

Denominazione del Corso di Studio : MARKETING

Classe : LM-77

Sede : Dipartimento di studi aziendali e giusprivatistici - Università degli Studi di Bari Aldo Moro

Primo anno accademico di attivazione: 2009/10

Gruppo di Riesame

Prof. Ernesto Somma (Responsabile del Corso di Studio) - Responsabile del Riesame

Sig.ra Claudia Stella (Rappresentante gli studenti)

Prof. Pierluigi Passaro (Docente del Corso di Studio)

Prof.ssa Paola Perchinunno (Docente del Corso di Studio)

Sig.ra Petronilla Bruni (Tecnico Amministrativo con funzione di Coordinamento delle attività amministrative-didattiche del Corso di Studio)

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

• 13 gennaio 2014:

Analisi della documentazione fornita dall'ANVUR e predisposta dall'Ateneo.

Verifica della struttura del rapporto, con particolare attenzione ai campi da compilare e ai dati da analizzare.

Ripartizione dei compiti tra i componenti del gruppo.

• 14 gennaio 2014:

Discussione dei primi dati acquisiti dal Presidio di Qualità dell'Ateneo.

Ricognizione dei dati utili per una ottimale redazione del rapporto e individuazione dei dati ancora mancanti.

• 15 gennaio 2014:

Analisi e correzione dei testi inseriti nei campi 1(1-a, 1-b, 1c); 2 (2-a, 2-b, 2c); 3 (3-a, 3-b, 3-c) sulla base dei dati reperiti e verifica delle azioni correttive già intraprese.

Indicazioni degli interventi correttivi per ciascuna scheda (rispettivamente 1c, 2 c, e 3c).

Stesura della bozza del rapporto di riesame 2014.

I componenti del Gruppo del Riesame si sono scambiati opinioni, pareri e commenti anche via email o per telefono. Inoltre, il Responsabile del Riesame, prof. Somma e la sig.ra Bruni, hanno più volte incontrato, anche singolarmente, i docenti parte del gruppo di lavoro.

I dati su cui si è basata l'analisi sono stati forniti dagli uffici di Ateneo o estrapolati dalle banche dati rese disponibili dal sistema di Ateneo ai fini del monitoraggio. In particolare:

-I dati riguardanti la sezione 1 e quindi iscrizioni, regolarità del percorso e laureabilità sono stati estratti dalla banca dati di ateneo (<http://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita/ava/rapporto-di-riesame-2014/dati>).

-I dati relativi alla valutazione didattica sono basati sui risultati della valutazione espressa dagli studenti (<https://valmon.disia.unifi.it/sisvaldidat/uniba/>)

- I dati relativi al profilo dei laureati e alla soddisfazione dell'esperienza universitaria sono estrapolati dalla banca dati Alma Laurea

(<http://www2.almalaurea.it/cgiphp/universita/statistiche/tendine.php?LANG=it&CONFIG=profilo>)

-I dati relativi alla condizione occupazionale sono basati sui risultati estratti dalla banca dati Alma Laurea (<http://www2.almalaurea.it/cgiphp/universita/statistiche/tendine.php?anno=2012&config=occupazione>)

Il Rapporto di Riesame è stato presentato nel Consiglio di corso di studio per essere successivamente discusso nel Consiglio di Dipartimento ai fini di una sua condivisione, discussione e approvazione.

In particolare il Rapporto è stato presentato, discusso e approvato nel Consiglio del Corso di Studio Interclasse in Marketing del 22.01.2014 alle ore 10.00. E' stato presentato e approvato dal Consiglio di Dipartimento di Studi Aziendali e Giusprivatistici convocato il 27.01.2014 alle ore 09,30.

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

Il Presidente illustra ai presenti il Rapporto di Riesame 2014. Descrive brevemente, a nome del gruppo, la metodologia seguita e illustra ampiamente i contenuti principali del documento, soffermandosi sull'analisi dei dati utilizzati per redigere il rapporto. Il prof. Somma sottolinea che il risultato del rapporto è particolarmente positivo e che il percorso di studi delineato è conforme agli obiettivi formativi e alle aspettative degli studenti e evidenzia i punti di criticità osservati e illustra le relative azioni correttive. Dopo ampia e articolata discussione il Consiglio approva all'unanimità il Rapporto di Riesame 2014, esprimendo profonda gratitudine ai componenti del gruppo di riesame per il lavoro profuso.

