

# USI Link

Editore USI  
responsabile Comunicazione e media  
Via Lambertenghi 10A  
CH-6904 Lugano  
tel. + 41 58 666 47 92  
press@unisi.ch  
www.unisi.ch

Tiratura 4000 esemplari  
Fotografie USI, Ti-Press  
Grafica A+C Bremer  
Stampa La Buona Stampa

## Università e mondo del lavoro



**USILink esce quattro volte all'anno offrendo un'informazione continua e concisa dei principali eventi, attività e iniziative dell'USI. Con l'obiettivo di approfondire temi particolarmente rilevanti per i suoi lettori, nascono da oggi i numeri speciali: quello che state leggendo è il primo approfondimento, dedicato ai rapporti dell'Università con il mondo del lavoro.**

### In questo numero:

- ✓ il servizio Stage&Placement ..... 2-3
- ✓ lo stage ..... 4
- ✓ i laureati ..... 5-6
- ✓ la parola ai datori di lavoro ..... 7
- ✓ i Master biennali e il mondo del lavoro ..... 8-9
- ✓ gli Executive Master e il mondo del lavoro ..... 10
- ✓ il Centro Promozione Start-up ..... 11

## Un ponte fra università e professione

Per l'USI, come per tutte le università svizzere ed europee, il tema delle prospettive professionali di studenti e laureati è molto attuale. Oltre ad assicurare una solida preparazione di base, un'ampia offerta specialistica e attività di ricerca di alto livello, le università devono essere attente ai possibili sbocchi professionali dei loro laureati.

Il mondo del lavoro è diventato molto dinamico e chi prepara i professionisti di domani deve seguire lo sviluppo di nuove professioni e l'evoluzione di quelle tradizionali per aiutare gli studenti a fare scelte consapevoli per il loro futuro.

Questo numero speciale di USI-Link presenta le iniziative promosse nell'ambito della nostra università dal Servizio «Stage&Placement» per avvicinare studio e mondo del lavoro e preparare i laureati ad un inserimento professionale adeguato ai loro interessi e alle loro capacità. Grazie alle dimensioni contenute, che ancora permettono un'attenzione alle esigenze individuali degli studenti, l'USI offre in questo campo servizi interessanti che gli studenti apprezzano e sollecitano. L'offerta è pensata principalmente per gli studenti che si preparano ad uno stage in un'impresa. Definendo i propri interessi e le proprie aspettative, gli studenti fanno delle scelte importanti, avviando magari un progetto professionale che sfocia alla fine degli studi in una specifica ricerca di impiego. Ma il Servizio Stage&Placement è

anche interessato a mantenere vive le relazioni con i laureati (i cosiddetti alumni), offrendo continuata assistenza professionale. Gli alumni grazie alle loro esperienze lavorative sono un'importante fonte d'informazione e di consigli per gli studenti. L'interesse per l'offerta di Stage&Placement lo dimostrano le cifre: sono stati finora circa 500 i contatti attivi del Servizio con imprese e organizzazioni nazionali ed internazionali, 800 gli stage organizzati per gli studenti dell'USI e 1200 le offerte di stage o di impiego proposte e gestite. In tre anni di lavoro si sono concretizzate molteplici relazioni fra l'USI e le aziende, enti ed istituzioni sul territorio della Svizzera italiana, ma anche nell'ambito nazionale e transfrontaliero. La conoscenza reciproca e le frequenti occasioni di contatto e scambio di opinioni hanno creato un clima di collaborazione e non poche sinergie.

Il numero speciale dà infine spazio alla presentazione, in una sorta di anteprima, dei dati sull'inserimento professionale dei laureati, tratti dall'indagine 2005. Da essi emerge che, nonostante una congiuntura non sempre favorevole, i laureati dell'USI godono di scelte privilegiate da parte del mondo del lavoro, che finora ha visto l'inserimento professionale di oltre 1200 di loro.

**Marco Baggiolini**  
Presidente USI



# il servizio S&P

## Stage&Placement : un servizio per studenti e laureati...

Nel 2002 nasce Stage&Placement, un servizio dell'Università dedicato a studenti e laureati come punto di raccordo tra Università e mondo del lavoro. Non solo per aiutare nella ricerca di un posto di lavoro - attività che normalmente lo studente avvia verso la fine dei propri studi - ma con l'obiettivo di sostenere lo studente nella costruzione di un proprio *progetto professionale*, fornendo informazioni, formazione, contatti e stimoli utili ad individuare uno sbocco professionale in linea con le proprie conoscenze e aspettative. In altri termini, l'obiettivo del Servizio non è procurare un lavoro, ma mettere in grado gli studenti di trovarlo.

Poiché tutte le attività del servizio sono realizzate attraverso la testimonianza di professionisti, i momenti di formazione e orientamento diventano anche occasione di contatto con le realtà professionali interessate ad assumere risorse qualificate. Le iniziative diventano cioè punti di intersezione tra domanda e offerta.

Il Servizio ha sviluppato una banca dati accessibile on-line di offerte di stage e lavoro per studenti e laureati dell'USI (con oltre 1200 offerte in 3 anni) ed ha invitato più di 80 realtà professionali, nazionali ed internazionali, pubbliche e private, ad effettuare presentazioni on-campus delle proprie attività e offerte professionali per studenti e giovani laureati.

L'impegno principale del Servizio rimane l'attività di formazione e orientamento professionale, che viene svolta attraverso le consulenze personalizzate, i workshop, il programma «visiting employer» e la pubblicazione di guide di orientamento.

Le diverse iniziative di formazione sono realizzate grazie al contributo e la collaborazione dei responsabili Risorse Umane delle realtà professionali con cui il Servizio collabora. È anche questa la ragione per cui lo

stage viene promosso in modo tanto marcato, sia presso le imprese sia presso gli studenti, facilitandone il reperimento, lo svolgimento ed il riconoscimento ai fini curriculari. Lo stage è infatti un importante strumento di orientamento professionale, che completa le conoscenze acquisite durante gli studi.

Per meglio conoscere le aspettative di studenti, laureati e imprese, Stage&Placement ha creato tre momenti dedicati ai suoi diversi interlocutori. Per gli studenti di Master il Servizio organizza incontri individuali per l'aggiornamento del curriculum vitae; per i laureati svolge annualmente un'indagine sull'impegno e le carriere; per le imprese ha creato una rete, chiamata «USIimpresa» che prevede incontri e discussioni su temi di reciproco interesse.

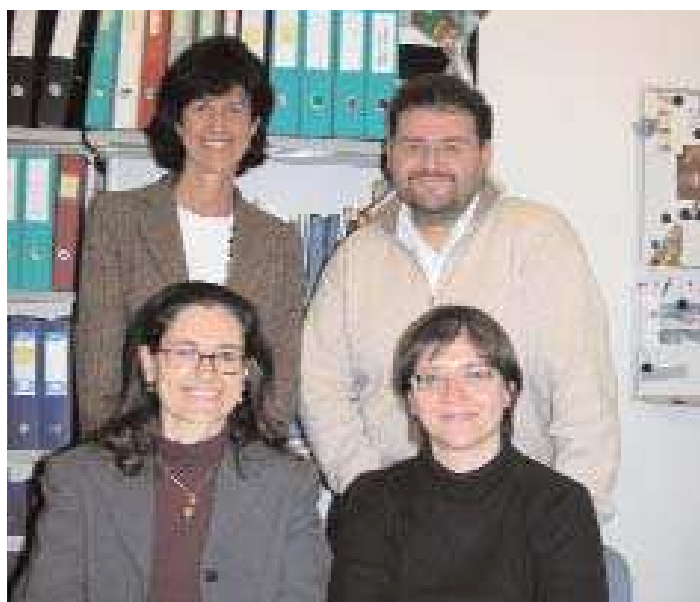
Il continuo scambio e la collaborazione con imprese, studenti e laureati permette al Servizio di aggiornare le proprie iniziative e di favorire l'incontro tra le esigenze del mondo del lavoro e le aspettative professionali di studenti e laureati. Questo, in sintesi, il ... progetto professionale di Stage&Placement.

**Il Servizio ha sviluppato rapporti con 500 imprese enti o istituzioni, che hanno offerto 1200 stage e posti di lavoro**

### Le attività di Stage&Placement

- ▶ Banca dati offerte stage e lavoro
- ▶ Consulenza personalizzata
- ▶ Coordinamento stage
- ▶ CV Book
- ▶ Field Project
- ▶ Fiere e incontri informativi
- ▶ Incontri on-campus con le aziende e di orientamento al mondo del lavoro
- ▶ Info Stage
- ▶ Network USIimpresa
- ▶ Newsletter
- ▶ Placement Alumni
- ▶ Programma Visiting Employers
- ▶ Pubblicazione USI&Carriere
- ▶ Visite in azienda
- ▶ Workshop «Entrare nel mondo del lavoro»

[www.placement.unisi.ch](http://www.placement.unisi.ch)



▶ **Il Servizio S&P**  
In alto da sinistra: **Silvia Invrea, responsabile, Vincenzo Cammarata, Simona Bolis e Alessandra Spagnolo**

### Il Servizio Stage&Placement in numeri

Contatti con aziende	500
Offerte	1200, di cui
	644 offerte di stage
	396 offerte di lavoro
	230 offerte di lavoro temporaneo
Incontri on campus con le aziende	88, di cui
	55 presentazioni aziendali
	10 workshop «Entrare nel mondo del lavoro»
	23 Visiting Employers
Stage curriculari registrati	700
Consulenze personali di orientamento e revisione CV	350
Indagini sui laureati	4

## ...e un servizio al mondo del lavoro

Se l'impegno dell'USI verso i propri studenti è considerevole, un obiettivo altrettanto importante è offrire servizi e contatti ad imprese, enti o istituzioni che vogliono collaborare con l'Università. Per questo Stage&Placement sviluppa rapporti con aziende private e pubbliche, locali ed internazionali.

