



2° MASTER
MANAGEMENT DELLE
ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

Marketing, Comunicazione, CSR, Fundraising e finanza sostenibile

ROMA, DAL 19 NOVEMBRE 2015

MASTER PART TIME

con stage per gli under 30

*6 mesi di formazione:
in aula il giovedì, venerdì
e sabato non consecutivi
(42 giornate) con sessioni
in distance learning*

I PARTNER DEL MASTER:



CON IL PATROCINIO DI:



NOTA: Loghi, programma e qualifiche sono aggiornate a ottobre 2015.
Eventuali aggiornamenti sono disponibili nella versione digitale della brochure.

INDICE

- 4 Le caratteristiche del Master
- 6 Il percorso formativo
- 7 Il programma
- 10 Study Tour a Ginevra
- 11 Laboratori e sessioni operative
- 11 Stage
- 12 Faculty
- 14 Informazioni



LE CARATTERISTICHE DEL MASTER

OBIETTIVI

Obiettivo del Master è di formare professionisti esperti del terzo settore con un approccio fortemente operativo e pragmatico.

Il Master consente agli iscritti di:

- ▲ completare il livello di preparazione attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche nell'ambito del terzo settore, associazionismo, cooperazione, volontariato, fondazioni e onlus;
- ▲ valorizzare, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, le capacità individuali e all'interno del gruppo
- ▲ assicurare una costante relazione con la business community, in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti da imprese sociali, organizzazioni del terzo settore e organi e del sistema ONU.

Ampio spazio verrà dedicato ai temi più innovativi, quali l'impatto del digitale sulle strategie di marketing, comunicazione e fundraising delle aziende del settore, agli strumenti innovativi di finanziamento nonché alle relazioni e ai crescenti punti di contatto tra non profit, imprese private e P.A.

Questo Master intende favorire lo sviluppo di profili destinati a ricoprire ruoli strategici nella pianificazione e gestione di progetti internazionali, che potranno operare presso:

- ▲ società di consulenza
- ▲ aziende multinazionali
- ▲ organizzazioni non governative
- ▲ organismi internazionali
- ▲ enti di cooperazione italiani ed europei

DESTINATARI

- ▲ Operatori, manager e collaboratori di enti ed istituzioni non profit, società cooperative, ONG e Onlus
- ▲ organizzazioni di volontariato,
- ▲ organizzazioni non governative,
- ▲ associazioni sportive, dilettantistiche e associazioni di promozione sociale;
- ▲ consulenti aziendali
- ▲ manager o collaboratori di aziende private che si relazionano con il terzo settore
- ▲ manager e operatori di enti o istituzioni operanti nel settore della finanza etica
- ▲ giovani laureati interessati ad acquisire competenze specialistiche e manageriali per inserirsi nel settore no profit

DURATA E STRUTTURA

Il percorso ha una durata complessiva di 6 mesi e prevede una frequenza di 42 giornate di lezioni in aula distribuite in sei giornate al mese (giovedì, venerdì e sabato, due volte al mese) con inizio a Roma il 19 novembre 2015 per un totale di:

- ▲ 273 ore di lezioni frontali in aula
- ▲ 135 ore di formazione e project work online
- ▲ 4 mesi di stage per i partecipanti under 30

Tra una sessione d'aula e la successiva, sono previste sessioni di distance learning.

STAGE, PLACEMENT E CONTATTI CON IL MONDO DEL LAVORO

A tutti i partecipanti di età inferiore ai 30 anni verrà offerta l'opportunità di effettuare un periodo di stage di quattro mesi. In particolare, al termine del percorso formativo d'aula gli **sbocchi professionali primari saranno onlus, fondazioni, organizzazioni non governative, enti di cooperazione, istituzioni del terzo settore, start up sociali.**

Grazie al network di contatti del Sole 24 ORE, tutti i partecipanti avranno comunque l'opportunità di essere segnalati ad aziende, studi e strutture del settore al fine di valutare nuove opportunità professionali.

CORPO DOCENTE

La docenza è affidata a **consulenti, manager e professionisti**, operatori del settore e docenti universitari che, con una collaudata metodologia didattica, assicurano un approccio efficace ed un apprendimento completo della materia.