I – Rapporto di Riesame annuale sul Corso di Studio

1 – L'INGRESSO, IL PERCORSO, L'USCITA DAL CDS

1-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

Obiettivo n. 1: Calibrare il piano di studi in modo da renderlo più rispondente alle richieste del mercato

Azioni intraprese:

Revisione del piano di studi e dei programmi degli insegnamenti al fine di rendere il loro contenuto per quanto possibile concreto e specializzante.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

La revisione dei programmi di studio ha riguardato un buon numero di insegnamenti. Ulteriori affinamenti saranno valutati a seguito della valutazione delle opinioni degli studenti emergenti dalla apposita rilevazione.

Obiettivo n. 2: Migliorare i rapporti con le imprese

Azioni intraprese:

Il processo di miglioramento, che ha come obiettivo finale la creazione di un ufficio per il placement, prevista per l'a.a. 2014-2015, ha visto, a causa della scarsità di risorse umane e finanziarie da parte del dipartimento, un percorso tradizionale attraverso la presidenza e l'ufficio tirocini che hanno incentivato le attività formative in aula, quali presentazioni aziendali e business case, e in azienda, quali stage e tirocinio.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

Si propone di confermare l'azione correttiva mediante la riorganizzazione dell'impiego delle risorse umane disponibili in Dipartimento.

Obiettivo n. 3: Incrementare il livello di internazionalizzazione del corso

Azioni intraprese:

Rinnovo degli accordi di cooperazione con le università straniere e una loro maggiore promozione attraverso sessioni informative

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

Gli accordi di cooperazione in essere stanno producendo risultati soddisfacenti. Per il nuovo anno accademico ci si propone di confermare gli accordi in essere e possibilmente di realizzarne di nuovi.

Obiettivo n. 4: Migliorare il livello di soddisfazione

Azioni intraprese:

Programmi finalizzati ad accrescere la partecipazione degli studenti ad attività extra curriculari in tandem con il mondo delle imprese.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

Si ritiene di dover proseguire su questa linea e incrementare le varie attività anche e soprattutto in cooperazione con gli altri corsi di laurea triennali del dipartimento in modo da mettere a sistema le risorse, seppur scarse, rivenienti dall'Ateneo.

1-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

Attrattività

I dati di ingresso del corso di studio mostrano una flessione sensibile dal punto di vista delle immatricolazioni (138 nell'anno 2010-2011, 82 nell'anno 2011-2012, 81 nel 2012-2013, 38 nel 2013-14-dato provvisorio). Il calo delle immatricolazioni ha radici, però, nella generale situazione economica del Mezzogiorno e nel cosiddetto fenomeno della "fuga dei cervelli". D'altra parte, tale decremento segnala una necessità di maggiore vicinanza al lavoro, sia in termini di tipologia di insegnamenti sia di rapporti con le imprese;

I nuovi iscritti risiedono in buona parte a Bari (27% nell'a.a. 2010-11, 16% nell'a.a. 2011-12, 31% nell'a.a. 2012-2013 e 18% nell'a.a. 2013-14) e in provincia (con percentuali aumentate dal 46% nell'a.a. 2010/11 al 57% nell'a.a. 2013/14). Il numero degli studenti provenienti da altre provincie della Puglia passa dall'18% del 2010/11 al 20% del 2012/13 e quello relativo agli studenti provenienti da altre regioni passa dal 7% del 2010/11 all'11% del 2013/14. Si aggiungono, in media, 5 cittadini/anno di nazionalità straniera.

Tra gli iscritti al Corso di Studio si è registrato un calo degli studenti provenienti dai licei (dal 60% nel 2012-13 al 46% nel 2013-14) accompagnato da un corrispondente aumento di studenti provenienti da istituti tecnici (dal 30% nel 2012-13 al 46% nel 2013-14). Il voto medio di diploma degli iscritti risulta piuttosto alto (gli studenti con votazione compresa tra 80 e 99/100 sono passati dal 52% del 2010/11 al 69% del 2012/13).

