

# Relazione Job Placement

Attività 2018

## Indice

	Introduzione	Pag. 2
1	Servizi Di Job Placement Uniba: Il Modello	Pag. 4
2	I servizi e gli stakeholder	Pag. 6
2.1	Servizi per laureandi e laureati	Pag. 6
2.2	Nuove Iniziative	Pag.16
3	Servizi per le aziende	Pag.20
4	Partecipazione eventi esterni	Pag.25
5	Comunicazione	Pag. 27
6	Progetti di job placement	Pag. 28
	Gruppo di lavoro	Pag. 34
	Allegato 1	
	Allegato 2	

## Introduzione

Viviamo un'epoca di grandi e stridenti cambiamenti. L'innovazione tecnologica, la globalizzazione dei mercati, la GIG Economy sono solo alcuni dei fenomeni che, negli ultimi decenni, hanno contribuito a ridisegnare profondamente il mondo del lavoro, i processi produttivi, il concetto di carriera, il significato stesso dell'esperienza lavorativa per gli individui.

Parallelamente, in questo scenario, sta crescendo una nuova generazione di lavoratori le cui caratteristiche in termini valoriali e motivazionali sono radicalmente diverse in confronto a quelle della generazione che li ha preceduti. Recenti ricerche (Deloitte Millennials Survey 2017) confermano, infatti, come la generazione dei *Millennials*, ovvero di quei giovani nati tra il 1981 ed il 2001, sia autocentrata, ambiziosa, autonoma e dunque cerchi un contesto lavorativo stimolante, sfidante, attento all'equilibrio vita/lavorativa e vita extra/lavorativa. Dall'altra parte, in preoccupante crescita i dati sulla presenza di NEET in Italia ed in Puglia (Cedefop, 2016; ILO 2014; OECD, 2016), ovvero di giovani che non studiano e non lavorano, e che, seppur appartenenti alla stessa generazione, vivono uno stallo nella progettazione della loro vita professionale.

Questi dati contrastanti non possono non far riflettere sull'esigenza di ripensare il ruolo dell'Università quale agente di socializzazione al lavoro ed attore strategico nella transizione dal contesto formativo a quello professionale. E seppur lentamente, va sottolineato come in virtù di una generazione che cambia e dunque di nuovi bisogni di formazione e di un contesto lavorativo fluido e complesso, espressione di istanze professionali talvolta inedite, sia necessario elaborare un nuovo modello di Università, una Università 4.0 o *Next Generation Entrepreneurial University* (Ranga, 2005) che sappia farsi interprete delle esigenze del suo tempo e metterle in dialogo.

Il nuovo modello contempla, infatti, una rivisitazione della sua *vision* e *mission* orientate non solo a fornire agli studenti conoscenze ed abilità altamente specializzate attraverso la didattica e la ricerca, ma anche a farsi carico della valorizzazione di questo patrimonio di competenze in linea con le esigenze professionali espresse dal mercato del lavoro. L'Università 4.0 è dunque un'Università attenta alla qualità delle conoscenze prodotte dalla ricerca e veicolate attraverso la didattica ma allo stesso tempo capace di trasferire queste competenze, di renderle operative, concrete ed efficaci in maniera mirata nei contesti organizzativi di riferimento.

Alla luce di queste riflessioni, il ruolo dei servizi di placement dell'Università diventa sempre più cruciale e strategico. I servizi di placement, infatti, non possono più essere un mero strumento di orientamento in uscita ed accompagnamento al lavoro. Essi rappresentano lo strumento privilegiato attraverso il quale l'Università può aprirsi al territorio, raccogliere stimoli di cambiamento e ripensare la propria identità in coerenza con un mondo sociale, economico, culturale in costante trasformazione.

I servizi di Placement, l'Agenzia in particolare, svolge infatti un triplice ruolo in questo quadro. Da un lato, affianca gli stakeholder esterni pubblici e privati nella ricognizione ed analisi dei propri fabbisogni professionali, li decodifica e li traduce in specifici profili di competenze. Dall'altro, supporta i laureandi e laureati nel prendere consapevolezza delle proprie conoscenze, abilità e risorse personali al fine di identificare precisi obiettivi professionali e rendersi pienamente "employable". Infine, opera una funzione di intermediazione tra imprese e giovani, favorendo l'incontro, la valutazione reciproca, la scelta finale e rispondendo così efficacemente ad entrambe le istanze di sviluppo del nostro territorio.

Si tratta, dunque, di uno sforzo costante, orientato a connettere il "dentro" con il "fuori", valorizzando la qualità delle competenze acquisite nel contesto universitario ma allo stesso tempo rendendole quanto più possibile rispondenti ai bisogni specifici del mercato di riferimento.

In questa direzione, le pagine che seguono raccontano le iniziative e le attività che in quest'anno hanno consentito all'Agenzia di interpretare e concretizzare questa visione rinnovata dell'Università e del Placement. Consapevoli che non esista una *fit* perfetto tra profili professionali in uscita e bisogni delle aziende, riteniamo che la strada da seguire sia quella di potenziare la consapevolezza dei giovani circa l'estrema fluidità e trasversalità delle competenze acquisite nel contesto universitario, sottolineando come possa essere proprio la padronanza delle soft skills a fare la differenza in termini di efficacia del comportamento organizzativo.

*Amelia Manuti*

*Delegata del Rettore al Placement*

## 1. SERVIZI DI JOB PLACEMENT UNIBA: IL MODELLO

Il 1° gennaio 2018 è stata istituita l'Agenzia per il Placement con DDG n. 935 del 22/12/2017 Modifica del modello organizzativo.

**La mission** dell'Agenzia è offrire a tutti i laureandi e laureati dell'Università di Bari strumenti per ricercare e cogliere le opportunità presenti nel mercato del lavoro locale, nazionale ed internazionale e per valutare le proprie risorse, imparando a capitalizzare i saperi acquisiti nel percorso universitario ed a rendersi «occupabili».

L'Agenzia è inoltre a disposizione di Enti e Imprese per avviare e promuovere forme diversificate di collaborazione per l'inserimento dei laureati nel mercato del lavoro.

