



MASTER

IN GESTIONE D'IMPRESA

strategia, innovazione, imprenditorialità

FULL TIME

DAL 15 GIUGNO 2016
22^a EDIZIONE

le aziende che hanno collaborato alle precedenti edizioni del master

- ACCENTURE
- ACCIAIERIE BELTRAME
- ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO
- ADACTA
- AIREST
- ALFA LAVAL
- ALTRAN ITALIA
- AMCOR
- ASKOLL
- AUTOGRILL
- AUTOMOBILI LAMBORGHINI
- AVANZI HOLDING
- BANCA ANTONVENETA
- BANCA ETICA
- BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA
- BANCA POPOLARE DI VICENZA
- BANCO POPOLARE
- BENETTON GROUP
- BFT
- BIALETTI GROUP
- BISAZZA
- BNL - BNP PARIBAS
- C&A CAVALIERI & ASSOCIATI GROUP
- CALEARO ANTENNE
- CALZEDONIA
- CAME CANCELLI
- CAMPAGNOLO
- CANTINE FERRARI
- CAPGEMINI
- CAREL
- CARLSON WAGONLITS
- CARREFOUR ITALIA
- CARRIER
- CF PARTNERS
- CHE BANCA! - GRUPPO MEDIOBANCA
- CHIMENTO
- CLIMAVENETA
- CMSR VENETO MEDICA
- COCA COLA - HBC ITALIA SRL
- COESIA
- COGES
- COLGATE
- CONFINDUSTRIA VICENZA
- COOP ADRIATICA
- CTB CONSULTING
- DAINESE
- DANONE
- DE'LONGHI
- DIESEL
- DOLCIARIA LOISON
- DOUBLEICE
- DUCATI
- EDIZIONE HOLDING
- ELECTROLUX
- ELI LILLY
- ELICA
- ENEL
- ENGINEERING
- ESTEL
- EUROTECH GROUP
- FIERA DI VICENZA
- FORGITAL
- FRIULIA
- GARDALAND
- GEOX
- GIMI
- GOLDEN LADY COMPANY
- GOTTARDO
- GRANAROLO GROUP
- GROTTO SPA
- GRUPPO COIN
- GRUPPO FERRERO
- GRUPPO GENERALI
- GRUPPO INDUSTRIALE TOSONI
- GRUPPO LIMA
- GRUPPO MANNI
- H-FARM
- IBM
- IKEA
- ILLYCAFFÈ
- IMP IMBALLAGGI MATERIE PLASTICHE
- INFORMEST CONSULTING
- INGLESINA
- IRSAP
- KOMATSU
- KPMG
- KSWISS
- L'OREAL
- LA BRENTA
- LAGO
- LEROY MERLIN
- LOTTO SPORT
- LUXOTTICA
- LVMH
- MACH
- MACS CAVALIERE
- MANIFATTURA CORONA
- MARELLI MOTORI
- MARS
- MARZOTTO
- MEDIOBANCA
- MODULBLOCK
- MONCLER
- MONDADORI
- MONDI GROUP
- MORATO PANE
- MORELLATO
- MSC MODA SOURCING
- NATUZZI
- NEAFIDI
- NIELSEN
- NIKE
- NOMEN ITALIA
- NORDEST MERCHANT
- OVIESSE
- P.E.T. ENGINEERING
- PERONI
- PIETRO FIORENTINI
- PORSCHE ITALIA
- PRIMA POWER
- PROCTER & GAMBLE
- PROMETEIA
- PWC
- RECKITT BENCKISER
- RIELLO GROUP
- SAFILO
- SALMOIRAGHI VIGANÒ
- SAN MATTEO
- SEDOC FINANCE
- SELLE ROYAL
- SIMGENIA - GRUPPO GENERALI
- SINV
- SIT LA PRECISA
- SKY
- SOCOMEC
- SOCOTHERM
- SODASTREAM
- SOLERA - THERMOFORM GROUP
- SONUS FABER
- STEELCO
- STEFANPLAST
- STUDIO BONINI
- TECNOGYM
- TETRA PAK
- THE BOSTON CONSULTING GROUP
- TIM
- UBS ITALIA
- UNICOMM
- UNICREDIT GRUOP
- VALENTINO SPA
- VENETO BANCA
- VENICECOM
- VENISSA
- VIMAR
- VODAFONE ITALIA
- WALCAM
- XYLEM LOWARA
- ZAMPERLA
- ZF PADOVA

MAGI

Master in gestione d'impresa

il master in gestione d'impresa

Il Master in Gestione d'Impresa è un **percorso in General Management**, progettato per fornire ai giovani laureati le competenze tecniche e manageriali tipiche di un MBA, oggi necessarie per inserirsi con successo nel mondo del lavoro.

