



**COMMISSIONE PARITETICA DOCENTI-STUDENTI
DEL DIPARTIMENTO DI ECONOMIA, SOCIETÀ, POLITICA (DESP)**

**RELAZIONE ANNUALE RELATIVA AL
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN “MARKETING E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE” (LM-77)
approvata il 9 dicembre 2015**

Composizione della Commissione paritetica

Per la Scuola di Economia	Per la Scuola di Scienze Politiche e Sociali
Prof. Gervasio Antonelli (coordinatore)	Prof.ssa Emanuela Susca (Segretario)
Prof. Luciano Stefanini	Prof. Domenico Scalzo
Sig. Enrico Galeotti	Sig.ra Simona Barsotti
Sig. Andrea Olivi	Sig. Alessandro Dell'Avanzato

QUADRO A - Analisi e proposte su funzioni e competenze richieste dalle prospettive occupazionali e di sviluppo personale e professionale, tenuto conto delle esigenze del sistema economico e produttivo.

Analisi e proposte

Ai fini dell'analisi relativa al quadro A, i dati di riferimento sono:





- gli obiettivi formativi specifici del corso indicati nel Regolamento Didattico del Corso di Studio in Marketing e Comunicazione per le Aziende, articolati secondo i Descrittori europei del titolo di studio (Descrittori di Dublino);
- AlmaLaurea. Profilo dei Laureati, anno di laurea 2014;
- AlmaLaurea, XV indagine sulla condizione occupazionale dei laureati, 2014;
- Rapporto Riesame 2015 per quanto riguarda gli esiti questionari di valutazione dei tirocini 2014.

Relativamente alle valutazioni ANVUR sull'attività di ricerca, la Scuola di Economia occupa una posizione di rilievo, essendo risultata la prima in Italia per le materie economico-statistiche (Area 13), a pari merito con l'Università di Padova, con punti 102.0 su 110.

Nella classifica Censis 2015/16, la Scuola di Economia è collocata in quinta posizione nazionale, con una valutazione di 103/110 per la ricerca su progetti, 87/110 per la produttività scientifica e con un punteggio medio di 95/110.

Da notare che la classifica Censis "dimentica" l'Ateneo Urbinate per quanto riguarda la valutazione della didattica in area Economia-Statistica; dai dati pubblicati dal Censis, comunque, per quanto concerne l'attività didattica, è possibile dedurre una valutazione che colloca la Scuola di Economia in decima posizione (per il 2015/16), al di sopra della media delle altre scuole di economia; nella classifica Censis-Repubblica 2014/15, era all'undicesimo posto (con 92.0 punti su 110); era al tredicesimo posto nell'anno 2012/13 con 93.3 punti su 110. Si tratta quindi di una posizione alta, confermata (ed in tendenziale miglioramento) negli ultimi quattro anni.

Grazie al numero non eccessivamente elevato di iscritti, la Scuola di Economia garantisce un giusto rapporto docenti/studenti.

La laurea magistrale in Marketing e comunicazione per le aziende mira a formare figure professionali con capacità tecniche e manageriali di alta qualificazione per la gestione dei rapporti tra impresa e mercato. Il Corso permette sbocchi professionali, con ruoli manageriali anche di alto livello nell'ambito della funzione di marketing, in molteplici settori. Le opzioni previste consentono, infatti, approfondimenti finalizzati all'inserimento nelle grandi o nelle piccole e medie imprese, nei settori industriale, manifatturiero, commerciale, agroalimentare, turistico o dei servizi, nel campo della consulenza e delle nuove professioni connesse allo sviluppo delle tecnologie dell'informatica e della comunicazione.





In relazione alle esigenze di una maggiore corresponsione del corso di laurea alle funzioni e competenze richieste dalle prospettive occupazionali e di sviluppo personale e professionale, oltre alle materie del piano degli studi, il corso di laurea prevede seminari con imprenditori e professionisti e *stages* in azienda. Inoltre, va segnalato che la Scuola è molto attiva nel favorire l'ingresso dei propri laureati nel mercato del lavoro e offre la possibilità di usufruire di un servizio di *job placement*.