Il modello prevede un' Unità Centrale e le Unità Periferiche (Sportello di Placement di Dipartimento)





L'Agenzia, nel corso del 2018, ha lavorato intensamente per rafforzare sempre più la cultura del Placement, intesa come azione di sistema del nostro Ateneo finalizzata a rafforzare il matching tra la domanda di lavoro presente nel territorio locale, nazionale, e talvolta anche internazionale e le preziose competenze dei nostri giovani laureandi e laureati, e per consolidare l'azione di coordinamento delle attività sviluppate e realizzate dagli sportelli ubicati presso i Dipartimenti di Didattica e di Ricerca. A tal proposito si allega la relazione del monitoraggio delle azioni di placement nei singoli Dipartimenti (Allegato 1).

## 2. I SERVIZI E GLI STAKEHOLDER



- Sportello Informativo
- Laboratori formativi
- Consulenza di carriera
- Incontri con aziende
- Tirocini e stage (anche all'estero)



- Matching domanda/offerta
- Consulenza nell'analisi dei bisogni professionali e nella definizione della vacancy (job analysis e job specification)
- Tirocini e stage
- Job meeting e career day (Employer branding)

### 2.1 Servizi per laureandi e laureati

L'Agenzia per il Placement, al fine di favorire e promuovere l'ingresso nel mercato del lavoro, fornisce ai laureati gli strumenti per fronteggiare il momento di transizione dall'Università al mondo del lavoro, portando avanti, al tempo stesso, un dialogo continuo con le imprese regionali, nazionali ed internazionali.

Gli obiettivi specifici si possono così declinare:

- supportare i laureati nella consapevolezza delle proprie risorse personali;
- fornire al laureato gli strumenti per la ricerca attiva del lavoro;
- pianificare insieme al laureato un progetto professionale che possa valorizzare le proprie risorse e soddisfare i loro interessi;
- accompagnare il laureato all'inserimento professionale attraverso la promozione e attivazione di tirocini e stage post-laurea e apprendistato di alta formazione e ricerca;
- favorire l'incontro e il confronto tra i laureati e le aziende.

Al fine di raggiungere tali obiettivi, offre i servizi descritti di seguito.

<i>Sportello informativo</i>			
<i>Obiettivo</i>	Accogliere ed erogare informazioni all'utente		
<i>Cos'è</i>	<p>È un breve colloquio informativo in cui l'operatore illustra i servizi offerti, le iniziative in corso e compila, insieme all'utente, una scheda che raccoglie i dati anagrafici, il percorso formativo e la motivazione ad usufruire del servizio di job placement.</p> <p>La consulenza informativa avviene anche tramite telefono ed e-mail.</p>		
<i>Quando</i>	Lo sportello informativo segue degli orari di ricevimento consultabili sulla pagina placement del sito Uniba		
<i>Dove</i>	E' ubicato presso il Centro Polifunzionale Studenti e presso ciascun Dipartimento di Didattica e di Ricerca.		
<i>Target</i>	Laureandi e laureati di ogni corso di laurea		
<i>Risultati raggiunti (Utenti che hanno richiesto informazioni)</i>	Sportello Placement Centrale	Sportello Placement Dipartimento	Consulenze informative (email, tel.)
	<b>150</b>	<b>388</b>	<b>1948</b>

<i>Laboratori formativi</i>	
<i>Obiettivi</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppare e consolidare le competenze trasversali relative alla propria professionalità;</li> <li>- valorizzare gli elementi di innovazione ed attualizzazione connessi alla carriera professionale;</li> <li>- acquisire le competenze e le capacità operative specifiche finalizzate alla gestione del proprio percorso professionale.</li> </ul>
<i>Cos'è</i>	I laboratori formativi sono attività formative di gruppo che affrontano tematiche riguardanti la ricerca del primo impiego, per una migliore



	conoscenza degli strumenti per l'inserimento nel mercato del lavoro. Offrono gratuitamente, la possibilità di migliorare le competenze necessarie ad una stesura efficace del curriculum vitae, alla gestione del colloquio di lavoro, allo sviluppo di competenze di self presentation e all'utilizzo di tecniche e strategie di ricerca attiva del lavoro.		
<i>Quando</i>	Si organizzano periodicamente		
<i>Dove</i>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti e presso i Dipartimenti di Didattica e di Ricerca.		
<i>Target</i>	Laureandi e laureati di ogni corso di laurea		
<i>Laboratori realizzati in Ateneo</i>	<b>Data</b>	<b>Laboratorio</b>	<b>Partecipanti</b>
	17 gennaio 2018	InformAZIONE Verso il lavoro	58
	30 gennaio 2018	Costruisci il tuo CV_Step 1	51
	7 febbraio 2018	Gestisci il tuo CV_Step 2	33
	21 febbraio 2018	CV 2.0 e Social reputation	25
	21 marzo 2018	Self Presentation	25
	18 aprile 2018	Ricerca attiva del lavoro	33
	16 Maggio 2018	INFORMAZIONE verso il lavoro_Salone del lavoro e della Creatività	46
	13 Maggio 2018	Guida agile ai	30



		contratti di lavoro	
	30 Maggio 2018	Colloquio di lavoro	25
	30 Maggio 2018	"Green Jobs" - Sostenibile, Green, inclusivo: il futuro del lavoro tra opportunità e competenze.	25
	21 Giugno 2018	Orientarsi in Europa	15
	20 Settembre 2018	Le opportunità nel Volontariato e nel Servizio Civile	30
	29 Novembre 2018	Dal Cv al colloquio di lavoro: road to work	44
<i>Laboratori realizzati presso il Dipartimento di Scienze del suolo, della pianta e degli alimenti</i>	<b>Data</b>	<b>Laboratorio</b>	<b>Partecipanti</b>
	9 Maggio 2018	Costruisci il tuo CV	41
	14 maggio 2018	Colloquio di lavoro	45
<i>Laboratorio realizzato presso il Dipartimento Medicina Veterinaria</i>	<b>Data</b>	<b>Laboratorio</b>	<b>Partecipanti</b>
	10 Maggio 2018	Costruisci il tuo CV	20
<i>Laboratorio realizzato presso il Dipartimento di Biologia</i>	<b>Data</b>	<b>Laboratorio</b>	<b>Partecipanti</b>
	06 Giugno 2018	Dal Cv al colloquio di lavoro: road to work	93
<i>Laboratorio realizzato presso il Dipartimento di Scienze Politiche</i>	<b>Data</b>	<b>Laboratorio</b>	<b>Partecipanti</b>
	04 Ottobre 2018	Il colloquio di lavoro	6



