

**Accreditamento Iniziale a.a. 2023/2024**

**Università degli Studi di TRIESTE  
MARKETING E MANAGEMENT  
Cod SUA: 1588899**



OC1)

## **Obiettivo I - Qualità della documentazione progettuale per l'istituzione del Corso)**

### **I.1**

È presente il parere positivo del Comitato Regionale di Coordinamento?

**presente:** Si

### **I.2**

L'Ateneo ha presentato un documento di progettazione coerente con le Linee Guida ANVUR 2022 per la progettazione in qualità dei Corsi di Studio di nuova istituzione? Nel documento l'Ateneo ha incluso l'analisi di eventuali corsi (convenzionali e/o telematici) della stessa classe di laurea o di classe simile già attivi nell'Ateneo o in Atenei della Regione o Regioni limitrofe? È stata svolta un'analisi degli sbocchi occupazionali che giustifichi l'istituzione del nuovo Corso (convenzionale o telematico)? Sono stati considerati studi di settore pertinenti con il progetto culturale e professionale del Corso, con riferimento al livello regionale, nazionale, internazionale interessato?

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): L'Ateneo ha presentato un documento di progettazione completo nella documentazione e coerente con le Linee Guida ANVUR 2022 per la progettazione in qualità dei Corsi di Studio di nuova istituzione (SUA-Quadro D5). Nel documento l'Ateneo ha incluso l'analisi di eventuali corsi (convenzionali e/o telematici) della stessa classe di laurea o di classe simile già attivi nell'Ateneo o in Atenei della Regione o Regioni limitrofe. In particolare, il documento di progettazione propone un più che soddisfacente benchmark a livello nazionale (con alcuni esempi di offerta di università europee) relativo all'offerta formativa simile a quella proposta di nuova attivazione (pp. 1 e 2). Vengono, ad esempio, prese in considerazione a livello nazionale due CdL interamente in lingua inglese (Udine e Luiss-Roma) e cinque CdL legati ad una particolare specializzazione: nello specifico, marketing digitale (Bari), food marketing (Piacenza), marketing internazionale (Macerata, Milano-Bicocca, Napoli). Logicamente l'analisi si ferma alle etichette generali e non scende nel dettaglio di corsi LM77 più generalisti con curricula orientati al Marketing. Ad esempio, si consiglia di guardare anche il CdL LM 77 Management delle imprese (MANIMP) offerto dal Dip. di Management della Sapienza Univ. di Roma, il quale è articolato in quattro curricula -di cui uno proprio in "Marketing" e un altro in "Direzione e gestione d'impresa"-, e che costituisce ad oggi il CdL LM 77 con più elevato numero di immatricolazioni a livello italiano. A livello internazionale, sono prese in considerazione offerte formative quali: Master dell'Università di Rotterdam - Erasmus (<https://www.rsm.nl/education/master/msc-programmes/>), Università di Amsterdam (<https://www.uva.nl/en/education/master-s/master-s-programmes/masters-programmes-by-subject.html>), Università di Vienna (<https://www.wu.ac.at/en/programs/masters-programs>). Il documento di progettazione (SUA-Quadro D5) presenta una soddisfacente analisi degli sbocchi occupazionali atta a giustificazione l'istituzione del nuovo Corso LM 77 Marketing e Management. In particolare, l'analisi è basata su dati Almalaurea 2021 (par. 4 "Sbocchi occupazionali e professionali", p. 3), ma prende in considerazione anche l'evoluzione dello scenario socio-economico e tecnologico facendo esplicito riferimento alle opportunità legate alla trasformazione digitale e alla transizione verde (par. 1.1.2. "Soddisfazione delle esigenze e potenzialità di sviluppo economico-sociale dei settori di riferimento, anche in relazione con i cicli di studio successivi, se presenti", pp. 10-11). Anche il NdV nella sua articolata relazione osserva che "Il documento di progettazione è molto ben organizzato in ogni sua parte ed è coerente con le indicazioni delle Linee guida per la progettazione dei corsi di studio di nuova istituzione per l'a.a. 2022-23 emanate dall'ANVUR" (NdV, "Relazione Tecnico-Illustrativa del Nucleo di Valutazione sui corsi di nuova istituzione per l'a.a.2023/24, par. 2.1 Scheda di valutazione preliminare del progetto del Corso di laurea magistrale in Marketing e Management – LM-77, p. 7).