È un investimento per la propria crescita, con la garanzia di quasi **60 anni di storie di successo**. Il Master in Gestione d'Impresa è un **percorso prestigioso** e **appassionante** nella comprensione profonda del funzionamento delle imprese e nell'apprendimento della professione manageriale, che ti permette di imparare ad analizzare, a decidere su problemi complessi, a muoversi con disinvoltura in un contesto globale, con un solido ed aggiornato patrimonio di conoscenze.

destinatari

- Giovani laureati/laureandi in materie socio-economiche, giuridiche e umanistiche che vogliano rafforzare il loro background ed acquisire una visione trasversale delle logiche aziendali per avere più opportunità nel mercato del lavoro.
- Laureati/laureandi in discipline tecnico-scientifiche e ingegneristiche che vogliano integrare la propria formazione con una preparazione economico manageriale
- Giovani figli di imprenditori che desiderano ampliare la propria esperienza lavorativa anche oltre l'azienda familiare

durata e impegno

Il master ha una durata complessiva di **12 mesi: 8 mesi di attività** d'aula a tempo pieno e **4 mesi di stage** in aziende o in società di consulenza per lo sviluppo di un project work.

In parallelo all'attività d'aula strutturata, sono parte integrante del programma formativo le attività legate allo svolgimento di numerosi project work in collaborazione con le aziende.

obiettivi

Il Master in Gestione d'Impresa rappresenta un **percorso di eccellenza** rivolto a chi voglia assumere un ruolo da protagonista in ogni ambito della gestione aziendale. Si pone l'obiettivo di **formare futuri manager** e **imprenditori** capaci di contribuire al successo delle imprese sempre più orientate all'**innovazione**, all'**internazionalizzazione** e alla **globalizzazione** dei mercati.

Il Master è finalizzato a fornire una visione organica e trasversale del sistema impresa, sviluppando capacità di analisi, diagnosi e soluzione delle problematiche gestionali aziendali con una visione internazionale.

Oltre ad una crescita professionale il master rappresenta anche un'opportunità per un arricchimento personale, sviluppando quelle caratteristiche individuali che si traducono in comportamenti lavorativi efficaci e di successo.

Jobcareer center cuoa

Il JobCareer Center CUOA è un punto di riferimento per lo sviluppo del network degli Alumni master CUOA e del network aziende. Si pone l'obiettivo di creare una stretta sinergia tra l'eccellenza dei nostri Alumni e le esigenze delle aziende partner.

Il CUOA attiva molteplici iniziative per creare le migliori opportunità professionali per gli allievi master: Job posting, Career day, incontri di job placement

Il metodo Master CUOA: non “assistere” ma “vivere” la lezione!

Laboratori di creatività, studio di casi aziendali, attività outdoor, simulazioni, project work, business game, seminari, testimonianze di manager d'impresa, visite aziendali, progetti sul campo, role playing, business plan.

Il processo di valutazione

La valutazione del processo di apprendimento individuale e di gruppo è considerata parte integrante del piano di formazione: impegno e risultati degli allievi vengono costantemente monitorati. Il processo di valutazione dell'apprendimento viene realizzato in più momenti durante lo svolgimento del programma ed evidenzia i risultati ottenuti dai singoli allievi, in termini di conoscenze e competenze.

Il conseguimento di risultati positivi rispetto alle diverse prove di valutazione individuali e di gruppo, lo sviluppo delle competenze e l'impegno dimostrato durante il corso costituiscono elementi indispensabili per ottenere il Diploma master.

