

Evolutionary path in fuel go to market

Ipotesi evolutive nella distribuzione dei carburanti



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Il contest e le regole del gioco

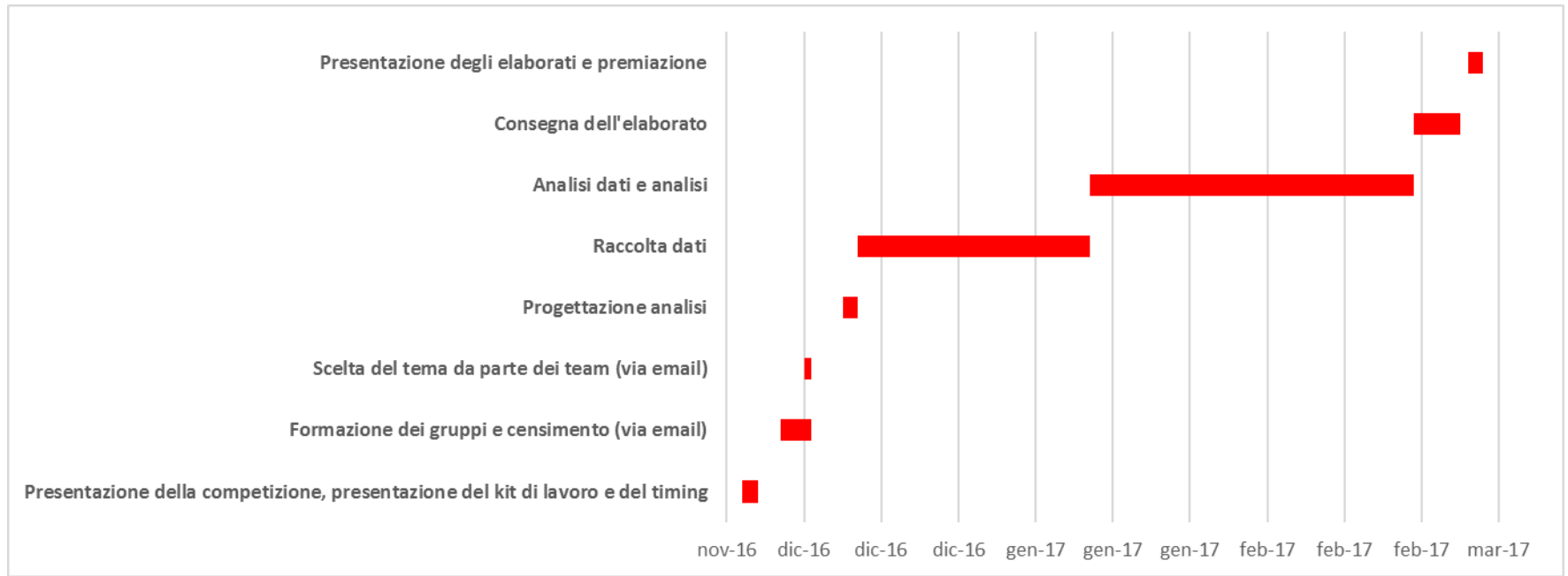
- Fueling go to market è un contest competitivo, che intende esplorare scenari evolutivi dei processi di go market per i prodotti riconducibili al comparto consumer fuel.
- Possono partecipare **tutti** gli **studenti** (italiani e stranieri) iscritti ad un corso di **laurea magistrale** tra i seguenti:
 - Tecnologia e gestione dell'Innovazione*
 - Management delle imprese*
 - Intermediari, finanza internazionale e risk management*
- Si può partecipare in **squadra** o **singolarmente** (minimo 1 studente, massimo 3 studenti). Deve sempre essere identificato e comunicato un “**capo squadra**”.
- Il termine ultimo per l'iscrizione è previsto per il giorno **6 Dicembre 2016**
- L'iscrizione può essere effettuata attraverso la compilazione del seguente **format online**: <https://goo.gl/forms/9M8BT3DwvBqJEQ8I1>
- L'elaborato finale sarà una presentazione in power point o equivalente della lunghezza massima di **25 slides** da consegnare entro la data del **28 Febbraio 2017**

LA SFIDA: Timing e Risultati attesi

RISULTATI ATTESI:

Analisi ed individuazione delle **dinamiche** in atto nel mercato del Consumer Fuel e **azionabilità manageriale** dei dati presentati.

