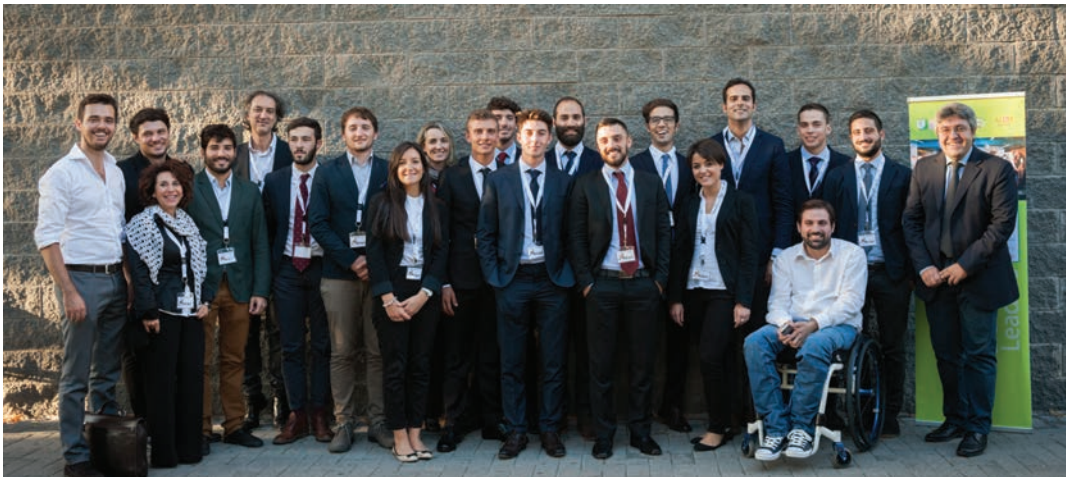
ALET
DESK
IMPRESE

Campus
RECRUITMENT
TALENTS

6







**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.

I progetti e le attività

Sito Internet Il sito 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 è 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.

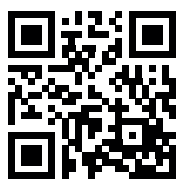
www.aleteconomia.it



15.000 professionisti già formati non possono sbagliarsi.

Impara il **Web Marketing**
con **Ninja Academy**.

IN COLLABORAZIONE CON:



Usa il **QR Code** o il link
<http://bit.ly/ninjaCDAY10>
e ottieni il **10% di sconto**



NinjaAcademy



www.ninjacademy.it
tel: 02.40042554



www.deskimpresse.it



A marzo 2007 nasce il **portale** "Desk-Imprese 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

Imprese. 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-Imprese on line gli studenti possono inserire il proprio *curriculum vitae*, ricevere notizie sulle iniziative organizzate dall'Ufficio Laureati-Desk Imprese, 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 Imprese 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-Imprese on-line sono accessibili **gratuitamente**.

I numeri del Desk-Imprese on-line

pagine visitate:

2.069.873

visitatori:

550.951

aziende che collaborano

con l'Ufficio Laureati

Desk-Imprese:

circa **500**



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

È con grande soddisfazione che vedo decollare l'ottava edizione di Campus&Leaders&Talents.

È, infatti, attraverso iniziative come questa che l'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" realizza una delle mission più strategiche e prioritarie per un Ateneo all'avanguardia, la cosiddetta "Terza missione", ossia l'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" vuol dire anche 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.

In questa ottava edizione del career day - organizzato in collaborazione con Alet, l'Associazione che riunisce i laureati in Economia di Tor Vergata - è aumentato il numero di aziende che hanno deciso di incontrare i nostri talenti. Questo è un segno tangibile della "bontà" e dell'efficacia delle attività che stiamo realizzando. E' la testimonianza del fatto che una formazione di qualità "paga" e pone le basi per un futuro professionale di successo.

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 33 anni di attività, si è sempre più dimostrato una realtà vivace e attiva, rafforzando nel tempo la sua "reputazione" in ambito nazionale e internazionale.

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 verso un futuro imprenditoriale, professionale, di ricerca in ogni campo: è questo l'impegno di "Tor Vergata".





Per tale motivo e per promuovere una dimensione internazionale degli studi e della ricerca, sono stati attivati percorsi formativi integralmente in lingua inglese.

Questo anche per consentire agli studenti di Tor Vergata di realizzare una carriera professionale i cui confini non siano limitati a quelli nazionali.

Durante il career day i nostri talenti avranno la possibilità di mettersi alla prova, di testare le proprie capacità, presentandosi alle aziende all'interno di un'area stand appositamente realizzata o sostenendo i primi colloqui di lavoro. Sono molte, infatti, le imprese che in questa edizione hanno deciso di svolgere i primi step del processo di selezione nel corso della manifestazione.

Per tale motivo, desidero ringraziare vivamente le aziende che sin dalla prima edizione hanno scelto di partecipare attivamente a questa manifestazione ed in particolare quelle che a partire da quest'anno hanno deciso di offrire una opportunità ai nostri studenti. L'auspicio è che questa partecipazione rappresenti il primo passo per una proficua collaborazione nel futuro.

“Tor Vergata”, infatti, chiama le imprese per attivare un rapporto continuo di osmosi, finalizzato a creare una collaborazione continua e sinergica per realizzare quei progetti di formazione e ricerca che meglio si adattino ai bisogni attuali e futuri del mercato del lavoro e del sistema produttivo.

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.

Giuseppe Novelli





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, riporto 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.

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

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.



18

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 richiederti 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.



20

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.



22

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



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

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



INTRODUCTION ON HOW TO USE SOCIAL MEDIA IN YOUR JOB SEARCH

Social recruiting – the intersection of recruitment and social media – is becoming more and more popular amongst recruiters. Besides the popularity also the financial crisis forces companies to experiment with new ways of communication and recruitment.

These tendencies can be observed in Italy as well: social media is most often used as the main channel or as an additional tool in the process of recruitment. Since Italians are amongst the top users of social media in the world both in terms of percentage of the population and in terms of time, a short introduction on how to use social media in your job search might come in handy.

Social networking sites can offer you the opportunity to introduce yourself, build your network and knowledge, and find the job that fits you best. As always, besides these opportunities there are some risks you need to handle.

WEBSITES

www.linkedin.com

www.xing.com

www.viadeo.com

APPS ON FACEBOOK

BranchOut

BeKnown

Glassdoor

All the pages and applications that you find here as an example have users from all over the world, yet some countries are better represented than others. You may choose any of them depending on your goals. LinkedIn has over 200 million users out of which more than 4 million are Italians. XING is most popular in Germany, Austria and Switzerland. Viadeo focuses on Europe and BRIC countries. Facebook applications enable you to quickly build your profile by using the information you already have on Facebook or data can be imported from another social networking site. Plus you are able to invite your friends to join your professional network immediately.



INTRODUCE YOURSELF

Recruiters often ask "Who are you? Tell us what we need to know about you. Speak about yourself." A good response might not come naturally. Still since this question is a recurring one, it is worth investing energy into answering it well. If you would like to use social networking sites to build your career it is a real must to be able to describe yourself effectively.

Another reason to do this exercise is that most social profiles require a summary of your goals, skills and experiences. By filling the summary section in line with the rest of your profile, you are more likely to be ranked higher in searches than the incomplete profiles.

When you introduce yourself the basis of the description will be most probably how you see yourself, yet it is equally important what kind of image others have of you. The simplest way to discover how you are perceived is that you turn to friends and colleagues for feedback. Use the gained information both in your CV and in your social profiles to describe your attitude, behaviour, skills, and the experiences that made you who you are today. This will make your CV and profile outstanding.

Do not fall into the trap of creating an image of yourself online that is different from who you are and what you know and want in real life. It is impossible to disconnect your online presence from your real life version, since sooner or later you will have to meet the recruiters in person. These platforms provide you with new ways to present yourself compared to a simple CV. You can add applications to upload documents (e.g.: CV, thesis work, publications), videos, audio files, presentations. A substantial advantage of online profiles is that you are not obliged to squeeze your introduction in two A4 pages.

Add the direct links of your LinkedIn and Twitter profile to your CV. These profiles are public anyways. This way you not only demonstrate that you are tech savvy, but also immediately provide more information than could fit in your CV. Don't link your Facebook profile, since it should be private (see below).

If you decide to use more than one social networking website or application, we encourage you to thoroughly check the information you provide. Both professional and personal profiles must be consistent not only in terms of historical data (where you worked, how long, position title etc.), but also in terms of motivations. Writing a status update on Facebook about your dream job as musician while sending out motivation letters stating that you are passionate about finance will make the recruiter wonder what you really want.



ONLINE CONVERSATIONS

You may profit from having a profile on social networks, yet to take the most out of it when you become an active part of online communities. The name of these online communities may vary based on the platform you are using: groups exist on LinkedIn and XING, communities on Viadeo etc.

Some of the advantages:

- You can increase your knowledge by listening what others have to say about your professional area. Often you can find professional blogs and links to useful resources because they are being cited during conversations
- You learn even more when you engage in conversations: ask questions, comment, debate.
- Whenever you “speak”, what you say the way you do it conveys messages about yourself to others. Many of those characteristics that you mention on your profile comes through when you communicate with others.
- You can build your network both online and offline. Often online communities organize physical events, workshops, conferences.