Dai dati AlmaLaurea sul profilo degli studenti laureati nel 2014 nel Corso di Studio in Marketing e Comunicazione per le Aziende (LM-77), risulta che:

1. la suddivisione per genere è 31.3% maschi e 68.8% femmine;
2. l'età media alla laurea è 27.0 anni, di cui il 6.3% tra 23 e 24 anni, il 59.4% tra 25 e 26 anni e il 34.4% oltre i 27 anni;
3. il 53.1% si è laureato in corso, con punteggio medio negli esami di 27.1/30 e con voto di laurea di 106.9 (in riduzione rispetto agli anni precedenti);
4. oltre il 65% degli studenti ha frequentato regolarmente più dei due terzi degli insegnamenti e il 28.1% ha usufruito di borsa di studio;
5. oltre il 28% degli studenti ha svolto periodi di studio all'estero; il 15.6% nel quadro dei programmi Erasmus o altro programma dell'Unione Europea ed il 12.5% per iniziativa personale. Il 15.6% di essi ha avuto riconosciuto 1 o più esami ed oltre il 6% ha preparato all'estero una parte significativa della propria tesi di laurea.
6. Per quanto riguarda gli stage va osservato che ne ha usufruito il 34.4% dei laureati nel corso del 2014;
7. il giudizio sull'esperienza universitaria è decisamente positivo per il 34.4% dei laureati e sostanzialmente positivo per il 50.0% dei casi, per una percentuale di laureati complessivamente soddisfatti pari al 86.4% (inferiore di quasi 10 punti percentuali rispetto all'anno precedente). Per il 87.5 (era il 90.7%) degli studenti si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso della Scuola di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo (mentre il 9.4% dei laureati dichiara che non si iscriverebbe allo stesso né ad altro corso magistrale universitario).
8. Relativamente ai possessori di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione per le Aziende, ad un anno dalla laurea, lavora il 40.5% dei laureati 2013, con un lavoro stabile nel 13.3% dei casi, il 33.3% con contratti formativi ed altrettanti con contratti non standard, prevalentemente nel settore privato.

Nella tabella AlmaLaurea del Profilo dei laureati nell'anno 2014, sono riportate le aree aziendali nelle quali maggiormente i laureati sarebbero disposti ad orientare la propria ricerca di lavoro. Le aree di maggior interesse sono le seguenti: amministrazione e contabilità (25%), organizzazione e pianificazione (68.8%), marketing e pubbliche relazioni (96.9%), attività commerciale e vendita





(50%), selezione e gestione delle risorse umane (53.1%), controllo di gestione (21.9%), finanza (9.4%), R&S (43.8%), gestione degli acquisti (43.8%), logistica e distribuzione (37.5%), affari generali (31.3%), produzione (31.3%). Il tipo di lavoro cercato non è sempre espresso in modo preciso (43.8%), salvo una preferenza per lavoro alle dipendenze nel settore privato (37.5%). Pur esprimendo un preferenza per un lavoro nella propria provincia di residenza (62.5%), il 56.3% dei laureati si dichiara disponibile a lavorare all'estero.

Indice di efficacia:

L'indice sintetizza due aspetti relativi all'utilizzazione delle competenze acquisite durante gli studi e alla necessità formale e sostanziale del titolo acquisito per il lavoro svolto.

I livelli di efficacia valutati sono cinque:

- 1- molto efficace, per gli occupati la cui laurea è richiesta per legge o di fatto necessaria, e che utilizzano le competenze universitarie acquisite in misura elevata;
- 2- efficace, per gli occupati la cui laurea non è richiesta per legge ma è comunque utile e che utilizzano le competenze acquisite in misura elevata, oppure il cui titolo è richiesto per legge e che utilizzano le competenze in misura ridotta;
- 3- abbastanza efficace, per gli occupati la cui laurea non è richiesta per legge, ma, di fatto, è necessaria oppure utile, e che utilizzano le competenze acquisite in misura ridotta;
- 4- poco efficace, per gli occupati la cui laurea non è richiesta per legge né utile in alcun senso e che utilizzano in misura ridotta le competenze acquisite, oppure il cui titolo non è richiesto ma utile e che non utilizzano assolutamente le competenze acquisite;
- 5- per nulla efficace, per gli occupati la cui laurea non è richiesta per legge né utile in alcun senso, e che non utilizzano assolutamente le competenze acquisite.

Indice di efficacia ad 1 anno dalla laurea

Efficacia 1 e 2:	60.0% (era il 50.0% nel 2013 e nel 2012);
Efficacia 3:	33.3% (era il 37.5% nel 2013 e il 28.6% nel 2012);
Efficacia 4 o 5:	6.7% (era il 12.5% nel 2013 e il 21.4% nel 2012);
Grado di soddisfazione:	8.1/10 (era 7.7/10 nel 2013 e 6.9/10 nel 2012).

Indice di efficacia a 3 anni dalla laurea

Efficacia 1 e 2:	35.3% (contro il 50% per il 2013 e 2012);
Efficacia 3:	41.2% (era il 37.5% nel 2013 e il 28.6% nel 2012);
Efficacia 4 o 5:	23.5% (era il 12.5% nel 2013 ed il 21.4% nel 2012);
Grado di soddisfazione:	8.1/10 (era 7.7/10 nel 2013 e 6.9/10 nel 2012).