### Laboratori formativi\_ Risultati raggiunti

<b>Laboratori realizzati</b>	Sono stati realizzati 18 laboratori																
<b>Partecipanti</b>	Hanno partecipato circa 645 utenti tra studenti e laureati																
	La maggior parte dei partecipanti ha una laurea magistrale e proviene dall'area Umanistico- sociale.																
	<div data-bbox="427 725 1390 1256"><h4>Titolo di studio</h4><table border="1"><thead><tr><th>Titolo di studio</th><th>Percentuale</th></tr></thead><tbody><tr><td>Laurea Triennale t</td><td>35,85%</td></tr><tr><td>Laurea Magistrale m</td><td>46,54%</td></tr><tr><td>Laurea Ciclo unico c</td><td>17,61%</td></tr></tbody></table></div> <div data-bbox="427 1272 1390 1850"><h4>Macro-area</h4><table border="1"><thead><tr><th>Macro-area</th><th>Percentuale</th></tr></thead><tbody><tr><td>Umanistico – Sociale</td><td>59%</td></tr><tr><td>Scientifico – Tecnologica</td><td>38%</td></tr><tr><td>Medica</td><td>1%</td></tr></tbody></table></div>	Titolo di studio	Percentuale	Laurea Triennale t	35,85%	Laurea Magistrale m	46,54%	Laurea Ciclo unico c	17,61%	Macro-area	Percentuale	Umanistico – Sociale	59%	Scientifico – Tecnologica	38%	Medica	1%
Titolo di studio	Percentuale																
Laurea Triennale t	35,85%																
Laurea Magistrale m	46,54%																
Laurea Ciclo unico c	17,61%																
Macro-area	Percentuale																
Umanistico – Sociale	59%																
Scientifico – Tecnologica	38%																
Medica	1%																

## Valutazione

Al fine di monitorare la qualità delle attività laboratoriali realizzate, alla fine di ciascun laboratorio, viene somministrato un questionario di gradimento.

Il questionario è diviso in due parti: la prima finalizzata a rilevare il grado di soddisfazione dei partecipanti ai laboratori, la seconda finalizzata a rilevare i servizi di maggior interesse per laureandi e laureati.

Nello specifico, nella prima parte del questionario si prendono in considerazione dieci dimensioni organizzate nelle seguenti quattro macro aree:

- obiettivi didattico/formativi
- performance del docente
- durata e luogo della formazione
- interesse ad approfondire altre tematiche del job placement.

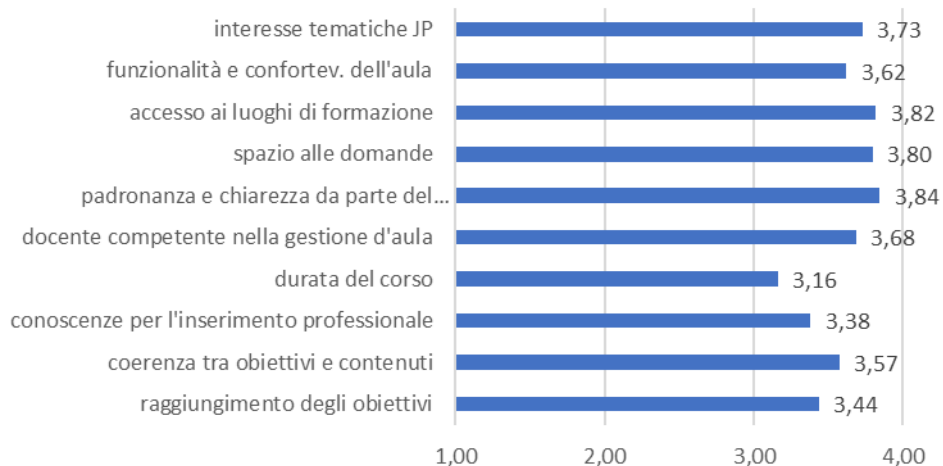
La seconda parte del questionario prevede una sezione riguardante la rilevazione dell'interesse verso altri servizi di Job Placement. Inoltre, è stata prevista una sezione "commenti e suggerimenti" in cui il partecipante può esprimere una valutazione generale, criticità, eventuali aspetti da migliorare.

Il questionario utilizzato è composto da item che prevedono una possibilità di risposta su scala Likert da 1 a 4 punti, ancorate agli estremi "troppo breve - troppo lungo" per la dimensione di rapporto durata/contenuti, e agli estremi "per niente - molto" per le rimanenti dimensioni.

Di seguito si riporta il grafico della valutazione dei laboratori formativi.

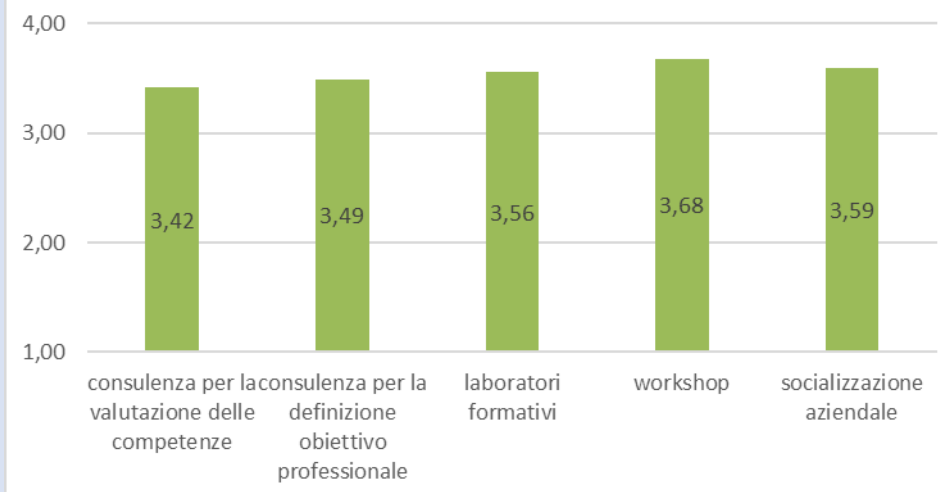


### Valutazione Laboratori Formativi 2018



Dall'analisi dei dati, si evince che i partecipanti si ritengono pienamente soddisfatti dell'attività formativa e sono interessati agli altri servizi di job placement.

### Servizi



Si conferma così una valutazione positiva della qualità del servizio erogato.