Sono i professionisti che collaborano da anni alle numerose attività editoriali del Sole 24 ORE (pubblicazioni, libri, attività multimediali) nonché esperti formatori di 24 ORE Business School ed Eventi.

METODOLOGIA DIDATTICA

AULA + ON LINE

Il percorso si caratterizza per una metodologia didattica **molto pragmatica e operativa**, con la presenza di laboratori e sessioni operative quotidiane, coordinate dagli Esperti del Sole 24 ORE. In ogni modulo sono previste testimonianze dirette di protagonisti illustri del settore, che portano in aula la concretezza di esempi reali.

La didattica sarà svolta in **modalità blended** (aula + online), attraverso l'utilizzo di una piattaforma di e-learning per la formazione a distanza.

Il costante sostegno all'apprendimento è garantito dalla costante presenza di un tutor in aula e on line dedicato.

PIATTAFORMA VIRTUALE E FORMAZIONE ON LINE

A supporto dell'attività didattica è previsto l'utilizzo di un **ambiente web dedicato al Master**, attraverso il quale, in modalità a distanza e accedendo tramite password personalizzate, i partecipanti potranno consultare documenti, dispense, corsi multimediali e interagire con la struttura organizzativa del Master.

Tra una sessione d'aula e l'altra sono previste numerose attività di **collaborative learning**: project work coordinati dai docenti, esercitazioni, messaggistica, glossari, forum moderati dai docenti e dal tutor. E' possibile lavorare in team virtuali con chat e videoconferenze.

A complemento della formazione in aula ai partecipanti saranno resi disponibili sulla piattaforma virtuale **corsi multimediali interattivi** (della durata media di circa 3 ore) tratti dal catalogo di e-learning del Sole 24 ORE Formazione: ogni unità didattica include video-lezioni interattive, slide sincronizzate e presentazioni di casi operativi.

MATERIALE DIDATTICO

I partecipanti avranno la possibilità di beneficiare di un patrimonio informativo unico costituito da molteplici strumenti di aggiornamento e di approfondimento delle tematiche oggetto del Master:

- ▲ corsi e-learning del Sole 24 ORE su temi di economia, marketing, comunicazione, e gestione d'impresa
- ▲ testi e e-book editi dal Sole 24 ORE;
- ▲ dispense strutturate ad hoc dai docenti con l'obiettivo di sintetizzare gli argomenti sviluppati in aula;
- ▲ abbonamento gratuito per tutta la durata del Master al **quotidiano digitale Il Sole 24 ORE**
- ▲ accesso alle banche dati del Sole 24 ORE presso le aule della Business School, accesso alla biblioteca fornita di tutte le ultime pubblicazioni del Sole 24 ORE.

SUPPORTI INFORMATICI E WI-FI

Nell'aula del Master e nelle aule di studio è presente il collegamento a Internet ed è inoltre possibile consultare le banche dati online del Sole 24 ORE. Nella Sede è attiva anche la connessione wireless.

DIPLOMA DI PARTECIPAZIONE AL MASTER MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

Al termine del percorso verrà consegnato il Diploma del Master a ciascun partecipante che abbia frequentato almeno l'80% delle lezioni e superato gli esami previsti.



IL PERCORSO FORMATIVO

I MODULI DI STUDIO

- ▲ Il ruolo del non profit nell'attuale scenario economico
- ▲ La gestione economica, la rendicontazione e nuovi strumenti di finanziamento per il settore non profit
- ▲ Marketing, Comunicazione, People raising e Fundraising
- ▲ CSR e Corporate Engagement: scenario attuale e prospettive nel rapporto profit-non profit
- ▲ Project management e gestione dei progetti
- ▲ Non profit e imprenditorialità: social innovation e start up sociali

I LABORATORI E LE SESSIONI OPERATIVE

- ▲ Laboratorio manageriale
- ▲ Laboratorio cross cultural management
- ▲ Incontri con gli esperti del settore
- ▲ Business English – corso on line

STAGE E PLACEMENT

Completato il percorso formativo in aula e superate le verifiche periodiche, i partecipanti di **età inferiori ai 30 anni** inizieranno uno stage della durata di 4 mesi presso primarie aziende nazionali e internazionali, studi di design e architettura e società di consulenza, che permetterà di verificare sul campo le competenze acquisite.