Placement dei master full time
CUOA: 90% a 6 mesi dalla
conclusione del master

il programma

basic tools

La finalità del modulo è quella di trasferire agli allievi, che provengono da percorsi di studio scolastici diversi, una base di conoscenza comune utile ad interpretare gli scenari economici e strumenti di lavoro necessari nella gestione d'impresa.

general management

Il modulo ha l'obiettivo di fornire una visione integrata dell'impresa e si articola in una serie di moduli, finalizzati a sviluppare competenze manageriali in tutte le funzioni e nei processi aziendali.

strategic management

In questo modulo viene affrontata la gestione strategica dell'impresa all'interno del suo sistema competitivo. Si approfondiscono diversi strumenti di analisi: pianificazione, diagnosi e controllo e nuove tecniche di Business Modeling.

accounting

Questo modulo enfatizza le caratteristiche del sistema amministrativo e della contabilità generale aziendale. L'obiettivo è fornire una chiave di lettura del bilancio, al fine di interpretare le principali dinamiche gestionali dell'impresa.

controllo di gestione

Il modulo affronta le principali tematiche tecnico-contabili e organizzative inerenti il controllo di gestione nelle aziende. Si affrontano i sistemi più evoluti di controllo.

finance

Si affrontano i principali strumenti di analisi finanziaria, per fornire i dati necessari a valutare le performance di un'impresa, la sua capacità di creare valore, i suoi punti di forza o di debolezza.

marketing

Vengono fornite le competenze e le capacità necessarie a leggere il rapporto fra azienda e mercati e a comprendere i bisogni del cliente. Il modulo affronta molteplici temi legati alle nuove frontiere del marketing coniugando strategie di marketing e strategie di vendita.

web e social marketing

Il modulo offre una panoramica sulle opportunità e modalità di comunicazione Web, dai social alla brand reputation.

digital business

Il modulo si propone di presentare le principali caratteristiche del digital business e dell'e-commerce, illustrandone gli aspetti critici e le opportunità.

operation e supply chain

Il modulo affronta la gestione delle operations e dei processi competitivi d'impresa in termini di costo, tempi di consegna, qualità di prodotti e servizi, flessibilità. Vengono inoltre approfondite le diverse aree della catena operativa del valore in modo integrato tra fornitori e clienti con un focus sui temi del Lean Management e il pensiero snello.

organizzazione e HRM

Vengono approfonditi i principali processi e strumenti per la gestione del capitale umano in azienda, viene analizzato il ruolo della funzione Risorse Umane e illustrate le diverse strutture organizzative.

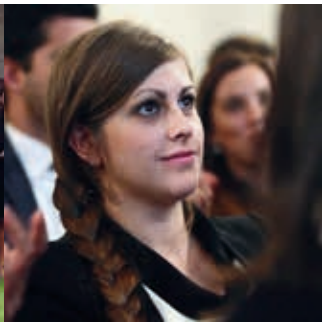
international management

Vengono illustrate le principali strategie legate alle scelte di internazionalizzazione aziendale, con un particolare focus sui paesi emergenti.

intercultural management

(modulo interamente in lingua inglese)

Il modulo sviluppa le competenze per una ottimale gestione delle relazioni in ambienti multiculturali, oggi strategiche per operare in contesti competitivi globali.



project management

Vengono trattate le tematiche legate alla gestione per processi e per progetti, le modalità organizzative e le tecniche di supporto necessarie, in un'ottica di integrazione tra le diverse aree funzionali. Vengono inoltre affrontate le problematiche gestionali e strategiche dell'innovazione di prodotto, delle fasi di sviluppo e dell'impatto organizzativo.

creativity, innovation & new business

Il modulo affronterà il concetto di imprenditorialità e di start-up, lo sviluppo strategico di nuove società e l'approccio creativo per lo sviluppo di nuovi modelli di business.

business intelligence

Il modulo offre una panoramica sui processi aziendali volti a raccogliere dati ed analizzare informazioni strategiche, attraverso l'uso di supporti tecnologici-informatici. Vengono esaminate alcune tecniche di misurazione, controllo e analisi dei risultati e delle performance aziendali a supporto delle scelte aziendali.

project work

In parallelo all'attività d'aula, vengono attivati numerosi progetti con la collaborazione delle aziende. Gli allievi, simulando un approccio consulenziale, si cimentano nell'applicazione concreta di concetti e modelli appresi nei mesi d'aula, per realizzare dei veri e propri progetti aziendali.

