



3° MASTER

MANAGEMENT DEL NO PROFIT 3.0: INNOVAZIONE SOCIALE E TRASFORMAZIONE DIGITALE

Dalla riforma del terzo settore all'innovazione digitale e tecnologica per lo sviluppo delle aziende no profit

ROMA, DAL 17 NOVEMBRE 2016

3 Moduli acquistabili separatamente

MASTER PART TIME

8 mesi di formazione:
in aula giovedì, venerdì
e sabato non consecutivi
(27 giornate)
con sessioni
in distance learning

I PARTNER:



MEDIA PARTNER:



CON IL PATROCINIO DI:



INDICE

- 4 Le caratteristiche del Master
- 6 Il percorso formativo
- 7 Il programma
- 10 Sessioni operative
- 11 Faculty
- 13 Le Testimonianze dei partecipanti
- 14 Informazioni



NOTA: Loghi, programma e qualifi che sono aggiornate a luglio 2016.
Eventuali aggiornamenti sono disponibili nella versione digitale della brochure.

LE CARATTERISTICHE DEL MASTER

OBIETTIVI

Il Master rappresenta un percorso attento alla trasformazione del settore no profit, capace di cogliere le sfide in atto a livello nazionale e internazionale e in grado di offrire un percorso teorico – pratico di alto livello.

In aula si alterneranno i leader del no profit e gli imprenditori sociali più innovativi, così come la voce della finanza a impatto sociale e gli esperti di tecnologia applicata al no profit.

Un fil rouge che unisce tutti i moduli formativi è **l'innovazione**, declinata attraverso varie chiavi e contenuti e connessa ai trend di sviluppo del settore.

Il Master ha l'obiettivo di fornire gli strumenti per:

- ▲ Disegnare le nuove strategie per il no profit, dalla trasformazione digitale all'impact investing come driver di cambiamento
- ▲ Introdurre nuovi modelli organizzativi e nuove competenze
- ▲ Consentire attraverso l'innovazione tecnologica di attivare nuovi modelli di intervento, nuovi strumenti di organizzazione, comunicazione e fundraising
- ▲ Stimolare l'innovazione sociale come driver di cambiamento e di autoimprenditorialità sociale
- ▲ Imparare a progettare in modo innovativo e volto alla creazione di interventi sostenibili

Il Master consente ai partecipanti di:

- ▲ Completare il livello di preparazione attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche e la concreta sperimentazione delle competenze apprese, grazie al costante alternarsi di lezioni frontali, workshop, confronto con casi concreti portati dalle organizzazioni
- ▲ Valorizzare, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, le capacità individuali e all'interno del gruppo
- ▲ Incontrare e conoscere l'esperienza professionale di imprenditori illuminati che hanno incorporato il lato social nella loro impresa

DESTINATARI

- ▲ Operatori, manager e collaboratori di enti ed istituzioni no profit, società cooperative e ONG
- ▲ Aspiranti imprenditori sociali
- ▲ Organizzazioni di volontariato
- ▲ 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

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.

DURATA E STRUTTURA

Il master prevede una frequenza di 27 giornate d'aula (giovedì, venerdì e sabato) con inizio a Roma il 17 novembre 2016 fino al 10 giugno 2017.

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

Complessivamente sono previste:
 - 198 ore di lezioni frontali in aula
 - 135 ore di formazione e project work online

METODOLOGIA DIDATTICA AULA + ON LINE

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

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 attiva anche la connessione wireless.

DIPLOMA DI PARTECIPAZIONE AL MASTER

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

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.

È 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.

IL PERCORSO FORMATIVO

I MODULI DI STUDIO

1° Modulo

- Management, innovazione sociale e tecnologica, start up sociali

2° Modulo

- Marketing, Comunicazione e Fundraising

3° Modulo

- Project management e progettazione nazionale e comunitaria

LE SESSIONI OPERATIVE

- LABORATORIO DI PROJECT MANAGEMENT
- INCONTRI CON GLI ESPERTI DEL SETTORE
- LABORATORIO DI START UP: DALL'IDEA AL PROGETTO DI IMPRESA SOCIALE

