

12/11/2021 Indice

- 1. Approvazione verbali seduta precedente**
- 2. Comunicazioni**
- 3. Piani di studio e pratiche studenti;**
- 4. Ratifica Provvedimenti d'urgenza**
- 5. Scheda di monitoraggio annuale SMA e Sua CdS: adempimenti**
- 6. Modifiche aspetti organizzativi del test di ammissione. Proposta.**
- 7. Varie ed eventuali**

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

SEDUTA DEL CONSIGLIO DI CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
MARKETING E RICERCHE DI MERCATO
del 9/09/2021

Il giorno 12 del mese di Novembre dell'anno 2021 il Consiglio del corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato si è riunito in modalità telematica (piattaforma Zoom) alle ore 9:00 nelle persone di

	P	AG	A
Titolari di insegnamento			
ANGELINI Antonella		X	
CONTI Giuseppe		X	
CORCIOLANI Matteo	X		
DALLI Daniele		X	
GANDOLFO Alessandro	X		
MANFREDI Pietro Angelo	X		
MASSERINI Lucio	X		
ROMANO Giulia	X		
PINCHERA Valeria	X		
SALVATI Nicola		X	
TONGIANI Giovanna	X		

(Legenda: P= presenti, AG= Assensi giustificati, A= assenti)

Presiede la seduta il Presidente, Prof. Pietro Manfredi. Esercita la funzione di segretario il prof. Lucio Masserini.

Il Presidente, constatata la legalità del numero dei presenti, dichiara aperta la seduta.

Il Consiglio passa quindi a discutere i seguenti argomenti dell'ordine del giorno:

ORDINE DEL GIORNO

- 1. Approvazione verbali seduta precedente**
- 2. Comunicazioni**
- 3. Piani di studio e pratiche studenti;**
- 4. Ratifica Provvedimenti d'urgenza**
- 5. Scheda di monitoraggio annuale SMA e Sua CdS: adempimenti**
- 6. Modifiche aspetti organizzativi del test di ammissione. Proposta.**
- 7. Varie ed eventuali**

... OMISSIS ...

5. Scheda di monitoraggio annuale SMA, SUA-CdS 2021/2022: adempimenti.

Il presidente illustra al consiglio una sintesi dei principali fatti emersi dalla analisi della SMA svolta dal Gruppo Riesame del corso di laurea, riunitosi il giorno 5/11/2021. Ricorda che ha trasmesso ai membri del consiglio il verbale completo del gruppo di Riesame sulla SMA e che il verbale medesimo è disponibile integralmente come allegato al verbale del presente Consiglio.

Il presidente nota che vi sono alcuni indicatori altalenanti- verosimilmente conseguenza della fase complessa dell'ultimo anno e mezzo di pandemia – ma che in generale il corso di laurea gode di buona salute anche se si possono considerare varie azioni di miglioramento. Il numero di iscritti è tornato stabilmente, dopo il campanello d'allarme dovuto alla crisi del 2017, a livelli dell'ordine di 45-50 immatricolati per anno che consideriamo prossimo al livello ottimale per gli obiettivi didattici del CS. Il corso di laurea conferma tutti i suoi punti di forza tradizionali (speditezza ed efficacia del percorso didattico come documentata da vari indicatori, compattezza del corpo docente, buona qualità della ricerca del corpo docente, apprezzamento da parte degli studenti), migliora in qualche indicatore su cui in passato risultava carente, e conferma la debolezza tradizionale nell'internazionalizzazione sia in entrata – per motivi anche non dipendenti dal CS - sia in uscita, soprattutto in conseguenza del calo molto forte nella propensione dei nostri studenti partecipare a programmi internazionali) e quella (parziale) nella penetrazione sul mercato del lavoro nel breve periodo (a un anno). A questi aspetti il gruppo Riesame ha dedicato una lunga e attenta riflessione nel suo Documento finale, dove – grazie anche ai preziosi suggerimenti dei rappresentanti degli studenti - suggerisce una serie di azioni sia a carico del CS stesso (mappatura delle sedi straniere di interesse per i nostri studenti), sia dell'ufficio IRO (al fine di rendere in generale più agevole e rapida l'immissione nel programma Erasmus, dove viene percepita una eccessiva lungaggine burocratica preparatoria). Il presidente riporta le dettagliate osservazioni fornite dai rappresentanti degli studenti che rilevano come il Dipartimento di economia non sia efficace “tempistico” (rispetto a studenti che hanno l'obiettivo di laurearsi in due anni e per i quali perdere molto tempo nelle pratiche Erasmus può costituire un forte disincentivo), metta a carico degli studenti la gran parte del carico organizzativo della missione all'estero, e sia poco efficace o addirittura insufficiente nella parte di comunicazione della importanza di espandere il proprio CV con esperienze internazionali. Il presidente ricorda che gran parte di questa materia non è di competenza del CS che però può segnalare attivamente questi aspetti al responsabile CAI. Ricorda anche i suggerimenti dei rappresentanti di promuovere la presenza nell'università di Pisa di ONG che in altre università forniscono un'importante chiave al totale delle opportunità di esperienze internazionali e stimolo all'associazionismo universitario, con possibilità di avere uffici all'interno del Dipartimento.

