

Rapporto di Riesame Annuale - 2016

Denominazione del Corso di Studio: **MARKETING**

Classe: **LM 77**

Sede: **DIPARTIMENTO ECONOMIA, MANAGEMENT E DIRITTO DELL'IMPRESA**

Primo anno accademico di attivazione: **2009/2010**

Gruppo di Riesame

Componenti obbligatori

Prof. Ernesto Somma (Coordinatore del CdS – Responsabile del Riesame)

Altri componenti

Prof.ssa Paola Perchinunno (Responsabile/Referente AQ del CdS)

Prof. Pierluigi Passaro (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:

• 15 dicembre 2015:

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.

• 08 gennaio 2016:

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.

• 12 gennaio 2016:

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 annuale 2016.

• 18 gennaio 2016

Stesura definitiva del Rapporto di Riesame Annuale 2016

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/rdr2015-16/dati>

-I dati relativi alla valutazione didattica sono basati sui risultati della valutazione espressa dagli studenti per il 2013/2014 <https://oc.ict.uniba.it/ateneo-in-cifre/valutazione-della-didattica/>

- I dati relativi al profilo dei laureati e alla soddisfazione dell'esperienza universitaria sono estrapolati dalla banca dati Alma Laurea. <http://www.almalaurea.it/universita/profilo/profilo2014>

-I dati relativi alla condizione occupazionale sono basati sui risultati estratti dalla banca dati Alma Laurea <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/tendine.php?anno=2014&config=occupazione>

Infine, è stata consultata e analizzata la RELAZIONE COMMISSIONE PARITETICA per verificare e comparare sia i risultati principali in termini di elementi di forza e di criticità del corso sia le azioni correttive proposte.

Il Rapporto di Riesame Annuale 2016 è stato presentato, discusso e approvato nel Consiglio di corso di studio in Marketing del 18.01.2016 alle ore 10.00.

Il Rapporto di Riesame Annuale 2016 è stato presentato al Consiglio di Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, convocato il 18.01.2016 alle ore 10.30, ai fini di una condivisione e presa d'atto .

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

Il Presidente illustra ai presenti il Rapporto di Riesame Annuale 2016. 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 Annuale 2016, 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: Accrescere la propensione internazionale del corso di studio

Azioni intraprese:

Si intende riconfermare l'attività già iniziata nell'a.a. 2013/2014 tesa a promuovere la mobilità internazionale degli studenti mediante i Programmi Erasmus e di mobilità ed incentivando la redazione di tesi di laurea in lingua straniera nel corso del periodo di permanenza all'estero.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva

L'azione è stata svolta da un gruppo di lavoro composto da docenti, personale amministrativo e studenti.

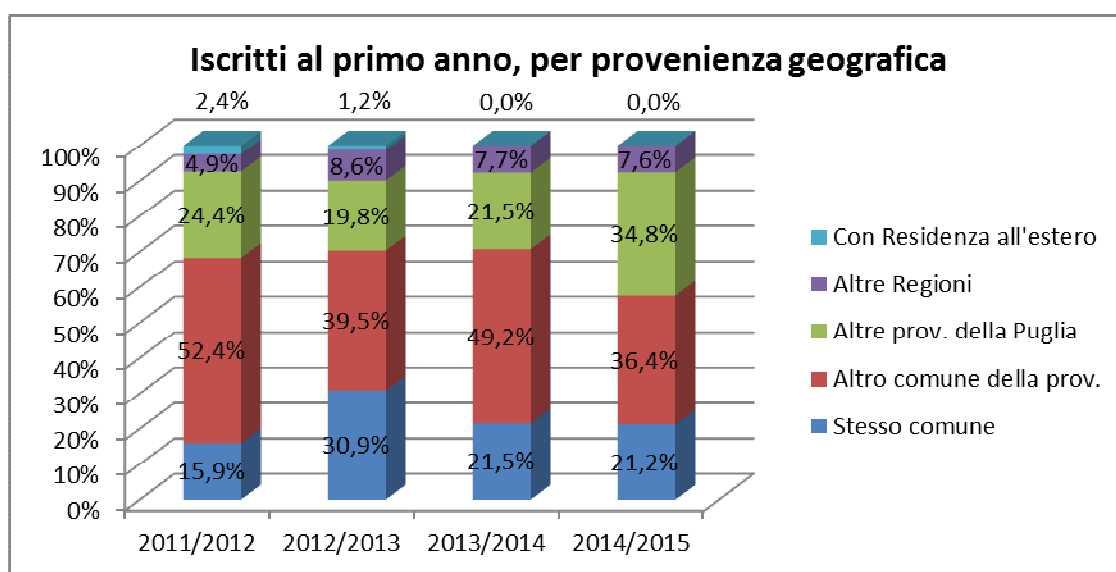
1-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

