

Il caso Come districarsi nella giungla di offerte per scegliere il corso giusto

La carica dei 5 mila master

Cercate il master giusto? Beh, la scelta è ampia: il giornale online *Universita.it* (che sta costruendo un data base dell'offerta post laurea sul territorio nazionale) ne ha censiti oltre 5000. C'è n'è per tutti i gusti. Si va dal marketing alla comunicazione ambientale, dalla posturologia alle scienze e tecnologie degli strumenti a corda, dagli studi religiosi alla criminologia, dal management alla colon proctologia. C'è il corso per il neolaureato e quello per l'executive, la versione di qualche giorno e da due anni, la *fee* di poche centinaia di euro e di oltre 50.000. Master offerti da atenei, business school e altri enti, percorsi più tradizionali oppure

online: se ne trovano a tappeto dal nord al sud dello Stivale.

Saranno tutti validi? Forse. Ma di fronte a tanta abbondanza gli esperti storcono il naso. Vladimir Nanut, presidente di Asfor (l'associazione italiana per la formazione manageriale) non usa mezzi termini: «Bisognerebbe guardare nel merito, ma mi sembra un numero fantasmagorico

Il «placement»

Citterio (Gidp): prima di iscriversi, è bene chiedere quanti hanno trovato lavoro

dal punto di vista dei fabbisogni reali». E il peggio è che l'offerta potrebbe essere pure superiore, vista la scarsa (o nulla) regolamentazione al proposito. «Se io e lei organizzassimo il "master del turismo venusiano" nessuno potrebbe dirci niente, perché in questo Paese chiunque è legittimato a chiamare master qualunque prodotto formativo o non», commenta Nanut.

Insomma, se avete qualche difficoltà ad orientarvi, non mettete in dubbio le vostre capacità intellettive: qualche giustificazione c'è. Ma un'avvertenza: scegliete bene, perché le aziende sono molto selettive in materia. «A noi interessano i master di secondo li-



Gli studenti di un Master

vello che uniscono skill tecnici complementari alla preparazione di base in ambiti come business intelligence, *procurement*, organizzazione del personale o anche su *cad* e *siebel*», esemplifica Paolo Longo, direttore del personale di Accenture (900 assunzio-

ni all'anno: quasi tutti giovani con laurea; una piccola parte con master). «Per noi sono un plus quelli che forniscono elevata specializzazione in campo ambientale, per esem-

pio sul ciclo integrato dei rifiuti, o su nuove aree di business legate all'energia», spiega invece Giovanni Gardini, direttore del personale e organizzazione del gruppo LGH.

Ovviamente durata e struttura del corso (oltre a serie-

tà dell'ente erogatore) non sono secondarie. Ma a Paolo Citterio, presidente di Gidp non bastano: «Prima di iscrivere mia figlia — sottolinea — voglio sapere il placement: quanti hanno trovato lavoro tra quelli che hanno frequentato le precedenti edizioni».

Iolanda Barera

© RIPRODUZIONE RISERVATA