

**SCHEDA MONITORAGGIO ANNUALE (SMA) 2023**  
**CORSO DI STUDIO TRIENNALE IN Marketing e Comunicazione d'Azienda (MCA)**

**COMMENTO INDICATORI**

**Indicatori didattica**

L'andamento generale del Corso di Laurea L-18 in Marketing e Comunicazione d'Azienda sembra ridurre sensibilmente nel 2022 la propria attrattività evidenziando un decremento sia per quanto riguarda il **numero di immatricolati** iC00b (da 459 a 358), sia per gli iscritti IC00d (da 1558 a 1393). In **aumento significativo**, tuttavia, il **numero complessivo di laureati** (IC00g) che passa da 160 al numero record di 251, segno positivo di una accelerazione del percorso in parte agevolata dall'utilizzo della didattica a distanza sia per le lezioni che per le verifiche degli esami.

Una criticità intervenuta in questi anni è rappresentata nell'a.a. 2020-21 **dalla chiusura del Corso di Laurea Magistrale in Marketing** che, nella Interclasse in Marketing, era la naturale prosecuzione degli studi dei laureati triennali: questa decisione, maturata per una serie di problemi organizzativi, ha certamente reso di minore appeal il percorso triennale, per quanti lo sceglievano in funzione di una loro specializzazione nel campo del Marketing all'interno del medesimo Dipartimento. Questa criticità è stata, tuttavia, stemperata a partire dall'a.a. 2023-24 nel quale si è istituito un Curriculum Marketing nel percorso di laurea magistrale in Economia e Management, con l'obiettivo di offrire una opportunità di prosecuzione dell'approfondimento su discipline di marketing (Global marketing e Omnichannel Marketing) al secondo anno.

Risulta, tuttavia, particolarmente incoraggiante il dato relativo alla percentuale di **laureati** (L; LM; LMCU) **entro la durata normale del corso** (iC02) che è significativamente in aumento nel 2022 rispetto all'anno precedente, passando **dal 51,9% al 58,6%**, un dato decisamente superiore rispetto alla media dell'intero ateneo (41,2%) e che attesta, con ogni probabilità, un **riassetto ulteriore nel 2022 del percorso didattico** dopo il 2021 in parziale lockdown e DAD e una accelerazione degli studi da parte di molti studenti.

L'indicatore iC05 (**Rapporto studenti regolari/docenti** (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b) mostra una diminuzione (segnale positivo) passando **da 45,7 nel 2021 a 40,6 del 2022**, segnale di ulteriore **rafforzamento del corpo docente** da parte del Dipartimento, dato solo in parte associato ad una diminuzione del numero complessivo di studenti.

Rispetto alla **performance degli studenti** si rileva che l'indicatore iC01 (percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del Corso di Studio che abbiano acquisito **almeno 40 CFU**) presenta una **diminuzione** da 53,3% del 2020 a 41,5% del 2021 mentre gli indicatori iC15 e iC15 bis (che riguardano la **percentuale di studenti che prosegue nello stesso corso di studi al secondo anno avendo acquisito almeno 20 CFU**) mostrano nel 2021 un andamento piuttosto allineato a quello 2020 passando da 53,1% a **52,7%**, evidenziando una performance di percorso decisamente superiore rispetto alla media di Ateneo (44,8%).

Un **segnale positivo** rispetto alle attività di miglioramento della didattica negli anni precedenti è confermato dall'indicatore iC22 (Percentuale di **immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso**) che è passato dal 25,6% del 2020 al 27,3% del 2021, significativamente superiore rispetto al dato di ateneo (18,9%).

Altro dato in crescita sensibile che incoraggia verso ulteriori azioni di miglioramento è quello della **percentuale di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS (iC25)** che si attesta all'**86,4%** del 2022 (1% in meno rispetto al dato precedente). Questo dato è in linea con quello relativo alla rilevazione della valutazione della didattica (<https://reportanvur.ict.uniba.it/>) effettuato attraverso i **questionari di rilevazione della opinione degli studenti** che, per il Corso di laurea triennale in Marketing e Comunicazione, vedono un miglioramento della performance complessiva passando dall'88,93 dell'a.a. 2020-21 al 92,67% del 2021-22. Questi dati, seppur molto positivi, devono necessariamente costituire un ulteriore impegno a migliorare la qualità della esperienza didattica nel suo complesso, considerato che l'iC25 di ateneo nel 2022 è, ad esempio, pari all'87,8% e quello della media degli atenei non telematici risulta essere 92,2%.

Il corso di laurea mantiene un buon livello di **attrattività** anche nei confronti di **studenti provenienti da altre Regioni (iC03)** con una percentuale pari al 9,2% nel 2022 (nel 2021 era 6,8%), segno di un importante consolidamento dell'interesse di studenti non residenti in Puglia.

### **Indicatori internazionalizzazione**

Gli indicatori iC10 (Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso) e iC12 (Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea e laurea magistrale che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero) evidenziano numeri ancora molto bassi e criticità rispetto alla media nazionale e geografica. L'indicatore iC11 (Percentuale di laureati entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero) presenta, invece, un leggero incremento passando dal 12 per mille del 2021 al 20,4 per mille nel 2022. Evidente permanenza delle difficoltà della mobilità internazionale causate dalla pandemia.