

PALESTRA DELLE PROFESSIONI DIGITALI

Milano 14 Febbraio – 22 Febbraio 2013

Prorogato fino al
6 Novembre '12

PALESTRA DELLE PROFESSIONI DIGITALI

L'Associazione Prospera, in collaborazione con **Accenture Italia S.p.A.**, **Expo Generation** - Progetto Speciale Expo 2015 di Confindustria, **Assolombarda**, **Federturismo**, la **Fondazione Collegio delle Università Milanesi** ed **ACTL** - Associazione per la Cultura e il Tempo Libero, promuove il progetto formativo **"Palestra delle Professioni Digitali"**

Palestra delle Professioni Digitali nasce con l'obiettivo di **aumentare le possibilità di impiego dei giovani talenti ad oggi inoccupati** tramite lo sviluppo delle competenze necessarie ad **intraprendere un percorso professionale in ambito digitale**, area attualmente emergente nel mercato del lavoro nazionale.

Il percorso, accessibile per il 2013 ad un gruppo ritratto di giovani selezionati in collaborazione con le aziende che aderiscono al progetto, si svolge a Milano e ha una durata di **6 settimane**.

Le lezioni alternano formazione in **aula**, momenti di studio di **casi di successo**, attività di **"laboratorio"** e di confronto con **testimonianze del top management di primarie realtà aziendali**. Le ore di formazione in aula sono seguite da un percorso di **stage della durata di 4/6 mesi** con un parallelo percorso di tutoring.

Il processo di selezione offre la possibilità ai migliori **25 candidati** di **frequentare il percorso a titolo gratuito**.

LE CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA

Il **progetto "Palestra delle Professioni Digitali"** consente di arricchire e completare le competenze di base acquisite durante il corso di laurea verso specifiche professioni digitali con particolare focus su:

- **Digital Marketing**
- **Web Reputation Management**
- **Revenue Management e Web Revenue Management**

Al termine della formazione seguirà uno **stage presso un'azienda aderente al Progetto**.

MODALITÀ DI SELEZIONE DEI CANDIDATI

La selezione delle candidature sarà effettuata da un'apposita **commissione di valutazione**, composta dai partner progettuali e dalle aziende aderenti, che terrà conto dei seguenti pre-requisiti:

- Laureati provenienti da corsi di laurea nelle facoltà umanistiche stabilite dal MIUR (Filosofia, Lettere, Management dei Beni Culturali, Scienze della Comunicazione ...), Giurisprudenza e Scienze Politiche
- Voto di laurea > o uguale a 100/110
- Età < o uguale di 28 anni
- Inoccupato/ Disoccupato
- Esperienze di stage precedenti < 1 anno
- Conoscenza della lingua inglese: la padronanza della lingua inglese è un requisito fondamentale in quanto alcuni moduli formativi saranno svolti interamente in lingua; per questo motivo, verrà richiesta (a titolo preferenziale) la certificazione linguistica Toefl (o equivalente).
Si specifica che l'effettiva padronanza della lingua potrà essere verificata in sede di colloquio di selezione
- Disponibilità ad eventuali spostamenti durante il periodo di stage ed interesse allo svolgimento della professione in ambito digitale

IL PROGRAMMA FORMATIVO

Modulo 1 - 1 settimana

Hard & Soft Skills

- Overview sul mercato del lavoro e fondamenti di "metodo di lavoro"
- Overview tipologie contratti di lavoro e competenze richieste dalle aziende
- Gestione delle relazioni professionali: gerarchia, networking, rapporti di partnership
- Principi di Imprenditorialità: budget e reperimento risorse finanziarie
- Lavorare per progetti: pianificazione e controllo di progetti
- Effective communication/presentation e negoziazione
- Creatività, pensiero laterale e problem solving
- Teamwork e team leadership

Modulo 2 - 3 settimane

Digital Marketing

Introduzione al Marketing e nuovi trend

- Introduzione al Marketing / approccio al cliente
- La pubblicità digitale
- La Direzione Marketing: da tradizionale a digitale, competenze ed impatto organizzativo
- Le nuove frontiere del Web e della Comunicazione Digitale

Concetti chiave, strategie e strumenti

- Cos'è il marketing digitale
- La campagna pubblicitaria nel marketing digitale
- Online Advertising e Client acquisition
- Digital Marketing Analytics