Esiti didattici

Analizzando l'andamento del corso di laurea si evidenzia come nella LM-77 (D.M. 270/2004) ovviamente non si riscontra la presenza di studenti fuori corso nei primi due anni accademici analizzati (a.a. 2009/10 e 2010/11). Nel 2011-12 si registra una percentuale di studenti fuori corso pari all'11,8%, mentre 2012-13 la percentuale degli studenti fuori corso è pari al 22,5% rispetto al totale.

Il corso mostra un buon livello di performance, confermato dal numero dei CFU conseguiti per anno (36,7), dal numero degli esami superati e dalla media dei voti pari a 28 (in linea con i due anni precedenti 27,7, e 27,8) superiore alla media nazionale degli studenti di corsi di laurea appartenenti alla stessa classe. La deviazione standard risulta inoltre essere abbastanza contenuta (2,7 nel 2009/10; 3,2 nel 2011/12; 3,7 nel 2012/13).

Inoltre, il dato della frequenza (il 67,2% ha frequentato regolarmente più del 75% degli insegnamenti previsti) indica come gli studenti siano fortemente interessati a entrare il più velocemente nel mercato del lavoro, svolgendo in alcuni casi un'attività lavorativa più o meno in linea con il percorso scelto, pur di iniziare a mettersi alla prova.

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).

Riguardo alle attività di tutorato per l'orientamento in itinere il numero di assegni per tale attività e per l'intera ex Facoltà di Economia è aumentato da 19 dell'a.a. 2010-2011 a 21 dell'a.a. 2012-2013. La percentuale rispetto al totale dell'intera Università è però diminuita rispettivamente dall'11,50% all'8% circa.

Laureabilità

Un dato certamente positivo è rappresentato dal numero dei laureati in corso: per il 2011 la totalità dei laureati risulta essere in corso, mentre per il 2012 solo il 13,9% dei laureati risulta essere fuori corso; l'1,39% consegue il titolo con votazione finale inferiore a 100, il 29% con votazione compresa tra 100 e 109 e il 69% ottiene la votazione massima con o senza lode. Tali dati confermano la buona performance del corso e ribadiscono la voglia degli studenti di completare il più velocemente possibile il percorso universitario.

Positiva risulta la possibilità di fare esperienze lavorative durante gli studi: infatti il 77,6% ha avuto esperienze lavorative.

I dati relativi all'uscita dal corso mostrano come i laureati nel 2012 (AlmaLaurea) presentano un'età media alla laurea di 26 anni (dato in linea con quello nazionale 26,7 dei laureati in Corso di Studio nella medesima classe).

Circa l'80% dei laureati è soddisfatto del Corso di Studio Magistrale in Marketing e più del 58% si riscriverebbe allo stesso corso.

1-c INTERVENTI CORRETTIVI

Obiettivo n.1: Accrescere la propensione internazionale del corso di studio

Azioni da intraprendere:

Al fine di accrescere la mobilità internazionale degli studenti saranno organizzate attività di promozione dei Programmi Erasmus e di mobilità incentivando la redazione di tesi di laurea in lingua straniera nel corso del periodo di permanenza all'estero.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

L'azione sarà assegnata ad un gruppo di lavoro composto da docenti, personale amministrativo e studenti.

Obiettivo n. 2: Accrescere il tasso di soddisfazione degli studenti

Azioni da intraprendere:

Accrescere il numero di occasioni di incontro degli studenti con le imprese attraverso testimonianze, presentazioni, partecipazione ai contest organizzati dalle imprese.
Promozione verso le imprese delle opportunità offerte dai tirocini.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Come già avvenuto nel precedente anno accademico, il gruppo di lavoro nominato dal consiglio di corso di studio dedicato al placement organizzerà presentazioni da parte di imprese e sosterrà la partecipazione degli studenti del corso a i diversi contest e premi promossi dalle imprese a livello nazionale.

