



BANDO DI CONCORSO PER N. 35 POSTI, DI CUI 20 RISERVATI AI DIPENDENTI DELL'ISTITUTO, AGLI ISCRITTI ED AI FIGLI E ORFANI DI ISCRITTI E DI PENSIONATI INPDAP, CON COPERTURA TOTALE DEL COSTO

PER L'AMMISSIONE AL

**CORSO DI PERFEZIONAMENTO
"MANAGEMENT DELLE PICCOLE IMPRESE
IN AMBITO INTERNAZIONALE"**

I Edizione

"MASTER INPDAP CERTIFICATED"

A.A. 2011/2012

JOHN CABOT UNIVERSITY, ROMA

In collaborazione con:



Perché partecipare al Corso di Perfezionamento "Management delle Piccole Imprese in ambito internazionale"



Risulta sempre più evidente a osservatori e studiosi come la capacità di competere delle piccole e medie imprese, soprattutto in ambito internazionale, sia legata al possesso e al rafforzamento di idonee competenze manageriali interne, in grado di supportare efficacemente i progetti di sviluppo e le iniziative di questi particolari soggetti imprenditoriali.

Il Corso in “Management delle piccole imprese in ambito internazionale” intende pertanto concorrere ad agevolare la costruzione di siffatte professionalità, e consentire la diffusione – soprattutto tra i giovani laureati – dell’insieme di capacità e qualità professionali, comportamentali, valoriali e umane che realizzano il profilo del Manager idoneo a potenziare l’azione e ad assicurare il successo di questi fondamentali attori del sistema aziendale.

Questo Corso di Perfezionamento intende formare un ruolo professionale dotato di competenze sia di analisi e di intervento nei processi aziendali, sia di relazione interpersonale e di governo delle persone. In esso, inoltre, si intende porre l’accento sulla formazione di competenze decisive per la competitività delle piccole e medie imprese nel mondo globale. Esse consistono prevalentemente nella pianificazione del business, nell’uso a ciò mirato delle tecnologie informatiche e nelle capacità di comunicazione con il mercato internazionale e con l’insieme degli stakeholders.

In particolare, tutta l’attività formativa, sia nelle parti teoriche sia in quelle sul campo (project work e stages), sarà orientata alla definizione di un percorso di apprendimento condiviso con i partner, finalizzato sin dall’inizio a creare le condizioni più favorevoli al futuro inserimento professionale degli allievi.



Partnership

Gli enti che collaborano all'iniziativa sia in fase di formazione d'aula che offrendo agli allievi un periodo di stage all'interno della propria struttura, sono:

Ipazia Promos – ente copromotore del Corso. Associazione di promozione sociale non profit, promuove la cultura del cambiamento attraverso iniziative, interventi e strumenti di formazione manageriale innovativi.

[Beni Archeologici Roma](#)

[Biblioteca Angelica](#)

[Comune di Terracina](#)

[Confcommercio](#)

[Focus Casa dei diritti sociali](#)

[Heidrick&Struggles Int.](#)

[Leonard Consulting](#)

[Ravess](#)

[RFR International](#)

[Consolato Americano, Milano](#)

[Università Bocconi, Milano](#)

I nomi di altre organizzazioni e aziende, che hanno già firmato un accordo di tirocinio con la John Cabot University, e che potrebbero essere interessate ad offrire uno stage ai partecipanti saranno resi noti durante il corso.



Percorso di studio

Il percorso di studio, che permette di acquisire il titolo di Certificato in Management delle Piccole Imprese in ambito internazionale si articola nelle seguenti aree tematiche:

Aree tematiche:

- Le variabili organizzative
- Marketing e Comunicazione
- Gestione delle risorse umane
- Piano economico-finanziario della piccola impresa
- International business English
- L'informatica per la piccola impresa

Le variabili organizzative

Obiettivi del modulo

L'obiettivo generale del presente modulo è quello di fornire agli studenti una panoramica sul funzionamento delle organizzazioni e sulle variabili che ne compongono la natura e il processo di lavoro. In modo particolare i partecipanti si misureranno con gli strumenti e le tecniche necessari a leggere l'organizzazione in tutte le sue componenti strutturali e a generare processi di lavoro funzionali ed efficaci. Utilizzando le variabili, umane, strumentali ed economiche.

