

Denominazione del Corso di Studio: Marketing e Comunicazione d'azienda

Classe: L 18

Sede: Bari

Gruppo di Riesame:

Prof. Luca Petruzzellis (Referente CdS) – Responsabile del Riesame
Dr. Fabrizio F. Baldassarre (Docente del CdS e Responsabile QA CdS)
Prof.ssa Giuseppina Pellegrino (Docente del Cds)
Sig.ra Petronilla Bruni (Tecnico Amministrativo)
Sig. Luca Furlan (Studente)

Sono stati consultati inoltre:

prof. Vittorio Dell'Atti – direttore del Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici
prof.ssa Adelaide Quaranta – delegato alla didattica per la ex Facoltà di Economia

Il Gruppo di Riesame si è riunito, per la discussione degli argomenti riportati nei quadri delle sezioni di questo Rapporto di Riesame, operando come segue:

- **14 febbraio 2013 (ore 10.00 – 12.00):**
- analisi dei dati riguardanti il Corso di studio, identificazione del profilo dello studente e dei punti di forza e debolezza del corso
- **15 febbraio 2013 (ore 13.30 – 15.00):**
- redazione del rapporto di riesame
- **28.02.2013:** Presentazione, discussione e approvazione del rapporto di riesame 2013 nel Consiglio di Dipartimento di Studi Aziendali e Giusprivatistici.

Sintesi dell'esito della discussione con il Consiglio del Corso di Studio

Constatata la difficoltà a riunire il Consiglio di CdS triennale in Marketing e Comunicazione d'azienda nei tempi previsti dal processo di riesame, il primo rapporto viene portato il 28 febbraio 2013 alla discussione del Consiglio del Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici al quale afferisce il corso. In assenza del Responsabile del Riesame, prof. Petruzzellis, all'estero per motivi di studio, il dr. Fabrizio Baldassarre viene invitato dal Direttore, prof. Dell'Atti, a riferire al Consiglio delle statistiche relative al corso di studi, a evidenziare le principali criticità rilevate e a puntualizzare le proposte di miglioramento per il futuro. Descritti i principali indicatori (attrattività, esiti didattici, laureabilità, grado di soddisfazione degli studenti analizzati e l'efficacia degli studi nell'esperienza di lavoro successiva alla laurea) utilizzati per descrivere l'andamento dei corsi, si pone l'accento sul fatto che saranno messe in atto azioni orientate a colmare i gap tra aspettative e percezioni, quali, per esempio, maggiore rapporto e supporto delle aziende sia per progetti di tirocinio sia per attività formative sul campo; maggiori possibilità di internazionalizzazione, fornendo agli studenti strumenti extra curriculari (es., corsi di lingua pomeridiani volti al conseguimento delle certificazioni), migliore organizzazione, insegnamenti più pratici. Le azioni correttive mirano a favorire un dialogo continuo e un maggiore coordinamento in modo tale che gli studenti possano apprezzare il fil rouge che lega il percorso universitario e, quindi, gli insegnamenti fra di loro. Si punterà anche allo sviluppo di un sistema di qualità e al conseguimento di certificazioni, anche internazionali

Il consiglio, dopo una breve discussione, approva all'unanimità il rapporto di riesame del CdS triennale in Marketing e Comunicazione d'azienda.