SCHEMA CALENDARIO DELLE LEZIONI DA NOVEMBRE 2016 A GIUGNO 2017

Giovedì, Venerdì e Sabato intera giornata

Novembre	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
17-18-19	15-16-17	12-13-14	9-10-11	9-10-11	6-7-8	11-12-13 25-26-27	8-9-10
1° MODULO			2° MODULO			3° MODULO	

IL PROGRAMMA

1° MODULO MANAGEMENT, INNOVAZIONE SOCIALE E TECNOLOGICA, START UP SOCIALI

Formazione online a completamento delle lezioni in aula:

- ▲ Strategia e innovazione d'impresa
- ▲ Controllo di gestione
- ▲ Business Plan

Il terzo settore in Italia e nel mondo

- ▲ Inquadramento del settore: numeri e tipologie di attori coinvolti, la riforma del terzo settore
- ▲ Cosa fa il terzo settore nel mondo? Le principali aree di attenzione e le sfide del futuro in un mondo sempre più connesso
- ▲ Chi sono i grandi investitori del terzo settore? Policy maker, corporate philanthropist e persone
- ▲ Le forme del non profit in Italia: associazionismo, cooperazione, volontariato, fondazioni ed ONLUS, imprese sociali, società cooperative
- ▲ Nuove forme ibride: le B-corp
- ▲ 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
- ▲ Profit e no profit a confronto: il no profit perseguito dal profit
- ▲ Le grandi Fondazioni e associazioni nel mondo (Gates Foundation, Zuckemberg; Tata Foundation ecc.)

Management degli enti no profit: organizzazione e gestione economica

- ▲ Checkup strategico per le aziende no profit: modelli di intervento, modelli di business e sostenibilità
- ▲ La relazione con le imprese tradizionali e le possibili forme di collaborazione (il caso delle B-corp)
- ▲ La Theory of change per la trasformazione organizzativa delle organizzazioni no profit
- ▲ Le lean no profit: nuove generazioni di imprese no profit
- ▲ Le risorse umane nel no profit: motivazione, soft skills e volontariato
- ▲ Metodi e piattaforme di community engagement per la gestione di volontari e sedi delocalizzate
- ▲ Controllo di gestione e finanza a impatto sociale per una nuova sostenibilità
- ▲ Aspetti fiscali per la massimizzazione del profitto

Innovazione digitale e tecnologica per il no profit

- ▲ Innovazione sociale, inclusione e nuove tecnologie: quali competenze sono necessarie nelle organizzazioni?
- ▲ Come migliorare l'impatto degli interventi sociali con l'innovazione digitale
- ▲ Identità e reputazione digitale per il no profit: un asset indispensabile
- ▲ Le piattaforme collaborative per il no profit
- ▲ Strumenti e metodologie innovative per l'efficienza organizzativa e dei processi di lavoro

Innovazione digitale e imprese no profit

- ▲ Processi di innovazione sociale: il quadro evolutivo nazionale e internazionale
- ▲ Le sfide e le opportunità connesse ai processi di innovazione sociale e della sharing economy
- ▲ L'innovazione tecnologica come driver per l'innovazione sociale nelle aziende no profit: case history, metodi e strategie

Start up sociali

- ▲ Start up sociali: no profit e imprenditorialità
- ▲ Nuovi modelli di intervento e nuovi modelli di business
- ▲ Le nuove modalità di collaborazione e partnership tra enti profit e no profit, pubblica amministrazione, istituti universitari (Service learning), investitori istituzionali, finanza a impatto sociale e sistema bancario
- ▲ Social innovation and civic engagement
- ▲ Metodologie e strumenti di misurazione dell'impatto sociale
- ▲ La finanza a impatto sociale: i nuovi strumenti finanziari a sostegno dell'imprenditorialità sociale
- ▲ Costruire un business plan di una nuova impresa con finalità sociali
- ▲ Costruire il piano strategico a breve, medio e lungo termine
- ▲ Hub, incubatori, resti, platform

PROJECT WORK

Promuovere soluzioni innovative ai problemi sociali: dall'analisi dei bisogni emergenti alla individuazione di idee imprenditoriali

2° MODULO MARKETING, COMUNICAZIONE E FUNDRAISING

Formazione online a completamento delle lezioni in aula:

- ▲ Comunicazione nel no profit
- ▲ Come cambiano le leve del marketing
- ▲ Social Media: Facebook, LinkedIn, Twitter e Foursquare
- ▲ Capire la rivoluzione digitale

Strategie e strumenti di marketing sociale

- ▲ Cos'è il marketing e quali sono gli obiettivi del marketing nel no profit
- ▲ 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 sociale ed integrata

- ▲ Pianificare una strategia di comunicazione sociale
- ▲ Strumenti tradizionali di comunicazione e promozione degli enti non profit: l'Ufficio Stampa, l'organizzazione di eventi; le promozioni e le sponsorizzazioni sociali; la comunicazione pubblicitaria: Pubblicità progresso
- ▲ L'ottimizzazione dei canali di comunicazione con i donatori attraverso internet: e-mailing, newsletter, blog, mailing list
- ▲ Digital storytelling e digital campaign: generare impatto sociale e sostenere i processi di valutazione
- ▲ Studio di alcuni casi: gli errori da non fare

Il fundraising per generare innovazione sociale

- ▲ Fundraising management: principi e tecniche
- ▲ Italia e resto del mondo nel fundraising e nel crowdfunding: tecniche e numeri a confronto
- ▲ Digital fundraising per il no profit
- ▲ I nuovi strumenti di finanziamento per il Terzo settore: finanza a impatto sociale, prestito sociale, crowdfunding
- ▲ Il corporate fundraising: dalla donazione alla partecipazione dei dipendenti
- ▲ Lasciti e testamenti, donazioni, sponsorizzazioni e pubblicità
- ▲ La filantropia strategica in Italia e nel mondo: obiettivi, criteri e modalità di progettazione e di valutazione dei progetti a impatto sociale
- ▲ Esempi e casi vincenti nel mondo

ESERCITAZIONE:

Come pianificare una campagna di raccolta fondi online

La responsabilità sociale d'impresa

- ▲ Il marketing responsabile
- ▲ I nuovi modelli di responsabilità sociale: la sostenibilità come fattore chiave di sviluppo per le imprese
- ▲ Progetti di partnership profit- non profit

3° MODULO PROJECT MANAGEMENT E PROGETTAZIONE NAZIONALE E COMUNITARIA

Formazione online a completamento delle lezioni in aula:

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

Basic di Project Management

- ▲ Project Management Plan: dalla pianificazione alla programmazione di un progetto
- ▲ Analisi e valutazione di requisiti e obiettivi di un progetto Fundraising management: principi e tecniche

Progettazione nazionale e comunitaria

- ▲ Il quadro europeo e nazionale: la programmazione di interesse per le imprese no profit e con obiettivi sociali
- ▲ La lettura e l'interpretazione dei bandi
- ▲ Dall'idea progettuale alla scrittura di una proposta vincente: analisi dei bisogni, co design, apprendimento collaborativo, coinvolgimento dei beneficiari finali

- ▲ Obiettivi, risultati, metodologia
- ▲ I criteri di valutazione delle proposte
- ▲ La costruzione di reti efficaci e partenariati sostenibili
- ▲ Payment by result e valutazioni di impatto dei progetti

Progettare per le fondazioni e per le organizzazioni filantropiche internazionali

- ▲ Le call delle Fondazioni: strategia e obiettivi specifici

- ▲ Comunità e relazioni: coprogettare le strategie di intervento e ragionare in modo integrato
- ▲ I criteri di valutazione
- ▲ La misurazione degli impatti
- ▲ Case history: Vodafone social

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 e misurazione degli impatti a breve e medio termine

- ▲ Selezione del piano di investimenti
- ▲ Analisi del profilo strategico dell'investimento



SESSIONI OPERATIVE

Accanto alle lezioni frontali e alle esercitazioni quotidiane, il Master include 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 DI PROJECT MANAGEMENT

L'obiettivo del laboratorio è fornire, l'impostazione metodologica e la capacità di utilizzo di tutti gli strumenti

pratici necessari alla corretta gestione di progetti, partendo dall'identificazione dell'obiettivo per poi pianificare le attività gestionali legate ad esso. Una volta acquisite le tecniche corrette si procederà con l'impostazione del progetto e le attività di controllo e monitoraggio.

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.