Ingresso

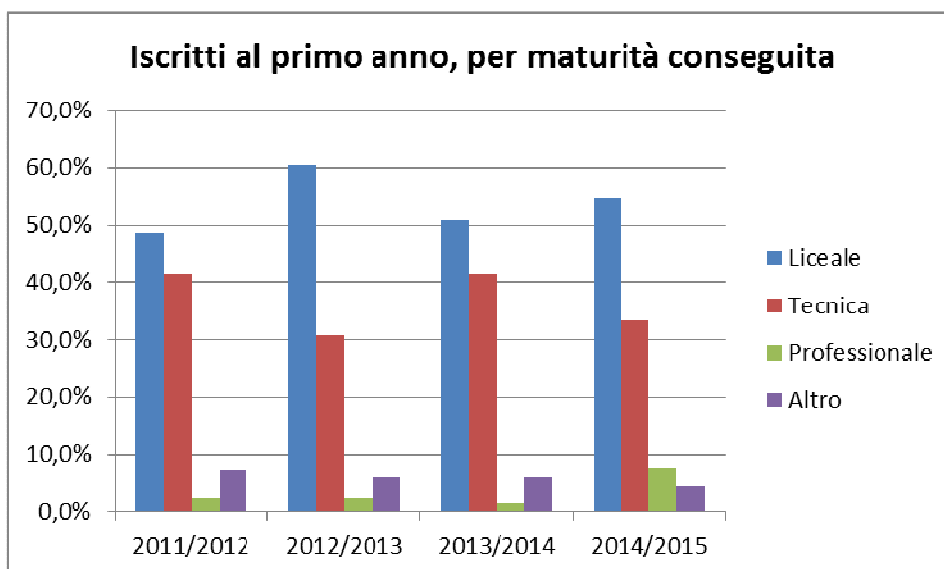
I dati di ingresso del corso di studio mostrano una flessione sensibile dal punto di vista delle immatricolazioni: 82 nell'anno 2011-2012, 81 nel 2012-2013, 65 nel 2013-14 e 66 nel 2014-15. Il calo delle immatricolazioni ha radici, però, nella generale situazione economica del Mezzogiorno e nel cosiddetto 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 da Bari (15,9% nell'a.a. 2011-12, 30,9% nell'a.a. 2012-13, 21,5% nell'a.a. 2013-14 e 21,2% nell'a.a. 2014-15) e in provincia (52,4% nell'a.a. 2011-12, 39,5% nell'a.a. 2012-13, 49,2% nell'a.a. 2013-14 e 36,4% nell'a.a. 2014-15).