A1 - L'INGRESSO, IL PERCORSO, L'USCITA DAL CDS

a - RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA

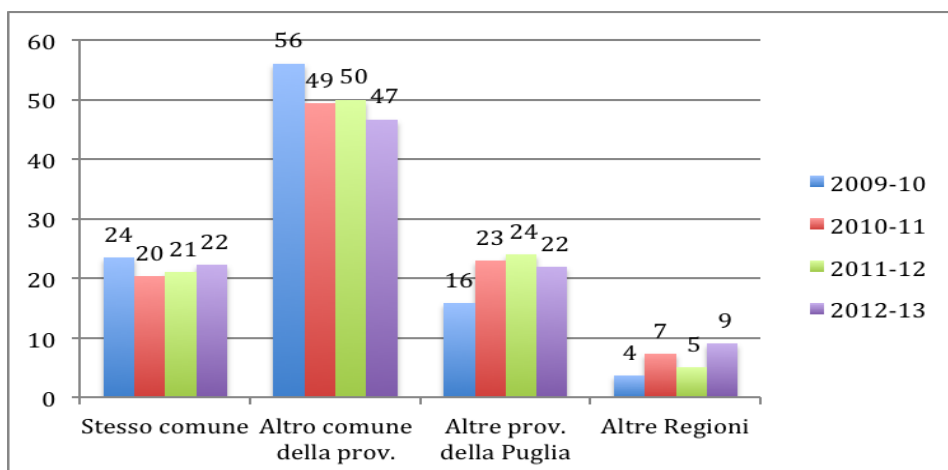
Il punto a della scheda A1 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

b - ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI

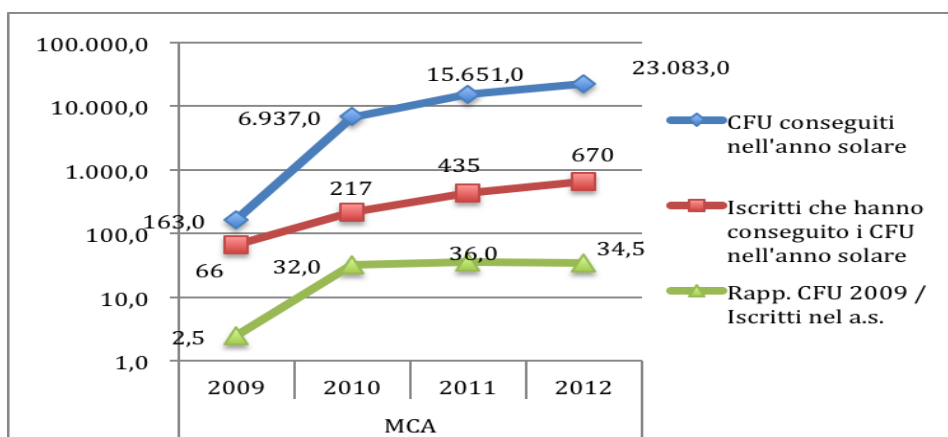
Scheda A1-b

Il corso di studio presenta un andamento positivo nelle immatricolazioni e nelle iscrizioni agli anni successivi; infatti, il numero degli immatricolati negli ultimi tre anni è cresciuto del 25%. Anche nell'ultimo anno 2012-2013 che segna una forte flessione degli iscritti all'università in generale, il corso ha una flessione minore (-6%) rispetto agli altri corsi della stessa area (-10%).

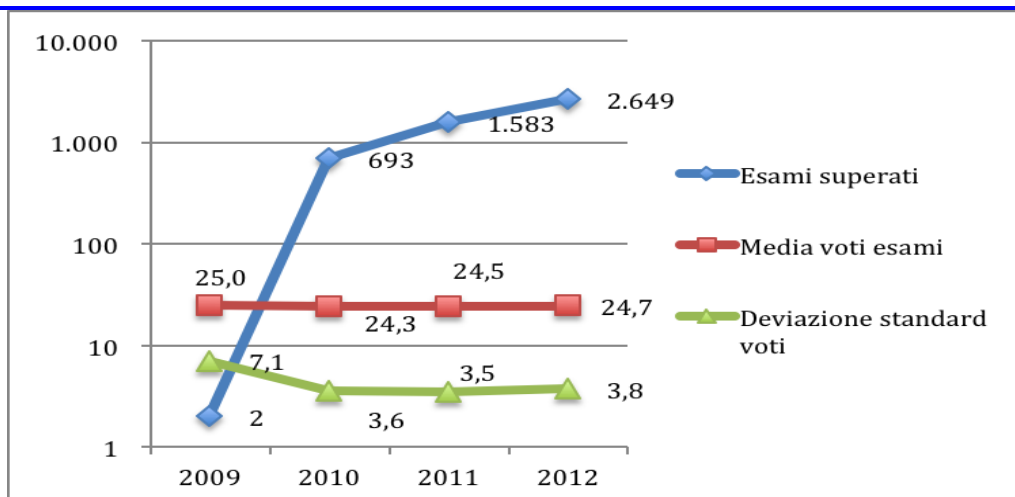
La forza attrattiva del corso è sottolineata dall'elevato numero di studenti provenienti da altro comune della provincia, altre province e da altre regioni. Infatti, tale corso è presente solo in altre 5 Università italiane.