LABORATORIO DI START UP: DALL'IDEA AL PROGETTO DI IMPRESA SOCIALE

Il laboratorio è volto a fornire gli strumenti per redigere un business plan ed essere in grado di realizzare un check up strategico e operativo per dare vita ad un progetto di impresa sociale.



FACULTY

COMITATO SCIENTIFICO

Giangi Milesi

Presidente
Cesvi

Maria Cristina Ferradini

Managing Director
Fondazione Vodafone Italia

Emilia Romano

Direttore Area Risorse
e Sviluppo organizzativo
Save the Children

COORDINATORE SCIENTIFICO

Fabiana Musicco

Co Founder e Headoffice
Refugees Welcome Italia ONLUS

DOCENTI

Emma Amiconi

Direttore
Fondaca

Luca Bazzoli

Founder
Sensacional

Eugenio Bernardi

Vice presidente e responsabile
comunicazione
Fondazione ABIO

Daniela Caputo

Head of Communications and Campaigning
Save the Children Italia

Franco Carcassi

Consulente Marketing, Comunicazione
e Vendite

Francesco Colicci

Co-founder
Equoevento Onlus

Bruno Codispoti

Project and Marketing Manager

Luca Costa Sanseverino

International project manager
F3 Business Advisory Service

Francesca De Feo

Country Manager
Appco Group Italia

Cristina De Luca

Presidente del Comitato di controllo
dei fondi speciali per il Volontariato

Cristina Delicato

Resp. Ufficio Fundraising
Università Campus Bio-Medico di Roma

Paolo Di Cesare

Co-founder
Nativa Srl SB

Daniele Eleodori

Direttore Risorse Umane e Organizzazione
Telethon

Francesca Fedeli

AD
Fight the stroke

Paolo Ferrara

Responsabile Comunicazione
e Raccolta Fondi
Terre des Hommes Italia

Emanuele Grisanti

Consulente di Comunicazione
CSI

Salvatore Iaconesi

Scrittore

Nicla Lencioni

AD
Eppela

Roberto Museo

Direttore
CSVnet

Gianluca Nicoletti

Giornalista e conduttore radiofonico

Riccardo Nuory

Portavoce
Amnesty International Italia

Giancarla Pancione

Marketing Director
Save the Children Italia

Ferdinando Ricci

Progetti Speciali
Fondazione Umberto Veronesi

Gianluca Sgueo

Policy Analyst – European Parliament
Research Service

Simone Sgueo

HR Director
Italian Red Cross

Antonella Tagliabue

Managing Director & Senior Advisor
UN-GURU® unique value consulting
solutions

Stefano Trasatti

Giornalista

TESTIMONI

Tiziana Ciracò

Direttore Amministrativo
Telethon

Giusy Dall'Orio

Head of Media and Celebrities Department
Save The Children Italia

Luca Francescangeli

Communication Director
Change.org

Fabio Graziosi

Information Officer
UNRIC

Paola Silva

Responsabile Area Partenariati con le
Imprese Corporate Partnerships Manager
WWF Italia

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

Adriana Anceschi

Marta Stabilini
Coordinamento didattico Master

Adelaide Boffa

Responsabile marketing

Il Master prevede la presenza
di un Tutor d'aula

LE TESTIMONIANZE DEI PARTECIPANTI ALLE SCORSE EDIZIONI

La scelta di frequentare il master è maturata dopo alcuni anni di lavoro che mi hanno reso evidente il bisogno di una formazione continua e di alto livello sia umano che professionale. L'approccio formativo proposto è stato eccezionale con docenti di primo piano sempre disponibili e attenti alle esigenze della classe. Le testimonianze ricevute in aula sono state importanti per una trasmissione non solo di contenuti ma di esperienze dirette che hanno reso concreto quanto detto durante i corsi.

Tuttavia la parte più importante del corso è stata senza dubbio lo stage formativo: ogni partecipante è stato indirizzato verso l'area a lui più idonea e seguito con attenzione lungo tutto il processo di selezione e orientamento.

Personalmente ho incontrato una realtà dinamica e attiva, ideale per una crescita professionale e in linea con tutto il percorso del master.

Da quella meravigliosa esperienza è nata la grande occasione della mia vita perchè oggi sono tornato a fare quello per cui ho studiato e che ho sempre desiderato di fare: il formatore.