**Documentazione:** completa

### I.3

I portatori di interesse consultati sono coerenti con il progetto culturale e professionale del Corso proposto e sono adeguati per numerosità e rappresentatività? Sono stati effettivamente coinvolti nella progettazione del Corso attraverso incontri documentati dai relativi verbali? Per i CdS ad orientamento professionale, di cui all'art. 8 del D.M. 1154/2021, e di cui al DM 446/2020, sono previste misure adeguate (es. convenzioni con aziende, tirocini) ai fini dell'attuazione del progetto formativo?

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): I portatori di interesse consultati sono coerenti con il progetto culturale e professionale del Corso proposto e sono adeguati per numerosità e rappresentatività. Essi sono stati effettivamente coinvolti nella progettazione del Corso attraverso incontri documentati dai relativi verbali. In particolare, si rileva un rigoroso e ben documentato processo di coinvolgimento degli stakeholder coinvolti nella progettazione del CdL LM-77 Marketing e Management, descritto in SUA-Quadro A1.a, e di cui si riportano i verbali anche nel documento di progettazione. Nel corso del suddetto processo di consultazione, sono stati identificati e auditi diversi rappresentanti delle principali parti sociali potenzialmente interessate, secondo il sistema di consultazione previsto dalle Linee Guida del Presidio Qualità (PQ) dell'Università degli Studi di Trieste (<https://www.units.it/ateneo/assicurazione-qualita>). Le consultazioni sono state organizzate e gestite secondo la seguente procedura generale delineata nel dipartimento DEAMS: individuazione delle organizzazioni da coinvolgere, operanti a livello territoriale, nazionale e internazionale, in diversi settori produttivi, considerando gli sbocchi professionali ipotizzati, a partire dall'elenco delle imprese/organizzazioni con cui sono già attivi relazioni o convenzioni per lo svolgimento di stage e tirocini da parte di studenti/esse e laureandi/e, integrato da eventuali ulteriori contatti; individuazione di uno o più responsabili/referenti, per ogni organizzazione individuata, tenendo conto anche della coerenza con gli sbocchi professionali previsti per i laureati/e dei CdS; predisposizione della comunicazione e/o degli inviti scritti, da inoltrare via email; predisposizione del materiale informativo relativo al singolo corso di studio (in particolare motivazioni, obiettivi e offerta formativa); predisposizione di un questionario strutturato (basato sul questionario proposto dal PQ di Ateneo) da sottoporre, con varie modalità (in presenza, telematicamente o telefonicamente) ai referenti individuati (viene allegata copia del questionario in SUA-Quadro A1.a); analisi dei risultati dei questionari raccolti; utilizzo degli esiti di altre eventuali consultazioni "in itinere" mantenute dal CdS. Le consultazioni sono state realizzate con diverse modalità di attuazione, online e offline, come riunioni in presenza, riunioni a distanza (in via telematica o telefonica) e altre forme di rilevazione e condivisione degli argomenti di interesse (ad esempio, nel corso incontri con le aziende per finalità didattiche) e sono state condotte con il supporto di un gruppo di referenti accademici, preventivamente individuati: Direttrice del Dipartimento, la Coordinatrice del Corso di Laurea Magistrale in Strategia e Consulenza aziendale, un referente d'area aziendale, un docente del corso di Laurea Magistrale. È stata inoltre effettuata un'intervista di gruppo, a 59 studenti/esse frequentanti il corso di Marketing offerto nell'ambito del Corso di Laurea Triennale del DEAMS (con modalità di rilevazione anonima assistita da software). La documentazione risulta essere completa sia nei Quadri SUA di riferimento, sia negli allegati (verbali delle consultazioni, i questionari e il documento sintetico di riepilogo).

**Documentazione:** completa

### I.4

Il Nucleo di Valutazione ha sviluppato nella propria relazione tecnica un'analisi chiara e dettagliata sulla proposta di nuova istituzione del Corso di Studio? La Relazione del NdV ha approfondito l'analisi dei requisiti di docenza richiesti e dell'eventuale Piano di Raggiungimento (art. 4 e Allegato A del D.M. 1154/2021)?