Viene infine confermata una debolezza relativa nell'ingresso nel mercato del lavoro ad un anno molto mitigata peraltro dal buon funzionamento a tre anni che vede il corso allineato con tutte le realtà di confronto (come confermato anche dalle analisi svolte dal prof Masserini sui dati Alma Laurea per la scheda SUA).

Il presidente ringrazia calorosamente i membri del gruppo Riesame del CS per l'importante contributo e apre la discussione. Alla fine di lunga discussione il presidente chiede al Consiglio di procedere all'approvazione.

Il Consiglio di Corso di Laurea magistrale

- vista la Legge 9 maggio 1989 n. 168, ed in particolare l'articolo 6 “autonomia delle Università”, comma 1;

-visto il Decreto Ministeriale 12 dicembre 2016, n. 987 “Autovalutazione, valutazione, accreditamento iniziale e periodico delle sedi e dei corsi di studio universitari”;

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

- visto il Decreto Ministeriale 8 febbraio 2017, n. 60 “Modifiche ai requisiti di accreditamento ai Corsi universitari”;
- viste le linee guida ANVUR relative all’accreditamento periodico delle sedi e dei corsi di studi universitari;
- viste le disposizioni ANVUR delineate nel documento di indirizzo ANVUR del 6/11/2013;
- visto le linee guida del Presidio della qualità di Ateneo per la compilazione della scheda di monitoraggio annuale del 22/10/2021;


delibera

1. E’ approvata la Scheda di monitoraggio annuale del corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato (Allegato n°1).

La presente delibera, contrassegnata con il numero 2, è approvata con il voto unanime dei Presenti

... OMISSIS ...

ALLEGATO 1

 <p>UNIVERSITÀ DI PISA</p>	<p>Modello di riepilogo del Monitoraggio Annuale a cura del Gruppo di Riesame</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

Denominazione del Corso di Studio:

Classe di Laurea: LM-77

Composizione del Gruppo di Riesame

Componenti obbligatori:

Prof.ssa/Prof. Pietro Manfredi detto Piero.... (Presidente CdS e Responsabile del Gruppo di Riesame)

Sig.ra/Sig. Gianluca Adamo (studente CdS)

Sig.ra/Sig. Claudia Cella (studente CdS)

Altri componenti:

Prof.ssa/Prof. Lucio Masserini (Vice-presidente del CdS e docente)

Prof.ssa/Prof. Alessandro Gandolfo (Docente del CdS)

Dott.ssa/Dott. Michela Vivaldi (Tecnico amministrativo con funzione di Responsabile dell'Unità Didattica)

Dott. Vincenzo Freni (Rappresentante del mondo del lavoro del CdS, consultato dal Presidente con riunione telematica)

Sono stati consultati inoltre: dott Giampiero Negri (Rappresentante del mondo del lavoro del CdS, consultato dal Presidente con riunione telematica). Il Gruppo di Riesame si è riunito, per la discussione degli indicatori riportati nei quadri della presente Scheda di Monitoraggio Annuale 2020, operando come segue:

Martedì 2 novembre 2021, ore 9:00 :incontro preparatorio del presidente con discussione telematica coi rappresentanti del mondo del lavoro, dott Vincenzo Freni e Ing Giampiero Negri.