Proposte





- Incentivare maggiormente gli stage e tirocini, stimolando i docenti nel supportare le segnalazioni di offerte di stage/tirocini da parte delle aziende e nel sensibilizzare gli studenti in merito all'utilità di queste esperienze.
- Migliorare le relazioni tra università e il tutorship aziendale, e quelle con la formazione del personale. A tale scopo appare importante intraprendere azioni di coordinamento e stimolo non solo per lo sviluppo di nuovi stage e attività complementari formative da svolgere presso aziende, ma anche di "monitorare" e indirizzare, ove possibile, le stesse attività ed il loro contenuto didattico, scientifico e lavorativo per migliorare il collegamento tra conoscenza teorica (studi universitari) e conoscenza operativa (mondo del lavoro).
- Rafforzare i canali di collegamento e di informazione per accrescere il numero degli studenti che nell'ambito del programma Erasmus o altro programma dell'Unione Europea perfezionano parte dei loro studi all'estero. A tal fine, si propone di svolgere una più intensa attività informativa attraverso attività seminariali e incontri formativi per aumentare la quota degli studenti che nell'ambito del programma Erasmus o altri programmi dell'UE conducano parte dei loro studi all'estero.

QUADRO B - Analisi e proposte su efficacia dei risultati di apprendimento attesi, in relazione alle funzioni e competenze di riferimento (coerenza tra attività formative programmate e gli obiettivi formativi programmati).

Analisi

Ai fini dell'analisi relativa al quadro B la Commissione si è avvalsa dei seguenti dati e documenti:





- obiettivi formativi specifici del corso indicati nel Regolamento Didattico del Corso di Studio in Economia Aziendale, articolati secondo i Descrittori europei del titolo di studio (Descrittori di Dublino). Dati, questi, rinvenibili sul sito Web dell'Ateneo e sul sito http://offf.miur.it/pubblico.php/ricerca/show_form/p/miur;
- attività formative programmate previste nei programmi delle singole discipline di insegnamento del Corso di Studio, resi pubblici attraverso il sito Web dell'Ateneo e della Scuola di Economia;
- risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti (a.a 2014/15), trasmessi dal Presidio di Qualità ai Direttori di Dipartimento, con lettera 8 settembre 2015, prot. N. 26616.;
- Rapporto di Riesame Annuale 2014 /15 del Corso di Studio in Marketing e Comunicazione per le Aziende (LM-77).

Gli obiettivi formativi della laurea magistrale in Marketing e Comunicazione per le Aziende consistano nel creare figure professionali con capacità tecniche e manageriali di alta qualificazione per la gestione dei rapporti tra impresa e mercato. L'offerta didattica è finalizzata da un lato allo sviluppo di capacità atte a consentire un futuro continuo aggiornamento delle conoscenze, dall'altro all'acquisizione di conoscenze e capacità operative per la formulazione e gestione delle strategie competitive e di marketing delle imprese, funzionali a: la comprensione dei processi evolutivi della disciplina di marketing: l'apprendimento di concetti, linguaggi e modelli tratti dalla statistica e dall'informatica, funzionali al marketing; la formulazione delle strategie competitive e delle scelte strategiche di marketing delle imprese; la programmazione delle politiche di marketing, con particolare riferimento alle politiche di comunicazione e alla valorizzazione di internet; il coordinamento dei processi di marketing, con attenzione alla valorizzazione delle risorse umane coinvolte; la comprensione del contesto economico e normativo. Le metodologie didattiche adottate prevedono una partecipazione attiva degli studenti, con esercitazioni e discussioni di casi volte a sviluppare la capacità di leggere ed interpretare testi complessi, le capacità comunicative, relazionali e di lavoro in gruppo, le capacità applicative delle tecniche studiate e le capacità di *problem solving*. Funzionali all'incremento di queste capacità sono i tirocini presso le imprese, la partecipazione a visite aziendali, l'organizzazione di seminari e testimonianze con dirigenti e manager di marketing e la preparazione della tesi di laurea.