Grazie al network di contatti del Sole 24 ORE, tutti i partecipanti avranno comunque l'opportunità di essere segnalati ad aziende, studi e strutture del settore al fine di valutare nuove opportunità professionali.

SCHEMA CALENDARIO DELLE LEZIONI DA NOVEMBRE 2015 A MAGGIO 2016

Giovedì, Venerdì e Sabato due volte al mese

NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	MAGGIO
19-20-21	3-4-5 17-18-19	7-8-9 21-22-23 28-29-30	4-5-6 18-19-20	3-4-5 17-18-19	1-2-3 15-16-17	3-4-5	12-13-14 26-27-28

Study Tour a Ginevra

IL PROGRAMMA

Formazione on line propedeutica alle lezioni in aula:

- ▲ Elementi di economia e organizzazione aziendale
- ▲ Modelli organizzativi d'impresa e responsabilità del management
- ▲ Leggere e interpretare le informazioni economico-finanziarie
- ▲ Il business plan e il lancio di nuovi progetti

1° MODULO

IL RUOLO DEL NON PROFIT NELLA SITUAZIONE ECONOMICA ATTUALE

Il settore non profit in Italia e all'estero: aspetti giuridici, organizzazione e nuovo scenario di riferimento

- ▲ Inquadramento del settore: numeri e tipologie di attori coinvolti
- ▲ Le forme del non profit in Italia: associazionismo, cooperazione, volontariato, fondazioni ed ONLUS, imprese sociali, società cooperative
- ▲ Organismi europei ed internazionali
- ▲ Il peso del terzo settore sull'economia nazionale: un raffronto tra l'Italia e i principali paesi europei
- ▲ Trend, andamento e prospettive future per il Terzo Settore: lo scenario di riferimento per gli attori
- ▲ Enti non profit e social business: le relazioni vincenti tra profit e non profit

2° MODULO

LA GESTIONE ECONOMICA, LA RENDICONTAZIONE E NUOVI STRUMENTI DI FINANZIAMENTO PER IL TERZO SETTORE

Formazione on line propedeutica alle lezioni in aula:

- ▲ Capire la contabilità, il bilancio e la finanza d'impresa
- ▲ Guida al bilancio e alla lettura dei dati economico-finanziari
- ▲ Guida alla redazione del budget

Rendicontazione e nuovi strumenti di finanziamento per il terzo settore

- ▲ Rendicontazione sociale e bilancio degli enti non profit: il valore della trasparenza
- ▲ Il bilancio sociale e di missione: dal valore economico al valore sociale
- ▲ Aspetti fiscali e di rendicontazione degli enti no profit: modelli e linee guida
- ▲ Rendicontazione sui fondi al 5 per mille
- ▲ Il Reporting integrato
- ▲ Attività di missione e attività commerciali: aspetti fiscali e normativi
- ▲ Le operazioni fra profit e no profit: aspetti fiscali e amministrativi
- ▲ Il controllo dei costi
- ▲ Le donazioni : scenario della filantropia in Italia e criteri di scelta dei progetti da finanziare

- ▲ I nuovi strumenti di finanziamento per il Terzo settore: finanza etica, prestito sociale, crowdfunding e social bond
- ▲ La progettazione di bandi: criteri e metodi per accedere ai finanziamenti
- ▲ Il microcredito: opportunità di funding o nuovo business per il non profit?

3° MODULO

MARKETING, COMUNICAZIONE, PEOPLE RAISING E FUNDRAISING

Formazione on line propedeutica alle lezioni frontali in aula:

- ▲ Analisi e strategie di marketing
- ▲ Guida agli strumenti e ai nuovi modelli di marketing
- ▲ Progettare la comunicazione integrata d'impresa
- ▲ Costruire e valorizzare brand di successo
- ▲ Definire il posizionamento e il piano di marketing
- ▲ Costruire il budget e il conto economico di marketing
- ▲ Comunicare nel non profit: strategie e fundraising
- ▲ Organizzare le media relations e l'ufficio stampa

Strategie e strumenti di marketing sociale

- ▲ Differenze tra marketing profit e non profit
- ▲ Le strategie di marketing sociale: orientamento all'utente e orientamento al servizio
- ▲ Tecniche di analisi e segmentazione del mercato e strategie di posizionamento
- ▲ Il Marketing mix e il piano di marketing per i prodotti/servizi non profit
- ▲ Il controllo della redditività sociale: analisi dei ritorni delle campagne di marketing