Competenze acquisite

Dopo aver completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- comprendere il funzionamento delle organizzazioni e della Direzione R.U.
- leggere e intervenire nei modelli organizzativi sia dal punto di vista strutturale che funzionale;
- comprendere e costruire le strategie di gestione di una organizzazione: individuare mission, vision e obiettivi generali
- costruire dal punto di vista strutturale e funzionale i processi di lavoro che implementano gli obiettivi organizzativi
- gestire i ruoli e i compiti che consentano la realizzazione dei processi di lavoro

Contenuti



- L'organizzazione come sistema: Teorie e modelli organizzativi
- Gli elementi costitutivi delle organizzazioni: la missione, le strategie, gli obiettivi
- Le interrelazioni tra mercato, strategia, organizzazione
- La formulazione delle strategie,
- La realizzazione delle strategie: le funzioni dell'organizzazione
- Le variabili dell'organizzazione: strutture, meccanismi operativi, comportamenti organizzativi
- I modelli organizzativi emergenti: l'organizzazione snella, l'organizzazione per processi e per progetti
- Le organizzazioni nazionali e internazionali
- La regolazione del processo: i sistemi di coordinamento e controllo
- La gestione dell'organizzazione in situazioni di "turbolenza": il fenomeno del cambiamento organizzativo
- Il processo decisionale e il problem solving: decidere in situazione di competitività e cambiamento
- I problemi connessi al cambiamento nelle organizzazioni moderne
- I ruoli nella realizzazione del cambiamento
- I percorsi ottimali per lo sviluppo delle organizzazioni e le "policies" adottate nei numerosi casi di successo

Valutazione

- assegnazione individuale o in sottogruppi dell'elaborazione di casi di studio specifici delle materie trattate con relazione finale da parte degli studenti e valutazione da parte del docente.
- questionario di apprendimento con domande a scelta multipla
- questionario di gradimento sugli assi fondamentali della didattica (chiarezza, completezza, coinvolgimento da parte del docente, metodologia didattica utilizzata, materiale fornito, attrezzature e logistica)

Marketing e comunicazione

Obiettivi del modulo

Attraverso il modulo sul marketing e sui processi di comunicazione organizzativa i partecipanti si confronteranno con le logiche dell'impostazione di un sistema di presentazione



della propria aziende al mercato di riferimento. La metodologia fortemente sperimentale consente agli studenti di partecipare attivamente alla costruzione dei passaggi tecnici che compongono un piano di marketing e a sperimentare le varie forme di comunicazione interna ed esterna all'azienda.

Competenze acquisite

Dopo aver completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- Conoscere le metodologie per analizzare ed interpretare il proprio mercato di riferimento e posizionare prodotti e servizi secondo i parametri del marketing mix
- Avere i punti di riferimento fondamentali della logica del marketing per comprenderne appieno orientamenti e funzioni
- Sviluppare alcune competenze specifiche per l'applicazione delle tecniche di marketing nel proprio ambito di azione
- Costruire un piano di marketing strategico e implementarlo attraverso i passaggi del marketing mix

Contenuti

- La funzione del marketing e la sua evoluzione
- Il marketing nei diversi settori: largo consumo, beni durevoli, beni industriali, servizi, servizi pubblici
- Studio di un caso aziendale
- Il marketing analitico: dal comportamento d'acquisto alla segmentazione della domanda
- L'analisi della concorrenza
- L'analisi della Customer Satisfaction
- Il posizionamento competitivo
- Il marketing strategico: obiettivi, strategie, marketing mix, organizzazione, piano
- Il posizionamento strategico e le strategie funzionali
- Il Piano di marketing
- Il marketing operativo
- La gamma e la qualità dei prodotti
- Il lancio dei nuovi prodotti
- Dall'idea al lancio di un nuovo prodotto
- Il pricing e la gestione dei costi e il margine di contribuzione



- Le modalità comunicative
- Gli strumenti per la comunicazione
- La comunicazione pubblicitaria
- La strategia creativa
- La comunicazione via internet