Obiettivo n. 3: Ridurre la durata degli studi

Azioni da intraprendere:

Si confermano anche per quest'anno le attività di tutorato tenute da studenti senior, dottorandi e docenti in modo da seguire nel percorso gli studenti. Il consiglio di corso di studio, per il tramite dell'apposito gruppo di lavoro già costituito svolgerà una puntuale analisi della programmazione didattica a della corrispondenza dell'ampiezza dei programmi rispetto al numero di CFU assegnati a ciascun insegnamento.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Le risorse sono quelle che l'Ateneo renderà disponibili per lo svolgimento dei tutorati. Il gruppo di lavoro terminerà l'analisi della programmazione didattica entro l'avvio delle lezioni del nuovo anno accademico.

2 – L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE

2-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

Obiettivo n. 1: Accrescere il livello di soddisfazione degli studenti

Azioni intraprese:

La costituzione del gruppo di lavoro dedicato al placement e l'attivazione dell'ufficio della didattica ha consentito agli studenti di potersi interfacciare al meglio con i docenti e di affrontare le eventuali problematiche incontrate.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

L'azione è stata realizzata e ha consentito di sviluppare un dialogo costante con gli studenti al fine di acquisire senza ritardo segnalazioni di problemi e disservizi.

2-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DI DATI, SEGNALAZIONI E OSSERVAZIONI¹

Il Corso di Studio dal 2009 somministra agli studenti questionari per la valutazione della didattica. I dati sono disponibili sul sito web VALMON (<https://valmon.disia.unifi.it/sisvaldidat/uniba/>). Dai risultati pubblicati dal Nucleo di Valutazione e comunicati dal Coordinatore del Corso nelle riunioni del Corso di Studio emerge un sostanziale buon livello di soddisfazione degli studenti.

L'analisi dei questionari somministrati agli studenti, indica una crescita sensibile nel tempo di tutti i principali indicatori di soddisfazione degli studenti rispetto agli anni accademici precedenti; tutti gli indicatori sono superiori alla sufficienza.

La maggior parte degli aspetti monitorati raccoglie valutazioni positive da parte degli studenti con un livello di soddisfazione complessivo nel 2011-12 pari a 7,85.

Sono particolarmente 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.

Ulteriore elementi di soddisfazione per gli studenti l'utilizzo frequente di sussidi didattici (diapositive, computer, video, ecc.) nel corso delle lezioni e lo stimolo alla partecipazione attiva degli studenti a lezione da parte del docente (8,3).

È soddisfacente (8,04) e superiore alla media degli altri Corsi di Studi della ex Facoltà 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, la carenza dei posti a sedere è la principale criticità che determina un valore medio di 6,55. A fronte di un'ottima reperibilità dei docenti nelle ore stabilite per il ricevimento, valutata 8,59, è molto più diffuso, rispetto agli altri corsi della ex Facoltà, l'utilizzo della posta elettronica come strumento di comunicazione docente-studente (8,77).

2-c INTERVENTI CORRETTIVI**Obiettivo n. 1: Migliorare e rendere più efficace l'utilizzo della rilevazione dell'opinione degli studenti**

L'utilizzo dei dati e delle informazioni contenuti nella rilevazione dell'opinione degli studenti può essere reso più efficace mediante l'affinamento dell'analisi e la condivisione degli esiti.

Azioni da intraprendere:

Si ritiene opportuno, inoltre, diffondere fra i docenti un maggior grado di conoscenza e approfondimento dei risultati dei questionari rivolti agli studenti, al fine di portare alla discussione del Consiglio di CdS le azioni di miglioramento. Nell'ambito del sistema di monitoraggio e di dialogo continuo con gli studenti e tra i docenti, saranno considerate azioni di pubblicità dei risultati del questionario sulla qualità quali:

- discussioni nelle sedi competenti;
- pubblicazione online nel pieno rispetto della trasparenza verso tutti gli stakeholders.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Redazione di una relazione sugli esiti della rilevazione effettuata al termine di ciascun semestre a cura del Coordinatore del Corso di Studi e discussione della stessa in Consiglio di Corso di Studi.