Non posso non consigliare un master alla Business School: probabilmente ne seguirei un secondo anche io!

Jacopo Benedetti
Junior Consultant
Newton Management Innovation

Il Master ha rappresentato per me una vera svolta. L'esperienza didattica e formativa, iniziata tra i banchi e arricchita attraverso lo stage, mi ha dato la possibilità di coronare un sogno: esplorare e conoscere il mondo del Non profit.

La scelta di frequentare questo Master si è concretizzata in fase di selezione poichè all'inizio ero indirizzata verso un altro percorso, ma durante il colloquio motivazionale, la responsabile del Master ha saputo individuare in me il profilo ideale per questo percorso e devo ammettere che la scelta si è rivelata vincente.

Le modalità di formazione della Business School del Sole 24 Ore si son tradotte sin da subito in bagaglio di competenze pragmatiche e allo stesso tempo mi hanno consentito di far parte di un importante network relazionale. Dal team work al contatto e confronto con i colleghi, ogni step ha costituito il trampolino di lancio per iniziare un nuovo percorso lavorativo. Attualmente mi occupo di Raccolta Fondi Corporate presso una realtà del non profit italiano di primo piano e senza alcun dubbio la scelta di intraprendere questo percorso ha costituito un solido investimento sul mio futuro professionale.

Piera Chiacchio
Corporate Fundraising Assitant
Fondazione Umberto Veronesi

Il Master ha rappresentato, di fatto, il giro di boa della mia vita professionale. In particolare ho avuto la possibilità di studiare e approfondire tutti i settori di riferimento delle organizzazioni non profit: dalla gestione economica al marketing e alla comunicazione, passando per la progettazione e la CSR. Ciò mi ha permesso, unitamente alle attività svolte in aula e al percorso di stage, di capire davvero quale fosse l'ambito di lavoro più congeniale al mio profilo. Qui mi sono appassionato al marketing sociale e in particolare al fundraising, che oggi rappresentano il mio mondo professionale, il mio "habitat". Sono entrato in contatto con numerosi professionisti, provenienti dalle maggiori realtà non profit italiane, che hanno saputo consigliarmi e mi hanno fornito il loro prezioso supporto, diventando riferimenti chiave della mia rete professionale. Attualmente ricopro il ruolo di Direct marketing specialist presso la Fondazione Telethon ed è un lavoro che mi appassiona e mi fa sentire parte di un quotidiano processo di cambiamento nelle vite degli altri. Di sicuro il primo passo verso questo gratificante traguardo l'ho fatto con la scelta del Master e mi sento di consigliarlo vivamente a tutti coloro che vogliono intraprendere un importante percorso nel meraviglioso mondo del non profit.

Tommaso De Santis
Direct Marketing Specialist
Fondazione Telethon

INFORMAZIONI

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **8 mesi** con inizio il **17 novembre 2016**

Orari delle lezioni:

▲ giovedì dalle 10.00 alle 19.00

▲ venerdì dalle 9.00 alle 18.15

▲ sabato dalle 9.00 alle 16.00

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 **Adriana Anceschi**
Tel. 06 (02) 3022.3857
adriana.anceschi@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**

NEL CASO DI ISCRIZIONE ALL'INTERO PERCORSO

Il candidato dovrà sostenere un colloquio telefonico con la coordinatrice del Master, Adriana Anceschi.

Potrà successivamente iscriversi al/ai moduli prescelti direttamente online.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione al Master è €5.900 + IVA per il percorso completo €2.100 + IVA per singolo modulo

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

La quota del percorso intero è rateizzabile in tre soluzioni:

▲ la prima quota al momento dell'iscrizione

▲ la seconda entro il 15 febbraio 2017

▲ la terza entro il 25 marzo 2017

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 **30 settembre 2016**.

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 dell'intero percorso può essere effettuato tramite:

▲ **Bonifico bancario**, indicando la sigla YZ8761, 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 **30 settembre 2016**.