Valutazione

- assegnazione individuale o in sottogruppi dell'elaborazione di casi di studio specifici delle materie trattate con relazione finale da parte degli studenti e valutazione da parte del docente.
- questionario di apprendimento con domande a scelta multipla
- questionario di gradimento sugli assi fondamentali della didattica (chiarezza, completezza, coinvolgimento da parte del docente, metodologia didattica utilizzata, materiale fornito, attrezzature e logistica)

Gestione delle Risorse Umane

Obiettivi del modulo

Il modulo sulla Gestione Risorse Umane è finalizzato a sviluppare nei partecipanti le tecniche e gli strumenti necessari ad agire nel campo della gestione delle persone, passando attraverso le dinamiche della motivazione, i processi di leadership e gestione dei gruppi di lavoro, i processi di comunicazione e relazione e la gestione delle dinamiche conflittuali. Tutte le tecniche di gestione risorse umane verranno analizzate e sperimentate attraverso metodologie didattiche induttive e basate su case-studies aziendali.

Competenze acquisite

Dopo aver completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- Analizzare le diverse fasi della gestione delle "Risorse Umane" e comprendere i meccanismi relazionali presenti nel contesto organizzativo
- Riconoscere e utilizzare i principali strumenti di gestione delle risorse umane, con particolare riferimento alla gestione delle dinamiche che impattano sui meccanismi di coordinamento e di motivazione delle Risorse Umane
- Costruire un contesto organizzativo sicuro e orientato al benessere delle risorse con particolare riferimento alla salute e alla tutela dei rischi correlati al lavoro



Contenuti

- I sistemi di gestione delle risorse umane
- Il ciclo della gestione delle R.U.: reclutamento, selezione, inquadramento, valutazione, sviluppo
- I sistemi di valutazione delle prestazioni e del potenziale
- La gestione dei collaboratori: l'assegnazione degli obiettivi, il colloquio di motivazione, la valutazione dei risultati
- Sperimentazioni sulle capacità di gestione delle risorse umane
- La comunicazione interpersonale e organizzativa
- La comunicazione interculturale
- La Leadership
- La motivazione
- Il lavoro di gruppo
- Conflitti e negoziazione: l'integrazione tra gruppi e culture diverse
- Contratti e lavoro
- Le relazioni sindacali Le politiche per le Risorse Umane in ambito pubblico

Valutazione

- assegnazione individuale o in sottogruppi dell'elaborazione di casi di studio specifici delle materie trattate con relazione finale da parte degli studenti e valutazione da parte del docente.
- questionario di apprendimento con domande a scelta multipla
- questionario di gradimento sugli assi fondamentali della didattica (chiarezza, completezza, coinvolgimento da parte del docente, metodologia didattica utilizzata, materiale fornito, attrezzature e logistica)

Piano economico-finanziario della piccola impresa

Obiettivi del modulo

Questo modulo esamina il processo imprenditoriale, dal riconoscimento di opportunità alla pianificazione, all'organizzazione e alla crescita di una nuova impresa. Metteremo in evidenza l'innovazione e i suoi metodi ed applicazioni sull'analisi delle opportunità commerciali. Fra gli argomenti trattati menzioniamo il significato, lo stato, i problemi e i requisiti di attività commerciali imprenditoriali. Questo modulo servirà anche come base fondamentale per coloro



che intendono iniziare un'attività commerciale, ed è accessibile anche per chi non abbia una formazione di tipo economico-aziendale.

Competenze acquisite

Dopo aver completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- Capire il rapporto che esiste fra innovazione, opportunità commerciale e imprenditoria
- Riconoscere le sfide inerenti all'innovazione e al lancio di una nuova impresa
- Valutare le idee commerciali in maniera sistematica
- Redigere un piano commerciale per una nuova attività, corredato da un piano economico-finanziario (Business Plan)
- Riconoscere i problemi d'implementazione che sorgono da un piano commerciale imprenditoriale
- Stabilire delle misure di valutazione del progresso e del successo

Contenuti

Opportunità e ricompense imprenditoriali. Caratteristiche e competenze degli imprenditori. Creatività, opportunità e fattibilità. Le vie che portano all'imprenditoria a tempo pieno. Piani commerciali per nuove imprese. Marketing e promozione per gli imprenditori. Luogo e distribuzione. Finanza per gli imprenditori: gestione del capitale, struttura del capitale, gestione del rischio e assicurazione, questioni legali per gli imprenditori.