L'obiettivo di Stage&Placement è di far conoscere maggiormente l'Università e i suoi percorsi di formazione a potenziali datori di lavoro, comprenderne le esigenze e le opportunità e facilitare il reperimento delle risorse migliori per stage o assunzioni.

Alle imprese il Servizio propone occasione di incontro e di presentazione, l'accesso alla banca dati con informazioni sulle offerte di stage e di lavoro, oltre a due tipi di pubblicazioni, «USI e carriere» e i «CVBook». Attraverso la banca dati le imprese possono raggiungere gli oltre 2000 studenti delle quattro facoltà (architettura, comunicazione, economia e informatica) e i 1200 laureati.

Grazie alle piccole dimensioni dell'USI e al contatto personale con studenti e docenti, Stage&Placement

riesce a fornire un Servizio di recruiting quasi personalizzato. L'adozione del nuovo ordinamento universitario e l'avvio nel 2004 di 13 nuovi programmi Master biennali ha comportato un ampliamento dell'offerta di profili specialistici e anche un lavoro di informazione specifica alle imprese, sia relativa ai nuovi contenuti formativi, sia sulle diverse modalità di stage previste.

Per facilitare l'individuazione di risorse specializzate nei nuovi Master, il Servizio ha realizzato i «CVBook», pubblicazioni annuali con il dettaglio dei programmi formativi e con i curricula degli studenti che li frequentano.

Nei tre anni di attività il Servizio ha sviluppato contatti con oltre 500 imprese enti o istituzioni, che hanno offerto stage o lavoro e che continuano la loro collaborazione con l'Università. Per le aziende più attive il Servizio ha avviato un progetto sperimentale di collaborazione, il «Network USImpresa», che riunisce le realtà professionali che desiderano collaborare stabilmente con l'USI e partecipare attivamente all'ulteriore sviluppo dei rapporti tra accademia e mondo del lavoro.



► **Gli ambasciatori Knapp (SECO) e Fust (DEZA), al centro, insieme ai prof. Poggia e Baranzini, incontrano gli studenti sul tema «Lavorare nella cooperazione internazionale»**

## Il Network USImpresa

**Gruppo selezionato di imprese, enti o istituzioni che collaborano stabilmente e istituzionalmente con l'USI e, attraverso momenti di incontro e confronto, partecipano attivamente allo sviluppo dei rapporti tra accademia e mondo del lavoro.**

- AITI
- Banca Arner
- Cornè Banca
- Banca del Gottardo
- Banca Popolare di Sondrio Suisse
- BancaStato
- BSI
- Ccia – TI
- Città di Lugano
- Corriere del Ticino
- Credit Suisse
- Duferco
- Indesit Company
- Mikron
- Pharmaton
- RTSI
- SwissLife
- UBS

## I Visiting Employers

**Sessioni di consulenza personalizzata, tenute da professionisti delle Risorse Umane delle aziende, per orientare gli studenti e i laureati nelle loro scelte professionali.**

- Lavorare nella Consulenza Manageriale - DELOITTE&TOUCHE
- Lavorare nell'informatica - IBM
- Lavorare nel settore bancario - CREDIT SUISSE
- Lavorare nell'industria - AITI
- Andare all'estero - LINGUE E STAGE ALL'ESTERO
- Lavorare nel settore bancario - BANCA INTESA
- Lavorare nell'editoria - CORRIERE DEL TICINO
- Lavorare nei media - RTSI
- Lavorare nel trading - DUFERCO
- Lavorare nella comunicazione - DEERIVE
- Lavorare nel Non-Profit - CONSONO
- Lavorare nel settore bancario - BANCASSTATO
- Lavorare nel turismo - TICINO TURISMO
- Lavorare nel settore bancario - BANCO DI LUGANO
- Lavorare nell'editoria - TICINO MANAGEMENT
- Lavorare nel settore farmaceutico - PHARMATON
- Lavorare nel settore bancario - UBS
- Lavorare nel settore bancario - BANCA POPOLARE DI SONDRIO
- Lavorare nell'amministrazione pubblica - CITTA' DI LUGANO

## INCONTRI

### ON-CAMPUS 02/05

- MERLONI
- FONDAZIONE B-YOUNG
- DELOITTE&TOUCHE
- GDS EUROPE
- RTSI
- CANDIDARSI PER UN IMPIEGO: MLP
- ALCHERA GROUP
- LAVORARE NELLA COMUNICAZIONE: GDS E EDIT4
- UNO STAGE ALL'ESTERO: MERLONI, LSE, AIESEC
- ASSOCIAZIONE SVIZZERA GESTORI PATRIMONIALI
- DFE - DIPARTIMENTO FEDERALE DEGLI ESTERI
- IL COLLOQUIO DI LAVORO: MPL
- MEDIASET
- DSC - DIREZIONE SVILUPPO E COOPERAZIONE
- NOVARTIS
- IKONA EDIZIONI
- ALENIA AERONAUTICA
- HELSINN HEALTHCARE
- MERLONI - PROGETTO SAP
- CREDIT SUISSE
- CITTA' DI LUGANO
- LAVORARE NELLE RISORSE UMANE: DUFERCO E BSI
- BANCA POPOLARE DI SONDRIO
- IBM
- WALT DISNEY COMPANY ITALIA
- GRUPPO FERRARI
- AMMINISTRAZIONE FEDERALE
- RIRI
- REUTERS
- LAVORARE NEL NO PROFIT: CROCE ROSSA INT., SWISSAID, DSC
- INFO-STAGE: I.R.E.F.
- BANCASSTATO
- LAVORARE NEI SERVIZI PUBBLICI LOCALI: AMMINISTRAZIONE CANTONALE, POSTA E POLIZIA
- JPO ALLA DIREZIONE SVILUPPO E COOPERAZIONE
- GUCCI
- COSTA CROCIERE
- PROCTER&GAMBLE
- INDESIT COMPANY
- BANCA INTESA
- BSI
- ENI CORPORATE UNIVERSITY
- SWISSLIFE
- FARE L'IMPRENDITORE: CENTRO START-UP, DEERIVE, ALPHATEST
- LAVORARE NELLA CULTURA: DICASTERO CULTURA CITTA' DI LUGANO E RETE2/RTSI
- TICINO TURISMO
- TICINOCALCIO.CH
- JP MORGAN
- LAVORARE NELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE: DEZA E SECO
- IBM CORPORATE UNIVERSITY
- LAVORARE NELL'AMMINISTRAZIONE FEDERALE
- DSC: PROGRAMMA JUNIOR PROFESSIONAL OFFICER

# lo stage

## Lo stage: via preferenziale per l'ingresso nel mondo del lavoro

A conferma dell'importanza che l'USI ha da sempre dato all'integrazione con il mondo del lavoro, sin dagli inizi, nel 1996, ha previsto lo stage come parte integrante dei propri percorsi didattici riconoscendone il valore di orientamento. Lo stage infatti amplia le conoscenze accumulate durante il percorso di formazione con competenze professionali acquisibili solo in ambito lavorativo e permette allo studente di orientare il compimento del proprio curriculum a tali opportunità. L'organizzazione di uno stage implica inoltre prendere contatto con il contesto professionale e quindi avviare una ricerca, individuare le fonti, predisporre gli strumenti, sostenere colloqui di selezione e individuare le oppor-

tunità di un proprio inserimento in un determinato settore professionale. Una volta rientrati in Università, si possono approfondire i diversi ambiti di studio con maggiore consapevolezza. Si è inoltre dimostrato che lo stage rappresenta un investimento utile come chiave di accesso al mondo del lavoro: oltre un terzo degli studenti dell'USI ha deciso infatti di andare a lavorare nell'azienda che lo aveva accolto come stagiaire e molti di più hanno trovato lavoro grazie alle competenze acquisite durante lo stage o i contatti sviluppati nel corso della loro esperienza professionale. Lo stage è per questo un momento fondamentale di raccordo tra Università e mondo del lavoro.

**Oltre un terzo degli studenti ha deciso di andare a lavorare nell'azienda che lo aveva accolto come stagiaire**

### Lo stage curriculare

Dall'introduzione dell'Ordinamento universitario di Bologna lo stage all'USI viene previsto nei Master biennali di specializzazione (stage curriculare), in un momento più vicino al proprio inserimento nel mondo del lavoro. Gli stage riconosciuti ai fini curricolari permettono agli studenti di acquisire crediti (ECTS) necessari al completamento del percorso di studio. I Consigli di Facoltà regolamentano tramite Direttive specifiche i requisiti richiesti e la procedura di riconoscimento. Naturalmente, una condizione fondamentale è che lo stage svolto sia coerente con il profilo di studio scelto dallo studente.