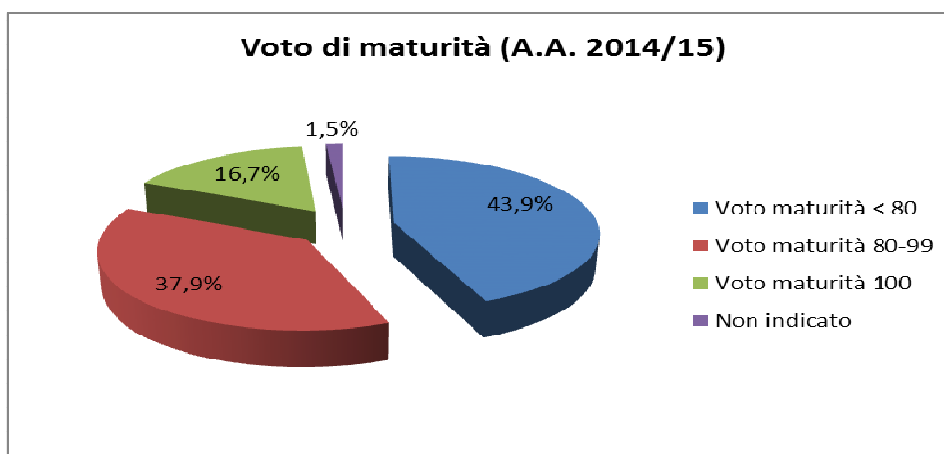
Particolarmente significativo appare il dato relativo al numero di studenti provenienti da altre provincie della Puglia che passa dal 24,4% del 2011-12 al 34,8% del 2014-15 mentre quello relativo agli studenti provenienti da altre regioni passa dal 4,9% del 2011/12 al 7,6% del 2014/15.



Tra gli iscritti al Corso di Studio si è registrato un aumento degli studenti provenienti dai licei (dal 48,8% nel 2011-12 al 54,5% nel 2014-15) accompagnato da un corrispondente calo di studenti provenienti da istituti tecnici (dal 41,5% nel 2011-12 al 33,3% nel 2014-15).



Nel 2014-15 il 43,9% ha conseguito il diploma con una votazione meno di 80, il 37,9% con votazione compresa tra 80 e 99/100. Il 16,7% ha conseguito il diploma con votazione pari a 100.



Percorso

Analizzando l'andamento del corso di laurea (D.M. 270/2004) nell'a.a. 2011-12 si è registrata una percentuale di studenti fuori corso pari all'11,8%, mentre nel 2012-13 l'incidenza dei fuori corso è salita, raggiungendo il 22,5% del totale, così come nel 2013-14 si registra un ulteriore aumento della percentuale dei fuori corso, pari a 24,6%. Mentre nel 2014-15 si registra un calo della percentuale dei fuori corso, pari a 17,9%.

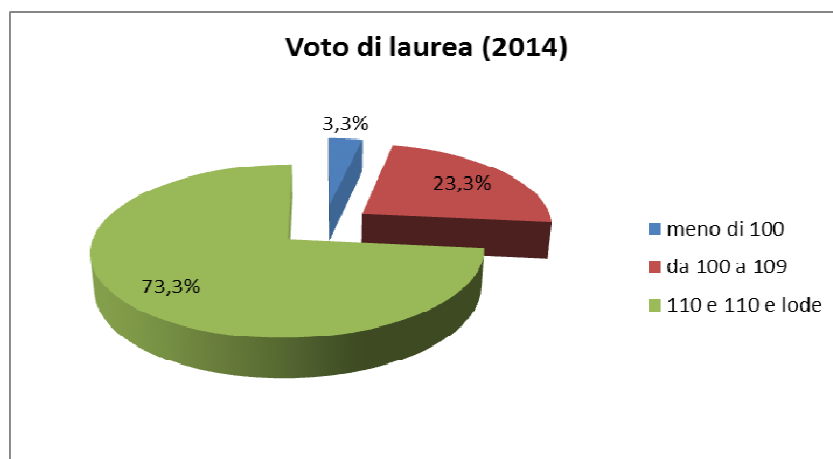
Analizzando i dati per coorte relativi agli abbandoni e alle rinunce si evidenzia un andamento negativo: si è passati dal 16,9% della coorte 2012-13 al 24,6% della coorte 2013-14.

Il numero medio dei CFU conseguiti per anno è diminuito, si è passati da 47,5 (coorte 2012-13) a 33,2 (coorte 2013-14), così come anche la media dei voti è passata da 27,9 (coorte 2012-13) a 26,9 (coorte 2013-14).