Le strategie del marketing digitale

- Le strategie del marketing digitale e l'integrazione con i Social Network
- Relazioni con e-commerce
- Web site e web usability: costruire un sito web per massimizzare il successo commerciale

Modulo 3 - 1 settimana

Web reputation Management

- Branding, Corporate Reputation & Strategy
- Gestione della crisi in azienda
- Testimonianze di strategie vincenti di Web Reputation
- Lo sviluppo di strategie di Social Media: come individuare gli opinion leader della rete
- Misura e controllo della reputazione: impatto nello shareholder value
- Web Digital Recruiting

Modulo 4 - 1 settimana

Revenue Management e Web Revenue Management

- Cos'è il Revenue Management/Web Revenue Management e la vendita dei servizi via web
- Relazione tra Web Reputation/Revenue Management e overview sul mercato /clienti e politiche di prezzo
- La gestione degli analytics: la business intelligence per il settore turismo
- Ruolo di apps /portali di booking e di feedback, impatto dei Social Network
- Testimonianze aziendali e casi reali

LOGISTICA, DURATA E ORARI DELLE LEZIONI

Le lezioni si svolgeranno in **Vicolo Calusca - Corso di Porta Ticinese**. Lo spazio è offerto dall'Università Cattolica di Milano.

Il corso ha una durata complessiva di **6 settimane** con inizio il **14 Gennaio 2013**.

Gli orari delle lezioni sono: **lunedì-venerdì 9.30-17.30**, con pausa pranzo di 1 ora.

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

Le **candidature** dovranno essere inviate **tramite e-mail** (specificando in oggetto "palestra professioni digitali") all'indirizzo CCIGEM.it@accenture.com, allegando il CV e una lettera di motivazione (massimo 15 righe) **entro il 30.11.2012**.

Terminata la fase di analisi delle candidature saranno avviati i colloqui di selezione.

Quota di partecipazione: il progetto è interamente sponsorizzato e offerto dalle aziende partecipanti elencate di seguito. In ogni caso è richiesto ai partecipanti un **contributo simbolico del valore di 1 euro** a testimonianza del reale interesse e della motivazione alla partecipazione al programma formativo.

I PARTNER E LE AZIENDE ADERENTI

I Partner



L'Associazione Prospera, acronimo di PROgetto SPERAnza, è un'associazione senza fini di lucro nata a settembre 2009 con l'obiettivo di formare una classe dirigente basata sui valori dell'impegno responsabile, della trasparenza e dell'onestà intellettuale. Gli associati di Prospera sono manager, docenti universitari, imprenditori e professionisti provenienti da diverse realtà aziendali impegnati in prima persona e a titolo volontario per sostenere la speranza e le ambizioni delle nuove generazioni



Accenture è un'azienda globale di consulenza direzionale, servizi tecnologici e outsourcing. Skills to Succeed è il programma global di Corporate Citizenship con cui Accenture sostiene organizzazioni no profit per promuovere nel mondo progetti di education e formazione, strettamente finalizzati alla costruzione di professionalità e al successivo impiego



ACTL, associazione senza fini di lucro costituita a Milano nel 1986 e conta circa 1.000 soci. Gestisce Sportello Stage, servizio pubblico gratuito per l'incontro tra domanda e offerta di stage



La Fondazione Collegio delle Università Milanesi è un'istituzione promossa dalle sette università cittadine e sostenuta da importanti enti pubblici e privati. Si propone di sostenere e valorizzare i talenti degli studenti durante il periodo di vita accademica e completarne la formazione culturale e professionale con l'intento di contribuire alla preparazione dei futuri dirigenti per la gestione di imprese e istituzioni pubbliche e private.



ASSOLOMBARDA

Assolombarda è l'associazione delle imprese industriali e del terziario che operano nelle province di Milano, Lodi e Monza e Brianza. Conta circa 5.500 imprese associate per un totale di oltre 300.000 dipendenti sul territorio di competenza.



Progetto Speciale Confindustria per Expo, lanciato da Confindustria nel 2008 perché la comunità imprenditoriale colga l'occasione di Expo 2015 per lo sviluppo delle imprese



FEDERTURISMO CONFINDUSTRIA

Federturismo Confindustria è la Federazione Nazionale dell'Industria dei Viaggi e del Turismo del Sistema Confindustria. Conta 84 soci, rappresentativi della filiera produttiva dell'industria del turismo.

Le Principali Aziende che hanno aderito al progetto