Il corso mostra un tasso di inattività del 2,4% e un tasso di abbandono del 39,7% nell'a.a. 2010-2011, segnalando così un buon livello di performance, confermato anche dal numero dei CFU conseguiti per anno, e di soddisfazione da parte degli studenti. Quest'ultimo dato, pur essendo positivo (decisamente sì = 32,8%, dati Almalaurea 2011), risulta essere inferiore al dato degli altri corsi di laurea appartenenti alla classe e in calo rispetto all'anno precedente per quanto riguarda i corsi di laurea della classe L 18 dell'Ateneo barese.



A livello di performance, gli studenti mostrano una media dei voti stabile nel tempo anche se con un lieve incremento – in media con l'andamento nazionale degli studenti di corsi di laurea appartenenti alla stessa classe, con un sensibile incremento nel numero degli esami superati.



Ulteriore positività è data dal numero di studenti che ha svolto periodi di studio all'estero (14,1% vs 10,7% nazionale), anche se dato in leggera flessione. Da sottolineare che, oltre ai programmi LLP-Erasmus, è attivo anche un programma di exchange con la Florida International University (USA) e l'Universidad de Chile di Santiago (Cile).

Le maggiori criticità, secondo i dati Almalaurea, consistono nel ritardo con cui gli studenti arrivano alla laurea (27,2% almeno 1 anno f.c.), nel basso numero di frequentanti (44,8% ha frequentato più del 75% degli insegnamenti previsti) – dato in controtendenza, però, per il 50-75% degli insegnamenti frequentato dal 31,3%), e nel basso numero di studenti che ha svolto tirocini/stage o lavoro riconosciuti dal corso di laurea (29,1% vs 42,5% nazionale). Tali criticità derivano da cause organizzative, in quanto il corso di laurea non ha personale amministrativo a esso afferente, e da un raccordo altalenante tra gli insegnamenti e i docenti, spesso cambiati negli ultimi anni per via dei cambiamenti richiesti dalla legge e dei pensionamenti.

c – AZIONI CORRETTIVE PROPOSTE

Scheda A1-c

Le maggiori criticità evidenziate e relative azioni correttive sono:

1. tasso di abbandono (39%): tale dato, pur essendo in parte non direttamente imputabile al corso di studio, sottolinea l'importanza di una forte azione di orientamento che consenta agli studenti delle scuole superiori di poter prendere una decisione consapevole e così ridurre il tasso di abbandono. Pertanto, si svilupperanno programmi di orientamento presso le 4e e 5e classi delle scuole superiori.
2. durata degli studi (+0,4 anni vs altri corsi della stessa classe): si attiveranno attività di tutorato tenute da studenti senior, dottorandi e docenti in modo da seguire nel percorso gli studenti; si richiederà e monitorerà un maggiore coordinamento tra gli insegnamenti in modo anche da incrementare la frequenza.
3. Tasso di soddisfazione (58,6%): anche se positivo e riferito a un collettivo che prevede altri corsi della classe L 18 (Almalaurea, 2011), tale dato è inferiore a quello nazionale (72,4%) e in flessione rispetto all'anno precedente (-16%). Pertanto, saranno messe in atto azioni orientate a colmare i gap tra aspettative e percezioni, quali, per esempio, maggiore rapporto e supporto delle aziende sia per progetti di tirocinio sia per attività formative sul campo; maggiori possibilità di internazionalizzazione, fornendo agli studenti strumenti extra curriculari (es., corsi di lingua pomeridiani volti al conseguimento delle certificazioni), migliore organizzazione, insegnamenti più pratici.