AGEVOLAZIONI PER LE AZIENDE

iscrizioni di più persone della stessa azienda:

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

FORMAZIONE FINANZIATA – FONDI INTERPROFESSIONALI PER LA FORMAZIONE

24ORE 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 30300602 – e-mail: info@formazione.ilsole24ore.com

SCHEDA D'ISCRIZIONE

L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento della presente scheda – da inviarsi via fax al n. 02 30300602 oppure via mail a iscrizioni@formazione.ilsole24ore.com debitamente compilata in tutte le sue parti e sottoscritta per accettazione.

L'iniziativa verrà confermata tramite comunicazione via mail entro i 7 gg lavorativi prima della data di inizio e il pagamento, tramite bonifico bancario, dovrà essere effettuato a seguito del ricevimento della comunicazione di conferma entro la data di inizio del master.

Cod. YA8761 – 1° MODULO
MANAGEMENT, INNOVAZIONE SOCIALE E TECNOLOGICA, START UP SOCIALI

Cod. YA8762 – 2° MODULO
MARKETING, COMUNICAZIONE E FUNDRAISING

Cod. YA8763 – 3° MODULO
PROJECT MANAGEMENT E PROGETTAZIONE NAZIONALE E COMUNITARIA

DATI DEL PARTECIPANTE

Nome	Cognome	
Luogo e data di nascita		
Titolo di studio	Funzione	
Società	Settore	
Indirizzo		
Città	Prov.	Cap.
Tel.	Cell.	
E-mail	Fax	

DATI PER LA FATTURAZIONE

Intestatario fattura		
P.IVA (obbligatorio)		
Codice fiscale (obbligatorio)		
Indirizzo		
Città	Prov.	Cap.

AGEVOLAZIONI

Abbonato rivista	N.
Altri sconti	

Firma

In caso di Ente Pubblico esente ex Art. 10 D.P.R. 633/72 come modificato dall'Art. 14 L. 537/93, barrare la casella Si dichiara che la spesa oggetto del presente contratto non rientra nell'ambito di applicazione della legge 136/2010 sulla tracciabilità dei flussi finanziari in quanto trattasi di spesa sostenuta dai cassieri, utilizzando il fondo economale, non a fronte di contratti di appalto.

Modalità di pagamento: Bonifico bancario

Modalità di disdetta:
Ai sensi del D.Lgs. 206/2005 e s.m.i., Lei avrà facoltà di recedere, senza dover corrispondere alcuna penale e senza dover specificare il motivo, entro il termine di 10 (dieci) giorni lavorativi dalla data dell'iniziativa.
Il recesso dovrà essere esercitato entro il predetto termine con comunicazione scritta a mezzo lettera racc. A/R al seguente indirizzo ovvero, entro lo stesso termine, mediante telegramma, telex, posta elettronica e fax, a condizione che sia confermata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le quarantotto ore successive, utilizzando i seguenti recapiti: Il Sole 24 ORE S.p.A. – Segreteria Business School – via Monte Rosa, 91 – 20149 Milano

A seguito del recesso da parte Sua, esercitato come sopra, entro 30 giorni dalla data del recesso, provvederemo a riaccreditarLe gli importi da Lei eventualmente pagati.
> oltre il termine di cui sopra e fino al giorno stesso dell'iniziativa, Lei potrà recedere pagando un corrispettivo pari al 25% della quota di iscrizione, che potrà essere trattenuta direttamente dalla nostra società, se la quota è già stata versata. La nostra società provvederà ad emettere la relativa fattura.
In assenza di recesso nei predetti termini, l'obbligo di pagamento dell'intera quota sussiste a prescindere dalla Sua effettiva frequentazione dell'evento formativo.

Firma

Informativa ex art. 13 D. lg. n. 196/2003

I dati personali sono trattati da Il Sole 24 ORE S.p.A., Titolare del trattamento, per fornire il servizio. Il conferimento dei dati personali per detta finalità è funzionale al servizio e l'eventuale rifiuto di conferirli comporterebbe l'impossibilità di eseguire i servizi.
Il relativo trattamento non richiede il consenso degli interessati.