Alcuni esempi di project work delle precedenti edizioni

L'analisi di bilancio applicata a realtà aziendali del settore



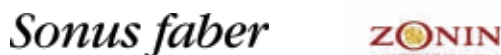
La sfida della sostenibilità nelle aziende della moda



Mappatura dei processi in ottica Lean



Brand awareness e Fidelizzazione del cliente





business competition

Attraverso attività pratiche e di simulazioni in team, gli allievi potranno apprendere tecniche di gestione d'impresa, sviluppare le capacità di problem solving e creare nuove opportunità di business.

Business game

Il business game simula un ambiente competitivo sufficientemente aderente alla realtà, che immerge i giocatori in un contesto aziendale virtuale in cui devono prendere alcune decisioni manageriali. Si tratta sia di un valido esercizio di gestione d'impresa, in quanto sottende un modello economico che simula la realtà, le decisioni aziendali e i mercati in cui le aziende competono, sia di un gioco, in quanto prevede un vincitore fra i diversi team in competizione.

Business plan

L'aula master, suddivisa in gruppi di lavoro, sviluppa singoli progetti imprenditoriali, che comprendono le diverse fasi del business plan:

- la business strategy
- il piano di marketing e di produzione
- l'assetto organizzativo
- il piano di investimento
- le proiezioni economico-finanziarie.

Chi sono i partecipanti al Master in Gestione d'Impresa?



Laurea Triennale 53%
Laurea Specialistica 47%



Tipologie di Laurea

Economia 35%
Giurisprudenza 13%
Ingegneria 13%
Lettere e filosofia 7%
Lingue 8%
Scienze della comunicazione 8%
Scienze politiche 5%
Biotecnologie, Chimica e Farmacia 5%
Altro 6%



Età media 26 anni



Self improvement

Il master, oltre a permettere l'apprendimento di conoscenze tecniche, garantisce lo sviluppo di quelle caratteristiche individuali che si traducono in comportamenti lavorativi efficaci e di successo.

La **flessibilità**, piuttosto che l'**orientamento al risultato**, la **leadership**, il **team work**, piuttosto che la **comunicazione verbale** o il **pensiero analitico**, sono aspetti che determinano la differenza nella performance di un individuo e che possono condurre a risultati eccellenti in contesti organizzativi dinamici, capaci di valorizzarli.

Durante l'intero percorso formativo, viene svolto un modulo dedicato allo sviluppo delle competenze personali e professionali (soft skills). Le competenze tecniche non possono, infatti, assicurare l'efficacia lavorativa se non sono integrate da un alto grado di consapevolezza delle caratteristiche e motivazioni personali, come la capacità di parlare in pubblico, di lavorare in gruppo, di gestire lo stress, di essere orientato agli obiettivi, di sapere affrontare situazioni complesse e mutevoli.

In questa logica, il master deve essere considerato come una sorta di laboratorio, nel quale gli allievi hanno la possibilità di confrontarsi in situazioni che simulano quelle tipiche dei contesti lavorativi e di rileggere ed interpretare le dinamiche individuali e di gruppo che si sono presentate.

Vengono, pertanto, realizzate numerose attività:

- **counselling individuale**, grazie al quale, attraverso colloqui con ciascun allievo, è possibile rispondere alle necessità emergenti e riconoscere le risorse personali che possono essere attivate nello sviluppo del progetto professionale individuale
- **attività di gruppo**, in cui, nel corso di una serie di incontri, sono presentate tecniche espressive di coinvolgimento attivo, al fine di riconoscere e gestire le proprie emozioni, imparare a comunicarle e a porsi in relazione con gli altri in modo costruttivo.
- **Team building**, esercitazioni svolte all'aperto, che portano i singoli e il gruppo a sviluppare e sperimentare le competenze necessarie al lavoro in team.
- **Orienteering**, attività che consiste nel raggiungere una meta, dopo aver toccato alcune tappe intermedie, orientandosi nel bosco con mappa e bussola. Significa, quindi, trovare il percorso migliore, stabilire ad ogni passo i punti di riferimento da tenere presenti, utilizzare strumenti che consentono di orientarsi in una zona sconosciuta e stabilire una strategia.



