FONDAZIONE ISTUD

ISTUD BUSINESS SCHOOL

Milano, 13 giugno 2017
Convegno

GIOVANI E LAVORO – A CHE PUNTO SIAMO?

GIDP HRDA
ASSOCIAZIONE DIRETTORI RISORSE UMANE

Stage & Placement – Master ISTUD

Bacino di riferimento: circa **140 studenti annui**, così ripartiti:

34%

15%

14%

37%

- Circa **600 offerte stage ogni anno.**
- **Rimborso stage** medio: **€ 600 mensili.**
- **Placement** medio a 12 mesi dalla fine dei Master: **92%**

LA MOTIVAZIONE E LE SUE MOTIVAZIONI.....

Nella fase di ricerca dello stage un aspetto interessante da osservare e sul quale soffermare l'attenzione è quello delle **motivazioni che portano gli studenti verso la decisione di candidarsi ad un'offerta stage** oppure no.

Abbiamo fatto un test su un campione di studenti, frequentanti l'ultima edizione del master marketing e del master hr, chiedendo loro di rispondere ad un breve questionario prima di effettuare ciascuna candidatura di stage.

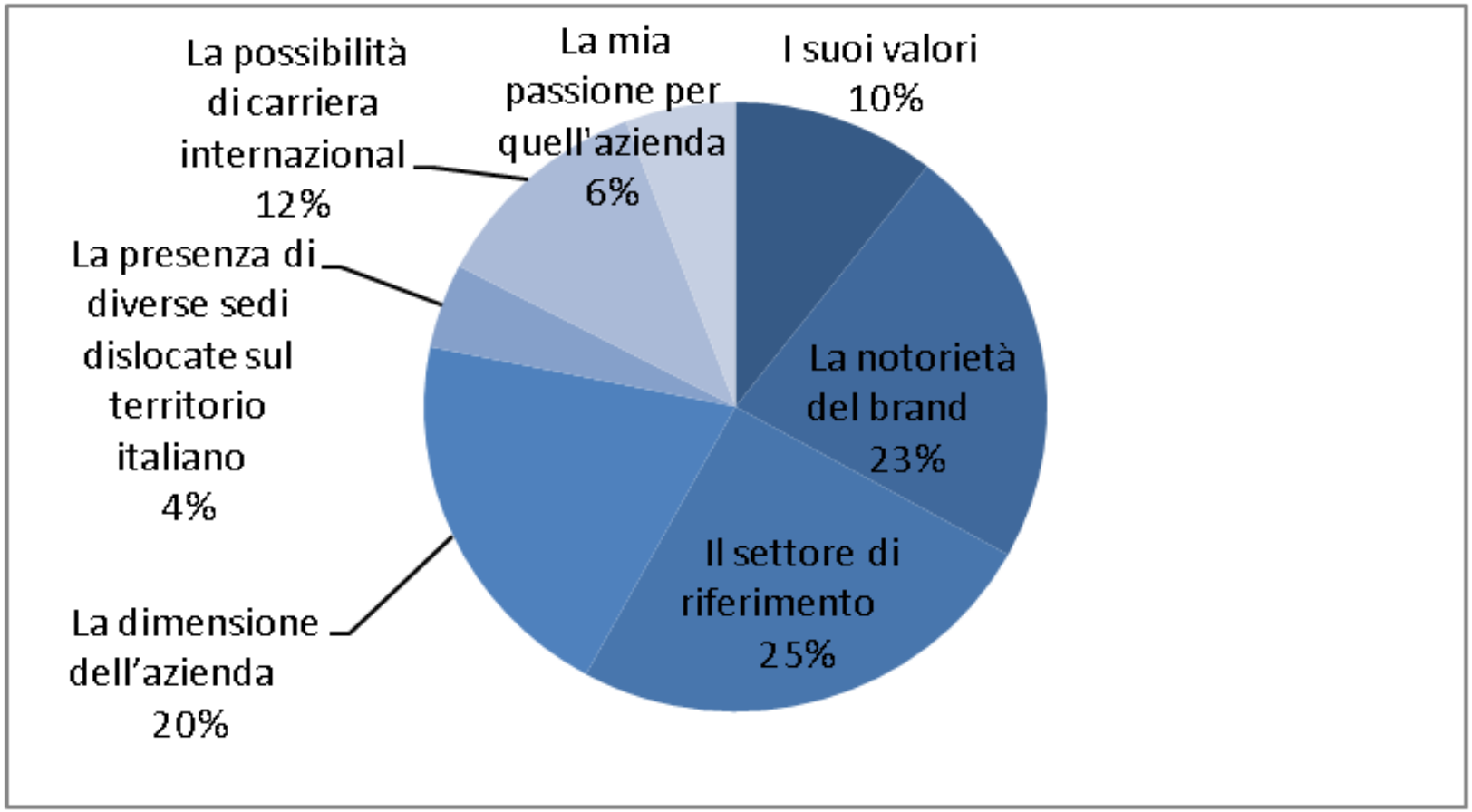
In particolare si fa riferimento a **72 studenti**, ai quali sono state presentate **200 offerte di stage/lavoro,** per un totale di circa 700 candidature.

