

RAPPORTO DI RIESAME CICLICO

Denominazione del Corso di Studio: MARKETING E QUALITÀ'

Classe: LM-77

Sede: Università degli Studi della Tuscia, Via S. Maria in Gradi – 01100 Viterbo . Dipartimento di Economia e Impresa (DEIm)

Primo anno accademico di attivazione: 2009–2010

Gruppo di Riesame

Componenti il GdR	Funzione	Recapiti telefonici	Indirizzo e-mail
Prof.ssa Barbara Aquilani	Responsabile del CdS (Responsabile del Riesame) ¹	0761/357729	b.aquilani@unitus.it
Dott. Angelo Vannini	Rappresentante degli studenti ¹	320/4917064	angelovannini@hotmail.it
Prof. Enrico Maria Mosconi	Docente del CdS e Responsabile Ass. Qualità CdS	0761/357734	enrico.mosconi@unitus.it
Dott.ssa Rosella Bruzzichini	Personale T/A	0761/357704	brosella@unitus.it
Dott. Marco Valente	Rappresentante del mondo del lavoro	0761/324196 Int. 6	valenteconsulente@hotmail.it
Dott. Massimiliano Meschini	Rappresentante del mondo del lavoro	3397315093	dcmeschini@gmail.com

Sono stati consultati inoltre:

- tutti i docenti del corso di Marketing e Qualità convocati appositamente per il giorno 20 gennaio 2015 (verbale del 20 gennaio 2015);
- le parti sociali a livello di intero Dipartimento (verbale del 17 dicembre 2014);
- Alcune imprese al di fuori dal territorio provinciale (vedi questionari compilati).

Il Gruppo di Riesame si è riunito, per la discussione degli argomenti riportati nei quadri delle sezioni di questo Rapporto di Riesame, operando come segue:

- **12 gennaio 2015:**
– raccolta dei documenti in input del riesame ciclico, compreso l'ultimo RAR appena completato in bozza (verbale del 12 gennaio 2015);
- **15 gennaio 2015:**
– divisione del lavoro tra i membri del Gruppo di Riesame e discussione delle diverse problematiche emerse dalla lettura delle istruzioni relative a questo rapporto ciclico che rappresenta il primo stilato per il CdS (verbale del 15 gennaio 2015);
- **20 gennaio 2015:**
– riunione con i docenti dell'intero corso di LM per discutere del riesame ciclico e dei rilievi su quello annuale da parte del Presidio Qualità per poi sottoporlo per il Consiglio di Dipartimento del 23 gennaio 2015 (verbale del 20 gennaio 2015).
- **22 gennaio 2015:**

¹ Componente obbligatorio

- Riunione per esaminare i rilievi del Presidio Qualità di Ateneo ricevuti e controllo dell'intero documento (verbale del 22 gennaio 2015).

La documentazione utilizzata per la stesura di questo Riesame ciclico è rintracciabile presso la cartella dropbox corrispondente a questo link:

<https://www.dropbox.com/sh/3u4xonvl30q7ond/AABnUc2kIQaAeAYkMWae-ZzCa?dl=0>

Presentato e discusso e approvato in Consiglio di Dipartimento il 23 gennaio 2015.

Sintesi dell'esito della discussione con il Consiglio del Corso di Dipartimento

La Prof.ssa Aquilani, durante la discussione del punto 5 dell'ordine del giorno del Consiglio di Dipartimento del 23 gennaio 2015 prende la parola, su invito del Direttore del Dipartimento, ed illustra brevemente le criticità emerse dal primo Riesame ciclico redatto e le azioni che saranno intraprese dopo la chiusura del medesimo. Lo stesso Coordinatore ringrazia tutti i docenti del CdS e tutti i componenti del Gruppo di Riesame. Nella discussione, a seguito dell'intervento di tutti i Coordinatori e Presidenti dei CdS del Dipartimento, non emergono dissensi o giudizi non da tutti condivisi per quanto riguarda il riesame ciclico del corso di LM in Marketing e Qualità.