La Commissione ha discusso nel merito della coerenza tra attività formative programmate e obiettivi formativi programmati. Fatte salve le molteplici attività formative intraprese dal Corso di laurea in Marketing e Comunicazione per le Aziende, tra cui seminari, tirocini presso le imprese, partecipazione a visite aziendali, seminari e testimonianze con dirigenti e manager di marketing,





che, nel loro insieme, rispondono a tale esigenza, essa ha convenuto, dopo lunga discussione, sulla difficoltà di valutare in termini oggettivi la coerenza di una particolare attività formativa, l'insegnamento delle singole materie, e la pluralità degli obiettivi formativi, essendo evidente che la coerenza semantica dipende dai criteri che vengono adottati per la valutazione. Al riguardo, la commissione richiama l'attenzione su un altro dato che, per approssimazione, può fornire utili indicazioni sulla coerenza tra attività formative programmate e gli obiettivi formativi programmati. Un dato, la cui rilevanza è possibile desumere dalla seguente domanda dell'indagine sulle opinioni degli studenti: L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del Corso di laurea? (DOC.09). A tale quesito, il 96% degli studenti ha risposto positivamente, il 49,5% dei quali ha risposto "Decisamente Sì".

I programmi degli insegnamenti del Corso di Studio in Marketing e Comunicazione per le Aziende sono resi pubblici attraverso il sito Web di Ateneo e quello della Scuola di Economia secondo uno schema che prevede l'indicazione chiara degli obiettivi formativi perseguiti e i risultati di apprendimento attesi, definiti sulla base dei Descrittori di Dublino, l'articolazione del programma, il materiale didattico di riferimento per gli esami, e le modalità di svolgimento del medesimo. Inoltre, dall'anno accademico 2015/2016, per la presentazione dei programmi, è stato adottato in maniera generalizzata un *syllabus* in cui esporre gli insegnamenti attraverso l'indicazione dettagliata degli argomenti affrontati nel corso del semestre, e avviata l'adesione in maniera generalizzata alla piattaforma on-line di Ateneo denominata *blended learning*, ai fini di un ulteriore miglioramento dell'apprendimento, della comunicazione e dell'interazione tra gli studenti e i docenti.

Un altro dato che, sia pure per via indiretta, può essere assunto come un indicatore della coerenza tra attività formative programmate e obiettivi formativi programmati è quello relativo alla soddisfazione complessiva del corso di laurea espressa da parte dei laureati, fornito dall'indagine di AlmaLaurea. L'84,4% dei laureati in Marketing e Comunicazione per le Aziende (LM-77) nel 2014 si ritengono soddisfatti dal corso; il 93,8% dal loro rapporto con i docenti.

Proposte

- Pur con i limiti sopra segnalati, una valutazione soggettiva della coerenza complessiva del corso, e di quella interna a ciascun insegnamento rispetto al programma didattico del docente, può essere chiesta agli studenti tramite uno specifico strumento di rilevazione simile a quelli usati per la valutazione degli insegnamenti, alla fine del corso di studi o alla fine di ciascun anno del corso.





QUADRO C - Analisi e proposte su qualificazione dei docenti, metodi di trasmissione delle conoscenze e delle abilità, materiali e di ausilio didattici, laboratori, aule, attrezzature, in relazione al potenziale raggiungimento degli obiettivi di apprendimento al livello desiderato.

Analisi

Dati di riferimento:

- risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti (a.a 2014/15), trasmessi dal Presidio di Qualità ai Direttori di Dipartimento, con lettera 8 settembre 2015, prot. N. 26616;
- Rapporto di Riesame Annuale 2014/15;
- Rapporto di AlmaLaurea - Profilo dei laureati 2014 (<http://www.almalaurea.it/universita/profilo/profilo2014>).

In particolare, l'analisi si basa sui giudizi espressi dagli studenti con riguardo ai seguenti aspetti:

- “Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma di esame? (INS.01)”;
- “Il materiale didattico indicato e disponibile è adeguato per lo studio della materia?”(INS.03);
- “Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?” (DOC.05)
- “Il docente stimola/motiva l’interesse verso la disciplina?” (DOC.06);
- “Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?” (DOC.07);
- “Le attività didattiche integrative (esercitazioni tutorati, laboratori, etc.), ove esistenti, sono utili all’apprendimento della materia?”(DOC.08)
- “Il docente è effettivamente reperibile per chiarimenti e spiegazioni?” (DOC.10);
- “E’ interessato/a agli argomenti trattati nell’insegnamento?”