TIMING

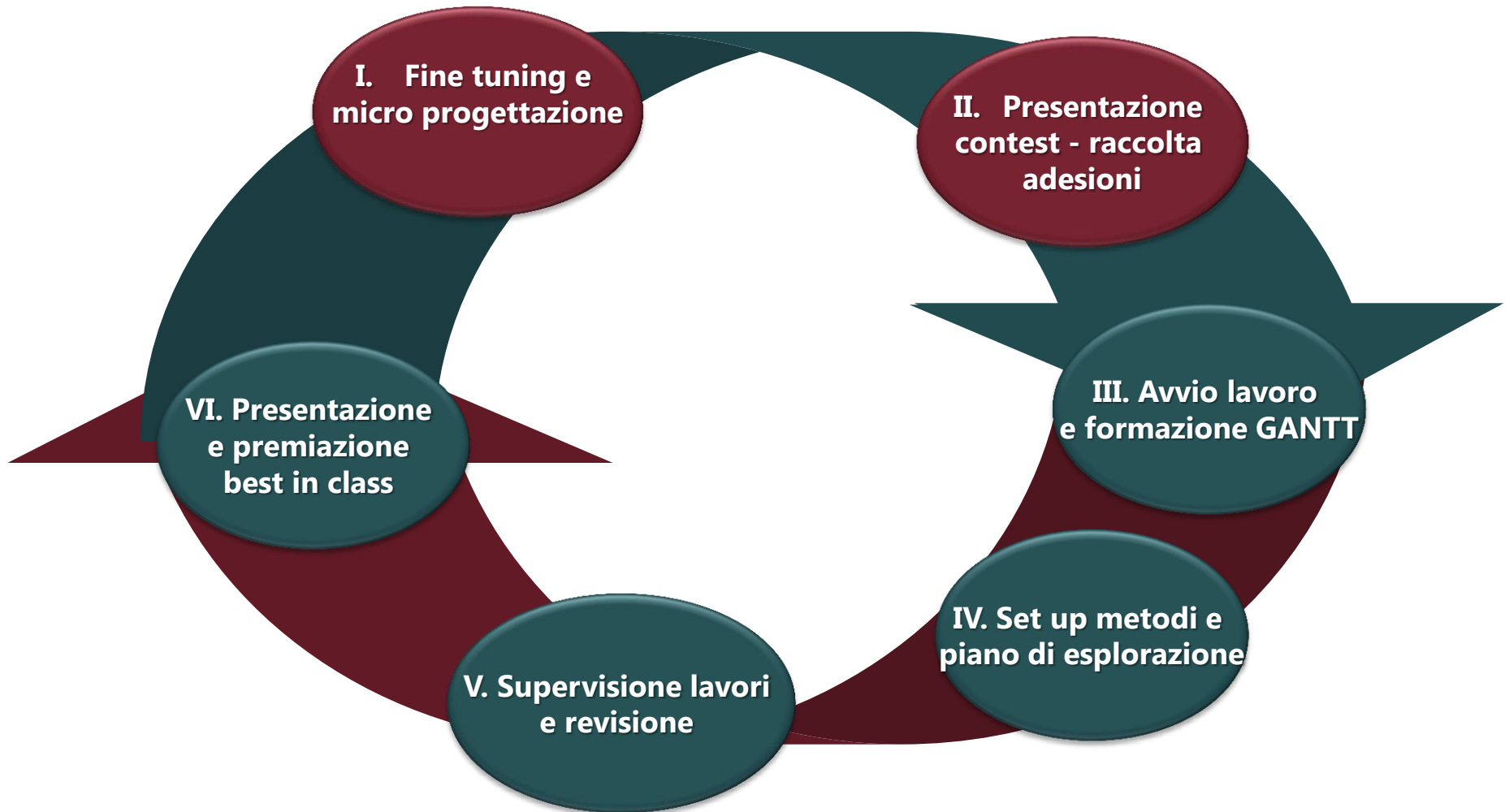


Perché partecipare

- Esperienza on field
- Differenziare il proprio cv
- Mettersi alla prova in una competizione universitaria riconosciute e apprezzate sia in ambito universitario che lavorativo
- Per i primi tre team è prevista la corresponsione di un premio del valore di:
 - 1.500 € per il primo classificato
 - 1.000 € per il secondo classificato
 - 500 € per il terzo classificato



Le attività in sintesi



Archigia s.r.l. è specializzata nella **progettazione, produzione e installazione** di brand aziendali e manufatti in acciaio ed alluminio con un specifico know-how nel settore petrolifero da oltre 25 anni.

La Società si occupa principalmente di progettazione e realizzazione di strutture metalliche, elementi di **immagine** e gestione di programmi di **rebranding**, con particolare attenzione ad anticipare il mercato attraverso un investimento importante nella ricerca e nel **design** relativo alla **comunicazione visiva**.

Dal 2005 collabora con le facoltà di diverse università italiane promuovendo dei concorsi di idee al fine di proporre un'innovazione nel settore petrolifero sui temi del design, dell'efficienza energetica ed ora dell'offerta commerciale