Il contenuto del modulo consisterà di materiali correlati al riconoscimento e all'analisi delle opportunità di mercato, alla valutazione delle risorse necessarie per sfruttare le opportunità di mercato, e al lancio di una nuova impresa. Questo processo sarà principalmente valutato dal punto di vista di un imprenditore individuale.

Parte fondamentale del modulo sarà l'identificazione di un'idea di impresa realizzabile, nonché lo sviluppo e la stesura del corrispondente Business Plan.

Valutazione

La corretta frequentazione del modulo verrà valutata sotto tre aspetti: partecipazione attiva alle discussioni e alle attività svolte in aula (20%); esame di teoria (40%); Business Plan (30%).



International Business English

Obiettivi del modulo

Questo modulo intende approfondire le conoscenze relative al ruolo strategico svolto dalla comunicazione d'impresa in inglese all'interno del mondo aziendale: l'informazione che mira ad informare, motivare, facilitare il cambiamento e creare valore nel mondo aziendale di oggi. In particolare, questo corso permetterà agli studenti di comprendere e saper utilizzare le tecniche inerenti a diversi tipi di comunicazione d'impresa: la comunicazione persuasiva, la comunicazione di notizie negative, le presentazioni orali (nonché l'uso di diversi sussidi visivi e software utilizzati nelle presentazioni orali), il Curriculum Vitae e la relativa lettera di accompagnamento.

Competenze acquisite

Dopo avere completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- Capire l'importanza strategica che la comunicazione riveste nel mondo aziendale
- Scrivere lettere, memoranda, emails efficaci a seconda di diversi scenari aziendali descritti nel modulo
- Scrivere un CV ed una lettera di accompagnamento efficaci
- Fare una presentazione orale efficace, corredata di diapositive scritte e presentate in maniera chiara e persuasiva

Contenuti

-La comunicazione persuasiva: diversi scenari "tipo" che richiedono la comunicazione persuasiva; tecniche di persuasione; focalizzazione sul cliente.

Valutazione

I criteri, ed i rispettivi loro pesi, per la valutazione degli ciascun studente sono i seguenti:

- frequenziazione alle lezioni e partecipazione attiva alle lezioni: 20%
- media delle prove di scrittura (lettere, emails, memoranda, ecc.) svolte a casa: 40%
- esame finale: esame finale: 40%



Le nuove tecnologie come vantaggio competitivo della piccola impresa

Obiettivi del modulo

Questo modulo intende illustrare le diverse applicazioni di tecnologie informatiche che sono oggi facilmente accessibili ma poco sfruttate dalla piccola e media impresa. Il *cloud computing*, i motori di ricerca, i banner pubblicitari, le piattaforme di commercio elettronico e lo stesso sito web sono tutti strumenti che permettono di incrementare le vendite da un lato e di raggiungere alti livelli di efficienza dall'altro. Gli studenti che completeranno questo modulo in modo soddisfacente saranno in grado di applicare tutte le tecniche illustrate nel proprio ambito di lavoro, ottenendone benefici tangibili che si tradurranno in un sostanziale vantaggio competitivo.

Competenze acquisite

Dopo aver completato il modulo con successo lo studente sarà in grado di:

- capire le recenti evoluzioni che mutano lo scenario tecnologico e commerciale dei servizi informatici
- valutare le diverse offerte scegliendo tra servizi "in house" oppure "cloud based" per i sistemi informativi aziendali
- interfacciarsi con tecnici IT, consulenti di web design, aziende di promozione della presenza su web (search engine optimization)
- promuovere autonomamente campagne di promozione della propria presenza aziendale su web
- valutare ed utilizzare servizi di commercio elettronico per piccole e medie imprese.