Comunicazione e rendicontazione sociale ed integrata

- ▲ Pianificare una strategia di Comunicazione sociale
- ▲ Metodologie e strumenti tradizionali di comunicazione e promozione degli enti non profit: la gestione dell'Ufficio Stampa, l'organizzazione di eventi; le promozioni e sponsorizzazioni sociali; la comunicazione pubblicitaria

Il fundraising

- ▲ I principi del fundraising e analisi dei dati sulle donazioni in Italia
- ▲ Le tecniche del fundraising: direct mail, email, telemarketing, sms, face to face
- ▲ Il people raising

- ▲ La raccolta fondi attraverso il web e i social network
- ▲ Il Crowdfunding & il Personal
- ▲ Fundraising; le nuove frontiere dell'online fundraising
- ▲ Il corporate fundraising: dalla donazione alla partecipazione dei dipendenti
- ▲ Lasciti e testamenti, donazioni, sponsorizzazioni e pubblicità
- ▲ La raccolta fondi per le Pubbliche Amministrazioni
- ▲ Il fundraising per: sanità, politica, cultura, ambiente, scuole, cooperative

Marketing sociale e innovazione: le opportunità offerte dal web e dai nuovi media digitali per le politiche di comunicazione degli enti non profit

- ▲ Le nuove opportunità di comunicazione con i donatori attraverso internet: e-mailing, newsletter, blog, mailing list, e-book
- ▲ Come realizzare gli strumenti di comunicazione digitali per il sito web
- ▲ La pianificazione di una campagna di comunicazione con il sito web e internet
- ▲ Come pianificare una campagna di raccolta fondi on-line
- ▲ Gli strumenti web per la raccolta fondi

4° MODULO CSR E CORPORATE ENAGAGEMENT

CSR e Corporate Governance

- ▲ I nuovi modelli di responsabilità sociale: la sostenibilità come fattore chiave di sviluppo per le imprese
- ▲ Contesto, definizioni e policy di responsabilità d'impresa
- ▲ Il contesto internazionale ed europeo
- ▲ La policy di responsabilità d'impresa
- ▲ Introduzione alla costruzione dei rapporti di sostenibilità

La strategia del management

- ▲ La sostenibilità e la gestione dell'impatto ambientale
- ▲ La sicurezza: analisi dei rischi, sistemi di certificazione, sistemi di gestione
- ▲ La sostenibilità sociale ed etica
- ▲ Esempi di progetti di partnership profit- non profit per la comunità: il contributo all'educazione, alla cultura, al sociale (mostre, musei d'impresa, rapporti con le scuole, rapporti con le comunità ed i territori...)

La comunicazione corporate

- ▲ La comunicazione della responsabilità d'impresa: ruolo delle imprese, del non profit e della PA per la sostenibilità
- ▲ Il marketing responsabile

ESERCITAZIONE: Analisi e valutazione di bilanci di sostenibilità economica, sociale e ambientale

Social Innovation

- ▲ Social innovation: il know how dell'impresa a servizio del sociale
- ▲ Start up sociali: esame di alcuni casi di successo

5° MODULO PROJECT MANAGEMENT E GESTIONE DEI PROGETTI

Formazione on line propedeutica alle lezioni frontali in aula:

- ▲ Fondamenti di project management
- ▲ La gestione del team di progetto

Basic di Project Management

- ▲ La Gestione per Progetti nelle Organizzazioni
- ▲ Gli standard internazionali di project management
- ▲ La pianificazione e la programmazione del progetto
- ▲ Analisi e valutazione di requisiti e obiettivi di un progetto

- ▲ Strumenti per la pianificazione delle risorse: definizione dei compiti e responsabilità
- ▲ La pianificazione dei costi
- ▲ La creazione del Project Management Plan
- ▲ Gli strumenti di controllo dello stato di avanzamento di un progetto: Time e Cost Control
- ▲ L'analisi degli scostamenti per ricavare previsioni sull'andamento del progetto
- ▲ Il Reporting per il controllo

Progettazione per i principali organismi internazionali

- ▲ Criteri generali e procedure operative
- ▲ Il sistema UN: UNDP e il polo romano dell'ONU (WFP, IFAD e FAO)