Stage & Placement – Master ISTUD

Abbiamo aggregato le motivazioni in 4 macroaree, che hanno rappresentato il fulcro delle 4 domande poste:

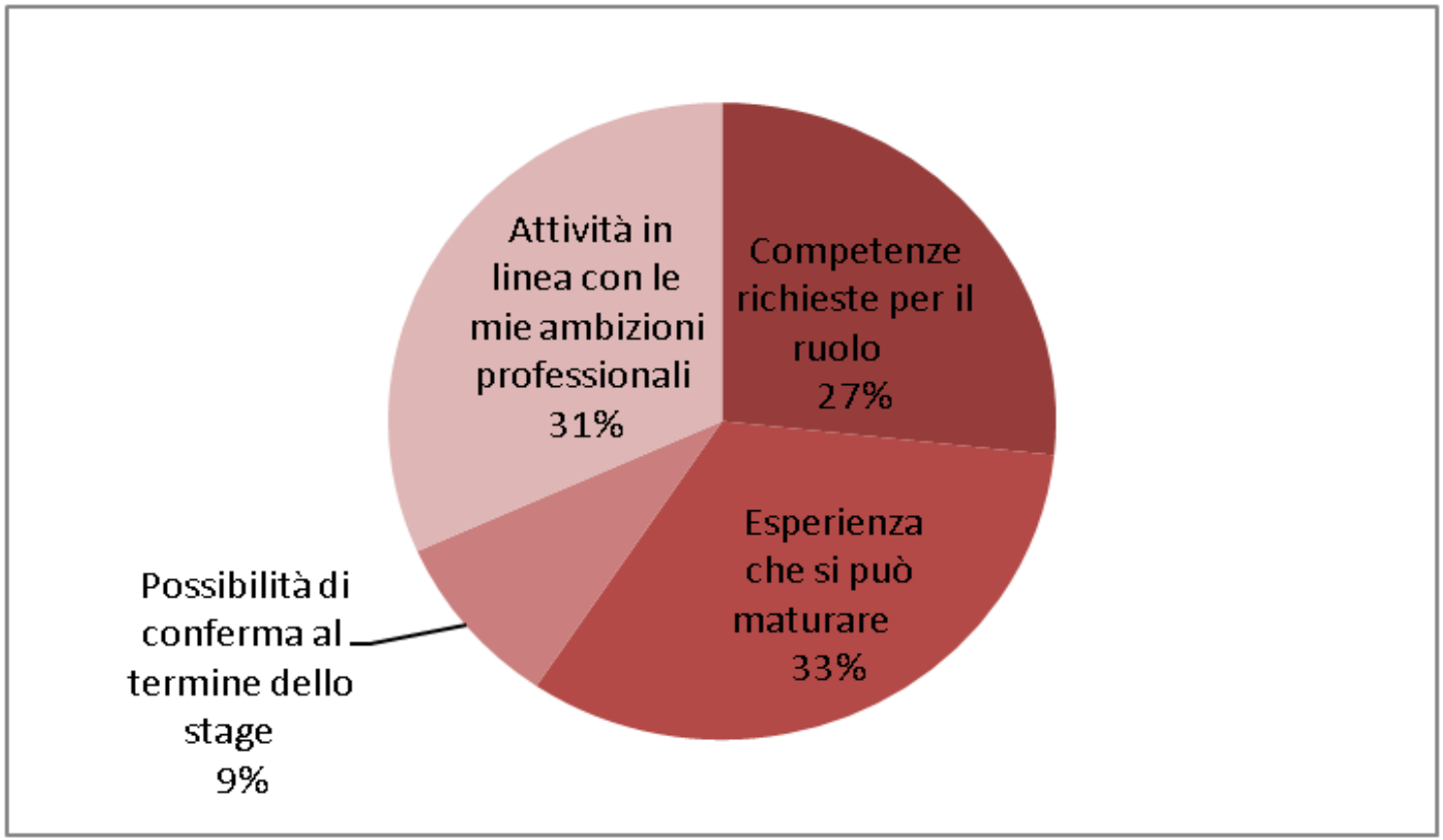
- **le caratteristiche dell'azienda**
- **le caratteristiche dell'offerta di stage e la job description**
- **la zona geografica in cui l'azienda si trova**
- **canali utilizzati per acquisire le informazioni per effettuare la scelta**