- Soddisfazione complessiva espressa dai laureati (dati AlmaLaurea)

Dai risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti (frequentanti e non frequentanti) emerge un livello di soddisfazione elevato per tutti gli aspetti considerati, con una media ponderata delle domande superiore a quella del DESP e dell'Ateneo. Un valore significativamente superiore alla media DESP e Ateneo si riscontra soprattutto tra gli studenti non frequentanti, per quanto riguarda le conoscenze preliminari possedute (media 7,23, contro 6,81 dell'Ateneo e 6,93 del DESP), il carico didattico (media 7,74, contro 7,04 dell'Ateneo e 7,25 del DESP), il materiale didattico disponibile (media 8,04, contro 7,30 dell'Ateneo e 7,48 del DESP), la chiarezza con cui sono definite le modalità di svolgimento degli esami (media 8,52, contro 7,68 dell'Ateneo e 7,80 del DESP), la disponibilità e reperibilità dei docenti per chiarimenti e spiegazioni (media 8,73, contro 7,71 dell'Ateneo e 7,98 del DESP), l'interesse degli studenti rispetto gli argomenti trattati nell'insegnamento (media 8,12, contro 7,67 dell'Ateneo e 7,86 del DESP).

In particolare, per quanto riguarda i singoli aspetti considerati, si può osservare che dai giudizi espressi dagli studenti emerge:

- a) che le conoscenze preliminari possedute sono considerate sufficienti dall'80% degli studenti frequentanti e dal 77% degli studenti non frequentanti. Sebbene questo dato evidenzia una situazione migliore rispetto alla media del DESP e dell'Ateneo, richiama comunque attenzione, soprattutto se si considera che oltre il 40% degli immatricolati provenga dalla stessa Università di Urbino e, in particolare, dalla laurea triennale in Economia;
- b) che il materiale didattico indicato e disponibile per lo studio della materia didattica è considerato adeguato dall'85% degli studenti frequentanti, con il 48% di essi che lo ritiene "Decisamente" adeguato e dal 79% degli studenti non frequentanti (con solo il 29% che lo ritiene "decisamente adeguato");
- c) un elevato livello di qualificazione dell'organizzazione delle attività didattiche, come risulta dai giudizi positivi espressi sul rispetto da parte dei docenti degli orari di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche, ma anche dall'elevato grado di soddisfazione che gli studenti esprimono relativamente alla effettiva reperibilità dei docenti per chiarimenti e spiegazioni, al materiale didattico messo a disposizione degli studenti e all'utilità delle attività didattiche integrative, ecc. Per quanto riguarda il rispetto degli orari di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività, 95% degli studenti frequentanti esprime un giudizio decisamente positivo (con il 63% di risposte "Decisamente Sì"). Un giudizio molto positivo viene espresso dagli studenti frequentanti riguardo





- all'effettiva reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni: giudizio molto positivo da parte del 59% e positivo dal 37%. Mentre, gli studenti non frequentanti, pur manifestando nel complesso un elevato grado di soddisfazione in merito all'effettiva reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni (87%), si attestano su una percentuale più bassa per quanto riguarda le risposte "Decisamente Sì" (39%);
- d) un elevato grado di soddisfazione in merito alla capacità dei docenti di stimolare/motivare l'interesse verso la disciplina: il 50% degli studenti formula un giudizio molto positivo e il 39% positivo;
 - e) un elevato grado di soddisfazione in merito alla chiarezza espositiva dei docenti (88%), con il 45% di giudizi molto positivi e il 43% di giudizi positivi;
 - f) una valutazione positiva sulle attività didattiche integrative (esercitazioni tutorati, laboratori, ecc.) ai fini dell'apprendimento della materia, giudicate "Decisamente" utili dal 37% degli studenti e utili ("Più Sì che No") dal 50%;
 - g) che l'interesse per gli argomenti trattati nell'insegnamento è valutato positivamente dall'89% degli studenti. Il 45% si considera "decisamente" interessato e il 44% moderatamente interessato ("Più Sì che No").

Altro dato indiretto che può considerarsi ai fini dell'esplicitazione del quadro di cui sopra, proviene dall'indagine di Alma Laurea sul profilo dei laureati del Corso di laurea in Economia e Gestione Aziendale. I dati, relativi a una popolazione di 32 laureati nel 2014 che hanno compilato il questionario (100% dei laureati), mostrano che l'84% di essi è complessivamente soddisfatto del corso di laurea; tra questi, il 34% si considera decisamente soddisfatto ("Decisamente Sì"). Il buon livello di soddisfazione trova conferma anche nel fatto che il 87,5% degli intervistati dichiara che si riscriverebbe allo stesso corso di laurea nello stesso Ateneo. Inoltre, dalla stessa indagine risulta anche che il 94% dei laureati è complessivamente soddisfatto dei rapporti con i docenti. Infine, per quanto riguarda le strutture, il 75% esprime una valutazione positiva sull'adeguatezza delle aule, il 91% sulle biblioteche delle biblioteche e il 95% sulla disponibilità delle postazioni informatiche.

