

**RAPPORTO DI RIESAME CICLICO
CORSO DI STUDIO TRIENNALE IN
MARKETING E COMUNICAZIONE D'AZIENDA
DIPARTIMENTO DI
ECONOMIA, MANAGEMENT E DIRITTO DELL'IMPRESA
ANNO 2017/2018**

COMPOSIZIONE DEL GRUPPO DI RIESAME

Nome	Cognome	Ruolo
Luca	Petruzzellis	Coordinatore del CdS – Responsabile del Riesame
Paola	Perchinunno	Referente AQ del CdS
Pierluigi	Passaro	Referente AQ del CdS
Petronilla	Bruni	Tecnico Amministrativo con funzione di Coordinamento delle attività amministrative-didattiche del Corso di Studio
Pierangela	Convertino	Rappresentante degli studenti

Sono stati inoltre consultati:

Docenti del corso di laurea
Manager laureati presso il corso

Il Gruppo di Riesame si è riunito operando come segue:

- 13 marzo 2018 ore 11.00

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.

- 22 marzo 2018 ore 11.00

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

- 30 marzo 2018 ore 10.30

Stesura della bozza del rapporto di riesame ciclico 2017/2018.

- 03 aprile 2018 ore 10.30

Stesura definitiva del Rapporto di Riesame ciclico 2017/2018.

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. Petruzzellis, e la sig.ra Bruni, hanno più volte incontrato, anche singolarmente, i componenti 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:

- <http://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita>
- http://reportanvur.ict.uniba.it:443/birt/run?_report=Anvur_Qd.rptdesign

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 è stato presentato, discusso e approvato nel Consiglio del Corso di Studio Interclasse in Marketing del 06 aprile 2018 alle ore 11.30.

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

Il Presidente illustra ai presenti il Rapporto Ciclico 2017/2018. 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. Petruzzellis 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 Ciclico 2017/2018, esprimendo profonda gratitudine ai componenti del gruppo di riesame per il lavoro profuso.

1 – DEFINIZIONE DEI PROFILI CULTURALI E PROFESSIONALE E ARCHITETTURA DEL CDS

1-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI RILEVATI DALL'ULTIMO RIESAME

Dall'ultimo riesame emerge un migliore legame con le aziende che ha portato a una più precisa definizione dei profili culturali e professionali consentendo così una preparazione più mirata al proseguimento in laurea magistrali di area aziendale e un migliore match con la domanda delle imprese.

1-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

In fase di progettazione le esigenze e le potenzialità di sviluppo dei settori di riferimento sono state analizzate sia attraverso la consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi e delle professioni a livello regionale, sia attraverso incontri individuali con manager aziendali, sia attraverso report con dati secondari (es. Alma Laurea ed Excelsior). Tali incontri hanno consentito di specificare meglio gli obiettivi formativi del corso, i singoli insegnamenti e i relativi contenuti consentendo così di formulare un'offerta formativa in linea con le esigenze del mondo del lavoro, finalizzata a facilitare l'inserimento occupazionale degli studenti.

Ulteriori consultazioni hanno riguardato anche gli alumni che hanno consentito di evidenziare aree di miglioramento e fornito indicazioni per un fine tuning rispetto alle potenzialità occupazionali dei laureati e al proseguimento degli studi in un corso di laurea magistrale.

In particolare, sono stati migliorati i contenuti di alcuni insegnamenti, inseriti insegnamenti a scelta, i rapporti con il mondo imprenditoriale, realizzando eventi e seminari volti ad avvicinare gli studenti al mondo delle imprese e sviluppando business case in alcuni specifici insegnamenti.

Il carattere del CdS e le caratteristiche dei profili del laureato in MCA vengono dichiarati con chiarezza sia nella SUA-CDS sia sul sito web (nel regolamento didattico e nelle pagine di presentazione) sia nei singoli programmi dei vari corsi, utilizzando i descrittori di Dublino.

Gli obiettivi formativi per area e i risultati di apprendimento attesi sono esplicitati nella SUA-CDS, nel Regolamento didattico e nei programmi dei singoli insegnamenti, in modo tale da garantire coerenza con i profili individuati e consentire agli studenti prospect una scelta ragionata e agli attuali di formarsi aspettative reali sul proprio percorso.