Uscita

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 risultano essersi laureati 61 studenti in corso (pari all'85%), nel 2013 invece si sono laureati, in corso, 52 studenti (pari al 75%) e nel 2014, in corso 37 studenti (61,6%). E' da rilevare tuttavia che la quasi totalità degli studenti fuori corso si è laureato al primo anno fuori corso. Inoltre, nel 2014, il 3,3% dei laureati ha conseguito il titolo con votazione finale inferiore a 100, il 23,3% con

votazione compresa tra 100 e 109 e il 73,3% ottiene la votazione massima con o senza lode. Tali dati confermano la buona performance del corso e ribadiscono la voglia degli studenti di completare nel miglior modo possibile il percorso universitario.



I dati relativi all'uscita dal corso mostrano come i laureati nel 2014 (AlmaLaurea) presentano un'età media alla laurea di 26,9 anni (dato in linea con quello nazionale 26,6 dei laureati in Corso di Studio nella medesima classe). Circa il 65% dei laureati si riscriverebbe allo stesso corso e l'87% è soddisfatto del corso di laurea.

Internazionalizzazione

Il corso di laurea in Marketing e comunicazione d'azienda attraverso la mobilità degli studenti con il programma LLP/Erasmus riesce a fornire significative opportunità di internazionalizzazione del percorso di studi che ha portato ad un'offerta maggiormente in linea con le esigenze formative dei nostri studenti.

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).

1-c INTERVENTI CORRETTIVI

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

Azioni da intraprendere:

Si intende continuare a sviluppare il network di paesi disponibili per la mobilità internazionale all'interno del programma Erasmus + in modo anche da attrarre docenti internazionali. Inoltre, si realizzerà un'azione di promozione rivolta agli studenti in modo da incrementare la partecipazione agli scambi internazionali.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

L'azione di promozione sarà svolta dai docenti sia nello stimolare gli studenti ad aderire ai programmi internazionali sia nell'aprire nuove relazioni con università straniere. E' previsto, inoltre il coinvolgimento in orientamento delle associazioni studentesche e del personale amministrativo dedicato alla segreteria studenti.

2 – L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE

2-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

Obiettivo n. 1: Potenziamento delle prove di esame intermedie

Azioni intraprese: La maggior parte dei docenti del corso di studio magistrale in Marketing ha previsto, nell'a.a. 2015-2016, prove di verifica intermedie.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva: Da parte degli studenti si evidenzia un riscontro positivo circa l'introduzione di prove intermedie, ma al contempo, si rileva però, una problematica relativa alla compatibilità dell'attività didattica con quella relativa a tali prove.

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

Con l'avvio dell'a.a. 2013-14 la procedura di rilevazione dell'Opinione degli Studenti sulla didattica è stata profondamente modificata rispetto agli anni precedenti, infatti c'è stato il passaggio dai questionari cartacei a quelli digitali. I questionari sono on line, con l'obbligo di compilazione, da parte dello studente previo login sul portale Esse3 dell'Ateneo, prima di poter accedere alla iscrizione a ciascun esame e come previsto dalla legge, l'Università di Bari garantisce l'anonimato. Gli esiti dell'indagine sono pubblicati sul portale WEB dell'Università.

Dai dati monitorati emerge un quadro piuttosto positivo.

I dati (a.a. 2014-2015) sono distinti a seconda della frequenza dei corsi da parte degli studenti:

- 1) frequenza maggiore del 50%
- 2) non frequentanti o frequenza inferiore al 50%.

Il livello complessivo di soddisfazione degli studenti frequentanti è piuttosto elevato (pari all'92,3%), superiore rispetto a quello dei non frequentanti (pari al 85,8%).

Relativamente alla valutazione della didattica i valori risultano complessivamente positivi, se pur differenziati per domande.