L'accesso, la gestione e la valutazione di progetti

- ▲ Bandi e gare
- ▲ La ricerca dei partner e la gestione di rapporti di collaborazione
- ▲ Elementi di diritto e contrattualistica internazionale

Valutazione finanziaria dei progetti

- ▲ Logiche e strumenti per la valutazione dei progetti
- ▲ La valutazione finanziaria: il sistema integrato dei conti per l'analisi finanziaria
- ▲ Calcolo del rendimento di un progetto
- ▲ Selezione del piano di investimenti
- ▲ Analisi del profilo strategico dell'investimento

6° MODULO NON PROFIT E IMPRENDITORIALITA'

- ▲ Le modalità per strutturare una nuova realtà non profit finalizzata a generare valore sociale
- ▲ Start up e finanziamento dei progetti: normative, project financing, fondazioni di erogazione, crowdfunding

Ad integrazione delle lezioni in aula il modulo include i seguenti corsi on line:

- ▲ Diventare imprenditore
- ▲ Diventare consulente

STUDY TOUR A GINEVRA

STUDY TOUR A GINEVRA

3, 4 e 5 maggio*

Il collegamento internazionale di Ginevra è di lunga tradizione: 25 organizzazioni internazionali, 157 rappresentanze di stati stranieri, 700 sedi di organizzazioni non governative e oltre 35.000 diplomatici e funzionari internazionali hanno scelto di collocare qui la propria sede.

L'**Ufficio delle Nazioni Unite a Ginevra** (UNOG) è, dopo il quartier generale delle Nazioni Unite di New York, il più ampio ed importante centro operativo internazionale con 1.600 persone alle sue dipendenze. Accanto alle istituzioni si è creato un mondo molto articolato di organizzazioni non governative rappresentato da circa 250 enti di respiro europeo o globale, presenti con un proprio ufficio.

Grazie ad un confronto con gli esperti, i funzionari delle massime istituzioni e organizzazioni i partecipanti allo Study Tour avranno l'opportunità di partecipare a appuntamenti ed incontri mirati e prendere parte ad alcune sessioni

aperte al pubblico organizzate presso il palazzo delle Nazioni Unite.

Organizzazioni collegate all'ONU come l'**Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)**, l'**Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO/OMS)** e l'**UNHCR** - l'agenzia delle Nazioni Unite per i rifugiati così come la sede principale della **Croce Rossa** e il suo museo sono alcune delle istituzioni individuate per i nostri workshop.

*Opzionale a pagamento



LABORATORI E SESSIONI OPERATIVE

Accanto alle lezioni frontali e alle esercitazioni quotidiane, il Master include numerosi laboratori e sessioni operative, che saranno svolte sia in aula che on line e daranno ai partecipanti l'opportunità unica di "vivere" le reali dinamiche aziendali, nonché di confrontarsi con prestigiosi manager di questo settore

LABORATORIO MANAGERIALE

Per completare il percorso di formazione il laboratorio offre giornate finalizzate a rafforzare e sviluppare le competenze manageriali oggi fondamentali, accanto alle competenze tecniche, per operare con successo all'interno delle organizzazioni: flessibilità,

tempestività nelle decisioni, capacità analitiche, capacità di **problem solving** e di **lavorare in team**, abilità nel parlare in pubblico, gestione della **leadership** e valutazione delle persone.

LABORATORIO CROSS CULTURAL MANAGEMENT

Con l'avanzare del processo di internazionalizzazione dei paesi globalizzati, la diversità tra le risorse umane di un'azienda sta diventando un fattore da prendere sempre più in seria considerazione.

Il laboratorio si propone quindi di fare acquisire all'aula le conoscenze relative all'analisi delle variabili culturali, oltre che economiche

e sociali che impattano sul comportamento organizzativo e individuale. Così come sviluppare le capacità necessarie alla comprensione delle problematiche di **interazione fra culture diverse all'interno di un'organizzazione** o tra organizzazioni di diversa nazionalità.

INCONTRI CON GLI ESPERTI DEL SETTORE

Nel corso del master sono previsti alcuni incontri moderati dai giornalisti del Sole 24 ORE con la presenza di istituzioni governative internazionali, organizzazioni non governative, enti di cooperazione internazionale e esperti del terzo settore.

STAGE

Per gli studenti under 30 è prevista la possibilità di effettuare uno stage, subordinato al superamento delle verifiche previste durante il Master.