<i>Consulenza di carriera</i>	
<i>Obiettivi</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ promuovere la consapevolezza delle proprie risorse e degli strumenti da utilizzare per la ricerca attiva del lavoro;</li> <li>✓ responsabilizzare (to empower), il laureando e il laureato nell'elaborazione e gestione del piano professionale e di valorizzazione delle proprie risorse personali in funzione della socializzazione e dell'inserimento occupazionale;</li> <li>✓ facilitare la conoscenza delle organizzazioni e delle metodologie di recruitment aziendali.</li> </ul>
<i>Cos'è</i>	<p>Le consulenze di carriera, attraverso il colloquio orientativo, affiancano il laureato nel percorso di individuazione e conoscenza delle proprie risorse personali, in termini di competenze trasversali, conoscenze, motivazione, aspirazioni ed interessi e di come le proprie risorse possano essere spendibili nel mercato del lavoro.</p> <p>Le attività consulenziali, in base al bisogno specifico ed al percorso concordato con l'utente, possono essere realizzate in un unico incontro o in più incontri.</p>
<i>Quando</i>	Gli utenti possono prenotare il colloquio con i consulenti attraverso l'invio di un form specifico all'Ufficio
<i>Dove</i>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti
<i>Target</i>	Laureandi e laureati di ogni corso di laurea
<i>Risultati raggiunti</i>	Consulenze individuali in presenza
	Consulenze via mail
	<b>181</b>
	<b>410</b>

<i>Incontri con le aziende</i>			
<b>Obiettivo</b>	Promuovere l'incontro tra le Aziende, gli Enti presenti sul territorio ed i laureandi e laureati		
<b>Cos'è</b>	Si tratta di workshop nel corso dei quali i referenti aziendali presentano le opportunità di lavoro e le possibilità di carriera approfondendo nello specifico la conoscenza dei profili professionali maggiormente richiesti e delle politiche e delle modalità di recruiting.		
<b>Quando</b>	Durante l'anno l'Agenzia organizza diversi momenti di incontro con le aziende: Career Day, Job Day, Recruiting day, Workshop "Localmente".		
<b>Dove</b>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti e i Dipartimenti di Didattica e di Ricerca.		
<b>Target</b>	Laureandi e laureati di ogni corso di laurea		
<b>Incontri con le aziende organizzati</b>			
	Data	Aziende	Partecipanti
<b>Local-Mente RECRUITING DAY</b>	28 marzo 2018	FCA Bank Fater	140
	20 novembre 2018	Lloyds Farmacia	40
	27 Novembre 2018	PWC - Price water house Coopers	44
	28 Novembre 2018	CDP - Cassa Depositi e Prestiti	45
<b>Local-Mente JOB DAY</b>	05 Marzo 2018	Lavorare nelle forze armate: Marina Militare e Aeronautica Militare	49
<b>CAREER DAY</b>	10 Ottobre 2018	Befforpharma Bioinnotech	243

		<p>C.e.r.b. Centro visite silvium wild Corte cicero Dive blu Farmalabor Italians traditional temptations Itemoxygen Jonian dolphin conservation Masmec Pivelab Sanofi Wwf policoro Wwf taranto</p>	
	25 Ottobre 2018	<p>Accenture Altran, Eusoft, Everis, Exprivia, Fincons, Gruppo ISC, HCL Technologies, IBM, Omnitech, Planetek, Randstad, Revevol</p>	200

### *Tirocini e stage*

<b>Obiettivo</b>	Attivare tirocini con Enti/Imprese del territorio al fine di arricchire le conoscenze e le competenze professionali per favorire l'inserimento dei giovani laureati nel mondo del lavoro.
<b>Cos'è</b>	Il tirocinio è un periodo di formazione on the job per acquisire conoscenze e competenze professionali spendibili nel mondo del lavoro sperimentando una situazione concreta di vita aziendale.



	L'ufficio si occupa di attivare: tirocini di formazione e di orientamento post laurea e tirocini di inserimento lavorativo. Si fornisce agli utenti una consulenza informativa in merito alle modalità di avvio del tirocinio, alle opportunità in Italia ed all'estero in essere al momento della richiesta, alle convenzioni già attivate o da attivare con enti ed aziende.	
<i>Quando</i>	Lo sportello informativo segue degli orari di ricevimento consultabili sulla pagina placement del sito Uniba	
<i>Dove</i>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti	
<i>Target</i>	Laureati di ogni corso di laurea	
<i>Risultati raggiunti</i>	Convezioni attivate	Tirocini attivati
	<b>32</b>	<b>48</b>

## 2.2 NUOVE INIZIATIVE

L'Agenzia nel corso del 2018 ha avviato nuove iniziative, anche in collaborazione con partner esterni, con la finalità di accrescere sempre e nuove opportunità per i suoi studenti e laureati.

### I CV Check day

Il personale dell'Agenzia ha offerto un servizio di revisione del curriculum vitae riservato a laureandi e laureati. La giornata è stata suddivisa in due momenti:

- sessione in plenaria "10 passi per costruire il tuo futuro professionale"
- sessioni parallele di cv check individuale.

Gli utenti hanno una consulenza gratuita di 10 minuti per la revisione del curriculum vitae, in cui vengono rintracciati gli errori da evitare per rendere efficace il proprio cv.

## **I Hackathon Diversity**

Il Diversity Hackathon è un evento realizzato in collaborazione tra l’Agenzia per il Placement dell’Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Diversity Opportunity srl e Fincons Group SpA, aperto a laureandi e laureati di diversi target (donne, diversamente abili, stranieri).

I partecipanti – espressione di varie forme di Diversity (genere, nazionalità, disabilità) – si sfidano per trovare soluzioni creative e per immaginare un futuro Ateneo senza barriere fisiche, tecnologiche, digitali, culturali, psicologiche, ecc

L’Hackathon è una competizione di circa 8 ore durante la quale i partecipanti, divisi in squadre eterogenee, hanno il compito di elaborare un’idea progettuale creativa sui temi:

- innovazione tecnologica;
- accessibilità;
- comunicazione social e culturale.

Al termine della giornata i progetti sono illustrati ad una giuria di esperti attraverso la forma di comunicazione ritenuta più idonea dalle squadre (proiezioni, video, grafiche, etc).

A seguito della presentazione la giuria deciderà quale progetto premiare utilizzando criteri quali il grado di innovazione, la realizzabilità, le ricadute pratiche in termini di efficacia.

## **I “Job Shadowing”**

Il progetto “Job Shadowing” è un’iniziativa di placement che è stata realizzata in collaborazione con la funzione specialistica per il supporto allo sviluppo di progetti didattici speciali con le Forze Armate e la Marina Militare, e svolta presso Nave Cavour, con l’obiettivo di far immergere il giovane laureando/neolaureato nel mondo del lavoro, al fine di raccogliere informazioni ed osservare le competenze utilizzate in una determinata occupazione.

Il job shadowing rappresenta una metodologia che consiste nell’affiancamento, da parte di un laureando o neolaureato, ad un professionista per un’intera giornata, proprio come se fosse la “sua ombra” (job shadow), senza svolgere alcuna attività esecutiva, ma limitandosi a osservare per capire gli aspetti concreti ed operativi di un particolare settore.

Il progetto Job Shadowing ha offerto ad ogni partecipante, attraverso un percorso fortemente centrato su modalità di apprendimento non formale, uno spazio di riflessione e di facilitazione del processo di definizione di un progetto professionale coerente con le proprie ambizioni.

La finalità del progetto di sperimentazione di una nuova modalità di facilitazione di inserimento lavorativo sposa appieno gli obiettivi strategici dell’Agenzia per il Placement.

In allegato la relazione del progetto (Allegato 2).

### **Samsung Innovation Camp**

L’Agenzia ha aderito al Samsung Innovation Camp un progetto di responsabilità sociale di Samsung dedicato agli studenti e ai neolaureati delle Università pubbliche italiane. Samsung Innovation Camp ha l’obiettivo di formare nuove figure professionali in grado di portare la trasformazione digitale nelle Aziende, grazie alla conoscenza e all’uso creativo delle tecnologie digitali. Facendo da tramite tra mondo Accademico e Aziende, Innovation Camp contribuisce a creare un network virtuoso di realtà economiche territoriali, integrando l’offerta formativa rivolta all’accrescimento dell’employability di ciascun Ateneo e operando a beneficio delle Aziende locali, che hanno la possibilità di far lavorare gli studenti a casi inerenti l’innovazione e la trasformazione digitale di proprio interesse

Le finalità di Samsung Innovation Camp sono:

1. fornire agli studenti competenze che non siano sostitutive, ma complementari a quelle che vengono fornite dall’Università per contribuire a colmare il gap formativo che sussiste tra la preparazione teorica del mondo universitario e la pratica richiesta da quello professionale;
2. favorire l’inserimento degli studenti nel mondo del lavoro nel contesto territoriale di riferimento;
3. fornire competenze tecniche a studenti con background formativi diversi, relativi sia agli ambiti umanistici che a quelli economici e tecnico-scientifici, favorendo la collaborazione tra studenti appartenenti a corsi di laurea differenti.

Tale Progetto si sviluppa in tre fasi di seguito dettagliate:

1. **Corso Online:** Samsung mette a disposizione una piattaforma di digital learning contenente 8 lezioni riguardanti argomenti di business, marketing, tecnologie, analytics e cyber education completati da testimonianze video di professionisti e casi di successo. La durata del Corso Online stimata è di 25 ore. Per passare alla fase successiva di Formazione in Aula, ogni studente registrato al Corso Online deve completare la visione delle lezioni e superare il test finale dando almeno l'80% di risposte esatte.
2. **Formazione In Aula:** gli studenti che hanno completato il Corso Online e superato il Test Finale, possono accedere alla seconda fase di formazione in aula. Durante la Formazione In Aula, gli studenti potranno assistere a una lezione da parte di un docente dell'Università, che approfondirà i contenuti affrontati nel Corso Online. Inoltre, rappresentanti di Samsung e delle aziende di cui quest'ultima si avvale nell'ambito del Progetto terranno degli interventi formativi rivolti agli studenti. Nella Formazione In Aula, inoltre le due aziende, coinvolte nel Progetto assegneranno ciascuna un progetto da sviluppare che riguarderà l'innovazione.
3. **Evento Finale:** Gli studenti o i gruppi di lavoro selezionati per aver sviluppato il migliore Project Work per ogni Azienda Committente parteciperanno all'evento finale.

### 3. SERVIZI PER LE AZIENDE

L'Agenzia per il Placement, in continuo dialogo con il mondo del lavoro, è a disposizione di Enti e Imprese per avviare e promuovere forme diversificate di collaborazione per l'inserimento dei laureati nel mercato del lavoro.

Di seguito vengono descritte le principali forme di collaborazione.

#### *Matching domanda/offerta (Bacheca lavoro)*

<i>Obiettivo</i>	Favorire l'incontro domanda/offerta
<i>Cos'è</i>	<p>Gli Enti e le Aziende hanno l'opportunità di pubblicare gratuitamente tutte le offerte di lavoro e di tirocinio per l'Italia e per l'estero utilizzando le Piattaforme "Collegato Lavoro" e "Portiamo Valore".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Collegato Lavoro": tra le funzioni della piattaforma vi è la possibilità di scaricare i CV degli studenti e laureati che abbiano conseguito il titolo entro i 12 mesi. Per fruire del servizio è indispensabile registrarsi per ricevere l'accreditamento dall'ufficio Placement, ottemperando alle disposizioni in materia di protezione dei dati personali. L'accesso agli elenchi dei laureati - legge 183 del 04/11/10 e successive modifiche (Collegato lavoro) è totalmente gratuito. Gli Enti/Aziende accreditate hanno l'opportunità di pubblicare gratuitamente le proprie offerte di lavoro per l'Italia e per l'estero, oltre che tutte le offerte per le attività di tirocinio e di stage.</li> <li>- "Portiamo Valore": registrando la propria azienda sul portale è possibile pubblicare offerte di lavoro e altre opportunità dedicate a studenti e laureati dell'Università di Bari. Le aziende ricevono direttamente le candidature e possono consultarle inserendo le loro credenziali. La piattaforma è stata messa on line il 24 ottobre 2018</li> </ul>

<i>Target</i>	Enti e aziende		
<i>Risultati raggiunti</i>	Aziende iscritte	Opportunità pubblicate	Candidature inviate
	<b><i>Bacheca Lavoro: 335 Portiamo valore: 91</i></b>	<b><i>Bacheca Lavoro: 508 Portiamo valore: 25 Inoltre, sono state pubblicate sul sito uniba 13 opportunità di lavoro.</i></b>	<b><i>Bacheca Lavoro: 3377 Portiamo valore: 541</i></b>

### *Consulenza alle aziende*

<i>Obiettivo</i>	Supportare metodologicamente le aziende del territorio dall'individuazione dei profili professionali all'inserimento in azienda della risorsa
<i>Cos'è</i>	<p>La maggior parte delle aziende del nostro territorio è piccola o media, solitamente a conduzione familiare e, non ha al suo interno un'area aziendale dedicata alla gestione delle risorse umane. L'azione descritta riguarda il supporto metodologico che l'Agenzia per il Placement offre alle aziende che, dovendo inserire una nuova risorsa, non hanno metodologie e strumenti per gestire al meglio il processo.</p> <p>Il supporto metodologico riguarda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- supporto all'azienda per la definizione del profilo professionale;</li> <li>- definizione annuncio di lavoro</li> <li>- pubblicizzazione dell'offerta di tirocinio o di lavoro attraverso diversi canali: invio mail ai laureati aventi il titolo di laurea richiesto e pubblicazione dell'offerta sulla bacheca lavoro e sui canali social;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- raccolta dei CV pervenuti;</li> <li>- screening dei curricula in base ai requisiti richiesti;</li> <li>- invio dell'elenco dei candidati che hanno avuto accesso al colloquio di selezione effettuato dall'azienda.</li> <li>- Colloquio motivazionale in affiancamento all'azienda.</li> </ul>
<i>Target</i>	Enti e aziende
<i>Risultati raggiunti</i>	<p>Le aziende coinvolte per la definizione del profilo e nella selezione dei laureati con il supporto dell'Agenzia sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logos Group - inserimento con contratto di lavoro a tempo determinato (6 mesi) nella sede centrale nel ruolo di Project Manager;</li> <li>- Confindustria Basilicata – ricerca di neolaureati in Economia per tirocini post laurea;</li> <li>- Enterprise Digital Solutions – assunzione di due laureati in informatica a tempo indeterminato;</li> <li>- Leroy Merlin – attivazione stage post lauream nell'area Risorse Umane</li> <li>- DiPalma</li> <li>- FruitsLand (2 posizioni)</li> <li>- Guffanti</li> <li>- Lombardi</li> <li>- Carey</li> <li>- Studio Vaccaro</li> <li>- PerMicro</li> <li>- Coispa</li> <li>- Zizzi Garden</li> <li>- “Cooperate” Soc. Coop. Sociale (3 posizioni)</li> <li>- CompuGroup Medical Italia Group (3 posizioni)</li> <li>- Ferrovie dello Stato-sede Bruxelles (2 posizioni)</li> </ul>

<i>Tirocini e stage</i>			
<i>Obiettivo</i>	Attivare tirocini extra curriculari con i laureati dell'Università di Bari		
<i>Cos'è</i>	<p>L'ufficio si occupa di attivare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tirocini di formazione e di orientamento post laurea,</li> <li>- Tirocini di inserimento lavorativo.</li> </ul> <p>Supporta l'azienda nell' avvio e conclusione del tirocinio attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stipula della convenzione</li> <li>- Creazione progetto formativo</li> <li>- Documentazione di fine tirocinio</li> </ul> <p>Le aziende che intendono attivare un tirocinio beneficiano dei seguenti vantaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• assistenza: l'Università mette a disposizione un operatore che assisterà l'azienda e il tirocinante in tutte le fasi di attivazione e soprattutto sarà sempre a disposizione per ogni ulteriore esigenza;</li> <li>• personalizzazione: le caratteristiche del tirocinio, la durata, gli orari, le mansioni, gli obiettivi formativi da raggiungere, sono stabiliti in base alle esigenze di azienda e tirocinante ed accuratamente descritti nel progetto formativo;</li> <li>• sicurezza: gli enti preposti al controllo (Direzione Regionale e Provinciale del Lavoro, INAIL, sindacati) sono informati attraverso tutte le comunicazioni previste dalla legge.</li> </ul>		
<i>Quando</i>	Lo sportello informativo è disponibile per le aziende negli orari d' ufficio.		
<i>Dove</i>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti		
<i>Target</i>	Aziende		
<i>Risultati raggiunti</i>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Convezioni attivate</td> <td style="width: 50%;">Tirocini attivati</td> </tr> </table>	Convezioni attivate	Tirocini attivati
Convezioni attivate	Tirocini attivati		



32

48

### *Eventi aziendali*

<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'incontro tra le aziende e i laureati
<i>Cos'è</i>	L'Agenzia organizza periodicamente i workshop "Local-Mente" in cui l'azienda ospite ha l'opportunità di presentare la propria attività, le diverse figure professionali interne, le metodologie di selezione, ed offrire opportunità di lavoro ad hoc ai partecipanti all'evento. Su richiesta è possibile organizzare, nella stessa giornata, sessioni di assessment e colloqui di lavoro. E' possibile, inoltre, organizzare recruiting day, job day, job meeting e Hackathon.
<i>Quando</i>	L'organizzazione degli eventi aziendali segue un planning definito semestralmente
<i>Dove</i>	Presso il Centro Polifunzionale Studenti e i Dipartimenti di Didattica e di ricerca
<i>Target</i>	Aziende
<i>Risultati raggiunti</i>	Recruiting day: 4 Job day: 1 Career day: 2 Coinvolgimento di oltre 50 aziende

#### 4. PARTECIPAZIONE EVENTI ESTERNI

Gli operatori del placement partecipano ad eventi nazionali quali Workshop tematici, laboratori, seminari, incontri, che fanno da contorno a manifestazioni sul tema del lavoro dove la domanda incontra, in pochi giorni, l'offerta di occupazione.

Evento	Quando e Dove	Cosa
<i>Salone del Lavoro e della Creatività</i>	15,16,17 maggio 2018_Foggia	<p>L'Agenzia, oltre ad avere un desk informativo, ha realizzato due interventi: uno rivolto al target laureati e l'altro al target aziende.</p> <p><b>Laboratorio formativo</b>            "InformAZIONE verso il lavoro". Il laboratorio ha informato i laureandi e i laureati sulle opportunità di inserimento lavorativo attraverso l'illustrazione di programmi nazionali ed europei rivolti ai giovani.</p> <p><b>Focus Group</b> con le aziende:            "Nuovi profili professionali e nuove competenze richieste dal mercato del lavoro." Nel focus group sono state discusse e poi analizzate le informazioni riguardanti le soft skills, i processi di socializzazione al lavoro e la valutazione delle esperienze di tirocini post lauream; focalizzando in particolare il gap tra formazione universitaria e le specifiche competenze richieste in azienda.</p>

<i>Festival dello sviluppo sostenibile</i>	30 Maggio 2018_Bari	Laboratorio di job placement "Green Jobs" - Sostenibile, Green, inclusivo: il futuro del lavoro tra opportunità e competenze. Laboratorio sulle competenze distintive dei green jobs, le nuove figure professionali del futuro e per il futuro in termini di sostenibilità.
<i>Seminari Tematici promossi da Anpal Servizi e rivolti agli operatori di Placement delle Università.</i>	24 Ottobre 2018_Roma	Partecipazione al seminario "Il marketing dei Career Service nell'era delle connessioni".
<i>Borsa del Placement</i>	06-07 Novembre 2018_Napoli	Un'iniziativa nata per favorire la collaborazione tra Università e imprese, con l'obiettivo di creare un ponte diretto tra il mondo dello studio e quello del lavoro. Partecipazione al seminario teorico e incontri one to one tra l'Agenzia del Placement e le aziende partecipanti al fine di avviare collaborazioni future.