### Dove, come, quando Gli stage svolti da studenti USI

Durata	3-6 mesi
Crediti	fino a 18 ECTS
Periodo	3° semestre del biennio di Master
Remunerazione	1400 Chf/Mese
Luogo	Ticino (72%) Italia (11%) Svizzera interna (10%) Altri paesi (7%)
Settori	finanziario (24%) formazione (18,4%) media e telecomunicazioni (16,3%) consulenza (9,8%) industria (5,4%)
Fonti	banca dati USI (37%)

### I Field Project

Dal 2005 è stata avviata una nuova forma di collaborazione tra Università e mondo del lavoro, entro i programmi di Master in Corporate Communication e in Marketing: il «Field Project». Si tratta di un progetto di consulenza alle aziende realizzato da un gruppo di 4-5 studenti guidati da un professore del Master che funge da tutor, della durata di circa 4 mesi. Il professore supporta il team nel gestire i rapporti con l'azienda-cliente, nello sviluppo del progetto e nella preparazione della relazione finale e della presentazione dei risultati all'azienda. Il «Field Project» costituisce un importante momento di collegamento con realtà e problematiche aziendali reali e riceve una valutazione ai fini didattici sulla base della qualità del documento finale, della soddisfazione dell'azienda-cliente e del lavoro di gruppo.

AZIENDA	TITOLO	TUTOR
BSI, Lugano	New Employer Branding	Prof. Francesco Lurati
Piazza Blues, Bellinzona	Image and branding of a music festival	Prof. Andreina Mandelli
Reflect, Oberhausen	Marketing a new genre of software: from local to global	Prof. Martin Eppler
Pharmaton, Lugano	Valutazione del potenziale di mercato per i prodotti di medicina naturale	Prof. Ivan Snehota



Lucia Würsch, stage alla TA-SWISS, Berna

**«Lo stage mi ha permesso sia di capire il funzionamento di un'istituzione» - dice Lucia, studentessa del Master in Comunicazione Istituzionale - «sia di fare esperienze senza paura di sbagliare. Sbagliando si impara: durante lo stage si è in una situazione 'protetta', dove si viene seguiti e si ha sempre il diritto di fare domande. Inoltre lo stage mi ha permesso di capire che le logiche del lavoro sono diverse da quelle dello studio: non sempre si sceglie, ma comunque si è responsabili. Senz'altro una lezione che non si può che apprendere sul campo».**



Gunnar Klaming, stage alla BMW, Monaco di Baviera

**«Lo stage è stato importante sia perché ho potuto applicare quello che ho studiato, sia per capire la differenza tra la teoria e la pratica. La BMW è una realtà complessa dove ho compreso l'importanza di sapersi relazionare e muovere internamente per poter realizzare i propri progetti» - dice Gunnar Klaming, studente al Master in Marketing. «Credo che uno stage sia fondamentale a completamento di studi per inserirsi nel mondo del lavoro e iniziare a costruire un proprio network professionale. Ritengo molto utile che l'Università, come per me è stato all'USI, abbia una rete di contatti che permettano agli studenti a fare esperienza, ma l'iniziativa deve restare a ciascuno».**



Daniela Saccà, stage all'ONU, New York

**«Ho avuto l'opportunità di fare questa esperienza grandiosa, per una nota istituzione d'oltreoceano, in una città stimolante come New York, che mi ha arricchito moltissimo» - racconta Daniela Saccà, Master in Corporate Communication - «Lo stage permette di assumere un ruolo attivo in progetti concreti e di imparare a essere più autonomo, più intraprendente ma anche a capire le dinamiche relazionali in un ambiente lavorativo. Per me fare uno stage è un investimento nel futuro sia a livello professionale, perché qualifica le proprie competenze, sia a livello umano, perché rende più flessibili. Durante il mio stage all'ONU mi sono confrontata e ho lavorato quotidianamente con persone da ogni parte del mondo: l'internazionalità e la multiculturalità sono state una entusiasmante dimensione di lavoro»**

## Dopo l'USI: i laureati

Chi sono e cosa fanno i laureati dell'USI? Per seguire gli sviluppi professionali dei propri laureati, il Servizio Stage&Placement svolge ogni anno un'indagine anonima approfondita, che concerne sia il momento di ricerca ed ingresso nel mondo del lavoro, sia i successivi sviluppi di carriera.

L'ultima indagine, realizzata a fine 2005, concerne 879 laureati dalle 3 facoltà (Comunicazione, Economia ed Architettura) laureatisi tra il 2000 e dicembre 2004. L'indagine si è svolta tramite questionario anonimo ed ha raggiunto un tasso di risposta del 48%. Ne emerge che la maggior parte si laurea entro i tempi previsti - ovvero in 7 semestri per economia e comunicazione, e in 12 per architettura.

Risulta occupato professionalmente l'87% dei laureati; il 4,5% sta proseguendo gli studi o facendo altro e il restante 8,8% - la maggior parte laureati nel 2004 - risulta ancora in cerca di occupazione. L'ingresso nel mondo del lavoro è generalmente rapido: oltre la metà dei laureati ha infatti iniziato a lavorare subito dopo la laurea, i quattro quinti entro 3 mesi ed oltre il 90% entro 6 mesi.

È anche interessante notare che, nonostante le difficili fasi del mercato, la metà dei laureati USI ha ricevuto almeno due offerte di lavoro. L'avvicinamento al mondo del lavoro inizia spesso prima del conseguimento della laurea, attraverso diverse esperienze pratiche: il 90% dei laureati dichiara infatti di aver svolto esperienze lavorative durante gli studi. Per l'80% di loro si tratta di un'esperienza di stage, per lo più obbligatoria nel proprio percorso di studi, che si conferma essere particolarmente utile nel favorire il successivo inserimento professionale: oltre un terzo degli studenti ha deciso di andare a lavorare presso l'azienda, l'ente o l'istituzione in cui ha svolto lo stage.

Il contatto diretto risulta essere la via prioritaria di ingresso nel mondo del lavoro per quasi il 40% dei laureati, dato che conferma l'aspettativa da

parte dei datori di lavoro che siano gli studenti ad attivarsi, con motivazione, nella propria ricerca di lavoro.

Ma dove lavorano i laureati USI? Il settore bancario/finanziario rimane lo sbocco principale sia per i laureati di Economia sia per quelli di Comunicazione, raggiungendo complessivamente oltre il 22% del totale, cui segue il settore della progettazione, sbocco principale per i laureati dell'Accademia di architettura.

Il polo economico di Lugano e il Ticino in generale, aree particolarmente attive nei servizi nel terziario avanzato, dimostrano di apprezzare le compe-

tenze sviluppate all'USI, assorbendo la maggior parte dei laureati. Anche la Svizzera tedesca e francese e l'Italia sono sbocchi frequenti dei laureati USI.

La grande maggioranza dei laureati USI lavora con un contratto da dipendente (87%) e a tempo indeterminato, mentre il 10% ha scelto una via più imprenditoriale svolgendo un'attività come libero professionista o come imprenditore.

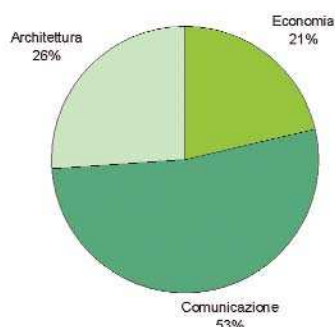
Tre quarti dei laureati lavorano a tempo pieno, e una parte di loro ha già avuto interessanti sviluppi di carriera, nonostante la relativa giovane età professionale, arrivando a ricoprire anche cariche dirigenziali e direttive (15%). Un dato particolarmente positivo emerge dalla congruenza tra il tipo di lavoro svolto e le qualifiche acquisite durante gli studi: circa il 70% ha infatti dichiarato di svolgere un'attività lavorativa coerente con la formazione maturata all'USI e oltre l'85% si è dichiarato soddisfatto dell'attuale occupazione professionale.

La mobilità si conferma come elemento importante nella ricerca di occasioni di crescita professionale: nei primi anni di lavoro oltre il 50% dei laureati ha infatti cambiato lavoro almeno una volta. Infine risulta che i laureati USI ad un anno dalla laurea percepiscono un salario tra 60 e 70 mila franchi, in analogia con la media svizzera.

