



strumenti
per il tuo
lavoro



Homepage

Sezioni

Convegni&Congressi

Lista aggiornata dei convegni e dei congressi in programma in Italia ➡

Notizie Sindacali e di Categoria

- ADI ➡
- ANDU ➡
- CISL
Ricerca ➡
- CNU ➡

Bandi di concorso

Tutti i bandi di concorso per ordinari, associati, ricercatori, borsisti, dottorandi e per il personale tecnico ed amministrativo ➡

Organizzi un convegno? BUR ti aiuta a pubblicizzarlo!

Servizi

Brains' Network

C'è chi ha dei problemi. C'è chi può risolverli. Come fanno ad incontrarsi? ➡



Bollettino Università & Ricerca

L'e-journal professionale per il mondo accademico e della ricerca



Ricerche

Incertezza da parte dei neolaureati sul mercato per la ricerca del lavoro

La crisi occupazionale attuale rende i neodottori in materie scientifiche ed economico statistiche insicuri rispetto alla possibilità di trovare un lavoro stabile in Italia. Questo, è quanto emerge dalla Recent Graduates Survey, indagine eseguita da Cesop Communication, società di consulenza specializzata nello sviluppo di strategie di Employer Branding, con le quali supporta le aziende nella pianificazione di azioni mirate, per costruire e sviluppare il marchio aziendale sia sul mercato interno (retention), che sul mercato esterno del lavoro (recruiting). La Recent Graduates Survey è stata condotta su 2.500 giovani circa.

Il campione è stato contattato durante i job meeting e ciò ha consentito il rafforzamento dell'intento poiché il rapportarsi direttamente con neolaureati, che frequentano gli appuntamenti fieristici, ha permesso allo staff di intervistare tutti i candidati "attivi" nella ricerca di una professione e tendenzialmente non occupati. In queste sedi, la quasi totalità del campione individuato (89,8%) ha affermato di ritenere difficile trovare un'occupazione stabile nel mercato italiano.

E' interessante notare che nella maggioranza degli intervistati vi è inoltre, un 36,3 % di neodottori che considerano più semplice trovare un impiego al di fuori dei confini italiani. Questo fenomeno comporta non poche preoccupazioni per le Aziende, soprattutto nell'attuale "guerra dei talenti" anche per l'apertura sempre maggiore dei mercati occupazionali esteri ed in special modo europei. Inoltre, se si somma questo 36,3% a coloro


Ciò probabilmente è dovuto al fatto che, a parità di condizioni, le donne percepiscono le proprie possibilità occupazionali inferiori a quelle degli uomini.

Cesop Communication identifica e offre alle Aziende, grazie al suo Osservatorio Permanente sui Graduates, le informazioni utili che i giovani talenti ricercano per avere un quadro chiaro e completo dell'immagine dell'azienda.

Queste variabili giocano un ruolo determinante e sono fondamentali per la messa a punto di efficaci politiche di recruiting.

L'Employer Branding Process rappresenta una valida risposta, di Cesop Communication in questo senso: è una strategia di marketing finalizzata a creare un'immagine aziendale coerente con l'identità dell'impresa come luogo di lavoro (employer), in sintonia con il target e ben distinta da quella dei competitor, attraverso la quale attrarre e

Contattaci

Per contattare la
redazione di BUR 

che non riescono ad esprimere una valutazione sull'argomento, la percezione del mercato italiano risulta fonte di grande incertezza. Infatti, più del 70% dei neolaureati in materie tecnico scientifiche ed economico statistiche non considera il mercato italiano alla pari di quello estero e non riesce a fare una adeguata comparazione.

Questa visione pessimistica è presente in maggior parte nei giovani neolaureati in materie economico statistiche di sesso femminile. Anche la disparità delle aspettative tra uomini e donne rende ancora più complesso il fenomeno: per le donne risulta essere ancora più problematico trovare un impiego in Italia.

fidelizzare candidati eccellenti.

BUR.IT 21.02.03