GET ADVICE

You can receive free advice on job hunting, CVs and interviews by following career experts and recruiters on social media. On Facebook you can like pages or follow people without becoming a friend of them, on LinkedIn you can either join groups or follow experts just like on Twitter. This way you do not have to look for the advices, they will show up in your newsfeed directly.

FOLLOW OUR ADVICES

www.facebook.com/careerdirectory

www.twitter.com/jobadvisor

JOB SEARCH

During your search you can connect with official profiles of target companies. Being connected can give you additional information and you can receive answer to your questions. However we suggest you to check if the inquiry is adequate; simply ask from yourself: can I look up the answer to this question on the company website or any other page first?

All professional social networks have job boards. In most cases you can run a search and create a search agent/saved search, so that you receive updates when there are new job postings matching your profile. From job search point of view the utility of social networking sites does not lie in the availability of job boards, but more in the fact that you can easily connect with people that can help you. The person who posted the position can support you by replying to your enquiries. A friend of a friend who works at the company can give you insight into company culture, structure, work environment etc.



MINIMIZE THE RISKS

You cannot control what is said about you on the net, but in order to minimize the potential harm, it is advisable that you regularly check what kind of results come up when somebody looks for you on the net.

- Run a search with your name and check the results: what is the content that you made public (even unintentionally) but you would not like to disclose it any more.
- Check the picture results as well. If you find pictures you do not want to be found, then go to your social media sites and remove tags and modify your privacy settings. If you did not agree to use your picture by various websites or blogs, you will need to contact the managers of the sites to get these pictures removed.
- Set a Google alert for your name. This way you can track your presence on the net without effort.
- Check privacy settings on sites that you use for socializing. These activities will remain private only if you set the privacy and permissions accurately. I suggest you to share content only with friends. Give access only to limited data to the friends of your friends. You might apply strict rules for approving contacts, but can you really be sure that all your friends act the same way? As soon as you have Facebook's Graph Search, try the new function: see what settings others have missed and learn from their mistakes.
- Check the consistency of your profiles. When HR looks at your profiles and CV, they will for sure examine the consistency of them. Different job titles and experiences on BranchOut and on LinkedIn will definitely generate questions during the interview

Social networks provide you with great opportunities for learning, building your network and potentially getting you a job. It is not difficult to learn the basics, all you need is internet and some time. At the same time, you need to manage the risks, since what you do not protect and hide, could be potentially found by others regardless if you want them to see it or not. If you use internet and social media with this attitude, you can avoid having unpleasant surprises.





Seguici su:



/careerdirectory



@jobadvisor



jobadvisor





per costruire ogni giorno il proprio futuro

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.

un network in cui si scambiano reciproche opportunità

Consiglio dei Giovani è un organo composto da studenti e Professori delle varie Università collocate sul territorio nazionale e internazionale, 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



Yourfuture YF



Yourfuture YF



yourfutureyf

youarefuture.it



Aziende

Arthur D Little

Founded in 1886, we are a global leader in management consultancy, linking strategy, innovation and technology with deep industry knowledge

In the consulting industry, **Arthur D. Little** is known for its collegiate and unique corporate culture. Our professionals differentiate from the crowd: the people we employ have a real passion for the work we do.

It is the enthusiasm, dedication and creativity of our people that adds value for our clients and makes us the employer of choice for high caliber candidates.

Arthur D. Little's success can be attributed to its professionals and business methodologies. Our professionals approach projects by getting to the heart of the question. From there, information is extrapolated, reviewed and assessed to determine more effective ways to operate, go to market, and increase revenues. Success is not based on a single action, but on the collective actions of the team. By working side-by-side™ with our clients, we prove to them that we are just as strongly committed as they are in understanding and addressing their challenges. Arthur D. Little is not a bureaucratic culture but one that is collaborative and forward thinking. Our people consistently epitomize those values via the way projects are defined and managed throughout their lifecycle.



32

Current job opportunities for newly graduates

Internships in the Milan and Rome office (re. RA-gen)

For our Milan and Rome office we are currently seeking newly graduates in economics or management engineering for a six months internship.

Upon hire, our interns will start to work within a project team, where they can develop their problem solving, communication, interpersonal relationship, qualitative and quantitative analysis skills, working on a real management consulting project.

Our ideal candidates for any position have an excellent academic profile (MSc marks ≥ 108 , BSc ≥ 100), the ability to work in teams, a strong passion for management consulting.

Full mastery of Italian and English is a must (the knowledge of another foreign language is a plus).

How to apply

Please come and visit us at our stand and leave us your cv, but don't forget to send it to us with your motivation letter to careers.italy@adlittle.com, mentioning in the subject line the position reference you are applying for. Shortlisted candidates will be contacted for an interview.

Our website: www.adlittle.com or www.adlittle.it

CV's to: careers.italy@adlittle.com



BNP PARIBAS

Settore

Financial Services

Organico

Più di 187.000 dipendenti

Lauree preferite

Economico - Statistiche,
Ingegneria, Umanistiche

BNP Paribas

BNP Paribas, è leader europeo nei servizi bancari e finanziari ed è presente in 75 paesi con un organico di più di 187.000 dipendenti, la metà dei quali operativi nei suoi quattro mercati domestici (Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo).

Le due principali aree di attività di BNP Paribas sono complementari tra loro e assicurano al Gruppo forza strategica e solidità finanziaria:

- Retail banking & Services
- Corporate & Institutional Banking.

Oggi l'Italia per BNP Paribas rappresenta uno dei suoi quattro

mercati domestici insieme a Francia, Belgio e Lussemburgo.

BNP Paribas mette a disposizione dei clienti italiani prodotti e servizi, dai tradizionali ai più innovativi, in grado di soddisfare le esigenze di privati, professionisti, aziende e istituzioni.

Ai clienti privati il Gruppo offre: strumenti di risparmio, d'investimento, prodotti assicurativo-previdenziali, private banking, mutui, credito al consumo, servizi di e-banking.

Alle aziende, ai professionisti e alle istituzioni BNP Paribas offre, tramite le società del Gruppo presenti in Italia, prodotti e servizi in grado di sostenere i loro bisogni e le loro strategie di business.



33

Chi cerchiamo

Reattività, creatività, impegno e ambizione sono i valori che guidano e animano tutti i dipendenti del Gruppo BNP Paribas, la 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 del Gruppo BNP Paribas.

Reclutamento e selezione

Per candidarsi occorre inserire il proprio CV all'indirizzo 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.



Settore

Bancario-finanziario

Organico

al 31/12/2014

578

Lauree preferite

Economia

Giurisprudenza

Ingegneria

Matematica

Fisica

Cifre chiave 2014

Attività 350 mld

Liquidità 18 mld

Crediti 103 mld

Partecipazioni

30 mld

Raccolta postale

325 mld

Patrimonio netto

20 mld

Utile di esercizio

di 2.2 mld

Cassa depositi e prestiti (CDP) è una società per azioni a controllo pubblico: il Ministero dell'Economia e delle Finanze detiene l'80,1% del capitale, il 18,4% è posseduto da un gruppo di Fondazioni di origine bancaria, il restante 1,5% in azioni proprie. CDP gestisce una parte consistente del risparmio nazionale, il risparmio postale (buoni fruttiferi e libretti), che rappresenta la sua principale fonte di raccolta, ed impiega le sue risorse secondo la sua missione istituzionale a sostegno della crescita del Paese:

- è da sempre leader nel finanziamento degli investimenti della Pubblica Amministrazione operando a favore dello sviluppo del territorio, supportando le politiche di valorizzazione del patrimonio immobiliare degli Enti locali, investendo nel social housing, supportando le politiche di efficienza energetica.
- è catalizzatore dello sviluppo delle infrastrutture. Supporta i progetti e le opere di interesse pubblico e le aziende per investimenti destinati alla fornitura di servizi pubblici. CDP opera attraverso finanziamenti Corporate e Project Finance. Inoltre partecipa a Fondi equity infrastrutturali nazionali e internazionali.
- è operatore centrale a sostegno dell'economia e del sistema imprenditoriale e produttivo nazionale. Utilizza sia strumenti di debito, sia di equity, supportando le imprese strategiche nazionali e le Pmi, favorendo l'accesso al credito e l'internazionalizzazione delle aziende italiane e i loro investimenti in ricerca. Infine, finanzia le aziende per investimenti destinati alla fornitura di servizi pubblici.

Lavorare in CDP

Lavorare in CDP significa far parte di una realtà in cui convivono tradizione, innovazione ed eccellenza. Ricerchiamo giovani potenziali con cui consolidare la nostra organizzazione, che condividano la nostra mission e abbiano competenze, attitudini e motivazioni in linea con i nostri 4 principali valori: collaborazione, trasparenza, innovazione e leadership.

Reclutamento e selezione

Rivolgiamo grande attenzione all'attività di reclutamento e selezione: siamo alla ricerca di giovani motivati e flessibili, con una spiccata propensione all'apprendimento e attitudine al team working. Le principali lauree a cui ci rivolgiamo sono Economia, Finanza e Giurisprudenza ma anche lauree come Ingegneria, Statistica, Matematica e Fisica trovano riscontro in alcuni profili professionali presenti in CDP.

Il percorso di selezione prevede colloqui individuali sia tecnici che conoscitivi, con l'obiettivo di valutare i giovani candidati in modo ampio ed accurato, dando risalto non solo alla corrispondenza con il profilo ricercato e all'aderenza al contesto CDP ma anche alle loro potenzialità personali.