1 – LA DOMANDA DI FORMAZIONE

1-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

1-b ANALISI DELLA SITUAZIONE

Le parti coinvolte nella consultazione al momento dell'istituzione del CdS sono stati il Presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti della Provincia di Viterbo, il Direttore di Confindustria Viterbo e il Presidente dell'Ordine dei Consulenti del Lavoro che hanno sostanzialmente condiviso il progetto dell'allora Facoltà, oggi Dipartimento (vedi scheda SUA-CdS).

Nel mese di dicembre 2014 si è svolto l'ultimo incontro con le parti sociali per verificare l'aderenza o meno di quanto in animo al momento della progettazione del CdS a quanto realizzato nel corso di questi anni in termini di attualità dell'offerta proposta, ottenendo ancora una volta un riscontro positivo circa i risultati ottenuti. Sono emersi alcuni ambiti di miglioramento concretizzabili attraverso un aggiornamento dei contenuti ed un avvicinamento ancor maggiore al mondo del lavoro, grazie al rafforzamento delle attività pratiche nei corsi, in realtà già presenti per questo CdS, ma da migliorare attraverso un maggiore contatto con le imprese (vedi verbale del 17 dicembre 2014).

Le consultazioni avviate rappresentano senza dubbio un ottimo canale per ottenere informazioni attuali circa la domanda di formazione e consentono anche di avere informazioni utili e aggiornate sulle funzioni e sulle competenze attese nei laureati. Inoltre, il fatto di aver incluso due rappresentanti del mondo del lavoro nel Gruppo di Riesame rappresenta un modo efficace affinché il confronto rimanga aperto e non sia quindi ridotto ad un solo momento della vita del CdS.

Per la domanda a livello nazionale si è considerata la banca dati Excelsior (che utilizza il sistema del *benchmark*) che indica come per le lauree ad indirizzo economico-statistico la previsione per il periodo tra il 2013 ed il 2017 sia positiva e pari al 50,6%, a fronte di una media nazionale per i livelli universitari del 50%.

Le figure professionali che il corso di LM in Marketing e Qualità si propone di formare, descritte in dettaglio nella scheda SUA-CdS, sono le seguenti:

- Figure professionali e carriere manageriali e direttive nelle funzioni di marketing, organizzazione, produzione, vendite, qualità, amministrazione, direzione di imprese/aziende industriali e di servizi di diverso tipo e dimensione;
- Attività di consulenza aziendale e direzionale nelle differenti forme e nei differenti settori;
- Responsabile qualità, valutatore e auditor per la qualità;
- Esperto di marketing, sviluppo locale, marketing territoriale, trasferimento tecnologico.

Guardando alle macro-aree disponibili sulla banca dati Excelsior in cui ricadono tutte le professioni di cui sopra, non essendo disponibili alla data del 19 gennaio 2015 dati di dettaglio, è possibile affermare che:

(1) per la macro-area Specialisti delle scienze gestionali, commerciali e bancarie (a cui fanno riferimento le seguenti professioni: Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private – (2.5.1.2.0); Specialisti in risorse umane – (2.5.1.3.1); Specialisti dell'organizzazione del lavoro – (2.5.1.3.2); Specialisti dell'acquisizione di beni e servizi – (2.5.1.5.1); Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) – (2.5.1.5.2); Analisti di mercato – (2.5.1.5.4); Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate – (2.5.1.6.0)) dal 2013 al 2017 le entrate nel mondo del lavoro sono in costante crescita e raggiungeranno il picco nel 2017 con 22.600 unità a livello nazionale;

(2) per la macro-area Ricercatori e tecnici Laureati nelle Università (a cui fa riferimento la figura professionale Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze economiche e statistiche – (2.6.2.6.0)) dal 2013 al 2015 si rileva un trend crescente che si stabilizza tra il 2015 ed il 2016 e poi aumenta di nuovo in maniera decisa nel 2017, anno in cui raggiunge il picco con 1.200 unità.

Dai dati sopra appare chiara la richiesta del mercato delle figure professionali che forma il corso di LM in Marketing e Qualità, come anche evidenziato dai risultati sul tasso di occupazione commentati nei rapporti annuali di riesame.