Proposte





- Migliorare la distribuzione del materiale didattico dei singoli corsi, rendendolo accessibile il più possibile in rete, nei siti associati ai singoli insegnamenti.
- Verificare la coerenza di base tra il percorso formativo triennale e quello del biennio magistrale.
- Aumentare l'attività di supporto didattico.
- Tra i suggerimenti forniti dagli studenti allo scopo di migliorare l'organizzazione dell'attività didattica e favorire un più efficace e efficiente svolgimento del percorso di studi si segnala la richiesta di inserire prove d'esame intermedie.

QUADRO D - Analisi e proposte sulla validità dei metodi di accertamento delle conoscenze e abilità acquisite dagli studenti in relazione ai risultati di apprendimento attesi.

Analisi

- risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti (a.a 2014/15), trasmessi dal Presidio di Qualità ai Direttori di Dipartimento, con lettera 8 settembre 2015, prot. N. 26616
- Rapporto di Riesame Annuale 2014/15;
- AlmaLaurea (XVII Indagine 2015) - Profilo dei Laureati 2014 (<http://www.almalaurea.it/universita/profilo/profilo2014>).

Tra le domande poste agli studenti nel quadro dell'indagine sulle loro opinioni, quelle che focalizzano meglio le problematiche poste dal Quadro D sono:

- “Il carico di studio dell'insegnamento è proporzionale ai crediti assegnati?” (INS.02);
- “Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?” (INS.03);
- “Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?” (INS.04).





Dai dati sulle opinioni degli studenti emerge:

- a) che, complessivamente, il carico di studio dell'insegnamento è ritenuto proporzionato ai crediti assegnati. Rispetto a questo aspetto, l'83% degli studenti frequentanti e il 79% degli studenti non frequentanti esprimono un giudizio sostanzialmente positivo;
- b) che l'85% degli studenti frequentanti considera il materiale didattico complessivamente proporzionato ai crediti assegnati; percentuale, questa, che scende al 79% tra gli studenti non frequentanti;
- c) che il 91% degli studenti frequentanti ritiene che le modalità di svolgimento degli esami siano definite in modo chiaro. In particolare, il 61% degli studenti esprime un giudizio molto positivo e il 30% positivo. Mentre, il giudizio degli studenti non frequentanti, registra il 39% di valutazioni molto positive e il 43% di valutazioni positive ("Più Sì che No").

Proposte

- Migliorare l'organizzazione complessiva degli insegnamenti ufficialmente previsti nel periodo di insegnamento allo scopo di rendere maggiormente accettabile il carico di studio. Ciò anche al fine di evitare che eventuali squilibri possano ripercuotersi negativamente sulla efficacia dei metodi di accertamento delle conoscenze e abilità acquisite dagli studenti in relazione agli obiettivi formativi.
- I rappresentanti degli studenti sottolineano la necessità di monitorare più attentamente l'organizzazione degli esami per evitare sovrapposizioni di date, specialmente per insegnamenti relativi al medesimo anno di corso.
- Per quanto riguarda l'organizzazione delle prove di esame, nei suggerimenti avanzati nell'ambito dell'indagine sulle opinioni degli studenti, sia i frequentanti che i non frequentanti mettono al primo posto l'inserimento di prove d'esame intermedie (30,1% dei suggerimenti avanzati dagli studenti frequentanti e 18,9% dei suggerimenti degli studenti non frequentanti). A questa richiesta fa seguito, da parte degli studenti frequentanti, quella di un alleggerimento del carico didattico complessivo (16,7%) e del miglioramento della qualità del materiale didattico (11,3%) e, da parte degli studenti non frequentanti, la richiesta di una migliore qualità del materiale didattico (15,8%) e di un alleggerimento del carico didattico complessivo (13,5%).





QUADRO E - Analisi e proposte sulla completezza ed efficacia del Riesame e dei conseguenti interventi di miglioramento

Analisi e proposte

Come per gli altri due corsi di studio della Scuola di Economia, il Rapporto di Riesame Annuale (2014/15) del Corso di Studio in Marketing e Comunicazione per le Aziende sulla base di un'attenta analisi sulla dinamica del numero degli studenti che si iscrivono al corso per provenienza geografica e per tipo di scuola superiore e voto, sullo stato del loro percorso formativo, sulla loro esperienza in qualità di studenti del corso medesimo, come risulta dai dati relativi all'indagine sulle opinioni degli studenti e sugli sbocchi occupazionali, definisce gli obiettivi da perseguire per accrescere la coerenza tra azione formativa e necessità del mondo del lavoro. Vengono, quindi, definite le azioni da intraprendere (individuando modalità, risorse, scadenze previste e responsabilità), richiamati gli obiettivi già indicati nella Scheda del precedente anno e analizzato lo stato di avanzamento dell'azione correttiva nel frattempo intrapresa. Ne emerge un quadro dettagliato ed efficace che sottolinea l'importanza di questo strumento per individuare i punti di debolezza e di forza dell'offerta formativa e per condurre una riflessione che consenta di mettere a punto le azioni migliorative da intraprendere.

