

Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Verbale riunione del gruppo Riesame del CdS in Marketing & ricerche di mercato del giorno 8 maggio 2019

Il gruppo riesame (GR) del CS in Marketing & ricerche di mercato si è riunito il giorno Mercoledì 8 maggio 2019 ore 9.00 presso la stanza 210 per discutere il seguente OdG

- 1) Adempimenti scheda SUA 2019
- 2) varie ed eventuali

Presenti P. Manfredi (docente, presidente del GR), A. Gandolfo (docente), L. Masserini (docente), Vincenzo Freni (rappresentante mondo lavoro, partecipante via telematica), Gianpiero Negri (rappresentante mondo lavoro, partecipante via telematica), Michela Vivaldi (manager didattico), Andrea di Martino (rappresentante studenti).

Assenti giustificati. Prof. Daniele Dalli, S. Cantini (rappresentante studenti), F. Bitonti (rappresentante studenti).

Il presidente ringrazia i partecipanti, ed esprime un caloroso ringraziamento da parte del CL ai rappresentanti del mondo lavoro, dott. Vincenzo Freni e Ing. Gianpiero Negri, per avere rinnovato la loro disponibilità a condividere con il corso di laurea le loro preziose conoscenze professionali. Il gruppo del riesame si associa al ringraziamento. Il presidente passa quindi alla discussione dell'OdG.

Punto1. Adempimenti scheda SUA 2019. Il presidente illustra brevemente i contenuti della comunicazione del Presidio della Qualità circa gli adempimenti del CL per la compilazione della scheda SUA. Ricorda in particolare la raccomandazione di porre particolare attenzione sulla scheda A1.b relativa alla «Consultazione delle organizzazioni responsabili della produzione di beni e servizi», quale snodo attraverso il quale le innovazioni del mondo del lavoro possono essere importante nella didattica. Per questo motivo ha chiesto – ai fini dell'incontro odierno - ai rappresentanti del mondo del lavoro, dott. Vincenzo Freni e Ing. Gianpiero Negri, di predisporre degli interventi organici sullo stato del mercato del lavoro del corso di laurea, e sulle eventuali novità in termini di professionalità emergenti, opportunità, e possibili aspetti da includere prospetticamente nelle discussioni sulle future innovazioni nelle attività didattiche.

Svolge il primo intervento il dott. Vincenzo Freni. Il dott. Freni traccia un quadro dell'evoluzione recente dell'ASSIRM (associazione che riunisce i più importanti istituti di ricerca di mercato che operano in Italia) e segnala alcune novità importanti che si sovrappongono alle caratteristiche strutturali già illustrate nelle riunioni dell'anno precedente. Una problematica emersa è quella della comparsa sul mercato di aziende «corsare» con professionalità spurie o non ben definite. L'ASSIRM sta pertanto orientandosi nella direzione di introdurre una certificazione (di durata 5 anni) delle competenze professionali del ricercatore di mercato (RM). Alcuni aspetti chiave da perseguire con maggior determinazione saranno l'introduzione di una dimensione etica della ricerca di mercato con precise linee guida alla luce delle nuove normative sulla privacy dei

Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

rispondenti e la tutela del committente della ricerca per esempio per evitare indagini "fasulle" condotte mediante questionari compilati online da robot, simulatori o da soggetti che simulano più account per partecipare -pur non avendo le necessarie caratteristiche o competenze ai panel ,etc. Più in generale appaiono delle necessità di figure nuove per il mondo del lavoro, tra cui figure affatto nuove con abilità avanzate in «social media listening» e «text analytics». Per il momento gli istituti di RM si stanno molto affidando a prodotti automatizzati (distribuiti da software house) ma questo ovviamente è un grosso limite cui porre rimedio. Su questo punto si apre una ampia discussione nel gruppo riesame. Il dott. Freni segnala un ulteriore importante aspetto ovvero quello della competitività ed espandibilità del mercato delle RM, intesa nel senso di commercializzare (nel senso di saper "vendere") il «prodotto» della ricerca di mercato anche a piccole imprese che tipicamente non sono competenti del settore e che quindi tendono a non farvi ricorso (perché non sono consapevoli della potenziale utilità). Questo dovrebbe portare a creare una figura professionale nuova anche se con un mercato del lavoro limitato visto che resterebbe confinato nell'alveo delle aziende del settore RM che è un settore relativamente piccolo. Nondimeno esiste un movimento sia sul versante della offerta sia della domanda con varie aziende che stanno cercando di sviluppare la funzione della ricerca di mercato facendola evolvere soprattutto lungo il versante della consulenza aziendale. Per quanto riguarda il mercato delle opportunità lavorative quello italiano soffre delle difficoltà già illustrate nella riunione Riesame di Ottobre 2018. Al momento il mercato del lavoro più attrattivo per chi cerca un lavoro nel mondo delle ricerche di mercato principale resta l'Inghilterra, soprattutto per motivi di tradizione. Nondimeno si stanno aprendo delle opportunità di sviluppo nei paesi dell'est Europa, sia nelle aree balcaniche sia baltiche, dove la tradizione delle RM è rimasta pressochè inesistente per anni.

Interviene l'ing Gianpiero Negri. Un aspetto chiave emergente è quello delle figure professionali aziendali (principalmente dirigenti) che devono occuparsi di commissionare ricerche di mercato. Nell'ambito di Federmanager ci sono grosse novità in sviluppo: è stata creata una unità «c-digital» mirata – nel quadro del framework industria 4.0 - alla disseminazione aziendale delle nuove tecnologie di comunicazione e di conoscenza del mercato. Serve in parallelo riuscire a formare le figure che dovranno in futuro assumere il ruolo di dirigente in maniera allineata alle nuove esigenze e quindi con una forte preparazione ed abilità a progettare l'innovazione all'interno delle aziende. Purtroppo, in allineamento con quanto detto dal dott Freni persiste un freno – molto legato a problemi di mentalità - che rende le imprese italiane meno inclini e preparate ad usare gli strumenti legati alle nuove tecnologie rispetto al mondo anglo-sassone dove invece è prassi comune lavorare sulla base di "cruscotti" di indicatori. Un'area considerata strategica nella formazione delle nuove figure professionali è quella delle soft-skills. Si apre una lunga discussione sul tema. Il prof Gandolfo segnala che purtroppo è molto difficile lavorare al potenziamento di tali abilità causa la necessità per corsi universitari di tipo ordinario di dover tradurre tutto in valutazioni individuali, e che quindi il punto pur essendo molto sentito è difficile da implementare nell'ambito della formazione universitaria di base e magistrale. Il presidente chiede quali prassi siano seguite invece in ambito aziendale e dalle associazioni di settore. L'ing Negri segnala che è stata avviata una iniziativa di certificazione di «manager dell'innovazione» con la costituzione di una Academy che svolge anche attività formative, attraverso l'uso delle comunità di rete. Da questa attività stanno emergendo spunti per la previsione di varie figure professionali nuove alle quali potrebbero operare in affiancamento anche giovani laureandi o neo-laureati favorendo il loro ingresso nel mondo del lavoro.

UNIVERSITÀ DI PISA

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E MANAGEMENT



Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Il presidente ringrazia il dott. Freni e l'ing Negri per gli input fondamentali e chiede la collaborazione dei componenti del CS per riuscire rapidamente a disseminarli nella popolazione studentesca del CS attraverso 1-2 eventi da svolgersi ad inizio del nuovo AA.

Il presidente illustra rapidamente gli altri punti della scheda SUA con gli emendamenti principali incluse le modifiche di regolamento proposte dal prorettore Abate e le modifiche alle regole di accesso a seguito delle modifiche nel regolamento del test.

Punto 2. Il presidente, dopo avere constatato l'assenza di varie ed eventuali, dichiara conclusa la riunione alle ore 10:05.

Pisa, 8 Maggio 2019

Il presidente