

## ***RAPPORTO ANNUALE DI RIESAME***

**Denominazione del Corso di Studio :** Management Internazionale

**Classe :** (LM-77, Scienze Economico – Aziendali)

**Sede :** Dipartimento di Economia Marco Biagi

**Primo anno accademico di attivazione: 2009/2010**

### **Gruppo di Riesame:**

- *Responsabile del CdS (Responsabile del Riesame): Prof. Tiziano Bursi*

Altri componenti:

- Componente docente gruppo di riesame: Elisa Martinelli, Sergio Paba, Donatella Malavasi
- Enrico Bertoni (studente II anno - laureando)
- Alessandro Bursi (studente II anno - laureando)

Sono stati consultati inoltre:

- Davide Ansaloni, Responsabile area internazionalizzazione, Confindustria Modena.
- Gabriele Fagandini, Marketing area manager, Kerakoll.
- Leonardo Tavani, Responsabile marketing Area Europa, Marazzi Group.

Diversi incontri con il Dr. Ansaloni hanno consentito di valutare l'adeguatezza dei programmi di studio del corso di laurea, di conoscere il profilo di competenza e conoscenze richiesto dalle imprese e segnalare CV di laureandi e neo-laureati per stage e inserimenti occupazionali.

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:

Il Gruppo di Riesame, coinvolto in modalità telematica per valutare e integrare la bozza preparata dal responsabile del CdS, per la discussione degli argomenti riportati nei quadri delle sezioni di questo Rapporto di Riesame, ha approvato in data 20/01/2014.

### **Sintesi dell'esito della discussione del Consiglio del Corso di Studio**

Condivisione del gruppo di riesame dell'analisi del rapporto di riesame.

# **1 - L'INGRESSO, IL PERCORSO, L'USCITA DAL CdS**

## **1-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI**

**Obiettivo n. 1:** Anticipazione della comunicazione dei requisiti di accesso al corso di studio

**Azioni intraprese:**

Comunicazione sulla pagina web del corso di studio dei requisiti di accesso nel corso del mese di maggio 2013. Incontro informativo a fine maggio per gli studenti interessati.

**Stato di avanzamento dell'azione correttiva:**

Obiettivo realizzato. Inoltre, per favorire il superamento del debito rilevato al momento del colloquio di ammissione (nella maggiore parte dei casi l'ottenimento della certificazione B2 di lingua inglese, necessaria per l'accesso) si possono concordare con il Centro Linguistico di Ateneo un maggior numero di prove di esame nel corso dell'anno accademico.

**Obiettivo n. 2:** Organizzazione di workshop e operatori del mondo del lavoro

**Azioni intraprese:**

Sono stati organizzati seminari e workshop con operatori del mondo del lavoro, in particolare all'interno degli insegnamenti "Strategie d'impresa" e "Strategie d'internazionalizzazione". E' stata inoltre organizzata una *lectio magistralis* di inaugurazione del corso di studio, tenuta dal dott. Mario Gasparri, President CNH Construction Equipment, sul tema "Competizione internazionale: scenari, mercati e strategie". All'interno del corso di Strategia di impresa è stata ospitata una *visting professor* spagnola che ha tenuto alcune ore di lezioni e un seminario. E' previsto inoltre un workshop sulla creatività, il "Made in Italy" e l'internazionalizzazione con lo chef Massimo Bottura pensato per gli studenti del corso di Management ma aperto a tutto il dipartimento.

**Stato di avanzamento dell'azione correttiva:**

Realizzata in parte e in parte da realizzare nei prossimi mesi

**Obiettivo n. 3:** Rafforzamento programma Moreoverseas ed esperienze di studio all'estero

**Azioni intraprese:**

Rispetto al rafforzamento del progetto Cina e al programma Overseas sono state raccolte le domande, effettuata la selezione che ha portato alla individuazione dei candidati che beneficeranno delle 6 borse di studio con destinazione Shanghai, in due diverse sedi universitarie, e una con destinazione Pechino, della durata ognuna di circa 3 mesi, con partenza prevista per aprile 2014.

**Obiettivo n. 4:** Utilizzo banche dati

**Azioni intraprese:**

Attualmente si sta usando la banca dati Aida più quella Istat e si è già proposto l'acquisto alla biblioteca di Economia Sebastiano Brusco, che se ne occupa, di Euromonitor: dovrà essere verificato il costo per l'effettivo acquisto.

All'interno di alcuni insegnamenti sono previste esercitazioni sull'utilizzo delle banche dati e programmi specifici.

## 1-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

Il numero di immatricolati segnala un incremento nel corso del tempo. Gli iscritti passano da 75 nell'a.a. 2010/2011 a 89 nell'a.a. 2011/2012 e 83 nell'a.a. 2012/2013 (+10,6% nel periodo). L'incidenza degli iscritti al primo anno è quindi aumentata sia con riferimento al Dipartimento (dal 25,7% al 28,6%) che all'Ateneo (dal 6% al 6,5%) nel periodo.