Contenuti

- Cloud computing per i sistemi informativi aziendali ed il lavoro in gruppo: offerta attuale e tendenze; risparmi ed efficienza; problemi di sicurezza e tutela dei dati aziendali
- Sito web aziendale: progettazione, sviluppo e usabilità del sito; piattaforme online e tools di Content Management System; aggiornamento del sito da parte del personale non informatico; ottimizzazione e reperibilità dai motori di ricerca (Search engine optimization)
- Piattaforme di commercio elettronico "pay per use"; integrazione dei servizi di vendita con la piattaforma online; customer service management; post vendita e assistenza clienti online



- Banner pubblicitari, servizi "pay per click", mass mailing
- Promozione aziendale sul web: regole ed esperienze per la presenza e promozione aziendale sui blog, social network e comunità di utenti; scelta in funzione del paese target (Facebook, Orkut, Badoo, QQ , Twitter, VKontakte, Linkedin, altri)

Valutazione

- capire le recenti evoluzioni che mutano lo scenario tecnologico e commerciale dei servizi informatici
- valutare le diverse offerte scegliendo tra servizi "in house" oppure "cloud based" per i sistemi informativi aziendali
- interfacciarsi con tecnici IT, consulenti di web design, aziende di promozione della presenza su web (search engine optimization)
- promuovere autonomamente campagne di promozione della propria presenza aziendale su web
- valutare ed utilizzare servizi di commercio elettronico per piccole e medie imprese.



Programmazione e durata

Il Corso avrà inizio nel mese di **gennaio 2012** e osserverà il seguente programma:

<i>Sessione Invernale I 2012: inizia 9 gennaio, termina 15 marzo</i>	
Piano economico-finanziario della piccola impresa	Lunedì e Mercoledì 19:00 - 21:00
Le variabili organizzative	Venerdì 16:00 - 20:00
<i>Sessione Primavera II 2012: inizia 29 marzo, termina 24 maggio</i>	
International business English	Martedì e Giovedì 19:00 - 21:00
Marketing e comunicazione	Venerdì 16:00 - 20:00
<i>Sessione Estiva 2012: inizia 28 maggio, termina 2 agosto</i>	
L'informatica per la piccolo impresa	Martedì e Giovedì 19:00 - 21:00
<i>Sessione Autunnale 2012: inizia 12 settembre, termina 18 novembre</i>	
Gestione delle risorse umane	Venerdì 16:00 - 20:00

Le ore di apprendimento svolte in aula impegneranno a tempo pieno i partecipanti durante l'arco della settimana, la frequenza è obbligatoria per almeno il 70% delle lezioni in aula e il 70% delle rimanenti attività formative.

L'obbligo di frequenza è elevato all'80% per le lezioni in aula che si terranno nel primo mese di attivazione del corso, pena la decadenza dallo status di assegnatario della borsa di studio.

Le attività svolte presso le aziende ospitanti potranno essere programmate con differenti tempistiche e frequenze, compatibilmente con le esigenze operative delle singole imprese.

Il Corso ha durata complessiva di 1.100 ore, di cui almeno 600 riservate alla didattica, comprensiva di: attività di aula, testimonianze aziendali e case-study, esercitazioni, lavori di gruppo. Il project work e lo studio individuale si svilupperanno durante tutto il percorso didattico, in parallelo con le fasi di aula.

Le rimanenti 500 ore saranno dedicate agli stage in azienda, parte dei quali potranno svolgersi all'estero.



Metodologie didattiche

Il Corso si baserà su metodologie didattiche attive ed esperienziali, grazie all'apporto di docenti esperti in approcci di tipo partecipativo e interattivo. Si farà largo uso di casi aziendali, di role-play e simulazioni, così come di testimonianze su esperienze.

Un aspetto sostanziale della formula del Corso è inoltre costituito dai Workshop aziendali e dalle testimonianze in aula proposti da manager e professionisti, che consentiranno momenti applicativi e di verifica in specifici contesti operativi degli argomenti illustrati e discussi in aula.

Assistenza e tutorship

Assistenza e tutorship saranno garantite per tutte le ore del Corso.

In particolare:

- si prevede la presenza di un tutor a disposizione degli studenti durante tutte le ore di aula;
- per le rimanenti ore del Corso, le aziende partner metteranno a disposizione dei partecipanti un proprio tutor interno, che li seguirà durante le attività formative svolte in azienda, nonché in fase di stage.