A2 – L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE

a – RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA

Il punto a della scheda A2 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

b - ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI E ALLE SEGNALAZIONI

Scheda A2-b

Il Corso di Studio dal 2009 somministra, negli orari di lezione, questionari agli studenti per la valutazione della didattica nel I e II semestre. I risultati pubblicati dal Nucleo di Valutazione sono stati comunicati in riunioni del Corso di Studio dal Responsabile del corso con i docenti interessati.

Tutti i principali indicatori di soddisfazione degli studenti risultano essere in crescita sensibile rispetto agli anni accademici precedenti.

La maggior parte degli aspetti monitorati raccoglie valutazioni positive da parte degli studenti con un livello di soddisfazione complessivo nel 2010-11 di 7,08 che è in linea con altri corsi di studio triennali, in crescita rispetto al 2009-10 (6,54).

Più in dettaglio sono apprezzati: il regolare svolgimento delle lezioni (rispetto del calendario, presenza del docente, ricevimento studenti), l'organizzazione didattica e il buon rapporto tra crediti formativi e attività didattica richiesta allo studente per la preparazione degli esami.

È soddisfacente e superiore alla media degli altri CdS della ex Facoltà (6,49) l'azione del docente diretta a incoraggiare lo studente a sostenere l'esame di profitto al termine del corso attraverso lo svolgimento di prove intermedie.

Per quanto riguarda la qualità delle strutture a supporto della didattica, quali biblioteche, laboratori linguistici e informatici, la carenza dei posti a sedere è la principale criticità che determina un valor medio di 5,84. Analoga la valutazione (6,41) dell'adeguatezza delle aule in cui sono svolte le attività didattiche dei vari insegnamenti.

A fronte di una buona reperibilità dei docenti nelle ore stabilite per il ricevimento, valutata 7,40, è meno diffuso, rispetto agli altri corsi della ex Facoltà, l'utilizzo di strumenti telematici (6,99).

Eccellente la vocazione internazionale degli studenti del CdS: vivace è stata la partecipazione degli studenti al programma LLP/Erasmus considerato che il 18,8% degli studenti del CdS del periodo in esame hanno svolto un periodo di studio all'estero Erasmus (dato nazionale per la medesima classe di CdS 5,5%). I recenti accordi di exchange sottoscritti con università statunitensi, francesi e cinesi favoriranno un incremento dell'attività internazionale.

Da segnalare, infine, che il 77,1% degli studenti hanno esperienze di lavoro, più o meno saltuario e contemporaneo agli studi (in linea col dato nazionale di 76,9%)

c – AZIONI CORRETTIVE

Scheda A2-c

Il corso di laurea ha attivato un sistema di monitoraggio della soddisfazione degli studenti e dei disservizi presenti in capo alla presidenza del corso, che, in relazione a tale attività, promuove incontri di coordinamento e raccordo tra docenti e tra docenti e studenti.

Le azioni correttive mirano a favorire un dialogo continuo e un maggiore coordinamento in modo tale che gli studenti possano apprezzare il fil rouge che lega il percorso universitario e, quindi, gli insegnamenti fra di loro.

Si punterà anche allo sviluppo di un sistema di qualità e al conseguimento di certificazioni, anche internazionali.

A3 – L'ACCOMPAGNAMENTO AL MONDO DEL LAVORO

a - RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA

Il punto a della scheda A3 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

b - ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI

Scheda A3-b (meno di 3000 caratteri, spazi inclusi)

I laureati nel 2011 sono stati 141 (AlmaLaurea, 2011), con un'età media alla laurea di 24,6 anni, decisamente più basso del dato nazionale (25,2) dei laureati in CdS nella medesima classe, con una durata media degli studi pari esattamente a 4,5 anni (in questo caso esattamente pari alla media nazionale).