L'offerta formativa rispecchia gli obiettivi formativi definiti. I contenuti disciplinari sono stati individuati in relazione agli obiettivi formativi del corso per tutte le discipline e in particolare per le discipline dell'area del marketing che caratterizzano il corso sono stati sviluppati anche in accordo con le aziende con l'obiettivo di avvicinare i due mondi per incrementare il placement. Per gli aspetti metodologici e quelli relativi all'elaborazione logico-linguistica per molti insegnamenti sono stati previsti lavori di gruppo, business case e presentazioni che consentono il raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

1-c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

1. Costituzione di una consulta con le aziende e le associazioni di categoria per monitorare costantemente le conoscenze e competenze richieste dal mercato
2. Continui incontri con le aziende per presentare agli studenti le opportunità di lavoro ma anche contribuire alla loro formazione con casi pratici.

2 - L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE

2-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME

Le criticità emerse nell'ultimo riesame riguardavano l'inserimento di prove di esame intermedie e il miglioramento di materiali e ausili didattici, laboratori, aule, attrezzature, etc.

L'inserimento delle prove intermedie ha avuto un effetto positivo sulla performance degli studenti e sul livello di soddisfazione degli stessi. Inoltre, i docenti del corso di laurea hanno aggiornato le proprie pagine web in cui mettono a disposizione il proprio materiale didattico, consentendo così una migliore esperienza didattica.

Il CdS, di contro, non può intervenire in alcun modo sulle infrastrutture (aule e attrezzature), se non segnalando in Consiglio di Dipartimento e in Ateneo le condizioni infrastrutturali.

2-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

Le attività di orientamento in entrata, in linea con i profili culturali e professionali delineati dal CdS, guidano e supportano lo studente nella scelta nel percorso da intraprendere una volta uscito dalla scuola media superiore.

Oltre alla partecipazione agli Open day e alle attività organizzate dall'Ateneo, il CdS ha avviato un progetto in alcune scuole coinvolgendo le ultime 2 classi di alcuni Istituti superiori scelti a campione presentando un caso aziendale di successo (Facebook, Vespa e Apple) in modo da illustrare agli studenti il ruolo di un laureato in Marketing e Comunicazione d'Azienda.

Le attività di orientamento in itinere si esplicano sostanzialmente in attività di supporto didattico-integrative finalizzate al miglioramento dell'offerta didattica agli studenti e attività di recupero rivolte agli studenti in difficoltà nel raggiungimento dei livelli di competenza richiesti nelle singole aree disciplinari.

Entrambe le attività di orientamento vengono disegnate anche sulla base degli indicatori relativi all'andamento della carriera degli studenti.

L'orientamento in uscita si esplica in seminari e incontri con le aziende tenendo conto delle evoluzioni del mercato del lavoro sempre più dinamico e flessibile.

Le conoscenze richieste sono individuate e descritte nel regolamento del corso di laurea e sulla pagina web. Vengono pubblicizzate e comunicate sia negli incontri di orientamento sia il giorno dell'inaugurazione dell'anno accademico, oltre che rese note dalle Associazioni Studentesche e dalle Segreterie didattiche.

Il possesso delle conoscenze iniziali viene verificato attraverso un test. Non sono previste attività di sostegno sia per la genericità delle conoscenze richieste sia per l'elevato numero di studenti.

Le carenze sono comunicate agli studenti attraverso l'esito del test. Gli obblighi formativi aggiuntivi sono individuati nel superamento di 2 esami di profitto entro il primo anno di corso.

L'organizzazione didattica consente allo studente di effettuare le proprie scelte di percorso in modo autonomo e di organizzarsi lo studio in modo efficace. Il corpo docente viene incoraggiato a fornire i materiali di base e di approfondimento anche online in modo da garantire la massima accessibilità e flessibilità di fruizione. Inoltre, il corpo docente svolge anche un ruolo di guida e sostegno nel percorso.

Anche i metodi e gli strumenti didattici sono flessibili utilizzando, per quanto possibile, l'ausilio degli strumenti informatici.

Il corso incentiva la partecipazione ai programmi di mobilità Erasmus + attraverso incontri di orientamento ma anche seminari con imprese multinazionali e manager HR che ribadiscono la necessità di una esperienza all'estero.

Il corso ha anche programmi di exchange al di fuori dell'Unione Europea.

Criticità emergono dalle risorse a disposizione degli studenti indipendenti dal corso di studio.

Lo svolgimento delle verifiche intermedie e finali viene definito nel calendario didattico. Il corso di studio invita ciascun docente a definire e illustrare agli studenti nel corso delle lezioni le modalità di svolgimento delle prove di verifica sia intermedie (esoneri) sia finali. Il corso ne verifica la rispondenza monitorando i programmi di insegnamento e le comunicazioni riportate online sulla piattaforma di ogni singolo docente o nella bacheca del sito web del Dipartimento. I singoli insegnamenti richiedono modalità differenti per la valutazione del raggiungimento dei risultati di apprendimento che ogni docente definisce sulla base degli obiettivi prefissati. Stante la piena autonomia del docente una Commissione all'interno del CdS verifica, in fase di comunicazione del programma, che tale adeguatezza sia verificata e che siano chiaramente descritte le modalità di verifica.

Inoltre i programmi e le modalità sono disponibili presso le Segreterie, le Associazioni Studentesche e sul sitoweb del Dipartimento, oltre che nelle pagine web dei docenti.

2- c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

1. Attività di engagement: miglioramento della comunicazione, rendendola più tempestiva e più diretta, consentendo così una maggiore partecipazione degli studenti anche attraverso i social media riportando non solo informazioni istituzionali ma fungendo anche da aggregatore per gli studenti.
2. Internazionalizzazione della didattica: Indubbiamente va segnalata la criticità data dalla bassa percentuale di internazionalizzazione del CdS: già da più di un anno sulla pagina web del CdS è pubblicato un elenco di sedi Erasmus convenzionate che offrono attività didattiche utili per gli iscritti al CdS. Ciò nonostante l'interesse degli studenti per il programma Erasmus è ancora scarso o nullo.

3 – RISORSE DEL CDS

3- a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME

Il corso di studio dal punto di vista delle risorse docenti mantiene negli anni la piena adeguatezza (per numerosità e qualificazione), essendo la quasi totalità degli insegnamenti coperti da docenti interni. Punto di debolezza è rappresentato dalla copertura dell'insegnamento dei corsi di Economia Politica, insegnamento di base, il cui settore scientifico-disciplinare non ha alcun docente all'interno del dipartimento.

3- b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

I docenti sono adeguati per numerosità e qualificazione. Circa il 90% dei docenti su insegnamenti di base e caratterizzanti è di ruolo. Tutti i corsi sono tenuti da docenti del dipartimento, eccetto per i 2 corsi di Istituzioni di Economia Politica, settore scientifico-disciplinare in cui il Dipartimento non ha alcun docente. E' stata più volte richiamata tale necessità in Consiglio di dipartimento.

Nella progettazione del corso e nella attribuzione dei compiti didattici si è tenuto conto del legame fra le competenze scientifiche dei docenti e gli obiettivi formativi e didattici del CdS, in modo che sia gli studenti sia i docenti ne possano beneficiare.

I servizi di supporto alla didattica sono di complicata fruizione. Essendo una sede distaccata non sempre è possibile usufruire di infrastrutture e servizi all'altezza, come per esempio il wi-fi.

Il personale tecnico-amministrativo supporta fortemente le attività del corso, anche oltre gli obiettivi e responsabilità assegnate loro colmando le criticità infrastrutturali.

Le strutture e le risorse di sostegno alla didattica non sono per nulla adeguate e i servizi non fruibili agli studenti. Tale situazione è stata più volte segnalata all'Ateneo.

3- c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

Obiettivo primario è quello di migliorare la dotazione di servizi di supporto alla didattica, ammodernandoli e rendendoli così maggiormente fruibili.

Ulteriore obiettivo è la copertura interna degli insegnamenti del SSD SECS-P/01- Economia politica.

4 – MONITORAGGIO E REVISIONE DEL CDS

4- a **SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME**

Dall'ultimo riesame è stato attivato e insediato il gruppo AQ, che procede costantemente al monitoraggio delle attività del corso di laurea.