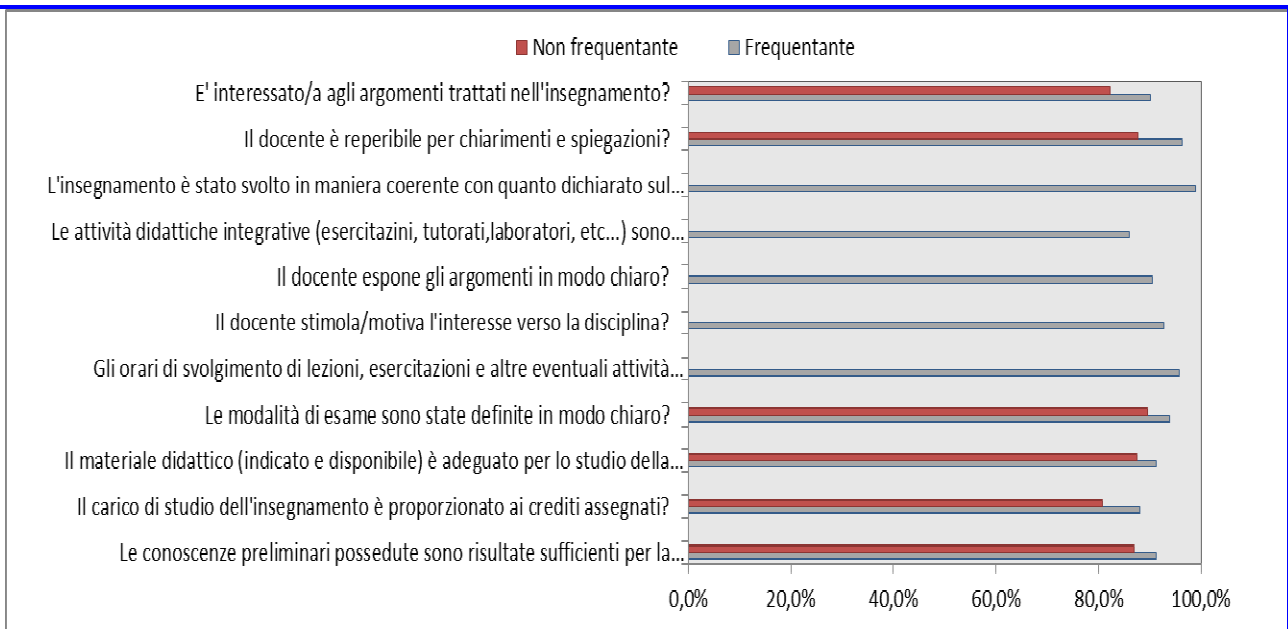
Il numero di quesiti è di 11 per il gruppo 1) e solo 6 per il gruppo 2).

Con riferimento al primo gruppo di studenti rileviamo che tutti i quesiti presentano un valore medio di soddisfazione superiore all' 80%.

Particolarmente positivi e con valutazione "decisamente sì" superiore al 60% delle risposte sono soprattutto quelle relative alla "chiarezza della definizione delle modalità dell'esame", al "rispetto degli orari di svolgimento lezioni e altre attività didattiche", alla "coerenza tra lo svolgimento dell'insegnamento e quanto dichiarato sul sito web del Dipartimento", e alla "reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni".

Anche positivi risultano i quesiti "il docente stimola l'interesse verso la disciplina?" e "il carico di studio dell'insegnamento è proporzionato ai crediti assegnati?".

I risultati per la valutazione del gruppo 2), quello degli studenti non frequentanti o con frequenza inferiore al 50% delle lezioni è complessivamente inferiore rispetto al gruppo 1), con valori di risposta dei 6 quesiti che variano dall' 80,7% all'89,5%. La migliore performance si ha per i quesiti relativi alla chiarezza della definizione delle modalità dell'esame (89,5%) e alla "reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni"(87,8%).



Relativamente ai suggerimenti che sono stati chiesti agli studenti, sia frequentanti che non frequentanti, è possibile individuare soprattutto la necessità di: migliorare la qualità del materiale didattico (24,2%), inserire prove intermedie (33,5%).

2-c INTERVENTI CORRETTIVI

Obiettivo n. 1: Potenziamento delle prove di esame intermedie

Azioni da intraprendere:

Maggiore sensibilizzazione dei docenti per l'inserimento all'interno dei corsi di prove d'esame intermedie. Sulla base della prima esperienza di coordinamento tra i docenti che prevedevano prove di verifica intermedia per i propri corsi, ci si propone di estendere alla quasi totalità dei corsi tale modalità di verifica.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Visti i risultati positivi ottenuti, il Coordinatore del corso di studio provvederà a coordinarsi con i docenti per verificare l'attivazione delle prove intermedie. Inoltre, richiederà un maggiore coordinamento tra gli insegnamenti, in modo che queste incidano il meno possibile sull'ordinario svolgimento dell'attività didattica.