Certamente si potranno avviare consultazioni più ampie, come già rilevato nel RAR 2014 per ottenere dei *feedback* da parte di tutte le imprese con cui gli studenti del corso in Marketing e Qualità vengono in contatto, ma risulta al momento difficile pensare ad ampliare in altro modo le consultazioni a livello regionale e/o nazionale, considerando che il CdS in oggetto rappresenta l'unico che coniuga queste due tematiche nell'intero panorama nazionale e che quindi le attività di *benchmarking* appaiono non realizzabili, se non a livello generico e per professioni, come già fatto grazie al database Excelsior.

Circa l'attrattività del corso, dai rapporti di riesame emerge una sostanziale stabilità degli iscritti negli anni, al netto di variazioni unitarie ritenute comunque poco significative. Questo aspetto è da intendersi come un importante punto di forza del corso da mantenere negli anni successivi. Allo stesso tempo tale stabilità costituisce una piattaforma sulla quale poter costruire azioni di rafforzamento della capacità attrattiva cogliendo l'opportunità di aumentare il numero degli iscritti. Per questo motivo le azioni per il prossimo biennio prevedono il rafforzamento dell'attrattività del corso con l'obiettivo di aumentare il numero delle immatricolazioni. Per conseguire tale obiettivo si prevede di modificare l'offerta formativa per migliorare l'accesso al corso per (i) gli studenti non in possesso di una laurea in economia, e (ii) gli studenti interessati ad una offerta formativa in lingua inglese.

PUNTI DI FORZA

- aderenza dell'offerta formativa rispetto alla domanda di formazione;
- figure professionali formate ritenute necessarie anche nell'arco temporale 2013-2017.

PUNTI DI DEBOLEZZA

- attrattività del corso da incrementare, soprattutto verso gli studenti di altre università.

1-c INTERVENTI CORRETTIVI

In relazione a questa parte, in realtà solo la prima delle due azioni si configura come un intervento correttivo in senso stretto. La seconda si configura più come un'azione di miglioramento conseguente a una emergente opportunità di miglioramento che il gruppo di riesame ha individuato.

Obiettivo n. 1:

INCREMENTO DEL NUMERO DEGLI ISCRITTI

Azioni da intraprendere:

Modifica dell'offerta formativa volta a:

- Facilitare l'accesso agli studenti non in possesso di una laurea triennale in economia;
- Facilitare l'accesso agli studenti interessati ad una offerta formativa in lingua inglese.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Il responsabile del CdS, nel Consiglio di Dipartimento del 23 gennaio 2015, a valle della riunione del 20 dicembre con i docenti del corso in cui questo è stato concordato, porterà una proposta per la riduzione dei requisiti di accesso al CdS per aumentare l'attrattività del corso a studenti non in possesso del titolo di laurea triennale.

Il responsabile del CdS, di concerto con i docenti del corso, predisporrà una proposta da discutere nel biennio successivo al presente riesame avente come oggetto l'erogazione di didattica in lingua inglese a partire dall'a.a. 2016/17.

Obiettivo n. 2:

STRINGERE MAGGIORI RAPPORTI CON IL MONDO DEL LAVORO

Azioni da intraprendere:

1. Stringere ulteriori rapporti con le imprese allo scopo di consentire agli studenti lo svolgimento di attività professionalizzanti;
2. Promuovere lo sviluppo di tesi in collaborazione con le imprese.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Per quanto riguarda la prima azione, le modalità per realizzare le attività pratiche degli studenti sono quelle usuali del *project work*, del tirocinio e dell'attività professionalizzante sia nel percorso di studi che all'interno dei singoli corsi che già li prevedono, sotto la responsabilità o degli uffici preposti o dei singoli docenti, secondo le scadenze determinate rispettivamente dagli Uffici e dai Regolamenti o dai singoli docenti.

Per quanto riguarda la seconda azione, le modalità e i tempi saranno quelli stabiliti per Regolamento e dai singoli docenti Relatori che sono già stati sensibilizzati su questo punto (vedi verbale riunione del 28 novembre 2014 inviato a tutti i docenti).