Il 77% dei laureati prosegue gli studi iscrivendosi a un corso di laurea magistrale, in quanto per il 66,3% la laurea magistrale rappresenta il "proseguimento naturale" del loro percorso di studi. Il 90,4% sceglie lo stesso ateneo e lo stesso gruppo disciplinare della laurea di primo livello, nella fattispecie la laurea magistrale in Marketing. D'altra parte, il principale motivo della non iscrizione a un corso di 2° livello è il lavoro (50%).

Un dato negativo è rappresentato dal tasso complessivo di occupazione (def. Istat-Forze di lavoro) (41,8%), decisamente inferiore rispetto al dato nazionale di CdS analoghi (46,2%), con un tempo medio di reperimento del primo lavoro di 5,3 mesi dalla laurea (dato nazionale 4,1 mesi). Tale dato sconta il ritardo del Mezzogiorno nei confronti del resto del Paese.

Di contro, positiva è la percezione della spendibilità della laurea: tra quanti lavoravano già prima della laurea e proseguono la loro attività, il 37,5% ha notato un miglioramento nel proprio lavoro dovuto alla laurea, nelle mansioni svolte o nella posizione lavorativa (44,4%) e nelle competenze professionali (55,6%). Tale dato è confermato dalla positiva percezione dell'efficacia della laurea nel lavoro svolto nel confronto con il dato nazionale (fonte AlmaLaurea 2011).

Efficacia della laurea nel lavoro svolto (%)	Marketing e Comunicazione - Bari	CdS medesima classe Nazionale
Molto efficace/Efficace	30,4	28,6
Abbastanza efficace	43,5	40,7
Poco/Per nulla efficace	26,1	30,7
Soddisfazione per il lavoro svolto (medie, scala 1-10)	6,8	7,0

Da tempo il CdS ha avviato convenzioni con aziende locali e di rilevanza nazionale per consentire l'attività di tirocinio obbligatorio agli studenti della triennale. Per tale attività viene svolta una costante attività di monitoraggio e di analisi della soddisfazione sia dei tirocinanti sia delle organizzazioni ospitanti.

Inoltre, all'interno dei singoli insegnamenti i docenti inseriscono sistematicamente testimonianze aziendali e professionali che contribuiscono ad aumentare il grado di efficacia percepita rispetto alle prospettive del mercato del lavoro.

La presidenza del corso di laurea promuove con sistematicità eventi di incontro con il mondo del lavoro attraverso la presentazione di politiche di recruiting e la simulazione del processo di selezione da parte di aziende multinazionali, tra cui Procter&Gamble, Vodafone, Nestlé, Google).

c – AZIONI CORRETTIVE PROPOSTE

Scheda A3-c

Tra i problemi che si segnalano:

1. Basso efficacia dei tirocini formativi come strumento di orientamento in uscita e maggiore connessione con i soggetti ospitanti per l'adeguamento delle competenze dei tirocinanti;
2. basso tasso di occupazione, principalmente dovuto a congiuntura economica negativa e scarsa incisività di azioni di orientamento in uscita e placement, in collaborazione con le associazioni datoriali e le imprese del territorio.

Obiettivo principale delle azioni correttive è quello di creare una stretta relazione con il mercato e un dialogo continuo con aziende e istituzioni in modo da avvicinare il mondo dell'Università al mondo del lavoro.

- Attivazione di un Career Service, con l'obiettivo di assistere gli studenti e i laureati nella fase di inserimento professionale e di facilitare le opportunità di contatto con le aziende e un accesso diretto e dedicato a molteplici opportunità di stage e di placement sia online sia presso il dipartimento.
- Introduzione di un sistema di dialogo e monitoraggio costante delle competenze dei tirocinanti e dell'adeguatezza della preparazione per il mondo del lavoro;
- Organizzazione di attività (career day, job meetings, incompany training, job counseling) volte a rafforzare le competenze degli studenti nei confronti del mondo del lavoro.