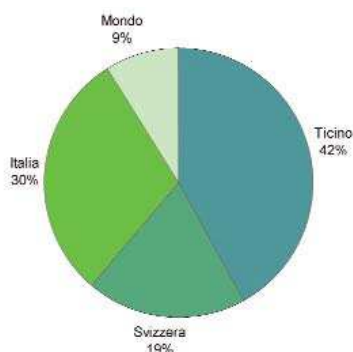
**Il settore bancario/finanziario costituisce lo sbocco prioritario sia per i laureati in economia, sia in scienze della comunicazione**

## I laureati: chi sono (i dati si riferiscono a 879 laureati, 2000 - 2004)

### ► per facoltà



### ► per provenienza



**Matteo Villani**, ECO 2001  
UBS, Basilea

**«Credo che la formazione all'USI sia stata importante perché grazie allo stage e al semestre all'estero ho potuto conoscere anche il mondo del lavoro e verificare le mie aspettative professionali, oltre ad ampliare i miei orizzonti culturali. Oggi io credo che la dote più importante per lavorare sia avere apertura mentale, non avere preconcetti e provincialismi.»**



**Paola Mantegazzi**,  
COM 2002

Procter&Gamble, Ginevra  
**«Finita l'università sono stata 3 mesi negli Stati Uniti e poi ho fatto domanda a P&G. Ho**

**dovuto aspettare 4 mesi per essere convocata, ma alla fine ne è certo valsa la pena. Credo che la mia curiosità (che mi ha spinto a fare molte cose), la mia motivazione e la mia disponibilità a mettermi in gioco - aspettare, spostarmi a Ginevra ad esempio - siano state le carte vincenti.»**



**Andreas Flury**, COM 2001  
Azienda Trasporti Regionali  
Neuchâtel

**«La conoscenza delle lingue è stata fondamentale in tutte le occasioni e la motivazione unita alla voglia di accettare nuove sfide, lo spirito di iniziativa e l'esser pronto a prendermi dei rischi mi hanno senz'altro permesso di ottenere quello che cercavo.»**



**Francesca Lamanna**,  
ECO 2000  
Banca Mondiale, Washington

**«Sono stata molto contenta dei miei studi all'USI, soprattutto per la qualità dei docenti, perché eravamo molto seguiti e per le tante opportunità offerte a chi aveva voglia di darsi da fare. Le esperienze più importanti e utili per il mondo del lavoro? Indubbiamente andare all'estero, imparare l'Inglese a livello quasi-perfetto, fare esperienze di lavoro già durante gli studi e continuare a studiare dopo la laurea, possibilmente con un Master di livello internazionale, perché anche il brand conta.»**

## Il Servizio Alumni Relations

I laureati rivestono grande importanza per l'università, anche come punti di accesso al mondo del lavoro. La popolazione dei laureati USI, oggi circa 1200, diventa infatti anche fonte di inserimento professionale per le «nuove leve»: diversi tra i primi laureati ricoprono già posizioni dirigenziali e si rivolgono all'USI per reperire nuove risorse qualificate da inserire nel proprio contesto professionale. Per curare al meglio le relazioni con loro, dal 2003 è stato avviato il Servizio Alumni Relations, che ha l'obiettivo di con-

**Il Servizio persegue l'obiettivo di far comprendere ai laureati l'importanza di un network in continua crescita**

solidare la comunità di laureati USI favorendo contatti umani e professionali. Il Servizio si occupa della gestione delle attività organizzate dall'USI per i propri laureati: in particolare fornisce servizi di

placement (offerte di lavoro e orientamento professionale), organizza momenti di incontro e scambio tra laureati, favorisce la formazione degli ex-allievi rimanendo per loro un punto di riferimento e promuove la collaborazione dei laureati alle attività e all'immagine dell'Università. Sul sito dedicato ([www.alumnirelations.unisi.ch](http://www.alumnirelations.unisi.ch)) i laureati possono trovare le informazioni che li riguardano e aggiornare la propria scheda di contatto. Grazie a questo aggiornamento, il Servizio può tenere al corrente il laureato di novità, iniziative e nuove offerte di lavoro.

Ogni anno il Servizio realizza inoltre un'indagine sugli sbocchi professionali dei laureati, svolta attraverso un questionario anonimo on-line, che consente di realizzare una fotografia sul grado e le forme di inserimento professionale dei laureati dell'USI. Questi dati aiutano anche a indirizzare e adeguare i servizi sia ai laureati sia agli studenti che si approssimano a entrare nel mondo del lavoro: è pertanto uno strumento molto utile per lo sviluppo dei servizi di collegamento con il mondo del lavoro.

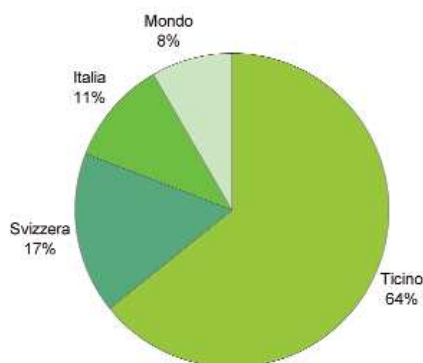
In questi primi anni di attività, il Servizio Alumni Relations ha organizzato incontri dedicati a laureati che lavorano in specifici ambiti professionali, permettendo uno scambio di informazioni ed esperienze tra alumni che operano nello stesso settore. Oltre a sviluppare un network tra alumni, questi incontri fungono da raccordo tra i laureati e l'Università, permettendo un aggiornamento sulle novità accademiche, la ricerca e la formazione.

Il Servizio persegue in generale l'obiettivo di far comprendere ai laureati l'importanza di un network che ogni anno cresce sia numericamente che qualitativamente, diventando uno strumento utilissimo per i laureati stessi nell'orientamento o ri-orientamento della propria carriera professionale e che contribuisce concretamente a valorizzare il brand USI sul mercato del lavoro.

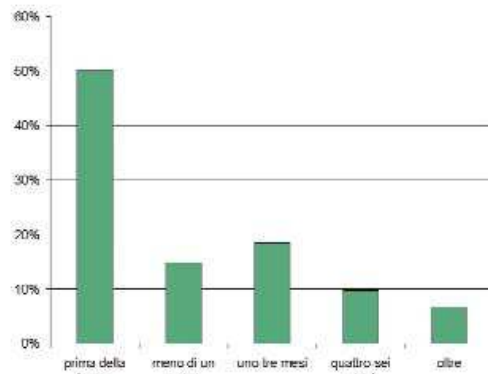
## I laureati al lavoro

Dove lavorano	Ticino (64%) Italia (11%) CH (17%) Altri paesi (8%)
Inquadramento	dipendente (87,5%) libero professionista (7%) imprenditore (3%) altro (2,5%)
Tipo contratto	impiegato (80%) quadro (14%) dirigente (3%) altro (3%)
Tempo contratto	indeterminato (80%) determinato (14%) altro (6%)
Dimensioni azienda	>500 (30%) 101-500 (19%) 26-100 (20%) >=25 (31%)
Settori principali	bancario (19%) studio professionale (14,5%) insegnamento, formazione, ricerca (12%) industria (10%) media e telecomunicazioni (6,5%)

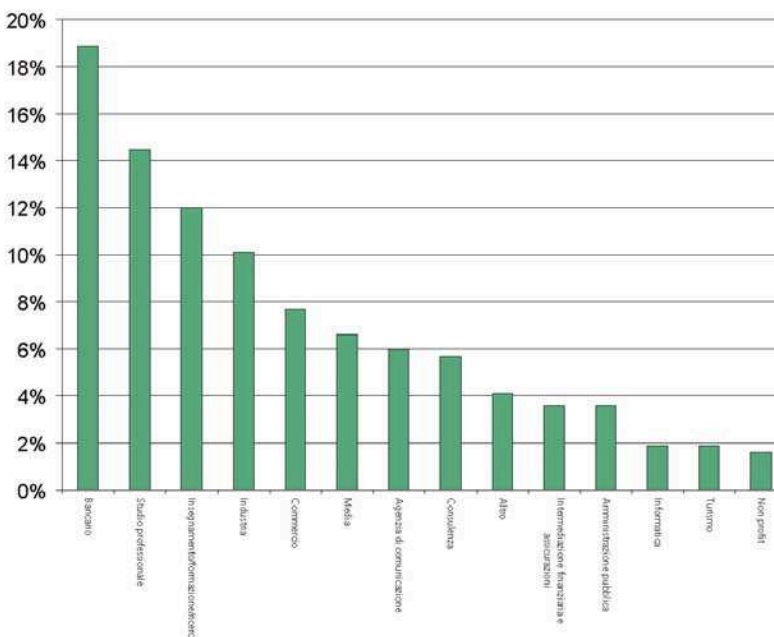
### ► Luogo di lavoro



### ► Tempi di ingresso



### ► Settore d'occupazione



# i datori di lavoro

## La parola ai datori di lavoro

Come si inseriscono nel tessuto professionale i laureati dell'Università della Svizzera italiana? Cosa apprezzano di loro le aziende e le istituzioni? Basta un Bachelor o è meglio ottenere anche il Master? Sono alcune delle domande che abbiamo posto a chi, sia nel settore pubblico che in quello privato, si occupa di selezionare ed assumere i laureati dell'USI.

La **Duferco**, multinazionale dell'acciaio con sede a Lugano, ha assunto negli ultimi anni diversi laureati USI: «per noi – spiega Samantha Rudin, responsabile delle risorse umane – quella di assumere ragazzi dall'Università della Svizzera italiana è stata una scommessa, in quanto eravamo soliti attingere ad altri bacini di formazione. Una scommessa che definirei vincente: i laureati in comunicazione si sono inseriti nel ramo commerciale, altri con successo in quello IT, collaborando alla creazione della nostra rete interna, che direi essere riuscita molto bene.» Alano Sampietro, responsabile del personale del **Comune di Lugano**, mette l'accento sulle qualità degli ex studenti USI, raccontando come abbiano «voglia di acquisire competenze e conoscenze, di capire come funziona il sistema, fattore di successo fondamentale oltre alla formazione culturale di base.» Nella sede ticinese della **Pharmaton**, i laureati dell'USI si sono inseriti stabilmente in diversi settori: «quelli provenienti da comunicazione» – spiega Elena Lella dello Sviluppo risorse umane – «principalmente nelle relazioni pubbliche internazionali, nelle vendite, nel settore IT e nelle risorse umane; quelli di economia nella finanza e nell'amministrazione.»