ALCUNE DELLE STRUTTURE CHE HANNO OSPITATO IN STAGE E INSERITO AL PROPRIO INTERNO I PARTECIPANTI AI MASTER DEL SOLE 24 ORE E ALLA PRECEDENTE EDIZIONE

- > ABIO
- > ACTION AID
- > AMBASCIATA AMERICANA
- > AIRC
- > AMNESTY INTERNATIONAL
- > AMREF
- > APPCO GROUP ITALIA
- > CARITAS
- > CHANGE.ORG
- > CESVI
- > CONSILIUM PRO FAMILIA
- > DYNAMO CAMP
- > EMMA FOR PEACE
- > ENEL FONDAZIONE CUORE
- > EQUOEVENTO
- > ESCLAMATIVO DONNA
- > GREENPEACE
- > FONDAZIONE PATRIZIO PAOLETTI
- > FONDAZIONE UMBERTO VERONESI
- > LEGA AMBIENTE
- > MODAVI
- > MOVIMENTO AFRICA
- > PETER PAN ONLUS
- > SAVE THE CHILDREN
- > SPORT SENZA FRONTIERE
- > SUDGEST AID
- > TELEFONO AZZURRO
- > TELETHON
- > UNICEF
- > UNRIC
- > WWF

FACULTY

COMITATO SCIENTIFICO

Rosanna D'Antona

Presidente
Europa Donna Italia
Havas PR Milan

Vichi De Marchi

Portavoce per l'Italia
World Food Programme

Giangi Milesi

Presidente
Cesvi

Emilia Romano

Direttore Area Risorse
e Sviluppo organizzativo
Save the Children

Paolo Veronesi

Presidente
Fondazione Veronesi

COORDINATORE SCIENTIFICO

Gianluca Sgueo

Post-doc "Democracy and Globalization"
Center for Social Studies
Associate Laboratory University
of Coimbra

DOCENTI

Emma Amiconi

Direttore
Fondaca

Domenico Antonelli

Partner
Fondaca

Marco Bani

Digital & social innovation strategist
for the public sector

Francesca Battistoni

Co-founder e AD
Social Seed srl

Maria Teresa Belucci

Psicologa e Psicoterapeuta
Presidente Nazionale
Modavi Onlus

Eugenio Bernardi

Vice presidente e responsabile
comunicazione
Fondazione ABIO

Alessandro Betti

Direttore Raccolta Fondi
Telethon

Selene Biffi

Founder and Executive Director
SPILLOVER e PLAIN INK

Renato Bonanni

Manager
Multiolistica

Lorenzo Brufani

General Manger
Coompetence Communication

Franco Carcassi

Consulente Marketing,
Comunicazione e Vendite

Emanuela Corallo

Head of Corporate Department
Save the Children

Tiziana Ciracò

Direttore Amministrativo
Telethon

Luca Costa Sanseverino

International project manager
F3 Business Advisory Service

Daniele Eleodori

Direttore Risorse Umane e Organizzazione
Telethon

Paolo Ferrara

Responsabile Comunicazione
e Raccolta Fondi
Terre des Hommes Italia

Daniela Fiorentino

Corporate Partnerships
Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus

Raffaele Forlini

Consulente direzionale
Business Partner

Elisa Greco

Esperta di Comunicazione
e relazioni istituzionali
Consiglio direttivo Nazionale FERPI

Marco Guadagnino

International Programme
Communication Manger
Save the Children Italia

Enzo Maria Le Fevre Cervini

Direttore per la Ricerca e la Cooperazione
Internazionale
Budapest Centre for the International
Prevention of Genocide and Mass
Atrocities