CDP dà l'opportunità di vivere un'esperienza altamente formativa e professionalizzante, in cui il coinvolgimento nelle attività è effettivo sin dall'inizio e giorno dopo giorno. Per i giovani laureati prevediamo l'affiancamento con un tutor interno che, oltre a facilitare l'inserimento, ha la responsabilità di guidare il training on the job finalizzato all'acquisizione di competenze specifiche.

Come candidarsi

La raccolta e la gestione delle candidature avviene attraverso il nostro sito internet.

Se desideri inviare la tua candidatura a CDP, accedi alla sezione "Lavora con noi" del sito internet **www.cdp.it**. Avrai la possibilità di consultare e rispondere a tutte le offerte di lavoro attive o, in alternativa, potrai inviare una candidatura spontanea inserendo il CV all'interno del nostro database. In questo modo gestiremo al meglio la tua candidatura.





Settore

Bancario

Lauree preferite

Lauree Economiche,
Giuridiche, Informatiche
e Scientifiche

Credem è un gruppo bancario privato fondato nel 1910, presente in Italia con oltre 600 punti vendita e oltre 5.000 dipendenti. Ci caratterizza un forte spirito imprenditoriale connotato da due valori chiave Passione e Responsabilità. Da sempre convinti che solo attraverso le persone si possano raggiungere i migliori risultati; è per questo che abbiamo deciso di progettare il futuro investendo sul presente.

Desideriamo conoscere ragazze e ragazzi brillanti e dinamici desiderosi di esprimere concretamente il loro valore; siamo molto attenti alle politiche di genere, per far emergere e svi-

luppare il potenziale di ogni persona. Proponiamo l'inserimento in percorsi di banking commerciale o di direzione generale con l'obiettivo di personalizzare successivamente il percorso di carriera costruito su ogni profilo. La crescita professionale all'interno delle filiali prevede, dopo un iniziale inserimento come operatore di sportello, un percorso di sviluppo in ambito commerciale come gestore clientela privati e small business, per poi eventualmente passare a funzioni di coordinamento in rete oppure all'interno di uffici di direzione centrale, fino ad arrivare a vere e proprie posizioni manageriali. Tali inserimenti sono coerenti con la strategia di crescita della banca, realizzata anche attraverso importanti investimenti nel potenziamento dell'organico ed in particolare dei ruoli commerciali; negli ultimi 3 anni sono state 600 le nuove assunzioni di cui il 71% al di sotto dei 30 anni.

Importante focus nell'ambito ICT (Information and Communication Technology), dove proponiamo inserimenti in ambiti di programmazione, analisi tecnica-funzionale-di processo, IT system integration.

Selezione

Credem cerca ragazzi e ragazze laureati in discipline economiche, informatiche, giuridiche e scientifiche. L'iter di inserimento prevede una fase di pre-selezione a cui seguono colloqui di gruppo per rilevare le attitudini dei candidati, le aspettative di carriera e le motivazioni, oltre alla coerenza di tutti questi elementi con i valori e gli obiettivi aziendali. Da tali momenti di conoscenza e valutazione potrà derivare una proposta di assunzione vera e propria, oppure l'inserimento del candidato in un elenco di persone disponibili per eventuali future opportunità di inserimento.

Formazione

Credem punta sull'evoluzione dei propri giovani al fine di far crescere all'interno i futuri manager del Gruppo. Ogni persona, nella primissima parte della sua vita professionale, viene seguita nella stesura del proprio progetto di auto-sviluppo che ha lo scopo di indirizzare e supportare la crescita verso responsabilità e complessità sempre maggiori. Non è casuale che persone giovani possano raggiungere posizioni di rilievo in tempi rapidi all'interno di un ambiente aziendale fortemente meritocratico.



35



Fedelmente da **15** anni.
E continuiamo a **crescere!**

Da **15** anni siamo più vicini a voi
con notizie e commenti

Da **15** anni continuiamo a crescere
grazie alla vostra fedeltà

Da **15** anni cerchiamo di regalarvi il buon umore

Da **15** anni vi siamo più vicini anche on line
e ora ancora di più con **metronews.it**
ottimizzato per smartphone e tablet.

metro 

800.000 copie distribuite ogni mattina
e grazie a voi continuiamo a crescere!





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 210.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi professionali forniti.

Questi sono accomunati da un 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**



37

Abbiamo un nuovo *rivoluzionario* sistema:

TU.

Sì, sei tu il nostro *inviato speciale* e con te stiamo rivoluzionando il mondo dell'informazione.



ROMATODAY.IT

8.262.000 Pagine viste al mese
4.566.000 Visite al mese
2.340.000 Utenti unici al mese
384.000 Fan su Facebook

Google Analytics agosto 2015

citynews

Think Glocal



Settore

Servizi professionali per le imprese

Fatturato 2014

In crescita del 14% rispetto al 2014

Organico

Oltre 4.300 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. Così facendo giochiamo tutti insieme un ruolo fondamentale nel costruire un mondo del lavoro migliore per le nostre persone, i nostri clienti e la comunità in cui operiamo.

Siamo presenti in oltre 150 paesi in tutto il mondo, con 212.000 persone. In Italia il network è presente in 16 città e conta più di 4.300 risorse.

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 services 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 2015, per il 6° anno consecutivo, la certificazione Top Employers per l'eccellente gestione delle risorse umane. Inoltre, secondo la classifica World Most Attractive Employers di Universum 2015, EY occupa il 2° posto tra le società di servizi a livello globale!

Selezione

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

Formazione

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.



39



Settore

Acquisto
e gestione
crediti NPL

Cap. Soc. Euro
3.125.000,00 i. v.
Registro Imprese
CCIAA di Roma
n°1039848

Partita IVA
e Codice Fiscale
n° 07552111002

Codice ABI 328484
Iscritta all'Elenco
Generale
ex articolo TUB

Lauree preferite

Ingegneria
Giurisprudenza
Economia
Statistica

L' Azienda

Primaria società di factoring, specializzata nella gestione e nell'acquisto dei crediti bancari, finanziari, commerciali e utilities. In 20 anni di attività, il network della Europa Factor si è sempre distinto per l'elevata attenzione posta non solo nei confronti dei Clienti, ma anche e soprattutto verso la responsabilità sociale del contesto professionale in cui opera.

Una realtà aziendale solida, la cui trasparenza deontologica la proietta in uno scenario di mercato di indiscussa leadership.

Il nostro costante impegno rivolto alla formazione e crescita del personale (oltre 1.200 addetti), ha permesso la creazione di risorse coese, soddisfatte e produttive, risultato di un percorso interno di crescita professionale ed economica.

Percorsi professionali

In un ambiente dinamico e stimolante, di seguito sono riportate le possibili aree di inserimento:

1. Area credit management, come responsabili di prodotto, per gestire specifiche aree delle nostre piattaforme di call center;
2. Area settore amministrativo, per giovani talenti da valorizzare in Azienda in base ad attitudini e capacità dimostrate.

L'obiettivo è la creazione di professionisti, da inserire all'interno di un percorso di crescita basato su un'ottica meritocratica.

Chi cerchiamo

Selezioniamo persone dinamiche e determinate con le seguenti caratteristiche:

1. Per l'area credit management:
Professionisti determinati, laureati e non, con buone attitudini alla comunicazione e al lavoro di squadra, determinazione e ambizione nel raggiungere i risultati, capacità di ascolto e negoziazione.
2. Per l'area amministrativa:
Giovani neolaureati con un brillante curriculum di studi, con capacità analitiche e di problem solving, gestionali e relazionali.

La selezione

Il recruiting viene gestito dalle risorse umane attraverso un iter specifico per i due percorsi professionali:

1. Per l'area credit management:
Dopo un primo colloquio conoscitivo, la risorsa inizierà un periodo di formazione e affiancamento con un senior per due settimane, al termine delle quali lo stesso relazionerà sul percorso della risorsa, per stabilire l'eventuale inserimento in azienda.
2. Per l'area amministrativa:
Dopo un primo colloquio conoscitivo, le risorse ritenute più valide entreranno in un percorso di stage-formazione, durante il quale si valuteranno le competenze e le caratteristiche della risorsa rispetto al profilo ricercato.

Come inviare la candidatura

Per candidarsi è necessario inviare il proprio CV all'indirizzo mail job@europafactor.it





FINECOBANK

FinecoBank è la banca diretta multicanale del gruppo UniCredit, una delle maggiori reti di consulenza in Italia con oltre 2600 Personal Financial Advisor, broker n.1 in Italia per volumi intermediati sul mercato azionario e in Europa per numero di ordini eseguiti. Con oltre 1 milione di clienti e 54 miliardi di euro di patrimonio, di cui il 37% è ascrivibile alla clientela di fascia alta, Fineco è uno dei player di riferimento nel segmento Private in Italia. Un modello di business integrato tra banca diretta e Rete di promotori, unico nel panorama finanziario europeo.

Quotata dal 2014 sul segmento MTA di Borsa Italiana, FinecoBank offre una piattaforma multimarket, completamente integrata, con tutti i prodotti per investire e accesso diretto ai principali mercati azionari mondiali.

Una formula flessibile che si adatta a ogni esigenza, ad ogni profilo di cliente, ad ogni fase di mercato e un unico conto gratuito con tutti i servizi, di banking, credit, trading e di investimento, disponibili anche su dispositivi mobile, quali application per smartphone e tablet. Player di riferimento per gli investitori moderni, FinecoBank continua a crescere grazie al passaparola dei clienti soddisfatti, che anche quest'anno ha raggiunto il 97%.