Obiettivo n. 2: Potenziamento delle infrastrutture

Azioni da intraprendere

Migliorare la funzionalità delle strutture e attrezzature didattiche alle specifiche esigenze del corso.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità

La criticità evidenziata dall'analisi è, prevalentemente, di carattere strutturale: inadeguatezza di aule e laboratori informatici. In particolare, emerge l'esigenza di dotare di strumentazione informatica i docenti di lingua e incrementare l'utilizzo dei laboratori linguistici.

Nell'anno 2015 sono state migliorate le funzionalità di alcune aule didattiche al fine di permettere agli studenti di partecipare alle attività didattiche. Però si pone in evidenza come questo aspetto sia, tra i diversi considerati, quello sul quale meno può incidere direttamente il singolo docente, il corso di studio e/o la struttura decentrata. Si tratta di criticità su aspetti molto rilevanti, ma la cui soluzione richiede un intervento coordinato con gli organi centrali.

3 – L'ACCOMPAGNAMENTO AL MONDO DEL LAVORO

3-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

Obiettivo n. 1: Rafforzamento dei rapporti con il mondo aziendale

Azioni intraprese: Nel corso dell'anno sono stati organizzati a livello di corso di laurea per attività relative alle competenze manageriali una serie di incontri con manager di importanti realtà aziendali nei quali sono state evidenziate le prospettive di carriera, le competenze richieste e le eventuali possibilità di inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

Stato di avanzamento dell'azione correttiva: Il responsabile dell'Organizzazione di tali eventi ha continui incontri con i manager al fine di organizzare nel corso del prossimo anno accademico ulteriori incontri, ci si attende almeno due eventi all'anno.

3-b ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI

Dall'analisi dei dati AlmaLaurea sugli occupati ad un anno dalla laurea gli studenti intervistati (con un tasso di risposta pari al 81,2%) hanno evidenziato le seguenti caratteristiche di base nel 2014:

- l'età media alla laurea è pari a 26,8 anni;
- il voto medio di laurea è pari a 109,4;
- la durata degli studi in anni è pari a 2,4.

Tali dati indicano una buona performance degli studenti e la necessità degli studenti di velocizzare il percorso magistrale nella consapevolezza delle maggiori difficoltà che li attenderanno nella ricerca del lavoro. Per quanto riguarda la condizione occupazionale emerge come la percentuale dei laureati che lavora è passata dal 48,7% nel 2012, al 45,6% nel 2013 e al 42,9% nel 2014 in concomitanza con la fase più acuta della crisi.

In particolare, dai dati emerge come la percentuale di laureati che ha cominciato a lavorare dopo la laurea magistrale, sia passata dal 50% nel 2013 al 62,5 nel 2014, segno evidente della utilità del titolo di studio conseguito e della efficacia del percorso formativo. Il tempo medio di reperimento del primo lavoro è pari a 5,1 mesi dalla laurea.

La percentuale dei laureati che svolge un lavoro a tempo indeterminato è passata dal 19,2% nel 2013 al 29,2 nel 2014. Il settore di attività prevalente nel quale i laureati del corso di laurea hanno trovato collocazione nel 2014 sono il settore del Commercio (33,3%) e quello dei Trasporti, pubblicità, comunicazioni (12,5%).

Sempre relativamente a coloro che già lavorano, dai dati del 2014 emerge come nel 16,7% dei casi l'attività professionale viene svolta in un ruolo in cui la laurea è richiesta per legge, nel 45,8% dei casi in un ruolo dove essa non è richiesta ma è utile e nel 20,8% dei casi in un ruolo dove non è richiesta ma necessaria.

Nel 2013 il 47,8% dei laureati considera molto efficace la laurea per il lavoro svolto a cui si aggiunge il 34,8% che la considera abbastanza efficace. Il livello di soddisfazione per il lavoro svolto, in una scala da 0 a 10, è pari a 7,2.