Venerdì 5 novembre 2021, ore 9:00: riunione gruppo Riesame di Marketing e ricerche di mercato

Venerdì 12 novembre 2021, ore 9:00. Riunione Consiglio di Corso di Laurea in MRM con presentazione da parte del presidente della relazione sulla scheda annuale di monitoraggio e relativa approvazione da parte del CS

Breve commento agli indicatori

Gli indicatori del CS sono confrontati con la media degli indicatori dei 4 CS della classe LM-77 (: lauree magistrali in Economia aziendale) in Ateneo, con quella di altri CdS non telematici nell'area geografica di riferimento (45 nel 2020) e con quella di altri CdS in Italia (167 nel 2020).

Sintesi generale. La presente SMA è la prima che copre l'epoca pandemica e non sorprendentemente vari indicatori esibiscono andamento oscillante, rendendo verosimilmente poco robuste alcune delle presenti considerazioni. In generale, il CS conferma i suoi punti di forza tradizionali, migliora in qualche indicatore su cui in passato risultava carente, e conferma la debolezza tradizionale nell'internazionalizzazione e quella nella penetrazione sul mercato del lavoro a un anno, mitigata peraltro dal buon funzionamento a tre anni.

Parte introduttiva (indicatori iC00). Nel quinquennio 2016-2020 gli indicatori di avvio carriera (iC00a, iC00c) avevano segnato una brusca caduta (22) nel 2017. Da allora il CS aveva programmato azioni di contrasto (cambiamenti ordinamentali e regolamentari, iniziative di disseminazione e modifica del test di ammissione) volte a ridurre le barriere all'ingresso. Questo ha consentito agli ingressi di stabilizzarsi attorno alle 45 unità/anno (**48 nel 2020**). In ogni caso, i valori di questi indicatori (inferiori nei vari confronti), riflettono consapevoli scelte passate del CS: il CS forma figure professionali ad alta specializzazione fronteggianti una domanda di lavoro "non generalista" e di nicchia, che ha sofferto duramente la crisi post2008, specie in Italia. I rappresentanti del mondo del lavoro del CS hanno ribadito comunque che il mercato internazionale resta forte nei paesi anglo-sassoni e tornerà a crescere nei paesi emergenti dopo la fine della crisi. La problematica del reclutamento è seguita con costante attenzione dal CS che ribadisce - in vista di un pieno ritorno ad una didattica tradizionale - che la dimensione ottimale d'aula, per le attività didattiche caratterizzanti l'offerta formativa del CS si colloca comunque non sopra le 50-60 unità.

Gruppo A - Indicatori Didattica (iC01-iC09). La percentuale di laureati entro la durata normale del corso (iC02), caduta nel 2019 al 44% (dopo un triennio 2016-2018 molto positivo, prossimo al 70%) **mostra una forte crescita nel 2020 (87%), ponendo il CS in vantaggio in tutti i confronti.** La percentuale di iscritti al primo anno tra laureati di altri Atenei (iC04) che nel 2019 si era allineata ai valori d'area e nazionali (33%) **è nuovamente scesa nel 2020 (17%),** pur restando in linea con i livelli di Ateneo. Il rapporto tra numero di studenti regolari e docenti (iC05), di 8.8, è in linea con la media di Ateneo e del 50% inferiore alle medie nazionali e d'area. Gli indicatori di efficacia sul mercato del lavoro a tre anni (iC07, iC07bs, iC07ter) mostrano andamenti simili che pongono il CS in linea con i confronti. La percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a SSD di base e/o caratterizzanti" (iC08) vede il corso di laurea allineato ai confronti. Il CS continua ad essere sopra la media di Ateneo per la qualità della ricerca svolta dai propri docenti (iC09) (pur in lieve discesa nel 2020) e in linea con i valori d'area e nazionali (1.0). **Rappresenta un punto di forza.**