La tua carriera in FINECO

Fineco conta su una squadra di oltre 1000 dipendenti e oltre 2600 Personal Financial Advisor, professionisti con esperienze e specializzazioni diverse, che ogni giorno mettono a disposizione le loro capacità con entusiasmo, svolgendo il proprio lavoro all'insegna dei valori chiave della banca: innovazione, semplicità, trasparenza e attenzione al cliente. Un ambiente giovane, dinamico, dove si promuove la condivisione di culture e conoscenze diverse.

FinecoBank propone percorsi di crescita professionale continua attraverso i quali rafforzare le competenze e valorizzare i punti di forza delle risorse investendo sulla formazione.

È molto attenta ai giovani e allo sviluppo della propria rete commerciale. È alla ricerca di giovani aspiranti promotori finanziari e neo promotori da inserire in rete con mandato di agenzia. Per l'intera durata del "Progetto Giovani", i candidati selezionati saranno affiancati sul territorio da un trainer esperto e supportati da un percorso strutturato di formazione in aula. Inoltre, per chi non fosse ancora iscritto all'Albo APF, è previsto un progetto formativo della durata di circa tre mesi dedicato alla preparazione dell'esame.

Per maggiori dettagli sulle opportunità di carriera in Fineco visitate la sezione dedicata del nostro sito: <https://www.fineco.it/it/public/careers>.





Chi siamo

Generali Italia è la nuova realtà assicurativa in Italia, nata nel 2013 dalla fusione delle attività assicurative del Gruppo Generali in Italia. Storici brand che hanno fatto la storia dell'assicurazione: Generali, Toro Assicurazioni, Ina Assitalia, Lloyd Italico ed Augusta. Una Compagnia giovane, ma con al suo interno una lunga storia ed esperienza assicurativa.

Generali Italia mette a disposizione di persone e imprese la più completa gamma di soluzioni assicurative Vita e Danni: dalle polizze di risparmio, di previdenza e di protezione della famiglia, alle polizze unit-linked e ai piani complessi per le multinazionali; dalle coperture retail per la responsabilità civile auto, per l'abitazione, gli infortuni e la salute, fino a sofisticate soluzioni per tutti i rischi commerciali ed industriali.

La Compagnia opera attraverso quattro poli specialistici, che sono focalizzati per tipologia di business: Mogliano Veneto (Vita e Imprese), Torino (Auto), Milano (Liquidazione Sinistri), Roma (Retail non auto e Istituzioni), e attraverso la propria rete agenziale gestisce oltre 500.000 piani pensionistici (950.000 di Country) e assicura più di 1,5 milioni di abitazioni, 200.000 fabbricati, 900.000 imprese e 4 milioni di veicoli (5,1 milioni di Country). A Generali Italia fanno capo anche: Alleanza Assicurazioni - Compagnia dedicata all'offerta di servizi per le famiglie italiane, con coperture per la protezione delle persone e dei risparmi, Genertel/Genertellife – il polo assicurativo diretto, che opera attraverso il sito web, il telefono e con accordi distributivi con banche regionali - e Banca Generali – realtà di riferimento nel mondo della pianificazione finanziaria e leader nel risparmio gestito, in particolare per la clientela private e affluent.

Complessivamente, Generali Italia e le sue controllate dispongono di una struttura distributiva di 40 mila persone, composta da Agenti e i collaboratori di Generali Italia, i 25.000 venditori dipendenti e indipendenti di Alleanza e i 1.500 promotori finanziari di Banca Generali: una rete capillare presente su tutto il territorio nazionale in 10.000 punti vendita, 1.900 sportelli bancari, un canale web/telefonico e i broker.

Chi cerchiamo: Family Solution Planner

Il Family Solution Planner, dopo un'approfondita formazione iniziale, verrà supportato fino al raggiungimento della completa autonomia nella consulenza assicurativa. La formazione sarà una nota costante per la crescita professionale e personale del collaboratore a cui sarà offerta una collaborazione all'interno della rete commerciale.

Requisiti tecnici e professionali:

Studi di tipo economico/finanziario potranno favorire l'attività per il periodo iniziale, anche se la formazione costante erogata dalla Compagnia, permetterà anche a chi ha conseguito studi di stampo umanistico, di essere adeguatamente preparato ad affrontare l'attività commerciale.

Requisiti Personali:

Buone doti comunicative, mentalità imprenditoriale e voglia di confrontarsi con un mercato in espansione e stimolante.





indra

Indra, Società globale

Indra è una società globale di consulenza e tecnologia, leader in soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto: operiamo in più di 149 Paesi e contiamo su più di 39.000 professionisti di 97 nazionalità.

Offriamo soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto per i settori di Trasporto e Traffico, Pubbliche Amministrazioni e Sanità, Sicurezza e Difesa, Utilities e Energia, Processi elettorali, Servizi Finanziari, Industria, Consumo e Telecomunicazioni.

In Italia contiamo su circa 600 professionisti che operano presso le sedi di Roma, Milano, Napoli, Bologna e Matera. Contiamo su un portafoglio diversificato di soluzioni e competenze, in ambiti quali: Customer & Service Management, CRM, WEB application, infrastrutture Contact Centre e Service Operation, Enterprise Management, Business Intelligence, ECM, ERP, Security.

Una carriera professionale per il successo personale

La gestione del talento è una priorità strategica per noi. Cerchiamo profili altamente qualificati interessati a sviluppare una carriera professionale attrattiva in una Società globale. Contiamo su persone che cercano l'eccellenza nel proprio lavoro e che vogliono raggiungere i loro obiettivi. Persone con atteggiamento creativo e predisposizione al lavoro di squadra.

Lavorare in Indra significa assumere la responsabilità di non smettere mai di imparare in un contesto di innovazione e conoscenza. Adattiamo la tua carriera professionale sulla base dei tuoi obiettivi personali, garantendo una formazione continua in un ambiente flessibile. Sarai coinvolto in progetti internazionali con team multiculturali o locali, a seconda delle tue preferenze, in un contesto di pari opportunità. Potrai usufruire di numerosi benefici sociali e di una retribuzione stimolante in un ambiente innovativo.

Se sei appassionato di tecnologia, inviaci il tuo CV a **selezione@indracompany.com**.

Per maggiori informazioni ti invitiamo a visitare il nostro sito **www.indracompany.com** e i nostri profili Facebook ([facebook.com/indrainitalia](https://www.facebook.com/indrainitalia)), Twitter (@IndrainItalia) e LinkedIn.



43



Settore

Consulenza
e revisione

Organico

Audit:
circa 1.400
Advisory:
circa 1.350
Tax & Legal:
circa 300

Lauree preferite

Economia
Ingegneria
Gestionale
e Informatica



44

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 162.000 unità e ricavi aggregati di oltre 24 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 3.500 professionisti.

Numero laureati assunti nel FY 2014-2015: 248

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



Profilo Aziendale

Lidl è una realtà multinazionale operante nell'ambito della Grande Distribuzione Organizzata appartenente al Gruppo Schwarz, fondato nel 1973.

Presente **da 23 anni in Italia**, Lidl Italia rappresenta oggi **una delle realtà della distribuzione più moderne e strutturate del Paese**, collocandosi ai primi posti per copertura del territorio con oltre **570 punti vendita** presenti capillarmente in tutte le 20 regioni e **con oltre 11.000 collaboratori**.

L'organizzazione di Lidl Italia sul territorio si articola in 10 Direzioni Regionali che assicurano ogni giorno la migliore qualità e un completo assortimento. La **Direzione Generale** si trova ad **Arcole**, in provincia di Verona, e conta più di 460 dipendenti.

Negli ultimi anni Lidl Italia ha intrapreso un processo di rinnovamento che punta sull'italianità dei prodotti, assicurandone la qualità al prezzo più conveniente. **Oggi più dell'80% dei 1.800 articoli presenti in assortimento è costituito da prodotti italiani**, molti dei quali possono fregiarsi di prestigiosi marchi **DOP, IGP, DOC e DOPG**.

Perché scegliere di lavorare in Lidl Italia?

Lidl Italia offre l'opportunità di lavorare e crescere in un ambiente **internazionale, dinamico e focalizzato sulla formazione**. Numerosi riconoscimenti testimoniano la qualità dell'ambiente di lavoro in Lidl Italia e la professionalità di chi ogni giorno si impegna per ottenere risultati migliori.

Di recente, infatti, Lidl Italia è stata premiata come **"Best Workplace"** dal Great Place to Work Institute, cui si aggiunge il premio **Positive Business Award** della Scuola di Palo Alto, dedicato alle aziende che si contraddistinguono per un approccio positivo. **"Most Attractive Employers 2015"** di Universum, **"Italy's 100 Top Employer 2015"** di Trendence e **"Online Talent Communication 2015"** di Potential Park sono infine i riconoscimenti che abbiamo ricevuto da parte degli studenti e neolaureati.