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): Il Nucleo di Valutazione ha sviluppato nella propria relazione tecnica un'analisi chiara e dettagliata sulla proposta di nuova istituzione del Corso di Studio. Dalla relazione si evince, tra l'altro, che il Nucleo di Valutazione ha verificato che la proposta di istituzione è stata progettata correttamente. In particolare: • l'analisi della domanda di formazione tiene conto delle richieste emerse dalle consultazioni di organizzazioni rappresentative, sia a livello locale e nazionale, sia a livello

internazionale; • le consultazioni con le parti interessate sono state numerose, e gli incontri sono iniziati precedentemente alla richiesta di istituzione del CdL. Le parti consultate sono chiaramente elencate nel documento, i resoconti degli incontri sono descritti puntualmente e i problemi e i suggerimenti sono indicati chiaramente. I documenti di riferimento sono completi e disponibili. Viene valutata la prevista istituzione di un Comitato di indirizzo;• appaiono correttamente formulati gli obiettivi formativi specifici del corso coerentemente con le figure professionali da formare;• i risultati di apprendimento attesi sono stati formulati all'interno di aree di apprendimento correttamente delineate;• le risorse in termini di strutture risultano adeguate. Il Nucleo di Valutazione rileva quindi che la proposta è coerente con il piano strategico di Ateneo. La Relazione del NdV ha approfondito l'analisi dei requisiti di docenza richiesti e dell'eventuale Piano di Raggiungimento (art. 4 e Allegato A del D.M. 1154/2021). Il particolare, il NdV rileva che il quadro dei docenti di riferimento individuati per il corso di studio è coerente con i requisiti di docenza previsti a regime dal DM.1154/2021, sia in termini quantitativi (6) sia in termini qualitativi (4 PO/PA, il 100% dei docenti di riferimento afferisce ai macrosettori corrispondenti ai settori scientifici disciplinari caratterizzanti del corso).Il Nucleo rileva, inoltre, che, tenuto conto del piano complessivo dell'offerta formativa dell'Ateneo per l'a.a. 2023/24, l'istituzione dei nuovi corsi di studio comporta un incremento di una unità del numero dei corsi di studio offerti rispetto all'a.a.2022/23 in linea con quelli consentiti dal DM.1154/2021.

**Documentazione:** completa

**Punti di forza e aree di miglioramento relativi all'Obiettivo:** Tra i Punti di FORZA si segnalano: la rigorosa e documentata consultazione della parti sociali; l'adeguata numerosità e varietà delle parti consultate; l'effettivo coinvolgimento degli stakeholder nella progettazione del CdL LM 77- Marketing e Management; l'accurata relazione del NdV. Non si rilevano Punti di DEBOLEZZA degni di nota

## **Obiettivo II - Accertare le motivazioni per l'istituzione del Corso e verificare che siano chiaramente definiti i profili culturali e professionali della figura che il CdS intende formare)**

### **II.1**

Le motivazioni per attivare il CdS giustificano tale decisione? Gli obiettivi individuati sono coerenti con le esigenze culturali, scientifiche, sociali e professionali rilevate attraverso le analisi e le consultazioni preliminarmente condotte? Il progetto culturale e professionale del Corso è coerente con le motivazioni e gli obiettivi individuati? (Non applicabile alla valutazione dei CdS Replica)