Gruppo B - Indicatori Internazionalizzazione (iC10-iC12, DM 987/2016, allegato E)

Il settore dell'internalizzazione si conferma un punto critico del CS. La percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso (iC10), già stabilmente bassa (3,5% nel 2016-2019) è scesa sotto l'uno per cento nel 2020, con una prestazione molto negativa rispetto a tutti i confronti (la media nazionale è 5 volte superiore e quella d'Ateneo più di due). La percentuale di laureati nella durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero (iC11), cresciuta nel 2019, ha avuto una forte flessione nel 2020 (-50%, ben al di sotto in tutti i confronti). La percentuale degli iscritti con precedente titolo di studio all'estero (iC12) è stabilmente trascurabile da anni e rappresenta un costante punto di debolezza.

Gruppo E - Ulteriori Indicatori per la valutazione della didattica (iC13-iC20, DM 987/2016, allegato E)

I tradizionali punti di forza del CS, concentrati in questa area, sono confermati o rafforzati. La capacità di acquisire CFU nel corso del primo anno (iC13, " Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire") è cresciuta ulteriormente nel 2019 (96% rispetto al 90% del 2018) mantenendoci stabilmente sopra la media di Ateneo e soprattutto della media d'area e nazionale (15 punti percentuali al di sopra). Questo risultato, verosimilmente favorito dalla selezione all'ingresso e dalla compattezza delle classi, evidenzia una equilibrata suddivisione del carico didattico tra il primo e il secondo anno e attesta l'efficacia di precedenti iniziative di miglioramento del CdS e, in generale, del continuo monitoraggio e dialogo tra docenti e studenti del CS.

Circa l'indicatore più robusto di efficacia della didattica (iC16, iCBISbis, % di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU del I anno, sovrapposto a iC16), che misura la capacità media degli studenti di inserirsi in modo efficace e regolare nella carriera universitaria, **si conferma stabile punto di forza del CdS** fin dal 2014. Dopo il picco del 2018 (90%) l'indicatore è sceso nel 2019 all'81%. Nonostante la flessione, il CS si situa sempre 10 punti percentuali sopra le medie di area e nazionale (e ancora più avanti rispetto all'Ateneo). Consapevole del ruolo svolto dalla selezione all'ingresso e dal moderato numero di studenti, il CdS intende continuare ad investire per garantire efficacia alla didattica.

La percentuale di immatricolati laureatisi entro un anno oltre la durata normale nello stesso corso di studio (iC17) che era in linea - o sotto - i gruppi di confronto fino al 2016, e fortemente cresciuta nel 2017-18 (97 e 92%), è scesa lievemente nel 2019 (86%). Nondimeno prevale in tutti i confronti, qualificandosi come **punto di forza**. Diminuisce invece la quota di laureati che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio (iC18, dal 90% nel 2019 al 74% nel 2020), venendo così a trovarsi al di sotto (seppur di poco) in tutti i confronti. Invece, la percentuale di ore di docenza erogata da docenti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza (iC19), fisso al 100% negli ultimi anni, **costituisce un punto di forza fondamentale del CS** (20 punti al di sopra di tutti i confronti).

Indicatori di Approfondimento per la Sperimentazione - Percorso di studio e regolarità delle carriere (iC21-iC24)

IC21 (% di studenti che proseguono la carriera nel sistema universitario al II anno) è in linea con tutti i gruppi di confronto. IC22 (% di immatricolati che si laureano entro la durata normale del corso) che aveva mostrato una crescita significativa nel 2017-2018 cade nel 2018-19 dall'82% al 61% collocandosi al di sotto in tutti i confronti. Il moderato numero di studenti e l'efficacia didattica sono le verosimili determinanti dell'assenza di abbandoni (iC24).

Indicatori di Approfondimento per la Sperimentazione - Soddisfazione e Occupabilità (iC25-iC26TER).

Con l'eccezione di iC25 ("% di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS"), dove il CS è in linea coi confronti, questa area si conferma di moderata debolezza: gli indicatori di penetrazione ad un anno nel mercato del lavoro sono costanti e lievemente inferiori in tutti i confronti.