Lidl Italia sa bene che **la principale forza sono i collaboratori**. È per questo che lo **sviluppo e**

la crescita interna sono favoriti attraverso percorsi formativi, sia per il personale neoassunto che per quello già in forza. Tutti i collaboratori possono contare, nel corso della loro attività lavorativa, su interventi di formazione continua per permettere a ognuno di esprimere a pieno le proprie potenzialità. Uno staff di 10 formatori aziendali, un intero edificio dedicato a corsi e workshop, denominato Centro di Formazione, e oltre 126.000 ore di formazione annuale ne sono un chiaro esempio. Molti degli attuali manager sono cresciuti all'interno dell'Azienda, raggiungendo nel tempo posizioni di rilievo.

Chi cerchiamo?

La costante crescita dell'azienda fa sì che Lidl sia un datore di lavoro che offre la **concreta possibilità** di candidarsi a **numeroso 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 siamo alla ricerca della figura del **Capo Area/Area Manager (f/m)**, ruolo nevralgico dell'azienda. Oltre all'area vendite, è aperta la posizione del **Real Estate Development Manager (f/m)** 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 sito **lavoro.lidl.it**: scegli l'offerta che ritieni più in linea con il tuo profilo e compila il formulario online allegando il CV.





L'Azienda

Nissan Motor Company è un gruppo industriale giapponese con circa 250.000 dipendenti in tutto il mondo che progetta, produce e vende ogni anno quasi 5,3 milioni di veicoli in ben 190 Paesi.

La prima vettura, con il nome di DAT, viene prodotta in Giappone nel 1914 e, solo nel 1933, l'Azienda prende il nome di Nissan Motor Company LTD. Fino agli anni '50 Nissan cresce e si consolida sul mercato giapponese per poi iniziare l'espansione verso i mercati esteri. Oggi, Nissan vanta impianti di produzione, centri di design, ricerca e sviluppo e sedi commerciali in tutto il mondo.

Nel corso degli anni, al fine di accrescere la propria leadership a livello mondiale, Nissan si è posta un importante obiettivo legato alle necessità di una mobilità sostenibile, realizzando la LEAF, primo veicolo 100% elettrico prodotto su scala industriale e che, dal lancio nel 2010, detiene la leadership del mercato mondiale dei veicoli elettrici, con oltre 184.000 unità che viaggiano sulle strade del pianeta. Nissan vanta un'ampia gamma di veicoli elettrici; l'e-NV200 offre, infatti, varianti per il trasporto commerciale e pubblico, presentandosi come un'ottima alternativa per il lavoro o l'utilizzo come taxi urbano a emissioni zero.

L'impegno di Nissan nella mobilità elettrica rientra in pieno nella visione Nissan di voler migliorare la vita delle persone offrendo innovazione ed emozione, come espresso nella filosofia aziendale **"Innovation that excites"**. È all'insegna di questi valori che Nissan si è distinta ed ha operato un'importante crescita a livello mondiale, realizzando una vera rivoluzione di prodotto con l'invenzione dei crossover. Nato nel 2007, Qashqai ha creato una nuova categoria di mercato di cui Nissan è tuttora leader, grazie ad un'intera gamma composta da Juke, X-Trail e Qashqai.

Lo spirito pionieristico di Nissan si ritrova anche nell'introduzione di tecnologie avanzate sulla propria gamma, destinate a culminare nella realizzazione della guida autonoma. Nissan è in una fase già avanzata di sviluppo e, a partire dal 2016, inizierà ad integrare tali tecnologie che rappresentano la nuova frontiera della mobilità.

Nissan Italia ha iniziato a operare sul territorio italiano nel 1988. La Direzione Generale, il Centro di Distribuzione Ricambi per l'Italia ed il Centro di Formazione e Addestramento si trovano a Capena, alle porte di Roma.

Perché lavorare in Nissan

Nissan Italia ha raggiunto traguardi importanti grazie al valore delle sue persone.

Il Programma di Sviluppo delle Risorse Umane, ispirato alla cultura aziendale del miglioramento continuo ha contribuito a far emergere talento e competenze, attraverso percorsi di carriera individuali, processi di job rotation ed assegnazioni presso sedi estere.

La filosofia aziendale si basa sul principio *"The power comes from inside"*, ovvero sulla consapevolezza che il successo dell'organizzazione dipende dalle persone che vi operano. In quest'ottica, Nissan Italia ha rivolto il massimo impegno al miglioramento degli indici di soddisfazione del personale, posizionandosi ai vertici delle classifiche **"Best Workplaces"**, in termini di qualità dell'ambiente di lavoro.

Selezione

Nissan Italia desidera entrare in contatto con giovani ad alto potenziale contraddistinti da un forte interesse per il mondo automobilistico ed in possesso di spiccate doti di leadership, dinamismo, spirito di iniziativa, attitudine al lavoro per obiettivi, capacità relazionali e senso pratico. I titoli di studio preferiti sono le lauree magistrali in Economia ed Ingegneria. Un ottimo livello della conoscenza della lingua inglese è un requisito indispensabile. La sede di lavoro è Capena, ma si richiede la piena mobilità sul territorio nazionale, e la disponibilità ad eventuali trasferimenti all'estero.

Per i neolaureati la strada per entrare nel nostro gruppo è il Nissan Stage Programme: un percorso di formazione stimolante che permette l'accesso al mondo del lavoro e l'opportunità di vivere un'esperienza professionale di qualità.

Le aree di inserimento sono: Sales, Marketing, Corporate Sales, After Sales, Electric Vehicles, Customer Quality & Network Management, Finance & Administration, Human Resources, Communications, Legal Affairs.

Per candidarsi

selezione.stage@nissan.it

Per maggiori informazioni sul Nissan Stage Programme

www.nissan.it/jobs





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 2014/2015 ha superato gli 76 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); Cura dei Tessuti e della Casa (detergenti per il bucato e per la casa); 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 110.000, 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 1500 persone e commercializza oltre 40 marche tra cui Dash, Ariel, 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. 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: Brand Management, Consumer Market Knowledge, Sales, Finance, Product Supply, Supply Network Operations, Research & Development, Information Technology, Human Resources, Legal, Communications. Tutti gli stage in P&G sono retribuiti con una borsa di studio. 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 provenienti 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 ra-

gione 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. Indipendentemente 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.



47

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 **3,5 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, informativi e dispositivi di *m-payment*, *m-banking* e *m-commerce*, basati sull'integrazione della SIM con gli strumenti di pagamento BancoPosta.

Grazie a questa scelta oggi PosteMobile è l'operatore leader in Italia nei Mobile Financial Services con oltre 1,2 milione di clienti abilitati e con circa 1,5 miliardi di Euro movimentati con pagamenti e operazioni bancarie effettuate da mobile quali pagamento di bollettini, bonifici, ricariche Postepay e SIM, trasferimento di denaro all'estero tramite il servizio Moneygram e acquisto di beni e servizi tramite cellulare.

I servizi di PosteMobile sono particolarmente apprezzati sia per la semplicità di utilizzo – anche il cliente in possesso di cellulare “tradizionale” può utilizzarli dal menu della SIM – 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 **brevetto internazionale EPO**, attualmente esteso a 38 Paesi.

Un decisivo impulso all'utilizzo di questi servizi è arrivato con lo sviluppo del mobile wallet integrato nell'App PosteMobile che si attesta oggi tra le App gratuite più apprezzate della categoria Finanza.

L'App PosteMobile è il primo mobile wallet in Italia che consente di digitalizzare e utilizzare direttamente dallo Smartphone: le proprie carte di pagamento BancoPosta per i pagamenti in mobilità, sia da remoto (Remote Payment) ovunque il cliente si trovi (questi servizi sono disponibili anche per i clienti di altri operatori mobili), sia in prossi-

mità (Proximity Payment) con la tecnologia NFC; le tessere trasporti e anche le proprie carte fedeltà.

Coerente con il proprio percorso evolutivo PosteMobile ha compiuto inoltre un importante salto tecnologico passando gradualmente da un modello operativo di tipo Enhanced Service Provider (ESP) a un modello **Full Mobile Virtual Network Operator (Full MVNO)**. Un'evoluzione che consentirà via via di arricchire il contenuto innovativo dei servizi offerti.

Da circa un anno, infatti, PosteMobile ha deciso di commercializzare esclusivamente SIM abilitate alla tecnologia NFC (Near Field Communication): le **nuove SIM NFC di PosteMobile**, oltre a consentire i pagamenti di prossimità, abilitano un portafoglio virtuale di carte e servizi “digitalizzati” all'interno dell'App PosteMobile, quali la fruizione e la validazione dei titoli di viaggio dei trasporti pubblici in modalità contactless (servizio già attivo su Milano e Torino grazie alle partnership con **ATM** - Azienda Trasporti Milanesi e **GTT** - Gruppo Torinese Trasporti) e la gestione delle proprie Carte Fedeltà per la raccolta di promo e punti direttamente sullo Smartphone.

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

Per ulteriori info: www.postemobile.it





Settore

Servizi di revisione e organizzazione contabile, consulenza direzionale, consulenza fiscale e legale, corporate finance e supporto alle transazioni di finanza straordinaria

Fatturato

436 milioni di euro (ricavi FY 2014)

Organico

Circa 3.700

Lauree preferite

Area economica
Area legale
Ingegneria

Azienda

PwC è un network di servizi professionali multidisciplinari rivolti alle imprese e alle istituzioni pubbliche. Nel mondo, il network PwC opera in 157 Paesi con oltre 195 mila professionisti di cui 3700 in Italia in 22 città. Ogni società appartenente al network PwC è un'entità legale separata.