lo stage in azienda

Il progetto di stage individuale rappresenta il punto di arrivo del processo di avvicinamento degli allievi al mondo aziendale. Nel corso dello stage gli allievi hanno l'opportunità di applicare e sperimentare quanto appreso in aula ad un contesto aziendale, vivendo un'esperienza sul campo.

il processo di definizione degli stage

Per assicurare che i mesi di stage siano realmente formativi, lo staff del master dedica particolare attenzione, da un lato, al processo di orientamento degli allievi, nello sforzo di far emergere e valorizzare peculiarità e competenze di ciascuno, dall'altro, all'identificazione, in collaborazione con le aziende, di progetti di stage di alto profilo, che possano garantire agli allievi di vivere un'esperienza di lavoro stimolante e ricca di opportunità applicative. In particolare, il project work svolto durante il periodo di stage permette all'allievo di affrontare un progetto specifico, concordato con l'azienda, elaborando soluzioni in grado di fornire un personale contributo alla creazione di valore per l'azienda stessa.

alcuni esempi di progetti di stage



supporto all'attività di lancio del brand "Care & Styling", assistenza al Brand Manager, supporto alla rete vendita, alle promozioni di canvass e all'analisi dei dati di vendita.



supporto alla direzione Risorse Umane per le attività di formazione, ricerca e selezione.



sviluppo di un business plan per l'ingresso dell'azienda in nuovi mercati esteri, quali Brasile e India.



analisi e applicazione dei principi contabili nelle sedi italiane ed estere, stesura bilancio e controllo di gestione.



attività di marketing analitico e di product management, in particolare analisi di trade marketing su prodotti per canale e prodotti per cliente, supporto nella creazione dei materiali promozionali e nella gestione dello sviluppo dell'immagine del brand e supporto nel progetto di web marketing & ecommerce.



attività di assistenza IT su processi amministrativi, e attività di reporting finanziario.



supporto to the After Sales - Training & Documentation department in drawing up repair manuals and flat rate within market introduction date, bulletins & recall campaigns collaborating with Spare Parts department; meeting with potential suppliers in order to explain the needs techniques of repair procedures.



supporto nell'attività di acquisto e analisi ordini; collaborazione per alcuni progetti speciali di Supply Chain Optimization tra Usa e Italia.



attività di revisione, analisi e verifica di aree di bilancio presso società clienti, operanti principalmente nei settori industriale e/o finanziario.



supporto all'area Commerciale del Gruppo, al fine di mappare il mercato mondiale dei laminati mercantili e individuare nuove opportunità di Business.

sbocchi professionali

Grazie alla preparazione completa e trasversale, gli allievi potranno intraprendere diversificati percorsi di sviluppo professionale sia in azienda (in area marketing e comunicazione, commerciale, finanza e controllo di gestione, acquisti, logistica e produzione, organizzazione e gestione delle risorse umane), sia in società di consulenza strategica e direzionale. Inoltre, gli allievi acquisiranno una preparazione utile anche alla gestione di attività aziendali di tipo familiare, o volte a creare nuove idee di business.

Alcuni esempi di percorsi professionali intrapresi dagli allievi

Alumni 2014/2015

BADA ELENA

(L. in Lingue Straniere) Strategic Marketing Consulting c/o Antonella Pescio Consulting

BARATTO ANDREA

(L. in Chimica e tecnologia farmaceutica) Advisory Board Coordinator c/o Unifarco

FORTE DINA

(L. in Scienze dell'Economia) Staff Accountant c/o KPMG

MANTOVANELLI FRANCESCO

(L. in Scienze economico aziendali) Marketing Assistant c/o Morato Pane S.p.A.