2 – I RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI E ACCERTATI

2-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

2-b ANALISI DELLA SITUAZIONE

Le schede descrittive degli insegnamenti sono state compilate da tutti i docenti, solo per un docente a contratto nell'a.a. 2013-2014 non era stata indicata la modalità di esame perché l'incarico a questo docente è stato rinnovato solo nel mese di luglio 2013, mentre la scadenza della SUA-CdS era maggio 2013.

Le informazioni agli studenti sono state rese disponibili sul sito del Dipartimento nella loro forma definitiva prima dell'apertura delle iscrizioni. Per l'a.a. 2015-2016 la data entro cui rendere disponibili le informazioni definitive sarà il 1 luglio 2015.

Le schede descrittive degli insegnamenti sono supervisionate prima del loro inserimento nella scheda SUA-CdS da parte del Gruppo AQ che provvede anche al riscontro della coerenza tra la scheda descrittiva fornita dal docente e i risultati di apprendimento attesi.

Confrontando i libretti delle lezioni con le schede descrittive è evidente una corrispondenza con le schede descrittive degli stessi, inoltre gli esami vengono svolti così come dichiarato dai singoli docenti. Non emergono dai rappresentati degli studenti, dalla Segreteria Didattica, e dalla Commissione Paritetica criticità su questi aspetti.

Per quanto riguarda le valutazioni di apprendimento si è richiamata più volte l'attenzione dei docenti, soprattutto nelle riunioni delle Commissioni di laurea, sulla correttezza della valutazione per evitare mancanza di differenziazione nei loro risultati di laurea finali, che di fatto risultano dal RAR 2014 meno uniformi.

Inoltre, al fine di rafforzare questa azione e discriminare con maggiore attenzione i risultati degli esami finali è stata introdotta la figura del Controrelatore anonimo per tutti i laureandi del CdS. Questo docente, nominato dal Direttore di Dipartimento, ha l'onere di controllare il lavoro svolto dallo studente sotto la supervisione del suo Relatore, compilando una scheda di valutazione che viene allegata alla documentazione che la Commissione di Laurea esamina prima di effettuare la valutazione finale del laureando. Questa pratica è in essere dalla sessione di laurea di febbraio 2014 per tutti i CdS di LM del Dipartimento.

Per quanto riguarda i risultati di apprendimento appare importante rilevare come la logica progettuale su cui si fonda il corso di laurea è quella di una piena e armonica integrazione tra le competenze connesse al marketing, in modo trasversale e interdisciplinare (gestione, *customer satisfaction*, statistica applicata) e quelle collegate alla qualità (certificazione, statistica per la qualità, gestione per la qualità). Il corso di laurea si basa sull'erogazione di alcune conoscenze aziendali caratterizzanti per uno studente che frequenta un corso di laurea magistrale finalizzato all'obiettivo di formare una figura specialistica nell'ambito del marketing e della qualità (controllo, pianificazione, gestione, fondamentali di marketing e qualità, statistica e economia applicate, innovazione).

Pur non essendo possibile fare un *benchmarking* a livello nazionale, data la già ricordata unicità del corso di LM in Marketing e Qualità, i risultati di apprendimento a livello nazionale possono essere valutati in base al tasso di occupazione, già commentato nel RAR 2014, che indica come a tre anni dalla laurea la percentuale dei nostri laureati occupati sia superiore alla media nazionale per la classe di laurea 84/S (vedi Tabella n. 21) anche se è da migliorare il tasso di occupazione ad un anno, dipendente dall'attuale situazione economica italiana.

PUNTI DI FORZA

- Corrispondenza della didattica erogata con le schede descrittive degli insegnamenti;

- Tasso di occupazione a tre anni dalla laurea superiore alla media nazionale;
- Attenzione alla corretta discriminazione tra i diversi livelli di raggiungimento dei risultati di apprendimento e del risultato finale.

2-c INTERVENTI CORRETTIVI

In relazione a questa parte, l'azione non si configura come un intervento correttivo in senso stretto ma piuttosto come azione di miglioramento conseguente a una emergente opportunità di miglioramento che il gruppo di riesame ha individuato.

Obiettivo n. 1:

MANTENERE LA COERENZA COMPLESSIVA DEL CORSO.