Relativamente ai progetti di tirocinio, pur non essendo questa attività prevista come obbligo formativo nel percorso di studi, tra gli iscritti all'ultimo anno del corso di laurea nel 2014 il 13% ha svolto un periodo di tirocinio. Al fine di facilitare il rapporto tra gli studenti e il mondo del lavoro, sono state stipulate convenzioni con enti e imprese. Nell'ambito del settore pubblico, sono in vigore convenzioni con le sedi dei comuni della provincia e delle provincie limitrofe, con la Provincia BAT, la Regione Puglia; nell'ambito del settore privato con, tra le altre, Fidindustria Puglia, Divella S.p.A., Luxtottica, diverse Banche locali, nazionali ed internazionali. In generale l'esito di queste convenzioni è stato molto positivo, come attestato dai pareri elaborati dai soggetti interessati alla fine del periodo di tirocinio.

Dall'analisi dei questionari di valutazione inviati al termine del tirocinio formativo alle aziende ospitanti, si evidenzia un sostanziale grado di soddisfazione.

SETTORE PRODUTTIVO: Il 50% dei tirocinanti ha svolto l'attività di tirocinio presso studi di consulenza aziendale, a cui fa seguito la percentuale del 25% relativa ad aziende operanti nel settore dei servizi. Più basse le percentuali relative a tirocinanti impegnati presso studi di consulenza fiscale (pari al 15,5%) e presso aziende commerciali (pari al 9,5%).

ADEGUATEZZA DELLA DURATA TIROCINIO: Il 41,5% delle aziende sostiene che la durata del tirocinio sia abbastanza adeguata e il 20% la dichiara molto adeguata. Il 28% la ritiene poco adeguata; infine risulta essere del 10,5% la percentuale di chi la considera del tutto adeguata.

SODDISFAZIONE RISULTATI TIROCINANTE: più della metà delle aziende (55,5%) si è dichiarata molto soddisfatta dei risultati raggiunti dal tirocinante. Identiche e pari al 24,3% le percentuali di chi si è rispettivamente dichiarato abbastanza soddisfatto e del tutto soddisfatto.

GRADO DI SUPPORTO FORNITO DAL TIROCINANTE ALL'AZIENDA: Il 44% delle aziende ha ritenuto abbastanza elevato il grado di supporto del tirocinante.

L'opzione di risposta "molto" stata indicata nel 39,1% dei casi, mentre risultata essere pari al 15,3% la percentuale di coloro pienamente soddisfatti del supporto del tirocinante. Segnaliamo però come solo il 5 % dei tirocinanti abbia fornito un grado di supporto valutato scegliendo l'opzione "poco. Tale risposta è stata motivata con la complessità della materia in relazione alla durata del tirocinio, che inevitabilmente si ripercuote negativamente sul grado di supporto del tirocinante stesso.

3-c INTERVENTI CORRETTIVI

Obiettivo n. 1: Consolidare i rapporti con il mondo aziendale

Azioni da intraprendere: Si riconferma l'attività iniziata lo scorso anno accademico.

Si intende consolidare il rapporto con le imprese per il placement cercando di sensibilizzare maggiormente le parti sociali (Camera di Commercio, Confindustria, Confcommercio, Associazioni di categoria, ecc.) e i 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.

Si prevede di attivare un rapporto costante con i direttori marketing delle aziende che hanno mostrato una maggiore attenzione verso gli studenti provenienti dal corso di laurea al fine sia di partecipare al percorso formativo attraverso testimonianze aziendali e business case, sia attraverso azioni di placement.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità: Saranno organizzate a livello di corso di laurea una serie di incontri con manager di importanti e realtà aziendali nei quali saranno evidenziate le prospettive di carriera, le competenze richieste e le eventuali possibilità di inserimento dei giovani.

La responsabilità dell'Organizzazione di tali eventi sarà posta in capo al delegato per i rapporti con il mondo del lavoro e si punta a organizzare almeno due eventi all'anno in concomitanza con le sedute di laurea più affollate.