Se bene si comportano gli ex studenti, qual è il giudizio dei professionisti sui servizi dell'USI? Secondo Cristina Maglio, responsabile del personale in formazione **Credit Suisse** in Ticino: «il servizio offerto da Stage&Placement si è evoluto parecchio nel corso degli ultimi anni: ora è molto di più di una banca dati, è un servizio attivo di consulenza, del quale gli studenti possono usufruire costantemente.» Anche

secondo Mariano Morace, responsabile formazione e sviluppo della **RTSI**, Radio Televisione della Svizzera di lingua italiana, le attività svolte dal Servizio sono particolarmente utili, «tanto all'azienda quanto agli studenti, avvicinando

progressivamente gli uni verso altri, cosa che non accade in altri contesti universitari.»

Infine, qualche opinione sui cambiamenti introdotti dalla riforma di Bologna: per una azienda o una istituzione, meglio assumere un diplomato con il Bachelor o un laureato con un titolo di Master? Le risposte da parte dei diretti interessati sono concordi: è consigliabile frequentare un Biennio di Master a conclusione degli studi che significano una maggiore capacità di analisi e quindi una migliore maturità professionale. Una posizione sostenuta in particolare da Roberta Cattaneo, responsabile del personale dell'**Ufficio federale della cultura**, secondo la quale il Master è «un'autentica marcia in più, anche se contano sempre molto le esperienze fatte, le lingue e non ultimo l'umiltà di aver voglia di fare gavetta.» E ancora secondo Bastian Lerch del Recruitment Service di **UBS**: «l'assunzione di laureati Bachelor o Master dipende dalla scelta del percorso che i laureati intendono seguire nel programma Graduate Training Program. In un mercato del lavoro altamente competitivo e considerando le esigenze operative, in Ticino optiamo per l'assunzione di diplomati che abbiano conseguito il titolo di Master.»

### 30 Top Recruiter

Le realtà professionali che hanno assunto il maggior numero di laureati USI (fino a 21)

**RTSI**  
**UBS**  
**Cornèr Banca**  
**BSI**  
**Credit Suisse**  
**Deloitte&Touche**  
**Banca del Gottardo**  
**Il Corriere del Ticino**  
**La RegioneTicino**  
**Julius Baer - Banco di Lugano**  
**Deerive**  
**Duferco**  
**Amministrazione Cantonale**  
**Banca del Sempione**  
**CCia-Ti**  
**Comune Lugano**  
**Ferrovie Federali Svizzere**  
**Pharmaton**  
**PricewaterhouseCoopers**  
**TeleTicino**  
**AOREP**  
**Aprilia World Service**  
**Banca Arner**  
**BancaStato**  
**Certifica**  
**Il Giornale del Popolo**  
**Indesit Company International**  
**Mikron**  
**Swiss**  
**Swiss Life Funds**



► Alcuni datori di lavoro e studenti USI

## Obiettivo architetto: vedersi allo specchio tra 5 anni

Dagli atelier dell'Accademia direttamente agli studi d'architettura. È questo il salto compiuto - per ora solo sulla carta - dai ragazzi dell'A.S.M.A, l'Associazione Studenti Mendrisio Architettura. Un gruppo nato poco più di due anni fa con l'intento di riflettere sul mondo della progettazione e sui suoi sviluppi, che tra le sue svariate attività ha recentemente promosso una ricerca sulle dinamiche della professione in tutta Europa. «Grazie ad uno strumento che amiamo particolarmente, ovvero quello delle interviste» - racconta Matteo Soldati, membro e fondatore di A.S.M.A. - «abbiamo avuto la possibilità di conoscere da dentro la realtà di oltre venti studi di architettura in diverse città, tra Milano, Madrid, Vienna, Parigi, Genova,

Graz e Bergamo. Il nostro obiettivo è stato quello di scoprire se e come sta cambiando il lavoro dell'architetto, partendo direttamente dalle parole dei diretti interessati. Abbiamo pensato il lavoro come se fosse un ideale vedersi allo specchio tra 5 anni» - continua Matteo - «perché ci ha permesso di fiutare o almeno intuire in parte la dura ma entusiasmante esperienza dell'aprire e gestire uno studio di architettura.»

I risultati della ricerca saranno pubblicati nei prossimi mesi con il titolo «*Simply Architects?*», ma di certo oltre al valore editoriale e didattico che assumeranno, hanno significato per i loro autori anche un'importante esperienza di crescita: «durante questo processo è sicuramente cresciuta in noi una

certa sicurezza nel confrontarsi con persone più mature e preparate, ma al tempo stesso aperte e disponibili. La fortuna di avere incontrato tanti interlocutori così propositivi e coinvolgenti, aggiunta ad una buona dose di determinazione, ci ha inoltre insegnato la cosa più importante: chiedere ed osare. Siamo maturati per quanto riguarda l'organizzazione del lavoro, che comprende diversi aspetti come la preparazione dei viaggi, la gestione delle spese, i contatti con gli studi interessati, la ricerca di sponsor... È successo infine ad alcuni di noi di immedesimarsi nelle persone che incontravamo e che ci raccontavano la loro storia e naturalmente questo è stato l'aspetto più affascinante e romantico di questa serie di incontri.»

A.S.M.A. - asst@arch.unisi.ch

# i Master Biennali

## Realtà professionali che hanno offerto stage o assunto studenti da Master biennali USI

Adidas, Nürnberg  
AOREP  
ARGO AM Hedge Funds  
Banca Monte dei Paschi di Siena  
Banca Popolare di Sondrio  
Banco di Lugano  
BBDO Consulting GmbH  
Blagovest Turservis  
BMW, München  
BSI  
Cartesio Wealth Management  
Casa editrice Le lettere  
CEAP Centro de Estudo e Assessoria Pedagógica  
Centri turistici Montani  
CIM Banque  
Città di Lugano  
Class CNBC Gruppo SKY  
CNR, Lecce  
Comune di Mendrisio  
Cornèr Banca  
CPR  
Di Palma Associati  
Ente turistico del Malcantone  
EPFL, Lausanne  
ETH, Zürich  
Fairfield Partners LLC  
Fideuram Bank  
Fox Town Mendrisio  
Giornale del Popolo  
GTZ, South Africa  
Heraeus Kulzer Medical hanau  
Hypermedia Open Centre - Politecnico di Milano  
IBC, Istituto Beni Culturali  
Imperial College, London  
IRE, Istituto di ricerche economiche - USI  
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale, Bern  
Laboratory of Neutron Scattering-ETHZ, Zürich  
LIFI Suisse  
Mikron  
Mint Museum, North Carolina  
Mottolino Tourism  
Mscm, USI  
Novacaritas, Brazil  
ONU, Bruxelles  
UN, New York  
Organizing Committee for the Olympic Games of Torino '06  
Romanian Government, Ministry for Cultural-Heritage  
Romanian National Tourist Office for North America  
RSI, Radio svizzera di lingua italiana  
Rustek  
Sagres Advisory  
Scuole di Lugano  
Servizio Lingue e Mobilità - SUPSI  
Servizio sport USI SUPSI  
Spreadshirt Leipzig  
STMicroelectronics, Grenoble  
Suva  
TA-SWISS, Bern  
Ticino Turismo  
Touring Club Italiano  
TSI - Televisione svizzera di lingua italiana  
Turbomach  
Distance Education and Technology Department, University of British Columbia, Vancouver  
University of Wisconsin, elearning extention department  
UBS  
Ultima  
USI, Servizio pari opportunità  
UVET, American Express  
Web Models

## Il Master avvicina alla professione

Il nuovo ordinamento europeo degli studi universitari, il cosiddetto ordinamento di Bologna, avviato all'USI già nel 2001, distingue 2 livelli: la formazione di base (Bachelor) - 180 crediti corrispondenti a 6 semestri - e la specializzazione (Master), 90-120 crediti corrispondenti a 3-4 semestri. Mentre il triennio di base, che conferisce il titolo di Bachelor, si propone come obiettivo fondamentale di assicurare allo studente un'ampia base teorica e metodologica, il biennio di specializzazione, che conferisce il titolo di Master, ha come obiettivo di fornire una solida preparazione in molteplici campi dell'economia e della comunicazione, significativi sia dal punto di vista della professione sia da quello della ricerca scientifica. L'avvicinamento alla professione prende forma, nei 13 programmi di Master offerti dalle Facoltà di Scienze economiche e di Scienze della comunicazione, nel loro profilo scientifico e professionale ben definito. La programmazione didattica è pensata per un numero contenuto di destinatari in modo da consentire un'efficace interazione interpersonale con i docenti e gli altri studenti. Sono anche previsti corsi e interventi di professionisti, che arricchiscono le lezioni della propria esperienza sul campo. Un notevole aiuto all'avvicinamento alla professione lo dà infine la struttura del Master che comprende, oltre ai corsi di specializzazione e all'elaborazione di una tesi, un periodo di stage in un'azienda o istituzione oppure un soggiorno di studio in un'altra università nell'ambito di un programma di mobilità.