Chiara Magni

Head of Communication Department
Cesvi

Rita Palumbo

Amministratore Unico
WIP Consulting

Giancarla Pancione

Individual Donors & High Value
Donors Head of Department
Save the Children

Roberto Race

Segretario Generale
Competere

Ferdinando Ricci

Progetti Speciali
Fondazione Umberto Veronesi

Azzurra Rinaldi

Professore Aggregato
di Economia Politica
Università Unitelma – Sapienza

Carlo Ruspantini

Direttore
Coopsvil – Cooperazione e Sviluppo

Simone Sgueo

HR Manager
Save the Children Italia

Laura Strazzullo

Manager
Multiolistica

Elisabetta Trenta

Programme Manager
Sudgest Aid

Roberto Vignola

Head of Fundraising Department
Cesvi

Maurizio Zandri

Direttore Generale
Sudgest Aid

TESTIMONI

Paolo Beccegato

Direttore Generale
Caritas Italiana

Sara Callegari

Monitoring, evaluation and gender
equality advisor
UNESCO Paris

Massimiliano Casciana

Human Resources Officer
FAO

Francesco Colicci

Co-founder
Equoevento Onlus

Francesca De Feo

Country Manager
Appco Group Italia

Zeno Filippi

Responsabile Risorse Umane
Amnesty International

Luca Francescangeli

Communication Director
Change.org

Fabio Graziosi

Information Officer
UNRIC

Fabrizio Iaccarino

Responsabile Associazioni e
Stakeholders
Enel

Fabrizio Lobasso

Ambassador of Italy in Sudan
Maeci

Marcella Loggi

Direttore Generale
Fondazione Telecom Italia

Anna Lisa Nicelli

Direttore Affari Istituzionali
e Responsabilità Sociale
Glaxo Smith Kline

Sandro Palmieri

Direttore
Sport Senza Frontiere Onlus

David Florentin Paqui

Regional Communication Officer
for East and Southern Africa
and for West and Central Africa
IFAD

Mauro Randone

Esperto in Progetti di Cooperazione
internazionale

Paolo Strona

Volontario di cooperazione e sviluppo

Alessandro Tappa

Presidente
Sport Senza Frontiere Onlus

Roberta Zaccagnini

Dipartimento Programmi e Campagne
Responsabile Ufficio Attivismo
Amnesty International

**LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA
DEL MASTER**

Antonella Rossi

Direttore Il Sole 24 ORE
Formazione ed Eventi

Rossella Calabrese

Responsabile formazione Roma

Marta Stabilini

Coordinamento didattico Master

Adelaide Boffa

Responsabile marketing

Antonio Proietti

Product manager

Il Master prevede la presenza
di un Tutor d'aula

Segreteria organizzativa
a cura di



INFORMAZIONI

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **6 mesi** con inizio il **19 novembre 2015**.

Orari delle lezioni:

- ▲ dal giovedì al sabato dalle 9.15 alle 17.15

nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

SEDE DEL MASTER

Business School del Sole 24 ORE
Piazza dell'Indipendenza 23 b/c
00185 Roma
Tel. 06 (02) 3022. 6372
Fax 06(02) 3022. 6280
business.school@ilsole24ore.com

COORDINAMENTO DIDATTICO E ORIENTAMENTO

Il coordinamento didattico del Master è affidato alla dott.ssa

Marta Stabilini

Tel. 06 3022 6507

marta.stabilini@ilsole24ore.com

MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi e/o le esperienze lavorative, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati.

Il **processo di selezione** si articola in 2 fasi:

- ▲ screening e analisi della domanda di ammissione e del CV;
- ▲ colloquio motivazionale.

Per iniziare il processo di selezione è necessario compilare la domanda di ammissione on line sul sito della Business School, nella sezione dedicata al Master, allegando il curriculum vitae, il certificato di laurea e una fototessera.

Si terrà conto della data di invio della domanda di ammissione per la convocazione alle diverse sessioni di selezione.

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili sul sito:

www.bs.ilsole24ore.com

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione al Master + Study Tour a Ginevra è:

€ 7.300 EURO + IVA - **LZ7801**

La quota comprende sempre tutto il materiale didattico on e off-line e l'utilizzo della piattaforma e-learning.

La quota per il Master è:

€ 5.900 EURO + IVA - **LA7801**

Study tour a Ginevra:

€ 1.500 EURO + IVA - **LA7802**

Rateizzabile in tre soluzioni:

- ▲ la prima quota al momento dell'iscrizione
- ▲ la seconda entro il 15 febbraio 2016
- ▲ la terza entro il 25 marzo 2016

BORSE DI STUDIO

Per la partecipazione al Master sono disponibili borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione.

Per candidarsi alle **borse di studio** è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione on line, allegando i documenti richiesti entro il **18 settembre 2015**.