TISO RICCARDO

(L. in Giurisprudenza) Business Developer c/o LaBrenta

Alumni 2013/2014

CANNONE SILVANO

(L. in Psicologia) Financial Project Manager c/o Unifrutti

CAVALIERE MICHELE

(L. in Economia Aziendale) Controller e internal auditor c/o Gruppo Manni HP SpA

FLORIAN GIULIA

(L. in Sociologia) Commerciale c/o Morato Pane S.p.A.

GELAIN STEFANO

(L. in Fisica) Consultant c/o PwC Consulting

GIAQUINTA MARIO

(L. in Scienze dell'Economia) Controllo di Gestione e Contabilità c/o Malboro Classic div. Cavaliere S.r.l

PETRILLO ROBERTO

(L. in Scienze Biotecnologiche) Strategic Planning c/o Novamont

RIGON ANDREA

(L. in Ingegneria Meccanica) Documentation Specialist c/o Automobili Lamborghini S.p.A.

STEFANI SARA

(L. in lingue) Trade marketing training specialist c/o Safilo S.p.A.

Alumni 2012/2013

BARI STEFANIA

(L. in Scienze Economico-Aziendale) Junior Controller c/o Luxottica

CALESTANI STEFANO

(L. in Scienze Politiche) Supply Chain Manager – Turkey c/o Bialetti Industrie

MALFI ANGELO

(L. in Lingue e Lett. Straniere) Sales agent c/o DHL Freight

SALIERI VIVIANA

(L. in Ingegneria) Product Developer c/o SGS Italia S.p.A.

TEDESCHI MATTEO

(L. in Giurisprudenza) Consultant c/o KPMG Advisory

Alumni 2011/2012

COLLORIDI EDOARDO

(L. in Medicina Veterinaria) Category Manager c/o Maxi Zoo Italia S.p.A.

DAL LAGO MARIATERESA

(L. in Giurisprudenza) Business and Legal Affairs Assistant c/o Antonio Zamperla S.p.a.

GHIZZI PIERANTONIO

(L. in Ingegneria Aerospaziale) Web Marketing Specialist c/o YOOX Group

PIGHIN CAMILLA

(L. in Scienze della Comunicazione) Communication Manager c/o Benetton Group

SHEHAPI ALTEA

(L. in Biotecnologie Industriali) Junior Product Manager c/o Giorgio Armani Operations

STOCCO CARLO

(L. in Economia degli Scambi Internazionali) Senior Consultant c/o PwC

VIRGONE MICHELE

(L. in Economia) Procurement Analyst c/o Burberry (Londra)

Alumni 2010/2011

BETTIOL ANTONIO

(L. in Scienze e tecnologie chimiche) Production Planner c/o Nice Spa

FIO GIOVANNI

(L. in Ingegneria Meccanica) Project Leader & Production Supervisor Finishing Dept c/o Luxottica Group

PORRO NICOLA ALESSANDRO

(L. in Economia e Commercio) Middle Market Consultant c/o GENERALI - INA Assitalia

RICCARDI DANIELE

(L. in Scienze della Comunicazione) Account supervisor Horeca channel c/o Birra Peroni

RONZAN PAOLA

(L. in Economia e Management) HR Controlling & Compensation Specialist c/o Safilo spa

VARDANEGA TOBIA

(L. in Filosofia) Business HR Specialist Lux Supply Chain c/o Ferrero International S.A.



la direzione e la faculty

La direzione del master è costituita da un Comitato scientifico composto da docenti universitari e professionisti con pluriennale esperienza scientifica nel rispettivo ambito di competenza.

Il coordinamento didattico e operativo è garantito da uno staff di assistenti e referenti didattici.

Consulenti ed esperti di formazione offrono il loro supporto sia in termini metodologici che di contenuto in tutte le attività di sviluppo, quali business game, business plan e project work.

La Faculty del corso è composta da docenti universitari, esperti di formazione, professionisti di società di consulenza, manager d'impresa e imprenditori.