3 – L'ACCOMPAGNAMENTO AL MONDO DEL LAVORO

3-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

Obiettivo n. 1: Basso tasso di occupabilità

Azioni intraprese:

Implementazione di azioni sistematiche di acquisizione della disponibilità da parte di aziende ad accogliere studenti in tirocinio formativo

Stato di avanzamento dell'azione correttiva:

Le azioni realizzate hanno consentito di avviare collaborazioni più strutturate con le aziende. Il risultato è ancora parziale in quanto la quota di tirocini formativi di qualità resta ancora bassa.

3-b ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI

Dai dati AlmaLaurea (2012) un primo dato positivo che emerge sui laureati di tale corso è rappresentato dall'età media alla laurea (26 anni), con una durata media degli studi (2 anni) significativamente inferiore alla media nazionale (2,9). Tale dato indica, da un lato, una buona performance degli studenti, dall'altro – se confrontato con il basso numero di studenti che fa un'esperienza internazionale e/o un tirocinio/stage durante il corso di studio – la necessità degli studenti di velocizzare il percorso magistrale nella consapevolezza delle maggiori difficoltà che li attenderanno nella ricerca del lavoro.

Positiva risulta la condizione occupazionale: ad un anno dal conseguimento della laurea il 50% dei laureati magistrali lavora mentre il 41% è in cerca di opportunità di occupazione. Di contro, vi è una bassa percezione dell'efficacia della laurea nel lavoro svolto rispetto al dato nazionale (fonte AlmaLaurea 2012).

Efficacia della laurea nel lavoro svolto (%)	Marketing magistrale Bari	CdS medesima classe Nazionale
Molto efficace/Efficace	31,6	46
Abbastanza efficace	36,8	36,1
Poco/Per nulla efficace	31,6	17,9
Soddisfazione per il lavoro svolto (medie, scala 1-10)	6,2	7,1

Il rapporto con il mondo del lavoro risulta essere una forte criticità, che allontana gli studenti dall'Ateneo barese.

Questo dato può essere, almeno in parte, spiegato dal tipo di lavoro effettivamente svolto dai laureati e dalle caratteristiche delle imprese che li occupano. Questa ipotesi andrebbe verificata attraverso un'indagine specifica e trova una parziale conferma nel confronto con il giudizio espresso dai laureati rispetto al percorso di studio svolto. Infatti, dall'indagine Alma Laurea relativamente al profilo dei laureati emerge una sostanziale soddisfazione nell'aver frequentato il corso di laurea magistrale in Marketing e nell'averne conseguito il relativo titolo. Infatti, nel 2012, la percentuale di laureati che si dicono completamente soddisfatti del corso di laurea è circa l'80%.

E' aumentata inoltre in maniera significativa anche la percentuale di laureati che ha risposto affermativamente alla domanda "si iscriverebbe di nuovo allo stesso corso di laurea?", cresciuta dal 56% nel 2009 al 91% nel 2012.

Il tirocinio formativo non è un'attività obbligatoria per gli studenti della magistrale in marketing, pertanto non esiste una modalità strutturata di acquisizione della disponibilità da parte delle aziende ad accogliere tirocinanti tra gli studenti magistrali. Si riportano casi non numerosi di studenti che hanno acquisito direttamente in autonomia la disponibilità delle aziende ospitanti e hanno poi provveduto a formalizzare la convenzione con il CdS.

3-c INTERVENTI CORRETTIVI

Obiettivo n.1 Consolidare il rapporto con le imprese per il placement:

Azioni da intraprendere:

Maggiore coordinamento e una forte azione di sensibilizzazione delle parti sociali (Camera di Commercio, Confindustria, Confcommercio, Associazioni di categoria, ecc.) e dei Direttori delle Risorse Umane di imprese nelle quali esiste una funzione marketing strutturata, al fine di presentare il quadro delle competenze dei laureati e migliorarlo alla luce dei suggerimenti di chi opera sul campo.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Attraverso il gruppo di lavoro dedicato al placement nominato dal Consiglio del corso di studio interclasse sarà definito il piano delle attività da svolgersi nell'anno accademico 2013 - 2014 .