Si segnala, inoltre, che alcune Regioni o enti territoriali bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-universitari. La Business School del Sole 24 ORE è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio. Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. I dettagli sono disponibili sul sito della Business School.



MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

▲ **Bonifico bancario**, indicando le sigle: **LZ7801, LA7801, LA7802** da effettuarsi a favore de Il Sole 24 ORE S.p.A.
Coordinate bancarie:
Banca Popolare di Lodi
Piazza Mercanti, 5 - 20123 Milano
IBAN IT 44 L 05034 01633
000000167477

Sconto del 5% per i candidati che finalizzano l'iscrizione entro il **31 luglio 2015**.

AGEVOLAZIONI PER LE AZIENDE

Per le iscrizioni di più persone della stessa azienda:

- ▲ 2 iscrizioni sconto 10% sulla quota
- ▲ 3 iscrizioni sconto 15% sulla quota

FORMAZIONE FINANZIATA PER LE AZIENDE

24 ORE Business School ed Eventi è certificato UNI EN ISO 9001:2008 e quindi è abilitato ad attuare i piani finanziati dai Fondi Interprofessionali ed è Ente accreditato Fondoprofessioni nell'erogazione dei corsi di formazione interaziendale.

Ogni azienda ha la disponibilità di ottenere finanziamenti accedendo al Fondo a cui è iscritta. Si consiglia di rivolgersi alla propria Direzione del Personale per verificare questa opportunità.

 **arcadia**, partner del Sole 24 ORE Business School, è a disposizione dei partecipanti per individuare e gestire le richieste di finanziamento.

Per ulteriori informazioni: 02.5660.1887 - e-mail: info@formazione.ilssole24ore.com



LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE.



24ORE Business School ed Eventi ha sviluppato un'offerta formativa sempre più innovativa e differenziata volta a soddisfare, da un lato, le esigenze di formazione di giovani neo laureati o con brevi esperienze di lavoro, e, dall'altro, le necessità di aggiornamento di manager e professionisti di imprese pubbliche e private.

La completezza dell'offerta trova una continua fonte di **innovazione e di aggiornamento** nel quotidiano, nelle riviste specializzate, nei libri e nei prodotti editoriali multimediali. La scelta dei temi attinge dal confronto con esperti e giornalisti, dal dialogo continuo con gli oltre 6000 manager che ogni anno frequentano le aule di 24 ORE Business School ed Eventi a Milano e a Roma.

Un'offerta formativa di valore sui temi di attualità, economia, finanza e management e focalizzata sulle diverse esigenze formative di giovani manager e professionisti.

Il sistema di **prodotti**:

- Annual ed Eventi
 - Conferenze annuali presso la sede del Sole 24 ORE
 - Eventi speciali
 - Roadshow sul territorio
- Master di Specializzazione in formula weekend
- Executive Master
- MBA
- Corsi e Convegni
- E-learning
- Formazione in house personalizzate
- Formazione professionisti
- Corsi serali di lingue

MASTER CON DIPLOMA

▲ **Master post laurea full time** che prevedono un periodo di stage e sono indirizzati a quanti intendono inserirsi nel mondo del lavoro con un elevato livello di qualificazione e competenza, requisiti oggi indispensabili sia per i giovani laureati sia per i neo inseriti in azienda.

▲ **MBA e Executive Master** strutturati in formula blended, con sessioni in distance learning alternate a sessioni in aula, per manager e imprenditori che vogliono conciliare carriera e formazione. In particolare l'MBA, realizzato in collaborazione con Altis - Università Cattolica, è un percorso di alta specializzazione sui temi dell'innovazione, internazionalizzazione e imprenditorialità.

▲ **Education Online**, Master interamente online per conseguire il Diploma della Business School del Sole 24 ORE. 90% di lezioni a distanza con esami in presenza per l'ottenimento del Diploma.

INOLTRE

▲ **Formazione Professionisti**, percorsi itineranti accreditati dagli Ordini Professionali in materia fiscale, lavoro e legale su tutto il territorio nazionale.

▲ **English Programs**: percorsi erogati interamente in lingua inglese che si caratterizzano per la faculty internazionale e la multiculturalità dei partecipanti.

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi

Milano, via Monte Rosa, 91

Roma, piazza dell'Indipendenza, 23 b/c

Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008

www.bs.ilsole24ore.com

www.eventi.ilsole24ore.com

seguici su:

