

MAGGIOLI UNIBO C.S.R. RECRUITMENT

Premessa

"Il modo di fare impresa non è, e non deve essere, predatorio e a esclusivo interesse degli azionisti, ma di tutti: dei lavoratori, dei clienti, dei contesti sociali dove si produce, di un processo di generazione di valore di medio-lungo periodo"

American Business Roundtable

Il progetto "Maggioli CSR Recruitment" è un momento di scambio di saperi che **porta valore a tutti gli attori coinvolti**. Un'opportunità per **contaminarsi, accrescere, e sedimentare la conoscenza**.

Questo progetto è molto vicino ad un'esperienza di lavoro professionale con un corso di formazione che ti permetterà di acquisire nuove conoscenze e competenze. Sarete seduti al fianco di dirigenti aziendali e dipendenti di un'azienda che conta 45 sedi e filiali in Italia e all'estero. Un'azienda che fa della **responsabilità sociale d'impresa** un elemento distintivo della propria storia. Dovrete ascoltare, mettere in pratica i vostri studi, collaborare con altre persone che non conoscete, risolvere problemi e creare soluzioni e servizi sostenibili e d'impatto.

Se non vi è possibile impegnarvi in queste attività e verso questo approccio, allora questo progetto non è per voi! Al contrario, se siete pronti a raccogliere questa sfida e ad affrontarla con lo spirito giusto, diventerà una delle esperienze più importanti, utili del vostro percorso accademico e spendibili nel mercato del lavoro

Come confermato in questi ultimi anni, per Maggioli Spa aprire le proprie porte agli

studenti che hanno voglia di mettersi in gioco in un ambiente che li stimola e li tutela **è un investimento con alti ritorni** per lo studente, per l'azienda e per il territorio.

Per questo quello che facciamo ha un **impatto economico e sociale**.

Obiettivi

1. **Inserimento di una/o o più studentesse/studenti** all'interno del gruppo Maggioli, in particolare nella nuova area **Customer Social Responsibility**
2. Trasmettere le conoscenze e i **principali elementi e strumenti** della *Customer Social Responsibility* in particolare il **bilancio di sostenibilità, gli indicatori, gli standard di riferimento** in una modalità **interattiva**
3. Sviluppo di **nuove idee e progetti** relativi alla nuova area *Customer Social Responsibility* da parte di team di studenti

Target:

- Neolaureati, laureandi, studenti selezionati del primo e secondo anno del corso di Laurea Magistrale in Management dell'Economia Sociale

Articolazione: *workshop + field project*

La prima fase di **workshop** sarà così suddivisa:

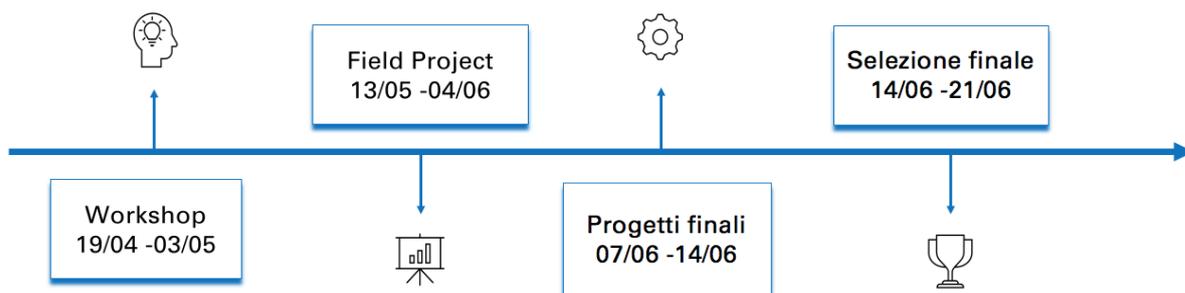
Ente	Referente	Contenuti (da selezionare)	Ore
Maggioli Spa		Presentazione aziendale	
Università di Bologna	Prof.ssa Federica Bandini	Customer Social Responsibility e strategia d'impresa: tendenze evolutive	2
	Prof. Maurizio Marano	- CSR, sostenibilità e valore condiviso: i benefici per l'impresa - CSR, sostenibilità e valore condiviso: gli strumenti per la gestione	2 + 2

		<ul style="list-style-type: none"> - CSR; sostenibilità e valore condiviso: dalla gestione rendicontazione - I GRI standards come riferimento prevalente per la rendicontazione di sostenibilità d'impresa. In particolare, esami dei principi GRI. - Analisi di esempi di rendicontazione di sostenibilità per verificare il diverso grado di applicazione di principi GRI 	
	Prof.ssa Benedetta Siboni	<ul style="list-style-type: none"> - L'impostazione del processo di rendicontazione di sostenibilità: una proposta di tappe - Gli indicatori per la rendicontazione: introduzione concettuale sugli indicatori di input, output, outcome, impact - Analisi e commento di casi di studio sugli indicatori per la rendicontazione di sostenibilità 	2 +2
UniBo	Prof.ssa Giorgia Bonaga	<ul style="list-style-type: none"> - Dalla rendicontazione sociale alla valutazione d'impatto (VIS) - Principali modelli applicativi e fasi del processo valutativo - Applicazione della Teoria del cambiamento su casi studio (se in presenza) - Presentazione e analisi casi studio (se online) 	2+2
AICCON	Paolo Venturi	Recap finale sul percorso: il ruolo civile dell'impresa e il suo contributo allo sviluppo integrale del territorio.	2
Totale			16

La seconda fase di field project vedrà gli studenti suddivisi in team elaborare un'idea di progetto sui temi trattati durante i workshop e dopo la presentazione aziendale.

L'obiettivo del **field project** sarà quello di sviluppare delle proposte sulle aree trattate. La durata del field project sarà di circa un mese e sarà accompagnata da ore di tutorship da parte dei docenti, del Basement ed eventualmente da tutor dell'azienda

Timeline



Benefici a partecipare al progetto

- Esperienza professionale, finalmente un'esperienza vicina alla realtà e alla concretezza del mondo del lavoro
- Rendere pratica la teoria studiata: corso professionalizzante da inserire nel proprio CV
- Maggiore consapevolezza delle proprie aspirazioni e delle proprie capacità, oltre che delle possibilità concrete offerte dal mondo del lavoro
- Motivazione: fare un'esperienza concreta di lavoro in azienda significa, infatti, mostrare impegno, passione e responsabilità
- Conoscere l'azienda: iniziare a costruire una rete professionale
- Progettare insieme ai manager e dipendenti dell'azienda
- Ragionare in team e lavorare sulle soft skills

Soft skills che si possono acquisire:

- Personal branding: imparare a presentarsi al meglio
- Autoconsapevolezza ed approccio imprenditoriale
- Pianificazione e gestione di progetto
- Analisi, letture e produzione di dati, informazioni e contenuti
- Comunicazione, condivisione e negoziazione
- Gestione dell'incertezza
- Problem solving

Come partecipare:

Per poter prendere parte alla selezione è necessario inviare il proprio CV **entro il 15 marzo** all'indirizzo: didattica.em.basementclub@unibo.it

BASEMENT CLUB

*Costruiamo opportunità
di specializzazione **operativa** per studenti
e progetti imprenditoriali **con** le aziende.*