In particolare è aumentato:

- il numero degli studenti stranieri iscritti che rappresentano:
  - il 12% degli iscritti al I.mo anno contro l'8% nell'a.a. 2010/2011;
  - il 43,5% degli iscritti stranieri del Dipartimento contro il 33,3% nell'a.a. 2010/2011;
  - il 15,5% degli iscritti stranieri dell'Ateneo contro il 12,8% dell'a.a. 2010/2011.
- il numero di studenti provenienti da altre province della Regione Emilia Romagna e da altre Regioni d'Italia che passano nel periodo dal 27% al 35%

Il fenomeno della dispersione degli iscritti si è ridotto in modo significativo nel periodo 2009/2012: passa dal 9,4% al 6,7%. Il tasso di abbandono passa dal 7,6% al 5,6% nello stesso periodo.

Il n° di CFU medi acquisiti passa da 45,9 a 50,9.

Il numero degli esami si mantiene elevato ed in crescita nel periodo: passa da 6,4 a 6,9 esami

Il voto medio si mantiene elevato ed in crescita: passa da 26,2 a 26,9.

Il n° di studenti coinvolti in programmi di mobilità passa nel periodo da 14 a 37 rappresentando il 68% sulla popolazione studentesca del Dipartimento e il 21,6 di quella dell'Ateneo.

## 1-c INTERVENTI CORRETTIVI

**Obiettivo n. 1:** Aumento numero studenti stranieri iscritti (in particolare cinesi)

**Azioni da intraprendere:**

Proseguimento del programma MORE Overseas con Università cinesi.

Incremento delle attività didattiche proposte in lingua (seminari, conferenze,...). Avvio di relazioni con sedi universitarie di paesi ad economia emergente in Cina, Brasile, Russia.

**Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:**

Obiettivo da raggiungere nel prossimo anno accademico. Le modalità operative prevedono visite e contatti con istituzioni all'estere. Il responsabile del corso si farà carico in primis di queste attività.

**Obiettivo n. 2:** Incremento del numero di studenti provenienti da altre province della Regione Emilia Romagna e da altre Regioni d'Italia.

**Azioni da intraprendere:**

Maggiore comunicazione attraverso il sito web e la creazione di indirizzi mirati per pubblicizzare il corso di studio e gli eventi legati al corso.

**Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:**

Intensificazione attività comunicativa con l'utilizzo di strumenti telematici nel periodo che precede l'iscrizione degli studenti al corso di laurea. L'azione è in capo al responsabile del corso e al coordinatore didattico dello stesso.

## **2 - L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE**

### **2-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI**

**Obiettivo n. 1:** Ridurre la dispersione degli iscritti

**Azioni intraprese:**

Miglioramento della qualità dei servizi agli studenti (ricevimenti, ascolto,...) dell'organizzazione dell'attività didattica (orari, fruibilità strutture) accesso materiali e supporti didattici on line.

**Stato di avanzamento dell'azione correttiva:**

Controllo del rispetto degli orari di ricevimento studenti da parte dei docenti. Verifica della funzionalità del calendario delle lezioni per favorire la fruibilità delle stesse da parte degli studenti. Promozione dei supporti didattici di tipo informatico (Es. Dolly).

### **2-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI**

Il grado di soddisfazione degli studenti, rilevato attraverso il questionario di valutazione della didattica, si mantiene elevato: ciò vale in particolare per il giudizio complessivo, per il rapporto con i docenti, il carico didattico, il materiale didattico, l'adeguatezza delle strutture. Tutto ciò spiega in larga parte l'elevato grado di frequenza alle lezioni da parte degli studenti.

E' stato effettuato un sondaggio per via telematica ad un gruppo di studenti del corso di studio prossimi alla laurea che hanno segnalato i punti di forza e i punti di miglioramento del corso di studio. Gli studenti sottolineano il fatto che Management internazionale è un corso di studio "esclusivo" in ambito nazionale (solo Pavia ha un corso di studio paragonabile in termini di contenuti) e presenta la possibilità di potenziare sia la lingua inglese che la lingua cinese. Segnalano inoltre una buona organizzazione del corso in termini di lezioni e servizi, la disponibilità dei docenti e la numerosità di testimonianze aziendali all'interno degli insegnamenti.

Segnalano al contrario la presenza di un numero non adeguato di insegnamenti impartiti in lingua inglese e richiedono un ampliamento delle possibilità di svolgere esperienze all'estero all'interno del biennio.

Il corso di studi ha raggiunto gli obiettivi che si era prefisso e si segnala per una particolare rete di relazioni con il territorio. Inoltre, si condivide il suggerimento della commissione paritetica, inserito nella sua Relazione annuale 2013, di mettere a sistema la rete di relazioni per sfruttare tutte le occasioni che il territorio offre (bandi, progetti di inserimento nel mondo del lavoro, ecc).