Materiale didattico

Ad ogni partecipante verrà consegnato, in relazione a ciascuno dei temi affrontati, il materiale didattico necessario per il completamento e l'approfondimento della formazione.

I lavori di progetto, elaborati secondo modalità specificate e concordate con lo staff didattico e successivamente presentati in aula da ciascun partecipante, saranno valutati da una apposita Commissione, composta da docenti e da rappresentanti di imprese operanti nel settore, nominata dalla Direzione del Corso.

A conclusione del Corso, a tutti gli allievi che avranno regolarmente portato a termine l'attività formativa, prodotto e presentato il lavoro di progetto e superato con esito positivo l'esame finale, sarà consegnato il "*Certificato di Management delle piccole imprese in ambito internazionale*".



Sede didattica e dotazioni

Il Corso si svolgerà presso la sede di Roma della John Cabot University, sita in Trastevere, Via della Lungara, 233.

A supporto del lavoro di gruppo degli allievi, l'Università mette a disposizione anche alcune aule attrezzate per l'attività dei gruppi, formati da circa 6-8 partecipanti ciascuno.

Ogni gruppo di partecipanti disporrà inoltre di personal computer collegati in rete. Ciascun partecipante avrà a disposizione una casella di posta elettronica, oltre ad altri dispositivi offerti dall'Università.

Strumenti di verifica dell'apprendimento e di customer satisfaction

Oltre all'applicazione delle forme di controllo della partecipazione e della frequenza (es. rilevazione delle firme, verifiche scritte ed orali dell'apprendimento), la valutazione dell'apprendimento degli allievi sarà realizzata sia in itinere (valutazione intermedia), per mezzo di test e questionari di verifica relativi ai temi via via affrontati, sia a conclusione del percorso formativo (valutazione finale), attraverso un esame finale nel quale gli allievi saranno tenuti a sostenere un colloquio sull'insieme dei contenuti appresi, nonché a presentare e discutere il lavoro individuale elaborato durante lo svolgimento del Corso.

L'efficacia della didattica sarà inoltre valutata dagli stessi allievi attraverso questionari di gradimento sui contenuti del corso e sull'operato dei docenti, somministrati in itinere.

Numero partecipanti

Il Corso prevede l'ammissione di non oltre 35 partecipanti, così ripartiti:

- 20 posti riservati ai dipendenti dell'Istituto, ai dipendenti della pubblica amministrazione, ai figli e orfani di iscritti e di pensionati INPDAP, tutti in possesso di diploma di laurea di primo o secondo livello;
- 15 posti riservati a tutti gli altri laureati, quota di iscrizione pari a euro 10.000,00



Requisiti di accesso alla selezione

Il Corso è rivolto a laureati in possesso di diploma di laurea di I° o II° livello, di ogni area disciplinare.

Per accedere alle prove di selezione, è necessario inviare la domanda di ammissione corredata degli allegati previsti (vedi paragrafo successivo: "Procedura di selezione").

L'ammissione al Corso è rimessa al giudizio insindacabile di una commissione esaminatrice che valuterà i requisiti dei candidati, quali emergeranno dalla documentazione presentata e da un colloquio orale.

I candidati dovranno risultare in possesso del diploma di laurea (lauree dei nuovi ordinamenti triennali ovvero specialistiche e dei precedenti ordinamenti quadriennali), con voto di laurea non inferiore a 90/110, conseguito entro i termini di scadenza della domanda di partecipazione al concorso.

La frequenza al Corso non è compatibile con l'iscrizione ad altri corsi di laurea o di diploma, laurea specialistica, master, corsi di perfezionamento, dottorati di ricerca, scuole di specializzazione.

Saranno ammessi a partecipare al Corso i candidati che avranno superato la selezione di merito, secondo l'ordine in cui sono collocati in graduatoria, fino a copertura dei posti messi a concorso.

