

Bando di Partecipazione

MASTER

“Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale”

JOHN CABOT UNIVERSITY, ROMA
IN PARTNERSHIP CON
[ELIDEA-PSICOLOGI ASSOCIATI](#)

Perché partecipare al Master “Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale”?

Un programma di studi unico, che mira a formare professionalità specializzate nel marketing, in grado di capire le aziende pubbliche e private da una prospettiva di *relationship marketing*.

Il ruolo che si intende costruire pone l’accento sulle principali analisi di marketing, sui fondamentali concetti della segmentazione e del posizionamento, sullo studio delle materie del marketing internazionale e su come avviare una strategia di marketing all'estero, con particolare focus sui mercati emergenti.

Il percorso di studi permette inoltre di comprendere il ruolo dominante dei servizi nella società moderna ed in che modo implementare una strategia di marketing nel mondo dei servizi e della pubblica amministrazione. La figura che si costruisce avrà una padronanza delle tecniche di marketing tradizionale e di e-marketing ed una buona conoscenza della lingua inglese, dato che il corso di inglese sarà parte fondamentale del percorso di formazione. Tutta l'attività formativa sarà orientata alla definizione di un percorso di apprendimento condiviso con i partner, finalizzato sin dall'inizio allo specifico inserimento professionale.

Il corso include lezioni d’aula, *project works* e applicazione pratica sul campo con uno stage presso una delle organizzazioni o aziende con cui la John Cabot University collabora.

Partnership

Il Centro di Avviamento alla Carriera della John Cabot University, creato fin dagli anni 90, ha una partnership avviata da tempo con oltre 440 aziende ed organizzazioni.

Alcuni di queste organizzazioni sono indicate sul sito alla [pagina organizzazioni](#).

Percorso di studio e crediti formativi

Il percorso di studio, del Corso di alta formazione “Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale” si articola nelle seguenti aree tematiche:

- Principi di marketing
Il concetto di *value proposition*
Segmentazione e posizionamento
L'analisi del micro e macro ambiente
Lo studio del *marketing mix*
- Marketing internazionale
Le variabili controllabili ed incontrollabili
Lo studio dei mercati esteri emergenti
Strategie di ingresso sui mercati esteri
- Marketing dei servizi
Differenze tra beni e servizi
La rivisitazione del *marketing mix* nel mondo dei servizi
Il processo di erogazione del servizio
Il ruolo della risorsa umana nel mondo dei servizi
- Introduzione al *marketing plan*
Come lavorare su un *marketing plan*
- Strategic Marketing Management
Il processo di globalizzazione e lo sviluppo di nuovi prodotti
Il C.R.M.
- Inglese: grammatica e conversazione
- Business English
- L'organizzazione aziendale
L'organizzazione come sistema
Le variabili nell'organizzazione
I modelli organizzativi tradizionali ed emergenti
I sistemi di coordinamento e controllo
Il *change management*
C.S.R.: Corporate Social Responsibility
- L'orientamento al lavoro
Orientamento attitudinale
Come scrivere un CV
Come scrivere una cover letter
Tecniche di colloquio: come prepararsi
- Innovazione e sviluppo
Risorse intangibili ed innovazione
Le *skills* digitali
Nuove tecnologie e new media
Nuove tendenze nel marketing: *real time marketing, inbound marketing, social chat* e app
Studio di casi reali
- Marketing della pubblica amministrazione
Il processo di funzionamento e gestione di una pubblica amministrazione
Le logiche e gli strumenti del management pubblico
La valutazione della performance e della qualità nella pubblica amministrazione
La comunicazione pubblica

- La gestione delle risorse umane
La risorsa umana in azienda: dalla selezione alla valutazione

Il percorso erogherà 60 crediti formativi.

Programmazione e durata

Il Corso di alta formazione avrà inizio nel mese di **febbraio 2017** e terminerà a **dicembre 2017**.

La durata del corso di alta formazione sarà quindi di 10 mesi e si svilupperà in oltre 400 ore di lezioni frontali, testimonianze aziendali, a cui si aggiungeranno le ore per le esercitazioni individuali e di gruppo, i *project-work* e le ore di stage ed esperienza in azienda.

L'obbligo di frequenza è pari al 90% sia per le lezioni in aula che per le ore di lavoro in azienda. Le attività svolte presso le aziende ospitanti potranno essere programmate con differenti tempistiche e frequenze, compatibilmente con le esigenze operative delle singole imprese.

Metodologie didattiche

Il monte ore complessivo previsto sarà distribuito tra lezioni frontali, seminari tematici, esperienze pratiche guidate, moduli in autoapprendimento e stage.

Il corso di alta formazione si baserà su metodologie didattiche attive ed esperienziali, avvalendosi 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.

Inoltre, un caposaldo della formula del Corso di alta formazione saranno i *workshop aziendali* e le testimonianze in aula da parte di manager e professionisti, come momenti applicativi in specifici contesti operativi delle idee discusse in aula.

Assistenza e tutorship

L'assistenza e *tutorship* sarà garantita:

- Si prevede la presenza di un tutor in aula durante tutte le ore previste in aula;
- Per le rimanenti ore del corso di alta formazione, le aziende partner dedicheranno ciascuna un proprio tutor interno a disposizione dei partecipanti durante le attività formative svolte in azienda e/o dal personale aziendale, nonché in fase di stage.