Per quanto riguarda le **caratteristiche dell'azienda**, la domanda posta è stata: *"Quale delle seguenti caratteristiche dell'azienda hai preso in considerazione nell'effettuare la candidatura?"* Le risposte sono state:



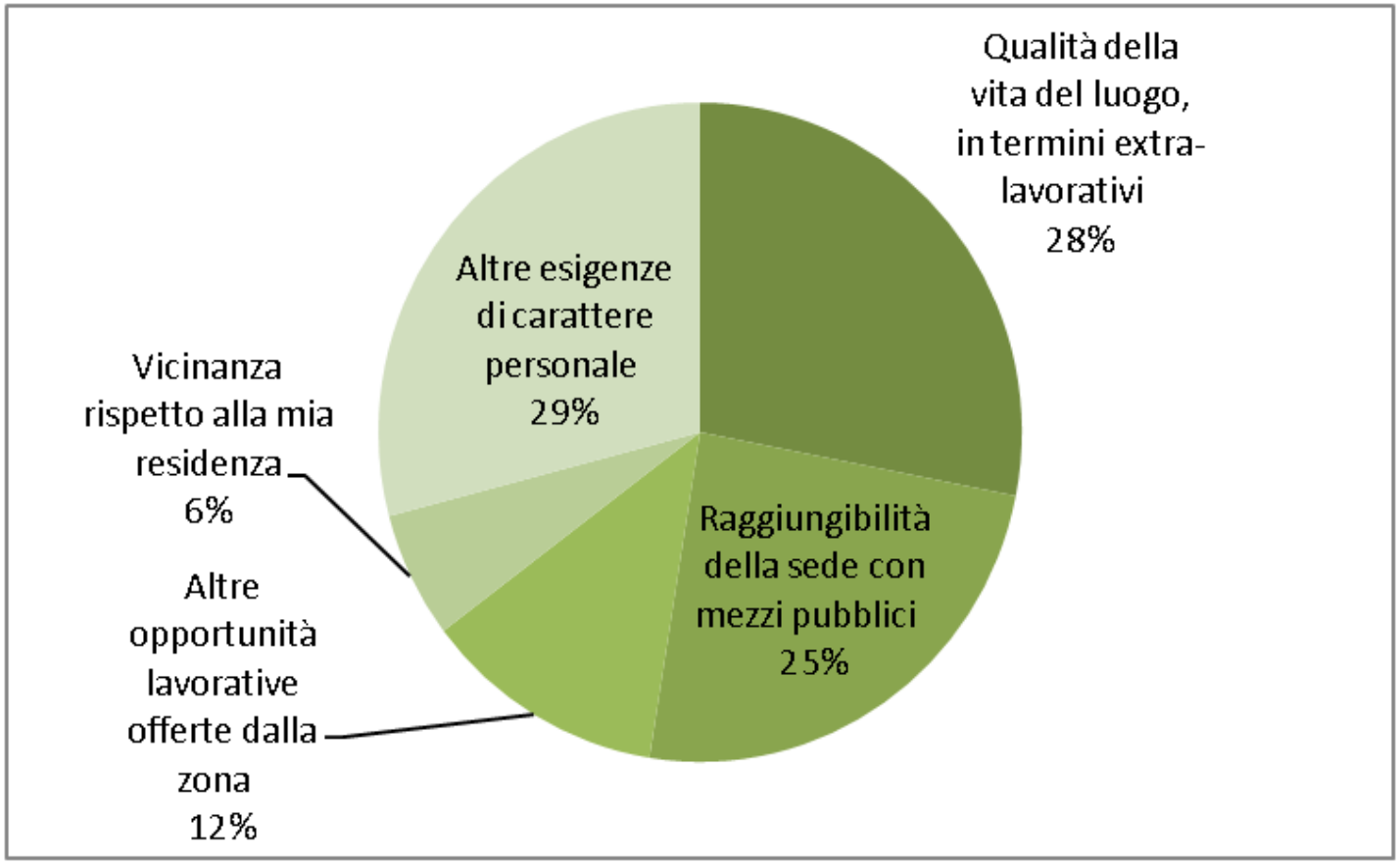
Stage & Placement – Master ISTUD

Rispetto alle **motivazioni collegate alla job description**, in particolare è stato chiesto agli studenti: *"Quali tra i contenuti e le attività descritte nella job description ti hanno maggiormente attratto nell'effettuare la candidatura?".* Le risposte sono state:



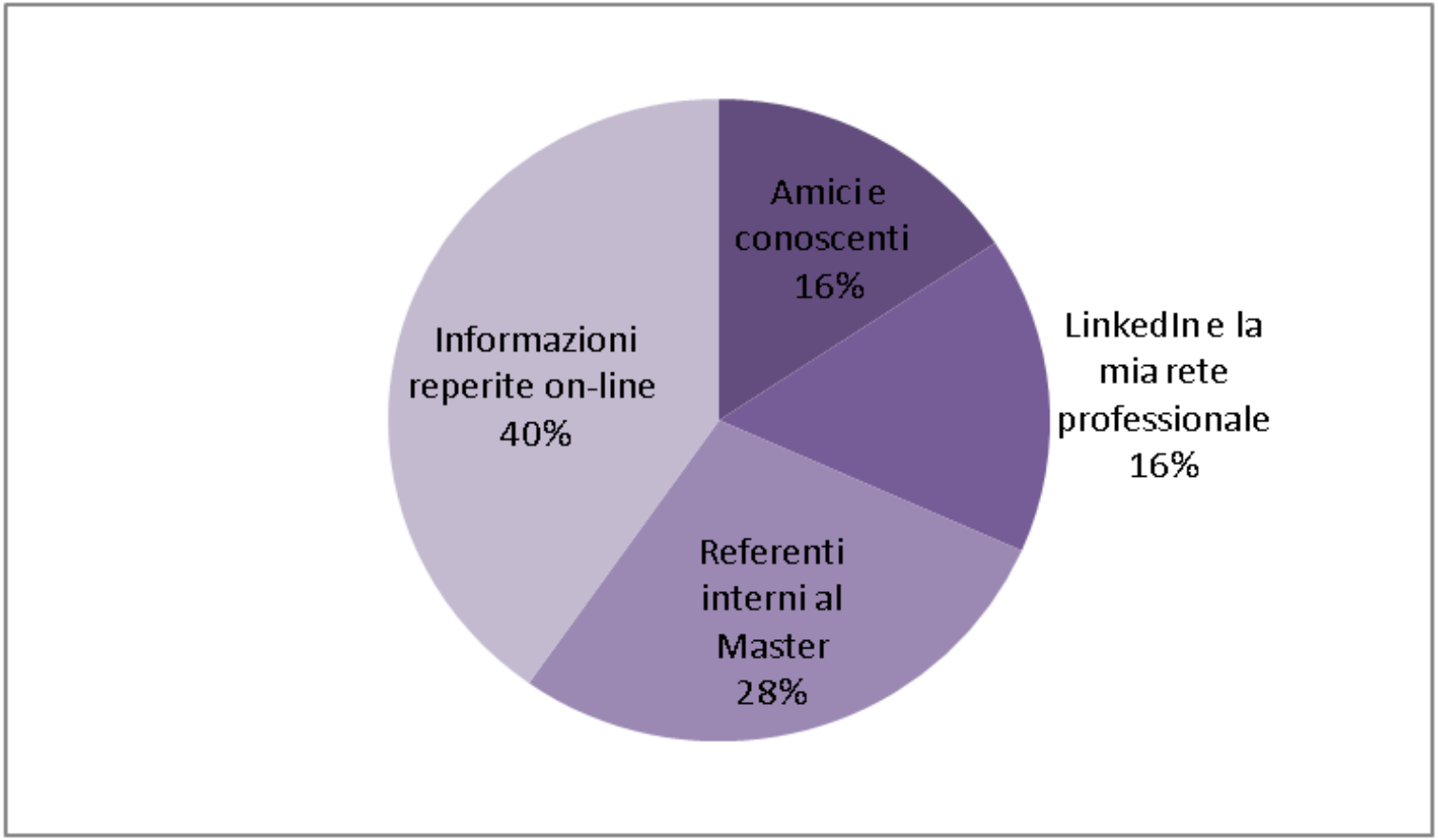
Stage & Placement – Master ISTUD

Rispetto ai **fattori geografici-ubicazione azienda**, è stato chiesto: "*Quale tra i seguenti fattori geografici ha maggiormente influenzato la scelta di candidarti?*"
Risposte:



Stage & Placement – Master ISTUD

Rispetto ai **canali di informazione**, è stato chiesto*: "Quali canali hai utilizzato per acquisire le informazioni utili per effettuare la scelta di candidarti?"*
Risposte:



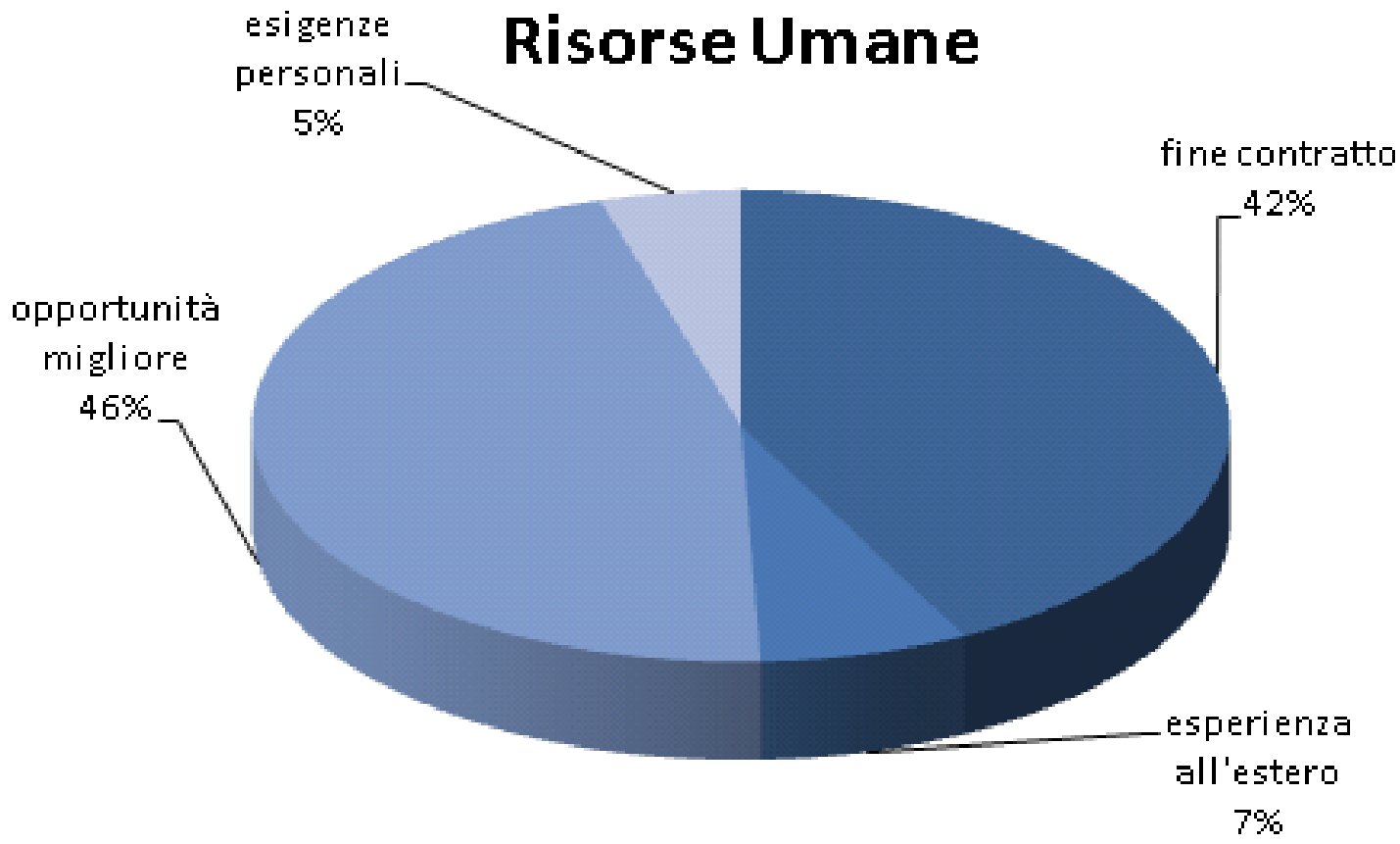
Ma cosa accade al termine dello stage? Quanti restano nella stessa azienda? Per quelli che non restano, quali sono le motivazione trainanti?