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): I proponenti argomentano in maniera esaustiva le motivazioni per l'attivazione del nuovo CdS. Si ritiene analogamente valido ed esauriente il progetto culturale e formativo relativo al CdS; lo stesso individua obiettivi formativi coerenti con le esigenze culturali, scientifiche, sociali e professionali rilevate. Le motivazioni sono chiaramente descritte nel Documento di Progettazione, Sez. 0\_6 - Motivazioni della nuova attivazione, e sono riconducibili essenzialmente alle seguenti: 1. l'attivazione del nuovo Corso di LM in Marketing e Management risponde a alle esigenze legate innanzitutto agli obiettivi del Piano Strategico di Ateneo e di Dipartimento. Nel documento si evidenzia, sebbene, in maniera generica, la coerenza con alcuni obiettivi del piano (1, 1.1, 1.3, 1.4 e 5) legati alla didattica, alla digitalizzazione e alla sostenibilità. 2. l'attivazione è coerente con le le richieste emerse nelle approfondite consultazioni con le parti sociali che rappresentano la voce del territorio e del mercato del lavoro sia a livello regionale che nazionale; 3. l'attivazione del CdL LM 77 Marketing e Management risponde alle esigenze dei laureati triennali di Units che cercano uno sbocco magistrale nel marketing e nel management; 4. la nuova LM consente di valorizzare le risorse didattiche interne per costruire un percorso formativo approfondito in grado di migliorare le conoscenze e le competenze dei laureati per ampliare le possibilità di ingresso nel mondo del lavoro. La nuova LM 77- Marketing e Management risponde infatti alla richiesta di competenze e alla soddisfazione di gap formativi evidenziati da aziende e istituzioni a livello locale, regionale e nazionale e che sono ben documentate dalle consultazioni con gli stakeholder (Doc. di Progettazione, Premesse e motivazioni che hanno portato alla dichiarazione del carattere del CdS, nei suoi aspetti culturali e professionalizzanti, p. 9; Questionario di consultazione delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni; SUA-Quadro A1.a). Il progetto culturale e professionale del Corso LM 77 Marketing e Management è coerente con le motivazioni e gli obiettivi individuati. In particolare, il CdS propone un percorso formativo volto a formare manager, dirigenti d'impresa e imprenditori capaci di operare in contesti socio-economici globalizzati e connotati da crescente digitalizzazione e modelli gestionali data-driven (SUA-Quadro A2.a e A2.b; Documento di Progettazione, Sezz. 1-Descrizione, 4-Sbocchi occupazionali e professionali). Il CdL LM 77 Marketing e Management ha l'obiettivo di sviluppare tre diversi tipi di conoscenze e competenze coerenti con i profili culturali e professionali richiesti dalla classe di lauree magistrali LM-77 (SUA-Quadro A4.a): 1. conoscenza teorica multidisciplinare; 2. competenze e capacità strategiche e operative relative rispettivamente al Marketing e al Management; 3. Soft skill.

### **II.2**

Il percorso formativo è descritto chiaramente e risulta coerente, anche in termini di percorsi flessibili, con i profili culturali e professionali in uscita e le competenze ad esso associate? (Non applicabile alla valutazione dei CdS Replica)

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): Il percorso formativo è descritto chiaramente e risulta coerente, anche in termini di percorsi flessibili, con i profili culturali e professionali in uscita e le competenze ad esso associate. In primo luogo, viene fornita una solida base di conoscenze teoriche multidisciplinari. In secondo luogo, vengono sviluppate competenze e capacità strategiche e operative specifiche nel campo del Marketing e del Management. Infine, viene dato un grande valore alle soft skill, che sono

competenze trasversali e di natura comportamentale. L'intero percorso formativo combina insegnamenti nell'area aziendale, con un focus particolare sul marketing e il management, con insegnamenti nell'area economica, concentrandosi sull'applicazione dell'economia a diversi settori produttivi. Vengono anche forniti strumenti quantitativi per la pianificazione del marketing e l'analisi aziendale, nonché conoscenze nel campo del diritto societario e del diritto privato europeo nell'ambito giuridico. Oltre a ciò, vengono affrontate discipline correlate come la gestione della qualità, lo sviluppo sostenibile e l'economia circolare, così come il machine learning. L'organizzazione del percorso formativo (come indicato nel Documento di progettazione nella sezione 5 che riguarda il percorso e gli obiettivi formativi) prevede anche stage, tirocinio e laboratori come parte integrante dell'esperienza di apprendimento degli studenti, progettati soprattutto in relazione all'acquisizione delle soft skill..

### II.3

I risultati di apprendimento attesi sono chiaramente definiti e sono coerenti con i profili culturali e professionali? (Non applicabile alla valutazione dei CdS Replica)

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): I risultati di apprendimento attesi sono chiaramente definiti e sono coerenti con i profili culturali e professionali (SUA-Quadri A4.b1, A4.b2, A4.c; Doc. di Progettazione, Sez. 1.2.4. Risultati di apprendimento attesi) e sono anche esplicitati con la matrice di Tuning allegata al Documento di Progettazione.