**Loredana Padurean,**  
Master in  
International Tourism

**«Per me è stato fondamentale proseguire gli studi nel turismo, un ambito che negli ultimi**

**anni si sta fortemente sviluppando e per il quale mancano specialisti qualificati sul mercato. Mi auguro che far parte della prima generazione di laureati specializzati in questo settore mi prospetti grandi opportunità di carriera, sia in ambito accademico (con un dottorato), sia sul mercato del lavoro. Cosa non possibile senza una buona formazione. Sono convinta che il Master sia una scelta obbligata per chi mira in alto, specialmente in un mercato del lavoro specializzato e competitivo come quello attuale. Non vedo l'ora di poter applicare nel mondo reale quanto appreso e dare un valore concreto e pratico alla mia formazione.»**

## Gli sbocchi professionali

### Master in Scienze economiche

#### Finance

Il programma in Finanza forma figure professionali interessate a carriere nei principali settori della finanza, come ad esempio: Asset management, Private banking, Investment banking, Commercial banking e Corporate finance.

#### Economia e Istituzioni

Il Master, approfondendo la conoscenza dei principi e dei meccanismi che regolano i rapporti tra sistemi economici e istituzioni, forma professionisti in grado di operare in istituzioni pubbliche o private, nazionali (banche, aziende, istituti di ricerca) o internazionali (banche centrali, organizzazioni internazionali).

#### Management

Questo Master forma figure professionali interessate a carriere gestionali e imprenditoriali nell'ambito di aziende e organizzazioni non-profit. Grazie alle conoscenze nell'impiego di metodologie di analisi quantitativa e qualitativa delle organizzazioni private e pubbliche, gli studenti imparano a gestire sistemi complessi e acquisiscono le competenze necessarie ad assumere importanti incarichi nelle imprese, nell'amministrazione pubblica e nelle società di consulenza.

### Master in Scienze della comunicazione

#### Gestione dei Media

I diplomati del Master sono formati per occupare ruoli di gestione, coordinamento, ricerca e sviluppo nelle imprese che operano nel campo della produzione giornalistica e libraria, radiofonica e televisiva, e dei nuovi media elettronici.

#### Comunicazione e nuove tecnologie per i patrimoni culturali

Questo Master forma professionisti capaci di analizzare e progettare nuove e inesplorate strategie per la comunicazione di contenuti culturali. In tale contesto, professionisti con una formazione in beni culturali e competenze di comunicazione potenziata dall'uso delle nuove tecnologie, sono figure altamente ricercate a livello internazionale da istituzioni culturali, editori e istituzioni formative.



## dei programmi Master

### Tecnologie per la comunicazione

Il Master forma specialisti nell'uso delle tecnologie della comunicazione con competenze che permettono di partecipare allo sviluppo di prodotti tecnologici per la comunicazione e per altre applicazioni in team interdisciplinari. La loro funzione è di mediare fra le esigenze dei diversi partner nella gestione dell'innovazione tecnologica dei processi comunicativi, nello sviluppo e nella gestione di sistemi informativi, con particolare riguardo ai servizi offerti su web. Questi specialisti sono adatti a grandi organizzazioni, ma anche a piccole e medie imprese dove flessibilità e interdisciplinarietà sono particolarmente importanti.

### Comunicazione Formativa

Il programma prepara a ruoli professionali che comprendono la progettazione e realizzazione di processi formativi e la gestione delle conoscenze in seno a istituzioni e ad aziende pubbliche e private. La gestione delle risorse umane, lo sviluppo di applicazioni tecnologiche per la formazione, le attività formative e culturali dei media nonché la valutazione di sistemi formativi sono alcuni degli ambiti professionali che offrono ai futuri diplomati interessanti opportunità di impiego.

### Comunicazione Istituzionale

Il Master forma professionisti nella progettazione e nella gestione della comunicazione nei diversi ambiti istituzionali pubblici e privati. Fornisce inoltre competenze per lo svolgimento di altre funzioni manageriali ed esecutive in questi ambiti: la gestione delle risorse umane, la negoziazione, la mediazione, la gestione dei conflitti e la conduzione di progetti sono alcuni delle funzioni dove possono essere inseriti professionalmente i futuri diplomati di questo programma di formazione.

### Master interfacoltà

#### Comunicazione Finanziaria

Questo programma forma figure professionali interessate a carriere in ambito bancario, di consulenza e nei dipartimenti di comunicazione aziendale della maggior parte delle imprese. Sono formati per fungere da ponte, per comunicare con gli investitori (investor relations) e per evitare i possibili vuoti comunicativi tra esperti finanziari e il pubblico in senso allargato.

### Turismo Internazionale

Il Master in Turismo Internazionale forma professionisti qualificati per svolgere attività nelle principali aree del turismo internazionale: tour operators, catene alberghiere, società di consulenza nel turismo o istituti di ricerca turistica, e organizzazioni internazionali attive nell'ambito turistico. Le possibili carriere comprendono anche uffici del turismo regionali e nazionali e il settore della comunicazione turistica (l'industria editoriale, agenzie di comunicazione, la comunicazione interculturale).

### Comunicazione Aziendale

Il programma prepara gli studenti ad accedere alla professione di comunicatore aziendale a livello manageriale. Le competenze acquisite sono quelle richieste dalle carriere professionali in aziende come in agenzie di comunicazione e società di consulenza. I laureati di questo Master saranno in grado di assumere ruoli specialistici in aree come la comunicazione interna, i rapporti con la stampa, le relazioni finanziarie, gli affari pubblici o la gestione della comunicazione di marketing.

### Marketing

I laureati di questo Master saranno in grado di assumere posizioni di general management per le quali le competenze di marketing rivestono un ruolo cruciale. Le competenze acquisite sono quelle richieste da carriere professionali in aziende di diversa grandezza in ruoli di marketing tra i più svariati, come ad esempio il product manager, la gestione delle vendite, del mercato o di area, le ricerche di mercato e la comunicazione.

### Master in Scienze informatiche

#### Progettazione di sistemi embedded

Il programma risponde direttamente alla domanda del mercato del lavoro europeo: permette di acquisire competenze di ricerca e progettazione di sistemi complessi, fornendo anche competenze gestionali e di marketing. I sistemi embedded sono dispositivi elettronici (provisti di software su misura) collegati e interattivi con l'ambiente circostante. Si stanno diffondendo su un numero crescente di applicazioni (automazione industriale, telecomunicazioni, logistica, sistemi medicali, industria automobilistica, entertainment, etc). La ricerca - sia nell'ambito industriale, sia in quello accademico - è un importante sbocco professionale. Il valore aggiunto di questa figura professionale (nella progettazione o nel business) è richiesto non solo da grandi multinazionali, ma anche da un numero crescente di piccole e medie imprese dell'high tech e da start-up innovative.



**Mauricio Estrada,**  
Master in Technology  
Enhanced Communication  
for Cultural Heritage

**«Il Master mi ha permesso di acquisire anche competenze concrete e pratiche grazie soprattutto ai seminari, tenuti da professionisti del settore e a Guest Professor provenienti dall'estero, accademici con incarichi anche professionali. Penso che il Master aiuti a qualificarsi professionalmente, ad accedere a posizioni in istituzioni di prestigio - io ad esempio andrò a fare uno stage al Centre Pompidou di Parigi ed uno al MOMA di San Francisco. Naturalmente la ricerca di un'occupazione non può prescindere da iniziativa e motivazione personale. Sono convinto che questa sia la formazione del futuro, con grande potenziale professionale.»**



**Daniela de Faveri,**  
Master in  
Comunicazione Formativa

**«Il Master è un completamento significativo della formazione teorica di base che ho acquisito nel corso del Bachelor in Scienze della comunicazione. Solo frequentando questo Master ho potuto conoscere e comprendere i diversi ambiti applicativi della formazione, che non è limitata al solo contesto scolastico. Questo aiuta anche ad indirizzare meglio la ricerca di un lavoro poiché rende più visibili i potenziali sbocchi professionali e, nel mio caso particolare, la polivalenza della formazione specifica a questo Master. Gli insegnanti più pratici (come ad esempio il corso di progettazione didattica) mi hanno permesso una comprensione più diretta e operativa della teoria e si sono quindi rivelati più professionalizzanti rispetto ad altri corsi a carattere più teorico.»**

# Gli Executive Master

## Gli executive: a cavallo tra accademia e mondo del lavoro

I Master executive hanno un modo del tutto particolare di relazionarsi al mondo del lavoro: per il tipo di studente che li frequenta, per il modo in cui sono organizzati e per la metodologia di insegnamento adottata. Si tratta infatti di programmi destinati a professionisti che, dopo diversi anni di esperienza sul campo, decidono di tornare tra i banchi universitari per aggiornare le proprie conoscenze. «La decisione di investire tempo ed energie in un Master executive deriva dal fatto che nel mercato del lavoro attuale le conoscenze hanno una durata media sempre più breve» afferma Nina Volles, Managing Director del programma MScom. «Per rimanere ai massimi livelli, far evolvere o rilanciare la propria carriera» - continua - «nasce la necessità di investire nella propria formazione anche quando si sono raggiunte posizioni di responsabilità.»