In particolare, il Rapporto di Riesame 2014/15 richiama l'attenzione sulla necessità di mettere in atto azioni correttive per correggere alcune criticità soprattutto per quanto riguarda il numero di iscritti (in calo del 12% rispetto all'anno precedente, seppure con un trend di lungo periodo positivo), la presenza di studenti fuori corso e di quelli che rinunciano a proseguire lo studio fino al conseguimento della laurea (sebbene questi fenomeni siano in calo, si registra, comunque, la presenza del 15% circa di studenti fuori corso e del 7,5% di abbandoni), la percentuale di studenti che effettuano stage e tirocini (da portare dal 34% del livello attuale al 50%) e le azioni di accompagnamento al mondo del lavoro. A fronte di ciò, il rapporto sottolinea l'elevato grado di soddisfazione in merito all'organizzazione didattica e alla qualità dell'offerta didattica e all'impegno dei docenti. Inoltre, si sottolinea come alcune delle azioni correttive già intraprese abbiano dato risultati positivi. Tra queste, nel Rapporto si richiama l'attenzione sulla necessità di:

- ridurre la percentuale di abbandoni e il numero di studenti fuori corso (attraverso una maggiore qualità dell'assistenza agli studenti), che ha prodotto un calo del 25% nel numero di abbandoni e un dimezzamento del numero di studenti fuori corso;





- aumentare il numero di studenti che effettuano tirocini e stage all'estero (grazie alla convenzione quadro con Assocamerestero e all'azione di sensibilizzazione verso imprese convenzionate in merito alla possibilità di indirizzare i tirocinanti verso progetti di stage nelle sedi estere, anche attraverso l'assegnazione di borse di studio e ai contatti tra studenti e aziende straniere facilitati dai docenti del corso di laurea con rapporti di collaborazione con le aziende stesse);
- aumentare il tasso di imprenditorialità fra i laureati, fornendo loro il supporto iniziale di competenze esistenti nell'ateneo per l'avvia di start up.

Mentre, quella mirante ad aumentare il numero di iscritti, con azioni di promozione volte ad attrarre studenti provenienti da altre regioni italiane e dall'estero (intensificazione dell'orientamento con iniziative come Career Day, partecipazione ai social network, realizzazione di iniziative internazionali), non avendo prodotto risultati positivi, è stata riprogrammata.

Per quanto riguarda gli sbocchi occupazionali, ai fini di una efficace azione di accompagnamento al lavoro svolta dall'Università, il Rapporto di Riesame 2014/15 sottolinea come, oltre alle azioni già intraprese (fornitura di servizi di supporto dell'Ufficio Stage e dell'Ufficio Placement dell'Ateneo, accordo di collaborazione con i Centri dell'impiego della Provincia di Pesaro e Urbino, il Career Day), che possono essere, comunque, giudicate soddisfacenti, occorre mettere in atto ulteriori azioni, quali:

- individuare meglio le competenze acquisite dagli allievi nel corso delle esperienze di tirocinio, al fine di valorizzare il profilo curricolare dei laureati;
- accrescere i contatti con le aziende a livello nazionale al fine di monitorare e stimolare la domanda di lavoro qualificato.

Per il raggiungimento dell'obiettivo di aumentare il tasso di occupazione dei laureati del Corso di Studio, le linee di intervento proposte dal Rapporto riguardano il rafforzamento dei contatti con le imprese per monitorare e stimolare in modo attivo la domanda di lavoro qualificato.

Il Rapporto è stato elaborato dal Gruppo di Riesame Annuale 2014/15, composto dal Prof. Fabio Musso (Responsabile del Corso di Studio in Economia Aziendale, classe L18), Sig. Enrico Galeotti (Rappresentante studenti nel Consiglio della Scuola). Altri componenti: Prof. Tonino Pencarelli (Docente del Corso e Delegato rettorale per "Stage e Job Placement", incluso Caree Day), Prof.ssa Elena Viganò (Docente del corso e Responsabile QA Cds), Sig.ra Carmela Nicoletti (Tecnico Amministrativo con funzioni di supporto alla stesura del rapporto). Sono stati consultati inoltre: Prof.ssa Laura Gardini (Coordinatore della Scuola di Economia e membro della Commissione Didattica del Cds).