## 5. COMUNICAZIONE

A seguito dell'istituzione dell'Agenzia per il Placement, è stata data una nuova immagine visiva con la creazione di un logo e di un progetto di comunicazione: dalla strategia alla creatività, dalla grafica all'esecutivo.

Il piano di comunicazione è stato uno strumento che ha consentito di programmare e gestire tutte le azioni di comunicazione per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione dei nuovi progetti dell'Agenzia (es. Portiamo Valore).

Al fine di diffondere tutte le attività e di coinvolgere gli stakeholder interni ed esterni sono stati creati ed utilizzati i seguenti strumenti:

- prodotti stampati ed editoriali
- strumenti multimediali
- sociale network

Al fine di ampliare e fare rete tra professionisti, imprese, laureati e Università, in modo da rendere sempre più organizzate e fruibili le informazioni sul mercato del lavoro, e per potenziare la comunicazione si utilizzano i seguenti social network:

<b>Social network</b>	<b>Anno attivazione profilo</b>	<b>Feedback</b>
<i>LinkedIn_Career Service Uniba</i>	2015	9.800 collegamenti
<i>Pagina Facebook Job Placement</i>	2017	4404 Mi piaci
<i>Instagram</i>	2018	300 follower 71 post pubblicati

## 6. PROGETTI JOB PLACEMENT

Progettazione e realizzazione di progetti regionali, nazionali e internazionali nell'ambito dell'orientamento al lavoro e all'occupazione.

Di seguito, si segnalano i progetti terminati ed in corso di realizzazione.

### ***P.Or.Ti.A.Mo. V.A.L.O.R.E***

P.Or.Ti.A.Mo. V.A.L.O.R.E. è l'acronimo di "Piattaforma Orientamento e Tirocini Aldo Moro Volta all'Accompagnamento al Lavoro e all'Occupabilità delle Risorse all'Esterno", un progetto finanziato e promosso da Unione Europea (Fondo sociale europeo), Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (Direzione Generale per le Politiche per l'Orientamento e la Formazione) e Regione Puglia (Assessorato Lavoro, Cooperazione e Formazione Professionale - Area politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e l'Innovazione - Servizio Formazione Professionale).



## COSA È

UNA WEB APPLICATION PER LA GESTIONE DEI TIROCINI E DEL MATCHING TRA DOMANDA E OFFERTA DI LAVORO

## FINALITÀ

- ATTIVARE SERVIZI DI CONSULENZA INTEGRATI PER LA FORMAZIONE E L'INSERIMENTO NEL MERCATO DEL LAVORO
- FAVORIRE L'INCONTRO TRA DOMANDA ED OFFERTA DI LAVORO
- SOSTENERE ED ORIENTARE I LAUREATI NELLA PROSPETTIVA DELLA FORMAZIONE PERMANENTE E RICORRENTE
- QUALIFICARE E AMPLIARE LA GAMMA DEI SERVIZI DI ORIENTAMENTO E PLACEMENT RIVOLTI AI LAUREATI DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI.

## TIPOLOGIA DEGLI STAKEHOLDER COINVOLTI

- LAUREANDI E LAUREATI
- AZIENDE, ENTI PUBBLICI E PRIVATI
- PERSONALE DOCENTE E TECNICO AMMINISTRATIVO

## TIPOLOGIA DI COINVOLGIMENTO

- COMUNICAZIONE INTERATTIVA SU BISOGNI DI FORMAZIONE E INSERIMENTO PROFESSIONALE CON STUDENTI, LAUREATI, ENTI E IMPRESE IN CERCA DI PERSONALE.
- ATTIVAZIONE AUTOMATIZZATA DI CONVENZIONI E PROGETTI FORMATIVI PER L'AVVIO DEI TIROCINI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE E ALL'ESTERO.
- ACCESSO IN TEMPO REALE ALLA REPORTISTICA SU TIROCINI, OPPORTUNITÀ E EVENTI LEGATI AL PLACEMENT

## PUNTI DI FORZA



PROCEDURE DI QUALITÀ PER LA FORMAZIONE DEI LAUREATI NELLA COSTRUZIONE DEL PROPRIO PERCORSO DI CARRIERA PROFESSIONALE

SUPPORTO METODOLOGICO NELLA DEFINIZIONE DEI PROFILI PROFESSIONALI RICERCATI

APPROCCIO METODOLOGICO CHE PRODUCE QUALIFICAZIONE DEL LAVORO E LO SVILUPPO DELL'ENGAGEMENT

MONITORAGGIO IN ITINERE DELL'ESPERIENZA ON THE JOB

VALUTAZIONE FINALE SULL'ESPERIENZA SVOLTA

VALUTAZIONE EX POST (ESITI OCCUPAZIONALI)

... I RISULTATI ATTESI...

Superare il limite dei sistemi esclusivamente dedicati ad un matching tra domanda e offerta che spesso risultano non del tutto adeguati a cogliere gli elementi distintivi dei nostri laureati

### **Mappatura Dei Bisogni Del Territorio Locale**

L'Agenzia per il Placement è stata impegnata nel progetto “Mappatura dei Bisogni degli Enti Locali”, iniziativa inserita nel Piano strategico della nostra Università.

L'obiettivo del progetto è di conoscere i fabbisogni specifici dell'area metropolitana e dei comuni che gravitano attorno alla città di Bari, sede del nostro Ateneo, al fine di progettare ed erogare servizi ad-hoc, disegnati su misura sulle competenze e sulle vocazioni dei diversi ambiti territoriali, valorizzando di conseguenza il capitale umano della nostra Regione.





### COSA È

ANALISI DEI FABBISOGNI DI PLACEMENT DEGLI ENTI LOCALI  
(20 COMUNI) DEL NOSTRO TERRITORIO

### FINALITÀ

INSTAURARE UNA "RELAZIONE" CHIARA, TRASPARENTE E PERSONALIZZATA AL FINE  
DI PIANIFICARE AL MEGLIO I SERVIZI DI ACCOMPAGNAMENTO AL LAVORO EROGATI.