In Italia, PwC svolge servizi di revisione e organizzazione contabile, di consulenza direzionale, di consulenza fiscale e legale, di corporate finance e di supporto alle transazioni di finanza straordinaria (due diligence e supporto alle quotazioni in Borsa). I servizi di PwC sono condivisi a livello globale ed esprimono al meglio la qualità di principi basati su una profonda conoscenza dei diversi settori di mercato e sull'utilizzo delle tecnologie più avanzate.

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 and Legal Services (TLS)** cercano laureandi e neolaureati in materie economiche, giuridiche 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

Invio CV on line: **www.pwc.com/it/careers**





Le domande del tuo esame. Prima del tuo esame

Abbiamo raccolto in **15 anni**
oltre **10mila domande d'esame** che hanno aiutato
oltre **30mila studenti** nella preparazione agli esami più difficili.
Abbiamo organizzato **corsi** di lingua, **eventi**, **raccolte firme** e
abbiamo migliorato l'Università di **Tor Vergata**.

UNIVERSITOR

Universitor | associazione@universitor.it
Aula 18 | Edificio Didattica | Facoltà di Ingegneria |
Università degli Studi di Roma Tor Vergata



Chi siamo

Da oltre trent'anni SACE sostiene le aziende nello sviluppo del business sul mercato domestico e internazionale, con un'offerta che va dall'assicurazione del credito alle cauzioni, dalle garanzie finanziarie al factoring.

Con 25 mila clienti e oltre 76 miliardi di euro in export e investimenti assicurati, SACE è un partner unico per le imprese italiane, in particolare PMI, che esportano e investono in progetti di crescita internazionale.

Dietro il nostro successo ci sono oltre 700 persone, che con le loro qualità e competenze si confrontano quotidianamente con le esigenze mutevoli del mercato e portano il Made in Italy nel mondo.

Perché sceglierci

Perché siamo una realtà dinamica e in crescita e crediamo in una gestione che premi il merito e valorizzi le attitudini e le capacità individuali.

Perché investiamo nel nostro capitale umano e teniamo al welfare aziendale.

Chi cerchiamo

Cerchiamo giovani con un brillante curriculum accademico, spirito d'iniziativa e forte orientamento al risultato che abbiano:

- Laurea in discipline economiche, giuridiche o scientifiche con votazione non inferiore a 105/110
- Master o corso di specializzazione post universitario, quali titoli preferenziali
- Età non superiore ai 27 anni
- Ottima conoscenza del pacchetto Office e della lingua inglese.

Cosa offriamo

- Un contesto internazionale, giovane e dinamico
- Possibilità di maturare esperienza nei nostri uffici sia in Italia sia all'estero
- Percorsi di formazione tecnica e manageriale
- Attenzione all'ambiente e alla responsabilità d'impresa.

Le principali aree di inserimento per i nostri stage sono

Business > per diventare Credit Risk Analyst, Country Risk Analyst, Risk Manager, Underwriter e Account Manager

Finance > per diventare Accountant, Administration Analyst o Controller

Servicing > per lavorare nelle divisioni Affari Legali e Affari Generali, Organizzazione, Risorse Umane, Comunicazione, IT, Marketing, Internal Audit e Pianificazione Strategica.

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 competenze e caratteristiche del candidato e si verifica la corrispondenza con il profilo richiesto.

Come inviare la candidatura

Per candidarsi è sufficiente inviare il proprio CV alla pagina 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 170.000 dipendenti e un fatturato annuo di € 49,8 miliardi nel 2014. 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.

E' 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, Cocolino.

In Italia Unilever impiega circa 3000 persone negli uffici di Roma e nelle 4 fabbriche: Caivano (NA), Pozzilli (IS), Sanguinetto (VR) e Casalpusterleno (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 metropoli-

tana, 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 vogliano 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 Local Internship Programme (ULIP):** 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 (UIIP):** consiste in un periodo di stage di 3-6 mesi presso uno dei nostri HUB - centri di eccellenza europei (Rotterdam, Londra, Schaffhausen, Katowice). 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 (UFLP):** 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, 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: **Unilever Careers Italy (LinkedIn)**, **Unilevercareersita (You Tube)** e la nostra fanpage di Facebook: **Unilever Careers**, clicca **MI PIACE**, diventa Fan!





Settore

Telecomunicazioni

Ricavi

2.160 milioni di euro
al 30 giugno 2015

Organico

6870

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**





CORSI DI INGLESE A LONDRA
ORIENTAMENTO UNIVERSITÀ INGLESI
ORIENTAMENTO AL LAVORO

www.studyjob.london

**STUDY
& JOB
IN LONDON**



www.guidamaster.it

guidamaster.it
il portale della formazione post-laurea

Ma ster





Blended Language

L'a.a. 2015-2016 per il secondo anno consecutivo, 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 di tutte le industrie come di quelle che agiscono propriamente nel mercato della comunicazione, dei media e dell'entertainment.

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 2015-2016, 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-iscrivere per partecipare ad uno dei colloqui valutativi previsti nei giorni 23 ottobre, 13 novembre, 17 dicembre 2015.

Durata e frequenza

Nove mesi 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 Distribution) 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 Communication"**, 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.

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), Censis 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, Ibisus Media, Ikea, Interferenze, ISN Virtual Worlds, La7 (pro-**

grammi 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, Sanofi, 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;** 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 pubblici e privati, 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



57

Ritrovaci sui social!



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

https://twitter.com/Comunica_Media



www.youtube.com/torvergataeconomia





FOOD WINE & CO.

ENOGASTRONOMIA E/È ENTERTAINMENT

19/20 NOVEMBRE
IV EDIZIONE **15**

SEMINARIO DEL MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA - TOR VERGATA

Cinecittà Studios | Via Tuscolana 1055 - 00173 Roma - Sala Fellini - Il Caffè di Cinecittà



in partnership con

CINECITTÀ
STUDIOS



con il patrocinio di

FERPi
FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANE



*"...Come per virtù lor non sien felici, borghi, terre, provincie e nazioni. Che dirò
delle triglie e delle alici?
Qual puoi bramar felicità più vera che far d'ostriche scempio intra gli amici?..."*

Giacomo Leopardi - Operette Morali (1924-1832)

Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata anche quest'anno dedica due intere giornate all'enogastronomia italiana e al significato sociale e comunitario che sempre più assumono il mangiare e il bere. Il gusto della buona tavola che attrae, appaga e intrattiene, talvolta divertendo e sempre rinfrancando, saranno al centro della IV Edizione di **"Food, Wine & Co. Eno-Gastronomia è/è Entertainment"**, che si terrà il **19 e 20 novembre 2015**, presso gli storici Studios di Cinecittà. Dopo il grande successo riscosso nelle prime tre edizioni del Seminario, che hanno visto l'intervento entusiastico e il forte interesse non soltanto degli iscritti ma anche di relatori e professionisti, illustri provenienti da ambienti diversi, questa stimolante due-giorni, all'insegna dell'enogastronomia e del piacere del palato, si prospetta, anche nel 2015, un evento dai contenuti originali e trasversali.

Nel Seminario di formazione – suddiviso in **6 Master Class, frequentabili anche singolarmente** – saranno inseriti numerosi momenti dedicati a laboratori, presentazioni, dimostrazioni e assaggi di cibi e bevande appositamente selezionati e presentati da esperti e responsabili di aziende partner o sponsor dell'evento. Ciascuna Master Class sarà dedicata ad una delle tematiche che lega fortemente, e in maniera sempre più attrattiva, il mondo della buona tavola e della sana alimentazione a momenti di intrattenimento e relazione: eventi, gioco, apprendimento, contenuti audio-visivi, cultura, high tech, tasting, turismo, tradizione e nuove idee. L'incontro sarà un'importante occasione per tirare le fila di quanto sarà emerso, da maggio a novembre, per l'Italia e per il resto del Mondo, dall'esperienza dell'Esposizione Universale – Expo 2015.

Il concept, ideato da **Simonetta Pattuglia** – Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Presidente Commissione Aggiornamento e Specializzazione Professionale Ferpi – e da **Paola Cambria** – Giornalista eno-gastronomica, sommelier e socia Ferpi, ed elaborato e organizzato dal **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** in partnership con la rivista **Viaggi del Gusto** e **Cinecittà Studios** e col patrocinio di **Ferpi**, anche quest'anno si svolgerà in una esclusiva location, il **Caffè di Cinecittà**, dove gusto, sapienza, tradizioni e innovazione si fondono con uno dei più grandi simboli dell'Entertainment: i mitici Studios di cinematografia.



FOOD WINE & CO.