Con il consenso del Cliente, i dati personali sono trattati per le attività di marketing de Il Sole 24 ORE S.p.A. e, direttamente da parte di quest'ultima, per attività di marketing anche per conto di società del Gruppo Il Sole 24 ORE ed anche di terzi appartenenti ai settori dell'editoria, della finanza, dell'economia, dell'industria, del lusso, dei servizi, delle telecomunicazioni, dell'Ict, delle assicurazioni e del no profit. In futuro Il Sole 24 ORE S.p.A. si riserva di effettuare attività di marketing anche per conto di altre categorie di terzi al momento non definite. Il trattamento per fini di marketing avverrà mediante strumenti tradizionali (posta cartacea) e mediante l'uso di tecniche di comunicazione a distanza, quali telefono, anche senza operatore, posta elettronica, mms, sms. Il conferimento dei dati per questa finalità è facoltativo e il trattamento richiede il consenso del cliente. Il consenso prestato per l'invio di comunicazioni commerciali e promozionali tramite strumenti automatizzati ex art. 130, commi 1 e 2, D. lg. n. 196/03 si estende anche alle modalità tradizionali di contatto.

I dati personali potranno essere trattati da incaricati del trattamento preposti alla gestione dei servizi richiesti, alle attività di marketing e dai Responsabili del trattamento.

I dati personali potranno essere comunicati a terzi per adempire ad obblighi di legge, ovvero per rispettare ordini provenienti da pubbliche autorità a ciò legittimate ovvero per fare valere o difendere un diritto in sede giudiziaria. Se necessario in relazione a particolari servizi prodotti richiesti, i dati personali potranno essere comunicati a soggetti terzi che svolgono, in qualità di autonomi titolari del trattamento, funzioni strettamente connesse e strumentali alla prestazione di detti servizi o alla fornitura di detti prodotti (es. Poste Italiane S.p.A., banche ecc.). Senza la comunicazione, questi servizi e prodotti non potrebbero essere forniti.

Per esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D. lg. n. 196/2003 (accesso, integrazione, correzione, cancellazione, ecc.) e conoscere l'elenco completo dei Responsabili scriva a privacy@in.fo.ilsole24ore.com

In particolare, l'interessato ha diritto di opporsi, in tutto o in parte: per motivi legittimi al trattamento dei dati personali che lo riguardano, ancorché pertinenti allo scopo della raccolta; e, in ogni caso, al trattamento di dati personali che lo riguardano a fini di marketing. Il diritto di opposizione dell'interessato al trattamento dei dati per le finalità di marketing effettuato con modalità automatizzate di contatto si estende a quelle tradizionali, restando salva per l'interessato la possibilità di esercitare tale diritto in tutto o in parte, ossia opponendosi, ad esempio, al solo invio di comunicazioni promozionali effettuato tramite strumenti automatizzati

Consenso ex art. 23 e 130 D. lg. n. 196/03

Letta l'informativa resa ai sensi dell'art. 13 del D. lg. n. 196/03

Desidero rimanere aggiornato su prodotti e servizi de Il Sole 24 Ore S.p.A.

Vi autorizzo, secondo ex art. 23 e 130, commi 1 e 2, D. lg. n. 196/03, al trattamento dei dati da parte de Il Sole 24 ORE S.p.A. per attività di marketing su prodotti e servizi de Il Sole 24 ORE S.p.A. mediante posta cartacea e telefono, anche senza operatore, posta elettronica, mms, sms. Il consenso prestato per invii di marketing con strumenti automatizzati ex art. 130 si estende anche alle modalità tradizionali di contatto.

Do il consenso

Non do il consenso

Desidero rimanere aggiornato su prodotti e servizi di società del Gruppo Il Sole 24 Ore e di terzi.

Vi autorizzo, secondo ex art. 23 e 130, commi 1 e 2, D. lg. n. 196/03, al trattamento dei dati da parte de Il Sole 24 ORE S.p.A., per conto terzi, per attività di marketing su prodotti e servizi di società del Gruppo Il Sole 24 ORE ed anche di terzi appartenenti prevalentemente ai settori dell'editoria, della finanza, dell'economia, dell'industria, del lusso, dei servizi, delle telecomunicazioni, dell'Ict, delle assicurazioni e del no profit. Il trattamento per fini di marketing avverrà mediante posta cartacea e telefono, anche senza operatore, posta elettronica, mms, sms. Il consenso prestato per invii di marketing con strumenti automatizzati ex art. 130 si estende anche alle modalità tradizionali di contatto.

Do il consenso

Non do il consenso



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.ilssole24ore.com
www.eventi.ilssole24ore.com