Materiale didattico

Ad ogni partecipante verrà consegnato, in relazione ad ogni modulo di lavoro in aula, materiale didattico corredato da casi pratici, necessario per il completamento e l'approfondimento della formazione.

I lavori di progetto, elaborati secondo le modalità specificate, e successivamente presentati in aula da parte di ciascun partecipante, verranno valutati da una apposita Commissione, composta da docenti e da rappresentanti di imprese operanti nel settore, nominata dalla Direzione del Master. A conclusione del Master, a tutti gli allievi che avranno regolarmente portato a termine l'attività formativa e presentato in aula il lavoro di progetto e superato con esito positivo l'esame finale, sarà consegnato il Certificato del Master "Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale".

Sede didattica e dotazioni

Il Master si svolgerà presso la sede di Trastevere, Roma, della John Cabot University. In supporto dei gruppi di lavoro degli studenti, l'Università mette a disposizione anche alcune aule tra quelle presenti nell'Ateneo, attrezzate per l'attività di gruppi formati da circa 6-8 partecipanti ciascuno.

La John Cabot University ed i partner metteranno a disposizione personal computer collegati in rete per ciascun gruppo di partecipanti. Ciascun partecipante disporrà di una casella di posta elettronica. Stampanti e fotocopiatrici sono a disposizione presso gli appositi spazi previsti dall'Università.

Modelli di customer satisfaction

Oltre all'applicazione delle forme di controllo della partecipazione e frequenza (es. rilevazione delle firme, verifiche scritte ed orali dell'apprendimento), per la valutazione del Corso di alta formazione gli allievi saranno tenuti a presentare e discutere *Project Work* finali per ogni modulo di corso.

Il monitoraggio dell'efficacia nella didattica sarà effettuato attraverso verifiche in itinere del grado di apprendimento da parte dei docenti del corso.

Inoltre, al termine di ciascun modulo, gli studenti potranno esprimere il proprio parere sul corso e sul docente, in maniera assolutamente anonima, al fine di migliorare la qualità del servizio offerto.

Numero partecipanti

Saranno ammessi in aula al massimo 25 partecipanti.

Selezione e domanda

I candidati dovranno risultare laureati (con lauree dei nuovi ordinamenti triennali ovvero specialistiche e dei precedenti ordinamenti quadriennali o titolo di studio estero equivalente). Risulta titolo preferenziale aver riportato un voto di laurea non inferiore a 90/110.

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

Per accedere al colloquio di selezione, è necessario procedere come segue:

- La [domanda di ammissione](#) al Master "Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale", deve essere compilata e inviata alla John Cabot University allegando curriculum vitae, certificato di laurea, elenco degli esami sostenuti e relativa votazione, copia di un documento di identità, dichiarazione di non contemporanea iscrizione ad altri corsi non compatibili con il Master;
- Per chi ha i requisiti richiesti dall'Inps, una seconda domanda di partecipazione (oltre a quella per l'ateneo) deve essere inviata telematicamente all'[INPS](#) (si vedano le istruzioni sul sito dell'istituto). Il termine per la consegna delle domande di partecipazione al Master "Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale" è il **15 gennaio 2017**.

Termine ultimo per le iscrizioni: 24 gennaio 2017 per chi ha i requisiti per richiedere la borsa INPS e 22 febbraio 2017 per chi si iscrive da privatista.

L'ammissione al Master è rimessa al giudizio insindacabile di una commissione esaminatrice nominata dalla direzione del Centro di Alta Formazione e Avviamento alla Carriera della John Cabot University, che valuterà l'eventuale ammissione attraverso:

- Analisi del Curriculum Vitae
- Colloqui individuali motivazionali

Saranno ammessi a partecipare al corso i candidati, in possesso dei requisiti sopra indicati, che avranno superato una selezione di merito sulla base della valutazione dei titoli e della motivazione.

Borse di studio e costi

Il costo del corso di alta formazione è pari a 10.000 euro.

Sono disponibili **12 borse di studio Inps** a copertura totale e **3 agevolazioni economiche parziali**. Un'apposita commissione, a proprio insindacabile giudizio, valutando i curricula, i risultati delle prove di colloquio e la situazione economico-finanziaria dei partecipanti, deciderà la misura del contributo da offrire allo studente. Gli studenti interessati ad usufruire delle agevolazioni economiche sono pregati di allegare alla domanda di iscrizione una lettera nella quale spiegano le motivazioni della richiesta.

Progetto Placement

Il Centro di Avviamento alla Carriera della John Cabot University è orientato 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, finalizzati a favorire l'integrazione tra l'Università ed il mondo del lavoro. In concreto, consente agli studenti di effettuare tirocini di inserimento lavorativo presso numerosi enti pubblici e private e, soprattutto, di **iniziare l'esperienza lavorativa contemporaneamente a quella di studio. Lo studente non deve attendere il termine del percorso di studi per iniziare l'esperienza in azienda ma può frequentare le lezioni ed applicare sul lavoro quanto appreso in aula.**

Il Centro offre [4 Career Day](#) all'anno e [seminari](#) settimanali di orientamento al lavoro. In particolare, per quel che concerne il Master "Marketing delle organizzazioni pubbliche e private e strategia digitale", 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 Master e con le singole aziende ed 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 Master, ma anche all'incremento delle probabilità di successo per un veloce e proficuo inserimento del partecipante nel mondo del lavoro.