La diversa e ampia provenienza della Faculty assicura l'integrazione tra una corretta impostazione metodologica e le esperienze applicate. Il confronto con una **Faculty qualificata e diversificata** rappresenta un canale preferenziale per la formazione professionale dei partecipanti, attraverso l'accesso ad un sistema relazionale qualificato anche a livello internazionale.



cuoa business school

Da oltre 50 anni Fondazione CUOA forma la nuova classe manageriale e imprenditoriale. È la prima business school del Nordest, una tra le più importanti in Italia, e si propone nel mercato nazionale e internazionale con prodotti e percorsi di formazione che rispondono alle nuove sfide professionali e promuovono lo sviluppo di nuovi modelli di business.

Il punto di forza del CUOA è l'attenzione costante al valore delle persone, al ruolo delle istituzioni nazionali e internazionali, alla dimensione etica di ogni azione economica, all'importanza del merito nella vita economica e sociale.

Il CUOA è sempre più un "incubatore" di idee, in cui vengono anticipate le esigenze, orientate le tendenze, grazie a una costante attività di monitoraggio degli scenari e a un'attenta ricerca sui temi del management, grazie all'ascolto diretto di professionisti, manager e imprenditori, in una collaborazione stretta e quotidiana.

alumni cuoa

Sono oltre 4.000 gli Alumni CUOA: una comunità unica, fatta di manager e imprenditori di successo, ma anche di giovani in ascesa. Un network unico, in cui il patrimonio delle esperienze e delle relazioni personali e professionali viene messo a sistema e condiviso, creando le migliori opportunità di crescita e di affermazione professionale.

L'associazione Alumni si è recentemente rinnovata e oggi è protagonista della crescita e dello sviluppo della Business School. Si pone come il punto di riferimento della community master CUOA, promuovendo e sviluppando le occasioni di incontro e confronto, sul piano personale, professionale e culturale, valorizzando i Diplomatici Master CUOA e contribuendo a rafforzare l'immagine della Scuola nel mondo scientifico, professionale e aziendale.

La forza di Alumni CUOA è il patrimonio delle esperienze e delle relazioni individuali, che viene messo a sistema e condiviso. I membri dell'associazione costituiscono un punto di riferimento per i nuovi studenti, partecipano alle attività della Business School con le loro testimonianze professionali all'interno dei moduli master, forniscono suggerimenti e indicazioni dal campo alla Scuola stessa.

Oggi Alumni CUOA è in prima linea e contribuisce in modo concreto alla crescita di CUOA Business School, affrontando le sfide del futuro, con nuovi progetti e nuova linfa vitale!

www.cuoa.it/alumnicuoa

i costi, le selezioni

i costi di partecipazione

La quota di iscrizione è di € 16.500,00 + I.V.A.

Da sempre il CUOA sostiene le aspirazioni e i talenti, per questo sono previste diverse borse di studio, sconti ed agevolazioni economiche erogate da aziende ed enti partner del CUOA e finanziamenti a tasso agevolato, con pagamento della prima rata dopo la fine del Master.

Sono attive convenzioni con Banca Popolare di Vicenza e Veneto Banca.

Termine ultimo per l'iscrizione: **8 giugno 2016**.

Il Master è riservato a massimo 20 partecipanti.*

*La commissione scientifica del CUOA si riserva di valutare eventuali inserimenti oltre il numero massimo.

le selezioni

L'accesso al Master è subordinato al superamento di un processo di selezione così articolato:

- analisi del curriculum vitae
- test psicoattitudinali, test logico-matematico
- test di lingua inglese
- colloquio motivazionale.

Il curriculum e le attitudini dei candidati emerse dalle prove di selezione, rispetto agli obiettivi e alla struttura del master, costituiscono i principali elementi della valutazione del candidato.

I candidati selezionati riceveranno comunicazione scritta sull'esito della selezione. Le selezioni avranno luogo presso la sede del CUOA, nelle date stabilite dalla Direzione del master e consultabili alla pagina www.cuoa.it/master/magi. I candidati ammessi potranno confermare la loro partecipazione entro l'8 giugno 2016, sottoscrivendo il contratto di iscrizione e versando la prima rata della quota di partecipazione.

www.cuoa.it/magi



Segui il CUOA sui social network



CUOA Business School

Segreteria Executive Education

Villa Valmarana Morosini
36077 Altavilla Vicentina (VI)

tel. 0444 333764

fax 0444 333991

master@cuoa.it

www.cuoa.it