Maggiori dettagli sui criteri di ammissione per i concorrenti alle 20 borse di studio offerte dall'INPDAP sono disponibili nel [sito web dell'INPDAP](#):

Procedura di selezione

Per accedere al colloquio di selezione, è necessario compilare l'allegata [domanda di ammissione](#) (modulistica disponibile sul sito www.johncabot.edu) al Corso di perfezionamento in "Management delle piccole imprese in ambito internazionale", corredata da marca da bollo da € 14,62.

La domanda deve essere compilata e consegnata a mano, o con invio a mezzo posta o corriere, all'Università John Cabot, allegando:

- curriculum vitae,
- copia del certificato di laurea,
- elenco degli esami sostenuti e relativa votazione,
- copia del documento d'identità in corso di validità,
- dichiarazione di non contemporanea iscrizione ad altri Corsi.



Inoltre, **esclusivamente per i partecipanti alla selezione delle borse di studio offerte dall'INPDAP, la relativa domanda di partecipazione al concorso deve essere compilata ed inviata all'INPDAP.**

La modulistica del bando INPDAP è disponibile al seguente indirizzo web: seguendo le relative indicazioni ed allegando copia della domanda di ammissione di cui sopra.

Il termine per la consegna delle domande di partecipazione al Corso "Management delle piccole imprese in ambito internazionale" è fissato al **30 novembre 2011, ore 17.00.**

L'ammissione al Corso è rimessa al giudizio insindacabile di una Commissione esaminatrice nominata dalla direzione del Corso i cui membri saranno nominati fra i componenti del corpo docente, che valuterà le candidature sulla base di:

- analisi del curriculum vitae e della documentazione allegata;
- colloqui individuali.

Saranno ammessi a partecipare al Corso i candidati che, in possesso dei requisiti sopra indicati, risulteranno inseriti in graduatoria, fino a copertura del totale dei posti messi a concorso (20 per i candidati con "requisiti INPDAP", 15 per gli altri).

La graduatoria del concorso per n° 20 borse di studio INPDAP sarà predisposta sulla base del punteggio ottenuto sommando alla votazione conseguita nelle fasi di selezione di merito il punteggio corrispondente alla classe di indicatore ISEE **secondo le modalità del Bando predisposto dall'INPDAP** nella [pagina web dell'Istituto](#).

Nello stesso bando sono definite anche le forme per la comunicazione degli esiti della procedura di selezione.

Costi

La quota di partecipazione al Corso, comprensiva di iscrizione, è pari a € 10.000,00.

Progetto di placement

L'attività di placement della John Cabot University è orientata al collegamento tra l'offerta formativa dell'Ateneo e le migliori opportunità di sbocco sul mercato lavorativo, attraverso un solido servizio informativo di orientamento personalizzato, finalizzato a favorire l'integrazione tra l'Università ed il mondo del lavoro. Questo servizio consente agli studenti di effettuare tirocini di inserimento lavorativo presso numerosi enti pubblici e privati.

In particolare, per quel che concerne il Corso in *Management delle piccole imprese in ambito internazionale*, oltre alle ordinarie attività di *placement* sopra descritte, verrà progettato sin dall'inizio uno specifico processo formativo in cui i singoli partecipanti potranno indirizzare individualmente il proprio percorso, condividendolo con i responsabili del Corso e con le singole aziende e Istituti partner, attraverso:

- selezione di un argomento specifico per l'elaborazione del progetto individuale di ciascun partecipante, condiviso con le aziende e gli istituti partner;



- assistenza in fase elaborativa da parte dell'azienda e/o Istituto partner;
- finalizzazione del lavoro rispetto alle attitudini personali del partecipante, ai fabbisogni professionali propri dell'azienda/istituto ed agli scenari macroeconomici in tema di sviluppo professionale ed imprenditoriale.

Attraverso il suddetto percorso, l'organizzazione del Corso mira pertanto al conseguimento non solo dei consueti obiettivi formativi tipici di un Corso, ma anche all'incremento delle probabilità di successo per un veloce e proficuo inserimento del partecipante nel mondo del lavoro.

Contatti

Prof.ssa Antonella Salvatore
Career Services Center
John Cabot University
Via della Lungara, 233
I -00165 Roma
Tel. 06.68191200 Fax 066832088
e-mail careerservices@johncabot.edu
web: www.johncabot.edu