Nella 14° edizione dell'iniziativa volta ad avvicinare i giovani neolaureati ad un'opportunità professionale nel mondo automotive, l'UNRAE, l'Associazione delle Case automobilistiche estere, ha assegnato i 10 premi per le migliori tesi in marketing automobilistico.

Le borse di studio complessivamente conferite nelle 14 edizioni dell'iniziativa nata nel 2000 ammontano a 122 ed ai vincitori, oltre ad una borsa premio di 1.200 euro, viene data l'opportunità di entrare nel mondo automotive, laddove se ne presenta l'occasione, attraverso uno stage di 6 mesi presso una delle Case automobilistiche estere associate all'UNRAE.

Con tale premio molti giovani vincitori degli anni passati, una volta concluso il periodo di stage, hanno avuto l'occasione di entrare a far parte stabilmente delle strutture delle Case automobilistiche estere.

I vincitori riceveranno il premio nel corso dell'Assemblea Generale dei Soci nella prossima primavera, direttamente dalle Aziende associate all'UNRAE.

I selezionati 2014 sulla base delle migliori tesi di laurea sono: Giacomo Caliterna (voto 110 e lode) dell'Università degli Studi di Firenze, Filippo Chiricozzi (106) dell'Università Sapienza di Roma, Paolo Cristiano (105) dell'Università degli Studi Milano-Bicocca, Martina Lucci (110) dell'Università Sapienza di Roma, Gianvittorio Micò (105) dell'Università degli Studi di Brescia, Giuseppe Noto Malta (110 e lode) dell'Università degli Studi di Torino, Stefania Privato (110 e lode) dell'Università degli Studi di Bari, Mirko Tomassini (107) dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Ilaria Tranquillo (110 e lode) dell'Università degli Studi di Genova e Luisa Voyron (110 e lode) dell'Università degli Studi di Torino.

© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 11 / 2014