Azioni da intraprendere:

1. Sensibilizzazione dei docenti circa la necessità di mantenere un'elevata coerenza tra offerta formativa e domanda di formazione.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

Sarà convocata una riunione annuale da parte del coordinatore del CdS per verificare la coerenza complessiva del corso ed il corretto adempimento di tutti gli oneri in capo ai singoli docenti, prima del RAR annuale.

3 – IL SISTEMA DI GESTIONE DEL CDS

3-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI

3-b ANALISI DELLA SITUAZIONE

I processi di gestione individuati per il CDS e suddivisi in quattro aree sono i seguenti:

- Didattica:
 - Progettazione e pianificazione;
 - Gestione risorse docenti;
 - Erogazione;
 - Gestione delle lezioni;
 - Gestione verbali di esame;
 - Gestione delle prenotazioni di esame;
 - Gestione tesi;
 - Monitoraggio dell'apprendimento;
 - Pre-iscrizione lauree magistrali (il processo di iscrizione e le pratiche relative alle carriere degli studenti vengono gestiti a livello di Segreteria Unica – Ateneo);
 - Gestione attività lavorativa richiesta dal percorso di studi;
 - Gestione *project work*;
 - Gestione tirocini;
- Attività di supporto relative al singolo CdS:
 - Gestione del prestito bibliotecario;
 - Gestione orientamento in entrata a livello di Dipartimento e in coordinamento con l'Ateneo;
 - Gestione tutor;
- Sistema di gestione della qualità:
 - Controllo dei documenti e delle registrazioni relative alla qualità;
 - Pianificazione del processo di riesame annuale e ciclico;
 - Gestione di processo di analisi e miglioramento;
 - Processo di raccolta di informazioni;
 - Gestione delle non conformità;
- Gestione infrastrutture:
 - Gestione aule;
 - Gestione aule da parte del docente;
 - Gestione file (materiale didattico).

I processi sopra menzionati erano già stati mappati a livello di Dipartimento nell'ambito di una iniziativa interna rivolta al miglioramento della gestione, iniziata precedentemente all'avvio del sistema AVA, anche con il supporto degli studenti, dalla allora Facoltà di Economia. Ovviamente questo materiale ha richiesto un aggiornamento effettuato a partire dall'estate 2013 e conclusosi nel giugno 2014 che ha riguardato:

1. La mappatura dei processi, tenendo conto dell'estinzione della Facoltà e della contemporanea nascita del Dipartimento;
2. Le procedure relative alla segreteria studenti di facoltà ormai sostituita dalla Segreteria Unica di Ateneo, e che quindi ad oggi gestisce i relativi processi dal 2013;
3. I processi relativi al sostenimento degli esami con la nuova procedura di verbalizzazione elettronica, da aggiornare di nuovo per la realizzazione del nuovo portale del docente che è stata realizzata successivamente (anno 2014).

Per quanto riguarda i ruoli e le responsabilità è possibile affermare che avendo utilizzato un approccio interfunzionale, i processi mostrano per colonne quali attività attengono ai diversi responsabili e quindi la loro individuazione è chiara.

Per quanto riguarda la gestione dei processi sopra menzionati è possibile affermare che si tratta per lo più di attività di routine svolte dai singoli responsabili, quindi secondo scadenze e modalità prestabilite. Si fa inoltre presente che la Segreteria didattica ricorda con puntualità le diverse scadenze per l'avvio dei processi (es. pubblicazione date di esame, pubblicazione programmi, modalità di compilazione verbali, modalità di rilevazione delle opinioni degli studenti frequentanti, ecc.). La stessa Segreteria Didattica è l'ufficio di supporto di tutti i docenti e responsabili nei loro diversi ruoli affinché i processi vengano eseguiti correttamente e tempestivamente. Inoltre, il Gruppo di AQ verifica l'efficacia dei processi attraverso i quali vengono erogate la didattica e i relativi servizi. Analizza e risolve eventuali non conformità. Svolge azioni di verifica ispettiva e propone azioni di miglioramento.