ENOGASTRONOMIA E/È ENTERTAINMENT

19/20 NOVEMBRE
IV EDIZIONE **15**

SEMINARIO DEL MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA - TOR VERGATA

Cinecittà Studios I Via Tuscolana 1055 - 00173 Roma - Sala Fellini - Il Caffè di Cinecittà



in partnership con

CINECITTÀ
STUDIOS



con il patrocinio di

FERPI
FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANE

PRIMA GIORNATA

19 NOVEMBRE 2015

ORE 13.00

Welcome presso Il Caffè di Cinecittà

ORE 14.00-14.30

Introduzione

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

ORE 14.30-16.30

Eventing. Saloni, Festival, Fiere **Master Class 1**

Gianni Bruno, Area Manager Wine & Food, Vinitaly - **Silvia Dorigo**, co-founder, Brand Events, eventi Roma Food Story, Taste of Milano, Taste of Rome - **Francesca Rocchi**, Vice-Presidente Slow Food Italia - Salone del Gusto di Torino - **Federico Tretta**, Organizzatore, Roma Street Food Truck Festival 2015 - **Claudia Golinelli**, Vice-Presidente, Ega Worldwide congesse&events - Eventi Padiglione Italia, gestione parchi e cluster e open theatre, e accredited ai national days, Expo Milano 2015

ORE 16.30-17.30

Gaming and Edutainment
Master Class 2

Alessia Polidori, Unicef - Progetto Laboratori Bimbi Expo Milano 2015 - **Andrea Santini**, Responsabile Parco del Foro Italico, Coni Servizi - **Dina Zanleri**, Referente Progetti e Contenuti Comunicazione Istituzionale, Enel - Progetto Play Energy 2015, Expo Milano 2015

ORE 17.30-18.30

Visita Cinecittà si Mostra

ORE 18.30-19.00

Lucitta, Street Food d'Autore, pietanze dello chef Clelia Bandini, ispirate alla tradizione

ORE 19.00

Aperitivo e Degustazioni presso Il Caffè di Cinecittà

SECONDA GIORNATA

20 NOVEMBRE 2015

ORE 10.00-11.30

V-ideo - **Master Class 3**

SVP Content & Programming Discovery Italia e Programmazione Real Time - **Diamara Parodi**, Dirigente, Fondazione Cinema per Roma e Responsabile Concorso Short Food Movie per Expo Milano 2015 - Sky TV, Programmazione Master Chef, Cucine da incubo, ...

ORE 11.30-12.00

Gibo, musica e storytelling con Don Pasta (**Daniele de Michele**)



FOOD WINE & CO.

ENOGASTRONOMIA E/È ENTERTAINMENT

19/20 NOVEMBRE
IV EDIZIONE **15**

SEMINARIO DEL MASTER IN ECONOMIA E GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA - TOR VERGATA

Cinecittà Studios | Via Tuscolana 1055 - 00173 Roma - Sala Fellini - Il Caffè di Cinecittà



in partnership con

CINECITTÀ
STUDIOS



con il patrocinio di

FERPi
FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANE

ORE 12.00-13.30

Cultura e... - **Master Class 4**

Marco Cattaneo, Direttore Responsabile National Geographic Italia - **Marina Conti**, Capo Redattore National Geographic Italia (volume Food, il futuro del cibo) - **Pippo Ciorra**, Curatore, Mostra Food dal cucchiaino al mondo, Museo Maxxi - Roma - **Lamberto Mancini**, Direttore Generale, Touring Club - **Emanuela Medi**, Giornalista medico scientifica e Autrice, "Vivere Frizzante"

ORE 13.30-14.00

Cristiano Tomai, Chef Ristorante L'Imbuto, Lucca Center of Contemporary Art

ORE 14.00-14.30

Light Lunch Il Caffè di Cinecittà

ORE 14.3-15.30

Visita Cinecittà si Mostra e Set Cinecittà Studios

ORE 15.30-17.00

High Tech, High Touch, High Taste - **Master Class 5**

Mariangela Antichi, Direttore Marketing, Carrefour - progetto "Carrefour Gourmet" - **Alice Braggion**, Architect and Creative Designer, Studio Abaco e **Alessandro Carabini**, Architect and Computational Designer, Studio Abaco, vincitori concorso Pasta Design Contest Barilla, Le lune (3dprint) - **Marco Gualtieri**, Fondatore SeedandChips - **Barbara Papa**, Responsabile Comunicazione, Acqua Fillette

ORE 17.00-18.00

Turismo/Tradizioni e Nuove Idee - **Master Class 6**

Camilla Alberti, Vice Presidente Strada del vino Franciacorta, Franciacortando - **Giuseppe Bianchini**, Marketing Manager, Mandrarossa Tour 2015, Sicilia Consorzio Mozzarella di Bufala - **Raffaella Cantagalli**, Responsabile formazione e promozione, Campagna Amica - **Alberto Mazzoni**, Direttore, Istituto Marchigiano di Tutela Vini

ORE 18.00-18.30

Laboratorio Teatro Brancaccio

ORE 18.30 - 19.00

Cristina Bowerman, Chef stellato, Glass Hostaria

ORE 19.00

Aperitivo Il Caffè di Cinecittà

DA UN'IDEA DI: 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, Responsabile Scientifico e Organizzativo Food Wine & Co - **Paola Cambria** - Giornalista, Sommelier

ORGANIZZAZIONE, COMUNICAZIONE E PROMOZIONE: Antonella Murredda - Conference Manager & Special Projects Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Corso aperto ad iscritti esterni - Info murredda@economia.uniroma2.it

Ma ster



Master in Antitrust e Regolazione dei Mercati

XV 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). Il primo quadrimestre prevede tematiche comuni a tutti i settori:

- scenari dei mercati liberalizzati;
- strumenti e politiche di tutela della concorrenza;
- strumenti e politiche industriali e di regolazione;
- analisi di bilancio e valutazione delle scelte di investimento.

Il secondo quadrimestre approfondisce problematiche settoriali:

- servizi idrici e ambientali, postali, assicurativi e farmaceutici;
- energia;
- comunicazioni;
- 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



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

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. Main Partner del Master è Accenture Digital, la maggiore società di consulenza in Strategia Digitale.

Il Corso

I docenti dei corsi sono scelti tra gli esperti del settore in ambito universitario e dai professionisti della SAS. Accenture Digital coordina le numerose testimonianze di manager aziendali.

Il corso si sviluppa circa 400 ore di didattica frontale suddivisa in 4 macro moduli:

GENERALE:

- Management generale
- Digital Privacy
- Programmazione SQL
- Programmazione 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

Sono inclusi, inoltre, un modulo di Soft Skill, Laboratori di gruppo e la Certificazione SAS.

Stage

Durante il Master i partecipanti saranno coinvolti in stage di almeno 5 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. 2015/16 sono previste borse di studio a copertura totale o parziale dei costi di iscrizione messe a disposizione dai partner del Master. Altre borse di studio potrebbero pervenire dall'INPS.

Coordinatore del Master

Prof. Simone Borra

Informazioni

Segreteria del Master 06/72595512 o 06/72595430

Email segreteria@master-cesma.uniroma2.it

Sito web: www.master-cesma.it

Bando di ammissione:

previsto per novembre 2015

Inizio lezioni: Febbraio 2016



Ma ster



Masterⁱⁿ 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 13 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 colloquio valutativo.

Per l'anno accademico 2015/2016 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.

Per quattro anni consecutivi il Master è risultato vincitore del bando INPS, ed ha ottenuto per la scorsa edizione 12 borse di studio a totale copertura della quota di iscrizione. Anche per l'a.a 2015/2016 il Master parteciperà al concorso per ottenere lo stesso numero di borse di studio.

Durata

Il percorso formativo è strutturato in: 13 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 una *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
<http://www.masterprocurement.it/>

Inizio corsi 18 gennaio 2016



63

Ma ster



Master per le Professioni
Economico Contabili



Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



64

Il Master per le Professioni Economico-Contabili è un percorso formativo post-lauream per qualificare le competenze personali nelle materie economico-aziendali e giuridiche ai fini della professione di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile e per lo sbocco lavorativo in imprese di piccole-medie e di più grandi dimensioni. Il Master si svolge ogni venerdì e sabato presso l'Università di Roma Tor Vergata e si articola in moduli tematici coordinati da docenti universitari, giudici dei Tribunali di Roma e Velletri e professionisti scelti dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Roma e dell'Ordine degli Avvocati.

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 elevata esperienza nelle aree amministrazione, bilancio, controllo di gestione e gestione tributaria di imprese di piccole, medie e grandi dimensioni. La metodologia di insegnamento è 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 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.

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:

1. Bilancio di esercizio secondo i principi contabili nazionali ed internazionali
2. Analisi di bilancio e costruzione del rendiconto finanziario
3. Approfondimento della disciplina giuridica delle società e dei contratti d'impresa
4. Approfondimento della disciplina giuridica del fallimento e della crisi d'impresa
5. Approfondimento della normativa tributaria e della gestione del contenzioso
6. Introduzione ai sistemi di gestione integrata di Qualità-Sicurezza-Ambiente
7. 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 programmate e inserite come formazione supplementare al percorso formativo programmato.

Esame di Stato Dottore Commercialista Esperto Contabile

Il percorso formativo del Master è propeudeutico 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.

Durante il percorso formativo del Master gli

Ma ster

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.

Informazioni

La durata del Master è di 1 anno accademico, 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.

Sito internet: <http://www.economia.uniroma2.it/master/professioni-contabili/>

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

Referenti:

Dott. Alessandro Pomponi
(cell. 331-4574288)

Dott. Alessandro Delfini
(cell. 339 7625486)



Ma ster



Economia della Cultura

Politiche, Governo e Gestione

Indirizzo internazionale in lingua inglese:

International Master in Economics of Culture: Policy, Government and Management.

Obiettivi

Innovativo nei contenuti e nelle metodologie didattiche, il Master 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, della progettazione integrata in campo culturale, del turismo culturale e dello sviluppo territoriale.