Il Rapporto è stato presentato e discusso nel Consiglio della Scuola di Economia (DESP) il 18 novembre 2015 di Dipartimento.

QUADRO F - Analisi e proposte su gestione e utilizzo dei questionari relativi alla soddisfazione degli studenti

L'introduzione dei questionari relativi alla soddisfazione degli studenti ha dato all'Università la possibilità di accedere ad una fonte attendibile, regolare e abbastanza ricca di informazioni riguardo al punto di vista e al giudizio degli studenti. Il nucleo di valutazione ha utilizzato i questionari facendone uno strumento efficace di analisi e di miglioramento dell'offerta didattica e delle condizioni ambientali in cui essa si svolge. Le informazioni sulla opinione degli studenti hanno consentito di individuare i punti di forza e di debolezza dell'offerta didattica e dell'ambiente di studio e la qualità del rapporto tra docenti e studenti, permettendo, così, di focalizzare l'attenzione sulle debolezze e di individuare le azioni necessarie per conseguire i possibili miglioramenti. Anche i rappresentanti degli studenti sono facilitati e arricchiti nel loro lavoro di trasmissione delle esigenze e delle difficoltà del corpo studentesco. Infine, va osservato, che la conoscenza offerta dai questionari è di fondamentale importanza nella attività di riesame delle programmazione didattica.

L'aver reso obbligatorio la compilazione del questionario da parte di ogni studente che vuole iscriversi agli esami consente una più capillare raccolta delle informazioni, con estensione anche ai non frequentanti. Ciò ha consentito di aumentare il potenziale conoscitivo di questa indagine, consentendo, ad esempio, di fare luce anche sui motivi della non frequenza da parte di un numero consistente di studenti. Dai risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti dell'anno accademico 2014/15, risultano compilati dagli studenti non frequentanti 150 questionari, dai quali emerge che il motivo principale per il quale essi non frequentano è perché hanno impegni di lavoro (54%), segue quello della frequenza (in sovrapposizione di orario?) di lezioni di altri insegnamenti (19%). Solo il 5% indica alla base della non frequenza il fatto di ritenere le lezioni poco utili ai fini della preparazione dell'esame.

Va anche osservato che, a volte, le informazioni provenienti dai questionari presentano i dati in una forma sintetica. Mentre, una più articolata elaborazione delle domande proposte consentirebbe di disporre di dati più specifici, di un più ampio spettro d'osservazione e, quindi, anche di una maggiore e più approfondita capacità di intervento.

Proposte





- Per una migliore qualità dei dati, la Commissione propone di avviare una operazione di sensibilizzazione degli studenti sull'importanza di questo strumento, attraverso l'organizzazione di incontri pubblici di confronto diretto tra docenti e studenti; incontri, che potrebbero essere indirizzati anche ad approfondire e comprendere meglio i dati emersi e i margini per ulteriori interventi migliorativi.
- La commissione auspica che in futuro il questionario sia articolato in modo più complesso, ripristinando le domande sulla struttura e gli ambienti del corso di laurea.
- La commissione auspica ancora che siano trasmessi i risultati dei questionari ai singoli docenti (relativamente ai corsi da questi impartiti). Il questionario è infatti uno strumento di estrema rilevanza per il docente, per verificare i metodi didattici utilizzati.
- Studiare la possibilità di adottare uno strumento tecnico che consenta di rilevare le informazioni avendo come unità di analisi non solo il singolo insegnamento ma anche il singolo studente, in modo da poter tracciare tipologie di fruizione con caratteristiche e problematicità comuni.

QUADRO G - Analisi e proposte sull'effettiva disponibilità e correttezza delle informazioni fornite nelle parti pubbliche della SUA-CdS

Le informazioni fornite nelle parti pubbliche della SUA-CdS sono pienamente accessibili attraverso il manifesto degli studi che è consultabile sul sito internet dell'Ateneo, del Dipartimento e delle singole Scuole. La Commissione ribadisce la necessità di monitorare l'aggiornamento del sito periodicamente in tutte le sue sezioni e non solo in quella concernente la SUA-CDS. Inoltre, ai fini di offrire un'effettiva e corretta informazione agli studenti e ai pubblici esterni invita i docenti ad aggiornare periodicamente i dati (pubblicazioni, curriculum, contenuto dei corsi, ecc) nella pagina che compete loro sul sito.

Urbino, 9 dicembre 2015

Il Coordinatore
Prof. Gervasio Antonelli

Il Segretario
Prof. Emanuela Susca

