

LINGUE

Russo e cinese sempre più «strategici»

Tra le facoltà di area umanistica, quella di lingue è sicuramente una delle più gettonate e anche quella con il maggior appeal dal punto di vista del lavoro.

«La conoscenza delle lingue - spiegano dall'agenzia per il lavoro Umana - è molto apprezzata da tutte le imprese che si interfacciano con i mercati esteri, in particolare per l'ufficio commerciale estero e per l'amministrazione», fanno sapere dall'agenzia per il lavoro Umana. «In questi anni, abbiamo registrato un aumento di interesse nei confronti delle lingue extraeuropee, in particolare quelle di Russia e Cina». Chi ha investito nello studio del russo e del cinese, infatti, può trovare un impiego non solo presso le imprese che intrattengono rapporti con questi paesi, ma anche per diverse firme del Made in Italy e in strutture turistiche stellate: sia le boutique dei più prestigiosi marchi che le strutture delle più esclusive località turistica si stanno attrezzando, valorizzando la conoscenza di lingue extraeuropee accanto all'ormai obbligatorio inglese, al francese ed al tedesco.

Non solo. I laureati in lingue hanno sbocchi occupazionali molto ampi: «Dall'interprete alla segreteria di direzione, dall'operatore call center

all'addetto vendita. Chi ha un'ottima conoscenza delle lingue straniere è impiegato nell'ufficio commerciale di aziende di import-export, svolge attività di accoglienza, è promoter e guida turistica», spiegano dall'agenzia Obiettivo Lavoro.

A seconda del settore di occupazione, infatti, i laureati in lingue possono essere impiegati in diversi ambiti. Ad esempio nell'area finanziaria, banche, imprese di assicurazione, aziende di contabilità spesso operano a livello internazionale e offrono l'opportunità di andare a lavorare presso i loro uffici esteri.

Nel settore delle vendite e del marketing, tutte le aziende che esportano richiedono impiegati nel settore delle vendite e del marketing che conoscano sia la lingua straniera sia il consumatore nella nazione di destinazione. Viceversa, in ambito alimentare, l'acquisto di materie prime per conto di aziende produttrici di alimentari richiede l'abilità nel comunicare con fornitori di tutto il mondo e quindi ottime conoscenze linguistiche.

Anche nell'area dei trasporti, la distribuzione di merci richiede la coordinazione e la comunicazione con persone che operano in Stati di tutto il mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