Sbocchi professionali

Attraverso un percorso di didattica attiva e multidisciplinare, in grado di caratterizzare i diversi profili di riferimento, il Master fornisce gli strumenti per la gestione di progetti complessi attraverso lo sviluppo delle competenze acquisite in gestione strategica e operativa in organizzazioni culturali, italiane ed europee, profit e non profit, pubbliche e private e attraverso l'approfondimento delle tecniche di comunicazione e di marketing applicate ai beni e alle attività culturali, nonché del quadro normativo di riferimento.

Requisiti

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

Benefici

Per i più meritevoli, o per coloro che versano in situazioni di disagio economico, il Consiglio del Master può deliberare l'attivazione di borse di studio e/o l'esenzione totale o parziale dal pagamento del con-

tributo di iscrizione al Master; è prevista la riduzione della quota per i dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni e ai dipendenti di enti o società private con il Master convenzionati.

Livello: I

Crediti: 72

Coordinatore: Prof. Alessandro Hinna

Dipartimento di riferimento: Economia e Finanza

Durata: 1 anno

Informazioni: Segreteria Master, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Via Columbia, 2

Tel: 06 72595646

Fax: 06 2040219

E-mail:

beniculturali@economia.uniroma2.it

Sito web:

www.ceistorvergata.it/beniculturali/

Iscrizioni: € 4.000

Prova di ammissione: Selezione per titoli e colloquio valutativo.

Stage e project work: Possibilità di fare stage presso enti e imprese del settore culturale, sia pubblico che privato, e nell'ambito di progetti culturali internazionali.

Per chi già occupato, è prevista la realizzazione di un project work su tematiche culturali con l'assistenza di un docente responsabile assegnato in funzione della materia trattata. Il project work offre il vantaggio, per il discente, di poter affrontare tematiche connesse alla propria esperienza lavorativa, per l'azienda o ente di appartenenza, di beneficiare di una attività di studio, ricerca e consulenza negli ambiti di proprio interesse.



66

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

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: 12 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 0672595451

master.nonprofit@uniroma2.it

masternonprofit.it

@MasterLAB

facebook.com/masternonprofit



67

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 Italiane.

Obiettivi

Il MIMAP consente alle/ai partecipanti di approfondire logiche di governance locale, metodologie e tecniche di management pubblico, e di acquisire metodi, contenuti e competenze per migliorare le performance ed i risultati della PA, incontrando le esigenze di approfondimento e formazione professionale emergenti alla luce delle recenti evoluzioni normative che interessano le amministrazioni locali.

Destinatari

Il Master si rivolge a neolaureate/i di tutte le discipline (laurea magistrale, specialistica e vecchio ordinamento); Dirigenti e personale già inquadrato nella Pubblica Amministrazione locale (Comuni, Province, Unioni di Comuni, Aziende partecipate); Professionals (Manager e operatori di aziende pubbliche e/o private che gestiscono relazioni con il settore pubblico o terzo settore).

Sbocchi professionali

Il Master consente di acquisire gli strumenti e le competenze mirate rispetto ai seguenti profili professionali, sia nei vari livelli dell'Amministrazione Pubblica sia in aziende private che operano nel settore pubblico. Per i neolaureati è prevista l'opportunità di svolgere stage presso amministrazioni e aziende pubbliche, o società di consulenza in modo da poter applicare le conoscenze apprese, sviluppare specifiche capacità professionali e costruire proficue relazioni. Per il personale già inquadrato nella pubblica amministrazione permette lo sviluppo di percorsi di

carriera verticale e/o orizzontale anche in differenti settori e livelli dell'amministrazione pubblica consentendo di riqualificare percorsi di mobilità del personale ed un efficiente impiego delle risorse presenti.

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.

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:

- un seminario specialistico organizzato con l'Accademia Europea Eurac di Bolzano
- un ciclo di workshop

Costi, Agevolazioni e Borse di Studio

Borse di studio: Borse di Studio INPS a totale copertura della quota di iscrizione per figli di Dipendenti Pubblici utenti INPS.

Quota di iscrizione: € 4.000.

Agevolazioni: 50% di riduzione della quota di iscrizione per neo-laureati in cerca di prima occupazione; possibilità di riduzioni per gruppi di iscritti provenienti da una stessa amministrazione o azienda.

Contatti

+39 0672595900

mimap@economia.uniroma2.it

mimap.it @MasterMIMAP

facebook.com/mastermimap



68

Ma ster

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

Obiettivi

Il Master intende formare figure professionali operanti nell'ambito della pubblica amministrazione, in imprese pubbliche e/o private, in società partecipate o nell'ambito della pubblica amministrazione.

Si propone quindi di formare personale qualificato con competenze manageriali, sia teoriche che pratiche, nel settore dei trasporti e della logistica con riferimento alla soluzione delle problematiche connesse allo specifico ambito di attività.

Il Master, in questa logica, offre quindi un percorso formativo innovativo di tipo interdisciplinare, definito dai seguenti ambiti di conoscenza:

- Modulo propedeutico: per consentire inizialmente un allineamento delle conoscenze degli strumenti di base ai discenti del Master;
- Modulo di inquadramento strategico: consente di definire le principali tematiche del settore dei trasporti e della logistica sia pubblico che privato, nazionale e locale;
- Modulo di approfondimento tematico: per garantire conoscenze specifiche sui temi relativi al trasporto pubblico locale, ai nodi di scambio ed alle infrastrutture logistiche nazionali e locali.

Sbocchi professionali

Il programma di studi è stato ideato per rispondere alla richiesta sempre maggiore da parte di imprese private, società di consulenza e pubbliche amministrazioni nei confronti di figure professionali con competenze specifiche di management in questo settore. Gli sbocchi professionali si realizzano quindi particolarmente nelle aziende che operano nell'ambito dei servizi di trasporto passeggeri e merci, delle spedizioni, della logistica e della supply chain.

Requisiti

Sono destinatari del Corso coloro che hanno conseguito in Italia o all'estero laurea di primo livello o laurea vecchio ordinamento in Ingegneria, Economia, Giurisprudenza, Scienze Statistiche o Scienze Politiche. Sono previsti comunque uditori per singoli moduli.

Benefici

Il Collegio dei docenti del Master potrà attivare borse di studio da attribuire in base a criteri che lo stesso provvederà a stabilire e che terranno conto del merito e/o delle condizioni economiche disagiate.

Livello: I livello

Crediti: 60 crediti

Coordinatore: Prof. Giovanni Trovato

Dipartimento di Riferimento:

Dipartimento di Economia e Finanza

Durata: 12 mesi

Informazioni

giovanni.trovato@uniroma2.it.

Tel: 06 72595646

Fax: 06 2040219

E-mail: info@tralog.uniroma2.it

Sito web: www.tralog.uniroma2.it

Iscrizioni

€ 4.000,00 pagabile in due rate + 146 Euro per iscrizione e costo pergamena

Prova di ammissione

È prevista una prova di ammissione

Stage e/o project work:

Sono previsti un periodo di stage della durata di tre mesi e un project work per il conseguimento del titolo



69

Ma ster



Descrizione

Dopo una lunga fase recessiva è condizione necessaria per il rilancio degli investimenti intervenire sui processi corruttivi e illegali che ostacolano l'attività della pubblica amministrazione e delle imprese.

La corruzione genera distorsioni nell'allocazione delle risorse, rende impossibile la costituzione di un ambiente favorevole all'innovazione, all'occupazione e allo sviluppo, riducendo la possibilità di crescita dell'economia.

Il mercato italiano evidenzia una domanda consistente di professionalità adeguate nell'area dell'Anticorruzione, con competenze in ambito economico-legale in merito alle tematiche del controllo in generale e del contrasto al fenomeno della corruzione.

Il Master in Anticorruzione di II livello risponde all'esigenza di creare professionisti esperti in grado di supportare aziende ed enti negli adempimenti normativi e nella realizzazione di sistemi di controllo organizzativo/gestionali idonei a ridurre l'incidenza dei fenomeni devianti, contribuendo a diffondere la cultura della trasparenza ed integrità.

Il Master si basa su una formazione altamente interdisciplinare basata su 12 aree formative che affrontano temi aziendali, etici, giuridici, economici, informatici, logistici, organizzativi, gestionali, tecnico-culturali e strategici.

Le 12 aree formative sono strutturate con parti generali, alla luce del nuovo contesto normativo e degli impatti gestionali, e approfondimenti specialistici con testimonianze di settore, al fine di rendere disponibili professionalità in grado di operare sia nel settore pubblico che nel settore privato per gli adempimenti di legge e nella costruzione di un sistema organico di contrasto alla corruzione, con un occhio all'efficienza e alla sostenibilità delle azioni proposte e poste in essere.

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 colloquio valutativo.

Per l'anno accademico 2015/2016 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 tre mesi presso un'impresa rilevante, pubblica o privata.

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

Stage

Lo stage presso un'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 net-work di Imprese/Enti Pubblici affini con il Master in Anticorruzione.

Direttore del Master: Prof. Aristide Police
Coordinatore del Master: Gustavo Piga

Informazioni

Daniela Condò
Segreteria Master in Anticorruzione
Tel + 39 06 72595710
Cell + 39 335 20 05 50
Fax +39 06 72595804
Email: daniela.condo@uniroma2.it
Roberta Marta
Segreteria Master in Procurement
Tel.: + 39 06 72595430

Inizio corsi 29 gennaio 2016



70



Visitate il nostro profilo Facebook



CampusEvents CampusEvents

Bernacca Immagine