### **2-c INTERVENTI CORRETTIVI**

**Obiettivo n. 1:** Accrescere la mobilità internazionale in uscita.

**Azioni da intraprendere:**

Avvio relazioni con università extra- Europa e di Paesi quali India, Russia, Brasile. Si tratta di Paesi di destinazione delle correnti esportative delle imprese locali e italiane e meta dei loro processi di internazionalizzazione.

A ciò si deve aggiungere la programmazione dello *Study Tour* di alcune settimane presso la Tongji University di Shanghai per studenti iscritti al corso di laurea che si svolgerà nell'estate 2014.

**Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:**

Per l'individuazione delle nuove università/Paesi ci si avvarrà delle relazioni con imprese locali e loro associazioni di categoria.

Per quanto riguarda le risorse si cercherà di utilizzare quelle previste da eventuali bandi regionali per l'internazionalizzazione delle imprese, Camere di Commercio ed altre istituzioni.

Le scadenze saranno condizionate dai bandi stessi.

La responsabilità sarà in parte individuale (responsabile corso di laurea) e in parte istituzionale (ufficio relazioni internazionali, direzione dipartimento).

**Obiettivo n. 2:** Integrare i contenuti teorici dei corsi con le prassi manageriali

**Azioni da intraprendere:**

Coinvolgere manager ed operatori aziendali nelle attività didattiche.

**Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:**

Svolgimento di seminari, conferenze, tutorship di manager in progetti e tesi di laurea, visite aziendali. Con riferimento alle modalità didattiche, al fine di migliorare l'apprendimento dei contenuti degli insegnamenti, si accrescerà il ricorso a lavori di gruppo e presentazione in aula da parte degli studenti di project work.

## **3 – L'ACCOMPAGNAMENTO AL MONDO DEL LAVORO**

### **3-a AZIONI CORRETTIVE GIÀ INTRAPRESE ED ESITI**

**Obiettivo n. 1:** Raccordo con il mondo delle imprese anche per l'organizzazione di tirocini per tesi di laurea

**Azioni intraprese:**

Sviluppo di relazioni con associazioni di categoria, istituzioni e mondo della consulenza per favorire iniziative di tirocini, svolgimento di tesi di laurea-progetti, esperienze di stage in Italia e all'estero.

Lancio di un bando per premio di studio per tesi di laurea sul tema "Internazionalizzazione del made in Italy" promosso dalla famiglia Marazzi.

**Stato di avanzamento dell'azione correttiva:**

Diverse azioni sono già state intraprese. Alcune convenzioni sono state siglate (Octagona e TecnoLab). Il bando del premio di tesi Marazzi è stato pubblicato e il premio sarà consegnato in occasione di un work-shop in programma per maggio 2014.

### 3-b ANALISI DELLA SITUAZIONE SULLA BASE DEI DATI

Per quanto riguarda la situazione occupazionale i dati a disposizione rivelano che il 73,8% degli studenti ha una occupazione a un anno dalla laurea. Fenomeno in crescita nel periodo.  
L'utilizzo delle competenze acquisite con la laurea si rileva elevato oltre il 73,8% e di nuovo in crescita nel periodo.  
L'efficacia della laurea nel lavoro svolto si presenta molto efficace (32,4%) e abbastanza efficace (52,7%) segnalando margini di miglioramento.  
Il quadro occupazionale sopra descritto migliora a tre anni dalla laurea.  
Il guadagno medio (2011) è di 1.143,6 € sostanzialmente stabile nel tempo.  
La soddisfazione per il lavoro svolto è pari a 7,2 (scala 1-10) e di fatto stabile nel periodo.

### 3-c INTERVENTI CORRETTIVI

**Obiettivo n. 1:** Ampliamento relazioni con soggetti esterni per la definizione di convenzioni finalizzate allo svolgimento di tirocini e progetti di tesi da svolgersi anche all'estero

**Azioni da intraprendere:**

Lancio e bando di tre premi per tesi di laurea-progetto in concomitanza nel secondo semestre 2014 dell'organizzazione presso il Dipartimento di Economia Marco Biagi del convegno annuale della Società Italiana di Marketing sul tema *"Food marketing: mercati, filiere e strategie di branding"*. I premi sono rivolti tesi su temi di internazionalizzazione e vedono la sponsorizzazione di 3 aziende importanti.

Attuazione di quanto previsto dalla convenzione con Octagona, società di consulenza internazionale, con il bando di una borsa per un tirocinio presso la loro sede indiana da effettuarsi nel primo semestre del 2014.

**Modalità, risorse, scadenze previste, responsabilità:** I bandi per i premi di tesi sono stati di recente banditi e pubblicati. L'erogazione dei premi avverrà a settembre 2014. La responsabilità è del responsabile del Corso di laurea.