I Master executive impegnano gli studenti a tempo parziale e permettono ai partecipanti di frequentarli in parallelo al lavoro: gli iscritti mantengono quindi la propria sicurezza economica e si trovano nella condizione ideale per condensare ciò che apprendono con le proprie esigenze professionali.

La tipologia dei partecipanti ha un forte impatto sulla metodologia di insegnamento. L'approccio è interattivo e gli studenti non sono visti solo come destinatari, ma anche come risorse. C'è un continuo confronto fra esperienza pratica e teoria, fra professionisti in diversi campi e fra differenti culture aziendali. I programmi, pur basandosi su solide nozioni accademiche, cercano continuamente di legare la teoria alla pratica, utilizzando spesso lo studio di casi e l'elaborazione di progetti. E i docenti, che oltre al bagaglio accademico hanno esperienza sul campo o nella consulenza, sono coinvolti in forme di insegnamento continuamente adattate alle esigenze dei propri destinatari: «un'esperienza arricchente anche per i nostri professori» - sottolinea Nina Volles. Finito un Master executive i partecipanti avranno acquisito un nuovo livello di conoscenze mirato ai bisogni della loro professione. «Anche queste conoscenze diventeranno un giorno obsolete» - conclude Volles,

applicando il principio secondo il quale oggi giorno le conoscenze hanno un ciclo di vita sempre più breve - «ma una cosa resterà agli alunni dei nostri Master: una rete di contatti, sia a livello di docenti sia di partecipanti, alla quale attingere continuamente mantenendo vivo lo spirito delle relazioni tra accademia e professione.»

**Per rimanere ai massimi livelli, far evolvere o rilanciare la propria carriera nasce la necessità di investire nella formazione anche quando si sono raggiunte posizioni di responsabilità**



## I Master Executive dell'USI

### **Executive Master in economia e gestione sanitaria e sociosanitaria**

Fornisce a professionisti e operatori inseriti in organizzazioni sanitarie e sociosanitarie, ma anche a giovani laureati nell'ambito di questi settori, gli strumenti di management e le nozioni di economia politica e aziendale necessarie ad affrontare una attività produttiva.

### **Executive Master of Science in Communications Management**

Proponendo un approccio fortemente internazionale, l'MScom prepara i professionisti della comunicazione a ricoprire un ruolo strategico all'interno dei processi decisionali dell'azienda. Il corso si concentra sugli aspetti strategici della comunicazione aziendale come funzione di management.

### **Executive Master in Gestione della Formazione**

Riunisce responsabili e futuri responsabili di istituzioni formative, appartenenti ad ordini scolastici diversi, affinché possano acquisire le conoscenze e gli strumenti di conduzione per posizioni di responsabilità nel campo della formazione.

### **Executive Master in Intercultural Communication**

Fornisce gli strumenti per comprendere e gestire le sfide e le opportunità del multiculturalismo, una caratteristica sempre più presente nelle nostre società. L'analisi teorica e le conoscenze pratiche sono essenziali per capire e per gestire le interazioni multi-culturali nei diversi contesti professionali e sociali.

### **Master of Advanced Studies in Embedded Systems Design**

Permette di acquisire capacità interdisciplinari di leadership e di gestione di progetti complessi nel campo dei sistemi embedded (sistemi elettronici incorporati in moltissimi oggetti di uso quotidiano, di trasmissione e codifica delle informazioni). Le dimensioni ridotte e la loro versatilità ne determinano un'enorme diffusione aprendo continuamente nuovi mercati nei quali è fondamentale il valore aggiunto del progettista. Formazione e ricerca sono focalizzate su aspetti di sistema: dalla specifica iniziale fino alle problematiche di sicurezza, di comunicazione in reti (particolarmente wireless) e all'introduzione di sensor networks. Sbocchi professionali sono aperti in ambito industriale e accademico.

### **Executive Master in Amministrazione Pubblica**

Si rivolge ai funzionari dirigenti cantonali, ai segretari comunali, agli alti funzionari e ai quadri dirigenti dei comuni, come pure a consulenti e revisori attivi nel settore della Pubblica Amministrazione e - in generale - a tutti coloro che sono interessati ad approfondire le tematiche legate alla gestione degli enti pubblici e a sviluppare competenze e conoscenze utili per l'attuazione di politiche di intervento sul sistema sociale ed economico.

# il CP Start-up

## Centro Promozione Start-up: un centro di assistenza per trasformare un'idea in attività imprenditoriale

Le attività di raccordo tra Università e mondo del lavoro illustrate finora facilitano l'incontro tra l'USI e le imprese già esistenti. Quale assistenza è invece prevista per quei laureati che non vogliono inserirsi in una realtà pre-esistente, ma intendono trasformare una propria idea o un progetto in attività

imprenditoriale? In risposta a questo bisogno, per fornire assistenza gratuita a laureati svizzeri ed esteri che intendono avviare un'azienda in Ticino, nel 2004 è stato istituito dalla Fondazione per le facoltà di Lugano dell'USI – in collaborazione con l'USI e la SUPSI – il Centro Promozione Start-up (CP Start-up). Esso, in una prima fase, aiuta gli interessati a definire l'idea e a verificarne la fattibilità. Se viene superata la prima fase, i potenziali imprenditori sono sostenuti nell'allestimento di un *Business Plan* e, in tale contesto, sono condotti ad individuare i principali problemi insiti nella realizzazione del progetto e a trovare e approfondire le possibili soluzioni. Terminata questa seconda fase, il progetto viene presentato a una Commissione di esperti, che giudica se è meritevole di sostegno anche nella fase realizzativa. Se è il caso, gli interessati vengono ulteriormente assistiti nella fase di start-up fino all'effettiva entrata sul mercato.

Il CP Start-up eroga le proprie prestazioni e i propri servizi sia direttamente, tramite consulenze ai potenziali nuovi imprenditori, sia indirettamente quale intermediario verso i centri di competenza in grado di rispondere ai quesiti di natura tecnica, gestionale e finanziaria che emergono dall'analisi e dall'approfondimento dell'idea o del progetto. A tal fine il Centro fa capo prioritariamente a tutte le competenze presenti presso l'Università della Svizzera italiana e la Scuola universitaria professionale. Nel caso in cui i servizi richiesti non fossero disponibili, il Centro può rivolgersi ad altri istituti in Svizzera e all'estero. In quest'ottica, il CP Start-up è partner strategico dell'Agenzia federale per la promozione dell'innovazione (altrimenti denominata «CTI Start-up»), chiamata a sostenere progetti di alta tecnologia e che, all'occorrenza, mette a disposizione persone specializzate nel seguire e sostenere progetti di start-up. La ricerca di collaborazioni può ora anche spaziare sul piano europeo, grazie all'ammissione, dal 1 gennaio 2006, del CP Start-up nell'«Incubator Forum», organismo sostenuto dall'Unione Europea che coordina e sostiene le attività dei centri e delle istituzioni che si occupano di assistenza alle Start-up.

Dal novembre 2005, il CP Start-up offre anche la possibilità di «ospitare» Start-up con pro-

getti di particolare interesse nell'«Acceleratore d'impresa», che si trova nel campus dell'USI a Lugano. I giovani imprenditori trovano così una prima sede per la loro Start-up, equipaggiata con il necessario (spazi, mobili, connessioni informatiche, ecc.) compresi alcuni servizi centralizzati (fotocopiatrice, fax, stampante,...).

**I potenziali imprenditori sono sostenuti nell'allestimento di un Business Plan e sono condotti ad individuare i problemi insiti nella realizzazione del progetto e a trovare delle possibili soluzioni**

Grazie a un progetto «Interreg» – promosso dall'Unione Europea in collaborazione con Svizzera, Italia, Regione Lombardia e Canton Ticino – l'Acceleratore d'impresa di Lugano è inoltre «in rete» con gli acceleratori e incubatori del Politecnico di Milano situati a Milano, Como e Lecco, con i quali collabora nella promozione e nel sostegno delle Start-up.

Fino al 31 dicembre 2005 il CP Start-up ha esaminato 63 richieste di sostegno pervenute perlopiù tramite il sito [www.cpstartup.ch](http://www.cpstartup.ch). Di queste, 6 sono già state promosse dalla Commissione esperti e sono in fase realizzativa (tre di queste sono state pure ammesse nell'«Acceleratore d'impresa»). Una ventina sono attualmente nella fase che prevede l'elaborazione del Business Plan, mentre le altre non hanno superato il primo scoglio.

### Contatto:

Centro Promozione Start-up  
Via G. Buffi 13  
CH-6900 Lugano  
Tel. +41 (0)58 666 4706  
Fax +41 (0)58 666 4647  
[segreteria@cpstartup.ch](mailto:segreteria@cpstartup.ch)

**START-UP**  
Centro Promozione



Luca Triacca, tra i fondatori di *Your Interface*, ditta sostenuta dal servizio CP Start-up

«*Your Interface* offre servizi nel settore della comunicazione mediata

dalle tecnologie e si occupa in modo specifico di applicazioni e di sistemi interattivi avanzati. L'azienda nasce nel 2005, su iniziativa di un gruppo di dottorandi e dottori della Facoltà di Scienze della comunicazione dell'USI. Noi fondatori abbiamo seguito l'intero corso di studi superiori all'USI, con una licenza quadriennale ed un dottorato di ricerca presso il TEC-Lab, Technology Enhanced Communication Laboratory, sotto la direzione del professor Paolini. La nostra start-up ha attività affini alle nostre competenze specifiche, portiamo cioè in campo industriale i risultati ottenuti nella ricerca accademica.