### TIPOLOGIA DEGLI STAKEHOLDER COINVOLTI

- SINDACI, ASSESSORI (ATTIVITÀ PRODUTTIVE, LAVORO, POLITICHE GIOVANILI )  
E DIRIGENTI DEGLI ENTI LOCALI

### TIPOLOGIA DI COINVOLGIMENTO

ATTRAVERSO INTERVISTE SEMI STRUTTURATE E FOCUS GROUP TEMATICI SI È  
PROCEDUTO ALL'ASCOLTO E ANALISI DEI BISOGNI MANIFESTATI DA TESTIMONI  
PRIVILEGIATI DI ENTI LOCALI.

20





## PUNTI DI FORZA

ELABORARE UNA STRATEGIA ORGANIZZATIVA PARTENDO DALL'ASCOLTO DEI BISOGNI DEGLI STAKEHOLDER

ANALIZZARE E PIANIFICARE INTERVENTI FINALIZZATI AD OBIETTIVI CHIARI E MISURABILI

RAFFORZARE LA COLLABORAZIONE E IL COINVOLGIMENTO TRA PROCESSI INTERNI ORGANIZZATIVI E BISOGNI DEGLI STAKEHOLDER

PIANIFICARE AZIONI DI FOLLOW UP, FINALIZZATE ALLA VERIFICA E RENDICONTAZIONE DEGLI IMPEGNI ASSUNTI CON GLI STAKEHOLDER

...I RISULTATI ATTESI...

ANALISI E MAPPATURA DEI BISOGNI DI PLACEMENT DEGLI ENTI LOCALI

PROMUOVERE UNA CULTURA DEL LAVORO BASATA SULLA «QUALITÀ» E L'EFFICACIA ORGANIZZATIVA RICONOSCENDO IL VALORE STRATEGICO DEI BISOGNI DEGLI STAKEHOLDERS

### *Piano di Sviluppo del Career Service*

Il progetto, in collaborazione con ANPAL servizi, si pone come finalità generale quella di potenziare i servizi offerti dall'Agenzia per il Placement e di incrementarne la visibilità sia in relazione a stakeholders interni che esterni al mondo accademico, in vista di una più efficace transizione università-mondo del lavoro da parte dei giovani laureati dell'ateneo barese.

Il progetto, di durata biennale, costituisce uno strumento aggiuntivo volto a perseguire questa finalità generale, attraverso la realizzazione di attività diversificate. Le attività coinvolgeranno differenti soggetti, interni ed esterni al contesto universitario, nella consapevolezza che per perseguire questa finalità sia fondamentale il coinvolgimento e l'attivazione di tutti i settori del sistema socio-economico locale.

Il progetto intende perseguire i seguenti obiettivi specifici di miglioramento del Career Service: migliorare la comunicazione tra gli uffici dell'Ateneo che si occupano di attività che coinvolgono il territorio;

- sensibilizzare (rendere consapevoli) i direttori di Dipartimento, il personale docente, i vertici politici dell'Ateneo sul ruolo strategico che le attività di placement in ambito universitario svolgono per lo sviluppo dell'Ateneo e del territorio in cui opera;
- informare gli stakeholders istituzionali circa le attività di placement dell'Ateneo, in particolare coinvolgendo gli enti locali, testimoni privilegiati in grado di informare circa gli specifici bisogni professionali di ogni singola area territoriale della Regione;
- informare le aziende del territorio circa le attività di placement svolte dall'Ateneo;
- aumentare il numero di imprese interessate a collaborare con l'ateneo e, in particolare, ad ospitare studenti e laureati per attività di tirocinio presso le proprie aziende;
- aumentare la consapevolezza degli studenti circa la rilevanza delle competenze trasversali ai fini di un efficace inserimento nel mondo del lavoro;
- potenziare e aggiornare le competenze del personale dei servizi di placement dell'ateneo;
- favorire il confronto con altre realtà universitarie, nazionali e internazionali, impegnate nelle attività di placement;

- diffondere la conoscenza dell'apprendistato di alta formazione e di ricerca tra imprese e consulenti del lavoro, evidenziando in particolare i vantaggi che ne possono derivare per le imprese.

Per la realizzazione delle attività del Piano di sviluppo, oltre al Facilitatore di ANPAL Servizi (Coordinatrice delle attività del Piano di sviluppo), è previsto un gruppo di lavoro composto dallo staff dell'Agenzia per il Placement.

L'impianto progettuale è stato costruito per consentire la sostenibilità di quanto avviato e realizzato nei due anni di progetto.

La partecipazione dell'intero staff dell'Agenzia per il placement alle attività del progetto e il coinvolgimento di numerosi interlocutori dell'ateneo, prima di tutto della Delegata al placement universitario, costituiscono un elemento fondamentale per la sostenibilità del progetto.

La progettazione è stata realizzata attraverso il confronto continuo con la Delegata, la Responsabile gestionale dell'Agenzia per il placement e lo staff dell'Agenzia. L'obiettivo è stato quello di progettare un Piano di sviluppo in grado di rispondere alle esigenze reali, di essere di supporto allo sviluppo del contesto in cui è realizzato e, infine, di essere realizzato attraverso le risorse umane ed economiche che effettivamente l'Ateneo può mettere a disposizione.

Molte delle attività progettate si presentano come l'avvio di azioni che consentiranno – anche attraverso la messa a punto nell'ambito del progetto degli strumenti utili alla loro realizzazione - la prosecuzione nel tempo (si pensi alla metodologia per l'analisi dei fabbisogni professionali, oppure agli strumenti che saranno elaborati per monitorare le attività del progetto, alla metodologia utilizzata per la predisposizione del Report di sintesi sulle attività dell'Agenzia).

### Gruppo di lavoro

- ❖ Amelia Manuti Delegata al Placement universitario
- ❖ Teresa Fiorentino Responsabile Gestionale Agenzia per il Placement
- ❖ Maria Teresa Bilancia Referente comunicazione ed eventi
- ❖ Maria Cristina Epifani Psicologa del lavoro
- ❖ Stefania Lanzilotti Referente rapporti con gli enti e le aziende
- ❖ Antonio Rocco Mennuti Psicologo del lavoro
- ❖ Francesco Sasso Referente tirocini e stage

*Allegato 1*