Sono domande che qualche mese fa abbiamo rivolto ai nostri ex studenti delle ultime 3 edizioni dei Master in Risorse Umane, Marketing e Scienziati in Azienda, ottenendo le seguenti informazioni, che generano interessanti spunti di riflessione.

Stage & Placement – Master ISTUD

Per il Master in Risorse Umane il 59% ha cambiato azienda dopo lo stage.

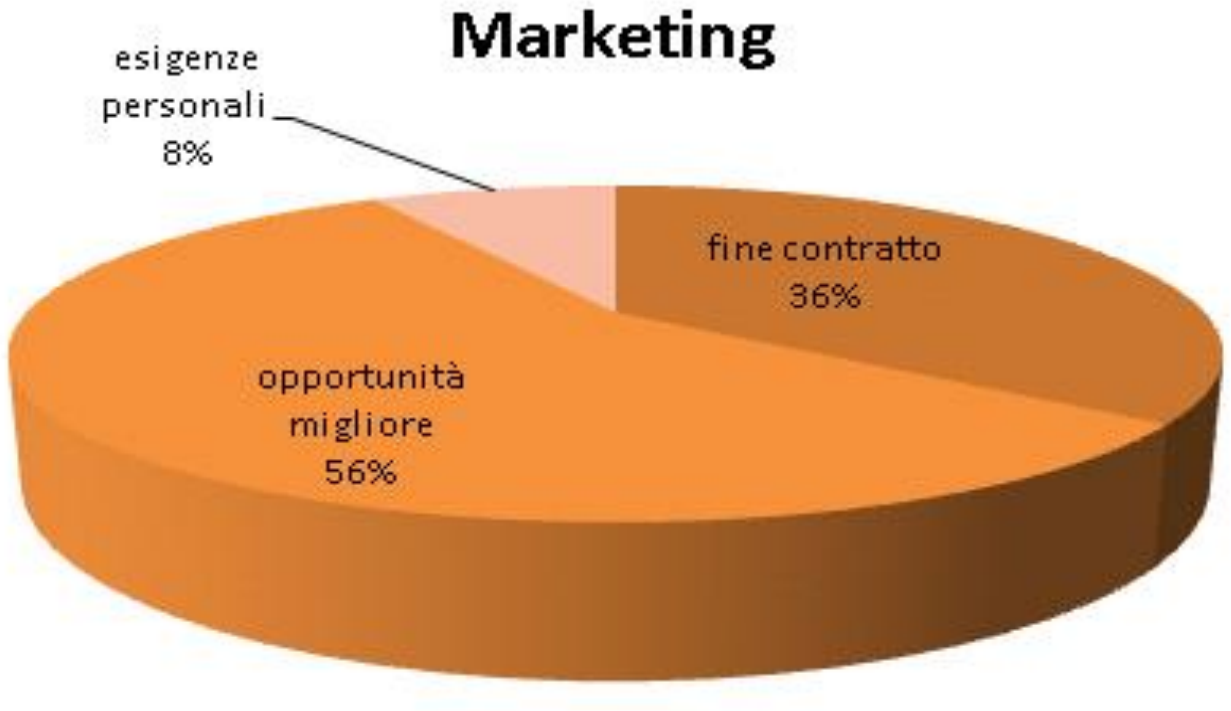
Motivazioni di coloro che hanno cambiato azienda:



Stage & Placement – Master ISTUD

Per il Master in Marketing Management il 63% ha cambiato azienda dopo lo stage.

Motivazioni di coloro che hanno cambiato azienda:



Stage & Placement – Master ISTUD

Per il Master "Scienziati in Azienda" si nota invece una distribuzione più marcatamente orientata verso la permanenza nella medesima azienda dello stage (61%), che si può interpretare come un segnale di maggiore stabilità del mercato legato al mondo del Healthcare.
Motivazioni del **39% che ha cambiato azienda**:

DRIVERS: ESPERIENZE, COMPETENZE E NETWORKING....

Questi dati e le motivazioni che riportano, ci conducono verso una considerazione, seppur parziale e relativa ad un bacino di utenza ristretto e "privilegiato", interessante:

In un mercato del lavoro mutevole e flessibile, **l'attitudine al cambiamento** va nella direzione della soddisfazione professionale e della possibilità di **fare esperienze che accrescano le il bagaglio di competenze.**

L'attitudine al cambiamento, con questa accezione, è inevitabilmente connessa alla capacità di creare e accrescere le relazioni, formali e informali, casuali o ricercate (**networking**).