Le risorse in termini di personale docente appaiono sufficienti per gli obiettivi prestabiliti dalla scheda SUA-CdS, mentre per quanto riguarda le infrastrutture, gli studenti, attraverso la rilevazione delle loro opinioni, mettono in luce problematiche esistenti circa gli apparati presenti nelle aule (es. videoproiettori - vedi relazione della Commissione Paritetica).

I rapporti di Riesame Annuali stilati per il corso di LM in Marketing e Qualità qui considerati sono quelli relativi all'anno 2013 e a quello in scadenza, ma già predisposto in bozza dallo stesso Gruppo di Riesame per il 2014. Per quanto riguarda le azioni correttive evidenziate nell'anno 2013 è possibile affermare che le stesse sono state portate avanti a livelli diversi, ma con continuità, perché per alcune è richiesto l'intervento di altri organi di Ateneo.

Si riscontra comunque attenzione nella prosecuzione del miglioramento della qualità del CdS.

Il gruppo di lavoro della AQ del corso di studio sovrintende al regolare svolgimento delle procedure di AQ relative al corso di studio secondo tempistiche e cadenze coerenti con quelle previste dalla normativa vigente in materia, verifica il continuo aggiornamento delle informazioni e presta supporto al referente del corso di studio nella fase di redazione del rapporto di riesame.

Il gruppo di lavoro della AQ si compone della prof.ssa Barbara Aquilani, del prof. Enrico Maria Mosconi e della dott.ssa Rosella Bruzzichini, per il personale tecnico amministrativo.

Il gruppo di qualità del corso di studio opera in maniera collegiale, informando costantemente il consiglio di dipartimento.

Per quanto riguarda la documentazione sulle caratteristiche e sull'organizzazione del CdS è possibile affermare che le stesse sono complete, per lo più aggiornate (vedi sezione sotto), ma ancora poco trasparenti perché presenti solo all'interno del sito di Ateneo, nella sezione Rapporti annuali di Riesame all'interno della pagina degli organi di Ateneo; circostanza che motiverà un'azione correttiva.

3-c INTERVENTI CORRETTIVI

In relazione a questa parte, in realtà le azioni non si configurano come interventi correttivi in senso stretto ma piuttosto come azioni di miglioramento conseguenti a una emergente opportunità di miglioramento che il gruppo di riesame ha individuato.

Obiettivo n. 1:

AGGIORNARE ALCUNI PROCESSI GIÀ MODIFICATI CON LA MESSA A REGIME DEL PORTALE DELLO STUDENTE E LA COSTITUZIONE DEL LABORATORIO DI COMUNICAZIONE DI ATENEО

Azioni da intraprendere:

1. Aggiornamento del processo di gestione di orientamento in ingresso con la costituzione del laboratorio di Comunicazione di Ateneo;
2. Aggiornamento del processo di prenotazione d'esame a seguito della messa a regime del Portale dello

studente.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

1. Per lo svolgimento delle azioni si prevede di utilizzare la metodologia del *project work* ricorrendo al supporto degli studenti dei corsi di Qualità e Organizzazione, seguiti dal docente di riferimento, su cui ricade questa responsabilità entro il prossimo riesame annuale.

Obiettivo n. 2:

DARE MAGGIORE PUBBLICITÀ ALLE INFORMAZIONI RIGUARDANTI I PROCESSI DI GESTIONE E LA DOCUMENTAZIONE RIGUARDANTE L'AQ DEL CDS.

Azioni da intraprendere:

1. Pubblicazione del RAR annuale sul Sito di Dipartimento;
2. Maggiore pubblicizzazione verso i docenti del corso della scheda SUA-CdS.

Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:

1. Previa autorizzazione da concedere su richiesta del coordinatore del CdS da parte del Consiglio di Dipartimento verrà inserito sul sito dello stesso nella sezione Assicurazione Qualità il RAR annuale 2013 e 2014, quest'ultimo comunque dopo il 31 gennaio 2015, ad opera del Responsabile della gestione del sito. I tempi di realizzazione dell'azione saranno in conseguenza della suddetta autorizzazione;
2. Riunione con tutti i docenti del corso di LM in Marketing e Qualità, da convocare ad opera del coordinatore del CdS per discutere i vari punti della scheda SUA-CdS entro il mese di marzo 2015.