4- b **ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI**

Il Gruppo AQ si riunisce costantemente per monitorare l'andamento dell'attività di didattica e la sua efficacia, analizzando i problemi rilevati sia dai dati rivenienti dalla rilevazione delle opinioni degli studenti sia dall'ascolto diretto degli studenti e dei loro rappresentanti, le loro cause e proponendo immediate soluzioni al Consiglio.

Il CdS ha una politica open doors per docenti, studenti e personale di supporto, consentendo un facile contatto con il Coordinatore e la segreteria didattica. Inoltre, ciascun docente è incoraggiato a svolgere un ruolo di front end con gli studenti.

Il CdS, sia a livello di singoli insegnamenti sia a livello complessivo, svolge continue interazioni con manager e associazioni di categorie interessate ai profili formativi del corso. Tali interazioni consentono agli studenti di entrare in contatto con il mondo del lavoro e al CdS di poter aggiornare costantemente le attività formative.

Obiettivo del CdS è di ampliare per quanto possibile le opportunità di contatto con il mondo aziendale in modo da accrescere le opzioni di scelta dei propri studenti.

Il CdS monitora costantemente le evoluzioni delle conoscenze e competenze in modo da aggiornare l'offerta formativa quando necessario. Tale azione viene effettuata dalle continue interazioni esterne che i docenti hanno con il mondo del lavoro e il panorama accademico italiano e internazionale. I dati relativi alla performance didattica e agli esiti occupazionali fungono da ulteriore base per le decisioni di revisione.

Gli interventi proposti vengono costantemente monitorati dal Gruppo AQ.

4- c **OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO**

1. Monitoraggio esiti occupazionali e continuo monitoraggio in base alle richieste del mercato.
2. Miglioramento della qualità della didattica in chiave aziendale, attivando accordi con le aziende per il supporto di determinati insegnamenti specifici per lavorare nel campo del marketing e della comunicazione.

5 – COMMENTO AGLI INDICATORI

5- a **SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME**

Dall'ultimo riesame sono state messe in atto azioni volte a ridurre il peso degli studenti inattivi o con un numero di CFU conseguiti inferiore ai 40, oltre a un migliore orientamento sia in entrata sia in itinere.

5- b **ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI**

Indicatori didattica

L'andamento generale del corso di laurea risulta essere costante nel tempo con lievi miglioramenti nell'ultimo anno. Tali risultati sono in linea con la media di Ateneo e superiori rispetto alla media geografica.

Per quanto riguarda la performance degli studenti si rileva che gli indicatori iC01 e iC16 mostrano un miglioramento nell'ultimo anno dovuto ad azioni correttive avviate nell'anno accademico precedente (attività di tutoraggio e inserimento di prove intermedie per le discipline di base).

Di contro, gli indicatori iC14 e iC15 evidenziano una performance di percorso non fluida, inferiore alla media. E' stata pertanto avviata una attività di orientamento in itinere che prevede il tutoraggio ad opera dei docenti del corso per gli studenti che hanno conseguito meno di 40 CFU nel I anno. Tale azione correttiva ha l'obiettivo di individuare eventuali colli di bottiglia nel percorso e proporre ulteriori interventi.

Ulteriore effetto di tali attività correttive sarà quello di migliorare gli indicatori iC02 e iC17, consentendo agli studenti di laurearsi in tempo.

Da ultimo, per ridurre il tasso di abbandono dopo n+1 anni (iC24) si è pensato di avviare un progetto di recupero degli studenti ex 509 al fine di velocizzare la loro entrata nel mercato del lavoro.

Indicatori internazionalizzazione

Gli indicatori iC10, iC11 e iC12 evidenziano forti criticità. A tal fine si è pensato di agevolare l'acquisizione da parte degli studenti di CFU all'estero attraverso una migliore individuazione di Università partner con corsi di laurea in marketing/management e la nomina di una commissione volta all'analisi e comparazione dei programmi delle specifiche discipline negli Atenei europei.

5- c **OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO**

1. Continuare l'azione di riduzione degli studenti inattivi e migliorare il tasso di laureati in corso
2. Miglioramento del tasso e delle opportunità di internazionalizzazione del corso