Indicatori di Approfondimento per la Sperimentazione – Consistenza e qualità del corpo docente (iC27-29)

Questi indicatori riflettono i bassi numeri di iscritti del CS. I loro andamenti nel 2020 sono allineati con i gruppi di confronto.

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

RIEPILOGO DEGLI INDICATORI USATI NELLA SMA

(Indicare con una crocetta il tenore degli indicatori scelti per il commento, ai fini di successive analisi da parte di tutti gli attori coinvolti nel Sistema AQ)

Nota Bene:

punto di forza: indicatore con valore particolarmente positivo che si ritiene utile menzionare;

punto di debolezza: indicatore con valore critico che necessita di ulteriore analisi per individuare possibili cause/soluzioni

Indicatori usati nel commento:	Punto di forza	Punto di debolezza
iC00a Avvii di carriera al primo anno (L; LMCU; LM)		
iC00b Immatricolati puri (L; LMCU)		
iC00c Iscritti per la prima volta a LM (LM)		
iC00d Iscritti (L; LMCU; LM)		
iC00e Iscritti Regolari ai fini del costo standard (L; LMCU; LM)		
iC00f Iscritti Regolari ai fini del CSTD, immatricolati puri al CdS in oggetto (L; LMCU; LM)		
iC00g Laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso		
iC00h Laureati (L; LM; LMCU)		
iC01 Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'anno solare.		
iC02 Percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso	X	
iC03 Percentuale di iscritti al primo anno (L, LMCU) provenienti da altre Regioni		
iC04 Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo		
iC05 Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b)		
iC06 Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (L) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività		

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Indicatori usati nel commento:	Punto di forza	Punto di debolezza
lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC06BIS Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (L) - laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto, o di svolgere attività di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC06TER Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (L) – Laureati non impegnati in formazione non retribuita che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto		
iC07 Percentuale di Laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM; LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC07BIS Percentuale di Laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM; LMCU) - laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto, o di svolgere attività di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC07TER Percentuale di Laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM; LMCU) - Laureati non impegnati in formazione non retribuita che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto		
iC08 Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio		

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Indicatori usati nel commento:	Punto di forza	Punto di debolezza
(L; LMCU; LM), di cui sono docenti di riferimento		
iC09 Valori dell'indicatore di Qualità della ricerca dei docenti per le lauree magistrali (QRDLM) (valore di riferimento: 0,8)	X	
iC10 Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso		X
iC11 Percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero		X
iC12 Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero		X
iC13 Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire	X	
iC14 Percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio		
iC15 Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 20 CFU al I anno		
iC15BIS Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 1/3 dei CFU previsti al I anno		
iC16 Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 40 CFU al I anno	X	

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Indicatori usati nel commento:	Punto di forza	Punto di debolezza
iC16BIS Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno	X	
iC17 Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio	X	
iC18 Percentuale di laureati che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio		
iC19 Percentuale ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata	X	
iC20 Percentuale tutor/studenti iscritti (per i corsi di studio prevalentemente o integralmente a distanza)		
iC21 Percentuale di studenti che proseguono la carriera nel sistema universitario al II anno		
iC22 Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso		
iC23 Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che proseguono la carriera al secondo anno in un differente CdS dell'Ateneo		
iC24 Percentuale di abbandoni del CdS dopo N+1 anni		
iC25 Percentuale di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS		
iC26 Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (LM; LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di		X

Università di Pisa
Dipartimento di Economia e Management
Corso di laurea magistrale in Marketing e ricerche di mercato

Indicatori usati nel commento:	Punto di forza	Punto di debolezza
formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC26BIS Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (LM; LMCU) - laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto, o di svolgere attività di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.)		
iC26TER Percentuale di Laureati occupati a un anno dal Titolo (LM; LMCU) - Laureati non impegnati in formazione non retribuita che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa e regolamentata da un contratto		X
iC27 Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza)		
iC28 Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza)		
iC29 Rapporto tutor in possesso di Dottorato di Ricerca / Iscritti (per i corsi di studio prevalentemente o integralmente a distanza)		