Al momento della fondazione dell'azienda, ci siamo rivolti al Centro Promozione Start-up e ne abbiamo ottenuto il sostegno. Concretamente, all'inizio il CP Start-up ci ha aiutati nella concezione e redazione del business plan, offrendoci una consulenza professionale che ha permesso l'identificazione delle potenzialità aziendali, come pure delle sue debolezze. In seguito hanno svolto un ruolo chiave sia i corsi di formazione, sia il networking all'interno del gruppo di imprese che gravitano attorno al CP Start-up. Infine, essendo riuscita ad entrare nella fase preliminare dell'acceleratore d'impresa, *Your Interface* è attualmente ospitata da una struttura logistica che ne ha facilitato il lancio.»

[www.yourinterface.ch](http://www.yourinterface.ch)  
[contact@yourinterface.ch](mailto:contact@yourinterface.ch)

► Coordinatore del Centro promozione Start-up è il Lic. rer. pol. Roberto Poretti, coadiuvato dall'Ing. Umberto Bondi – Program Manager dell'Istituto ALaRI – e dalla sua Assistente Tran Que Dung (vedi foto a lato).

3M Italia - Académie suisse des sciences naturelles – ABT Associazione Bancaria Ticinese - ACMA Centro di Architettura - ActivPerformance - Adecco - Aduno - Adventerra Games– AET Azienda Elettrica Ticinese - African Development Bank - AITI Associazione Industrie Ticinesi - AITI Servizi - Aktis Conseils - Aldi Suisse - Alenia Aeronautica - Alliance Sud – Alpen Initiative - Amka films productions - Amministrazione Cantonale – Amnesty International - AOREP - Aprilia - Archiforum - Argo Asset Management - Artsana – ASG Associazione Svizzera di Patrimoni - ASIB Associazione Svizzera Impiegati di Banca - Association for Business Communication European Convention - Associazione Calcio Lugano - Associazione Sportiva Ticinese - ATED Associazione Ticinese Elaborazione Dati - BAG Bundesamt für Gesundheit - Bally Shoe Factories - Banca Arner - Banca del Gottardo – Banca del Sempione - Banca Intesa - Banca Nazionale Svizzera - Banca Popolare di Sondrio Suisse - BancaStato - BAT Russia - Benti - Sisley Playlife - BFES Bangladesh Friendship Education Society - Biltz&Donner - Bliib Gsund Natur-Versand - Bluecomm - BMW - BSource - Braun Automobile Service - British American Tobacco - BSI Banca della Svizzera Italiana - Burson-Marsteller - Cablecom - Cardiocentro Ticino - Casinò di Lugano - CCIA TI Camera di Commercio Industria e Artigianato - Centro Dannemman - CH.RETAIL - CHC business solutions - Chilli - Cibic & Partners - CICR Comitato Internazionale Croce Rossa - Cinfo – Commissione svizzera per l'UNESCO - Città di Lugano - Colombo Group Industrie Tessili - Compass Group Schweiz - Composites Busch - Comune di Mendrisio - Comune di Orsenigo - Consono - Consorzio Premax - Cornèr Banca - Corriere del Ticino - Costa Crociere - Coti – CPC Ingénieur informatique - Credit Suisse - Dagma - Dangaard Telecom Switzerland - Dart Positioner - Darwin Airlines - DECS Dipartimento educazione, cultura e sport - Deerive - Dell Computer - Deloitte & Touche - Deltaloudspeakers - Designering - Deutsche Boerse Group – DFA Federal Department of Foreign Affairs - DFE Dipartimento federale dell'economia - DHL Express Ticino - Digilab Recording Studios - DSC Direzione dello sviluppo e della cooperazione - Du Pont - Duferco - EAIE European Association for International Education - Ecoinsys - Editoriale Reuters - Edizioni Eisele free trade association - Elacommu- ENI Scuola E.Mattei – Ente Ospedale- lutto regionale dell'accademia Securities - European Fair Trade - - Expeditors International - Faccoli Solothurn - Fachhochschule Stutt- Consulting - Fenice Investimenti - Goring & Straja Architects - Finpro - Fondazione CRT - Franchise Expo FSAGA Federazione Svizzera - GDS Network - Generali Assicura- Geox - Gestfinanz - GFB Communi- Giornale del Popolo - Global Money Management Firm - Globalsight - Go!Uni-Webung - Gruppo I&T - Gruppo Produttori Bio Ticino – Gucci Luxury Goods International - Guess Swiss - Helvetia Patria Group - Hotel Dante Lugano - Hotelplan Italia - Hugo Boss – Hupac Intermodal – IBM Svizzera - I.M.A. Services - I.Re.F Istituto Regionale per la Formazione - ICELT the International Centre for Education and Learning Technologies - ICT4D Platform - Ideacostozero.com - Idheap - Ikona edizioni - Ilapak - Imaginary - ImagoFilm - Indesit Company - Index Industrial Exchange - Individual Training Spa – Inpharzam Zambon Group - InWEnt Capacity Building Interna- tional - Isole di Brissago - ISPPF Istituto svizzero di Pedagogia - Jeko - Julius Beers Lugano - Kieger - Kleihues + Schuwerk Architetti - KPMG - Krebs - La Regione Ticino - Lands Architecture - LaPosta PostMail Regione Sud - Lega Svizzera contro il cancro - LGT Group Lifestyle Management & Consulting - Link Institut - Logos Creative&Communication - Lombardini - Food Group - LSE Lingue e Stage all'Estero - Lugano Basket - Lugano Air- port Agno - Lugano online - Manor - Markus Zohner Theater – Maserati - Matthey & Team – Mazzantini e Asso- ciati - Medacta - Media Markt - Mediaris marketing & communication agency - Mediaset – Medienhilfe sostegno dei media - Medinvest International Svizzera - Migrol – Migros Ticino - Mikron – Mis Trend - Modus architects - Mottolino - MP Action - MT Group - MTF Info Centro - Multicheck - MWM Creative Management - Neoshealth - Nespresso Italiana - Noesis Comunicazione - Novartis - NTTcable Italy - Orwell Internet Point - Out- puweeb events design - PCNE - Phoenix Chinese News & Entertainment Channel - PER4M - Pharmaton - PIT - Poli- vide - Polizia cantonale - Polizia città di Lugano - Prada Holding - Press4web - Pricewaterhouse Coopers - Pri- sma Value - PrismaSec Consulting - Procter&Gamble - Prometeia - Prometeo Fiduciaria - Publiline Moda & Promozione – R & B Brokers Assicurativi - Radio Svizzera Romanda - Recontam - Reuters Italia - Riri - Roche SA - RTSI Radiotelevisione svizzera di lingua italiana - Rustek - SAD Swiss Academy for development - Sagres Advi- sory - Saint Premier Mont - SCI Swiss Consulting International - Science et Cité - Scintilla - Bosch Elektrowerk- zeuge – Seal Spout - SECO Segretariato di Stato dell'economia - Securitas - Seigradi - SER Segreteria di stato per l'educazione e la ricerca - Serena Brivio PR & Promotion - Servizi del parlamento - Sfera Communication - SG Société générale Private Banking - Shahneshin.net - Interdisciplinary Network Office - ShinEE - Sicogest - Social Reform - Sombo – Sotell - Southern DataStream - Spontex Italia - Sportmax - STMicroelectronics - Studio Ciocca - Studio d'architettura Farini Bresnick - Studio d'architettura Forni e Gueli - Studio Dorè - SUPSI Scuola Univer- sitaria Professionale della Svizzera italiana - Swatch –Swiss Economic award - Swisscom Mobile - Swisscontent Corp. Money - Swisslife - Swissilink - Tanner - TC Lido Lugano - Tconsult - Tecno Buster - Tegima - Telema - Tele- plan – Teleticino - Telesuisse - Terroir du Monde - The Guide Company - The Planet Wellness - The Technology Partner - Ti Fit Magazine - Ticino Management - Ticino Musica - Ticino Turismo - Ticinocalcio.ch - Tilo Ferrovie TicinoLombardia - Tinext - TouchMind - Touring Club Italiano - ToutLeContenu.com - Tredicom - TRN Azienda Trasporti Regionali Neocastellani - Turbomach - UBS Ticino - Ufficio Federale di Statistica - UNDP United Nations Development Programme – Unicef - Unilever - United Nations Volunteers - University.it - UNOG Ufficio delle Nazioni Unite Ginevra - Urbanisti Associati - USP Partner - USTAT Ufficio Cantonale di Statistica - Valoring - Ven- tura Film - Venture Valuation - VF International - Visgomma - Visuel Communication - Vito Noto Design - Wall Street Institute – Walt Disney Company Italia - Wellness and Management - White Medical - Work & Work – World Bank – WWF Svizzera - Yek Technologies - Your Franchise office - Zetel - Network & Security

Collaboro con

**USI**

l'Università della Svizzera italiana