### II.4

Le prove di verifica degli apprendimenti (esami di profitto e prova finale) sono adeguatamente descritte e coerenti con gli obiettivi formativi del Corso? (Non applicabile alla valutazione dei CdS Replica)

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): La prova finale è adeguatamente descritta e coerente con gli obiettivi formativi del CdL LM 77 Marketing e Management. In particolare, si specifica che la prova finale (tesi di laurea magistrale) consiste nella scrittura di un elaborato e nella discussione con la commissione di laurea. Tale elaborato conterrà i risultati di uno studio di carattere teorico-pratico, condotto autonomamente dallo studente, con la supervisione di un relatore, su un argomento specifico. Si chiarisce altresì che l'attività formativa connessa alla preparazione e stesura della tesi magistrale deve comportare per gli studenti un carico didattico coerente ai CFU attribuiti (12-18) (cfr. SUA-Quadro A5.a; Documento di Progettazione, Sez. 1.2.9 Modalità di verifica dell'apprendimento). La modalità di definizione del voto finale di laurea è descritta chiaramente (SUA-Quadro A5.b). Il voto finale è espresso in centodecimali ed è costituito dalla somma dei seguenti elementi: a) media ponderata, in relazione ai crediti formativi, dei voti conseguiti nei singoli esami sostenuti dallo studente/essa con voto; b) voto conseguito nella prova finale: fino ad un massimo di 8 punti assoluti da sommarsi alla media ponderata dei voti dei singoli esami. Per quanto concerne gli esami di profitto, il Documento di Progettazione (Sez. 1.2.9 Modalità di verifica dell'apprendimento) esplicita che per ogni attività formativa è prevista una prova d'esame con voto, una prova di idoneità senza voto (prova linguistica), o l'approvazione dello svolgimento dell'attività (stage/laboratorio). Le prove d'esame e di idoneità si svolgono nelle sessioni di esame previste dal calendario didattico, nel rispetto di quanto disciplinato dal Regolamento Didattico di Ateneo (<https://web.units.it/normativa>) e dal Regolamento Carriere Studenti. Nel medesimo documento si chiarisce altresì che le verifiche del profitto degli esami con voto o delle prove di idoneità possono consistere in: prova scritta e/o orale, relazione scritta e/o orale, prova pratica, esercitazione attraverso strumenti informatici. Ogni docente valuterà l'adeguatezza delle verifiche finali (esame orale e/o scritto), adattandole in modo coerente al raggiungimento dei risultati di apprendimento attesi per quell'insegnamento (es. esame orale integrato con progetti di gruppo su casi aziendali reali). Le modalità di verifica dell'apprendimento verranno descritte in modo dettagliato dal docente responsabile nella sezione del Syllabus "Modalità di verifica dell'apprendimento". Il coordinatore verifica ogni anno la presenza di tutti i Syllabus e la corretta ed esaustiva compilazione di

tutte le sezioni.

**Punti di forza e aree di miglioramento relativi all'Obiettivo:** Tra i Punti di FORZA dell'Obiettivo II emergono le buone e approfondite argomentazioni a supporto delle motivazioni per attivare il CdS: le motivazioni appaiono chiare e coerenti. Analogamente positiva è la chiarezza e coerenza della descrizione dei profili culturali e professionali; bene illustrate anche le skill (hard e soft) collegate agli sbocchi occupazionali dei profili che si intende formare. Non emergono particolari Punti di DEBOLEZZA

**Obiettivo III - Accertare che il CdS promuova una didattica centrata sullo studente, tenendo anche conto della dimensione internazionale, e incoraggi l'utilizzo di metodologie didattiche flessibili, verificando correttamente conoscenze e competenze)**

### III.1

III.1 Solo per i CdS triennali o Magistrali a Ciclo Unico: sono chiaramente definite le conoscenze richieste in ingresso? Sono descritte chiaramente le modalità di recupero e di verifica delle eventuali carenze (OFA)?

### III.2

Solo per i CdS Magistrali: sono definiti chiaramente i requisiti d'accesso? Sono indicate le modalità di verifica di tali requisiti (es. per studenti provenienti da corsi di ambiti disciplinari diversi o da altri Atenei)?

**Informazione:**

**Valutazione:** undefined

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** *(si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile):* I requisiti di accesso sono definiti chiaramente e del pari sono accuratamente indicate le modalità di verifica di tali requisiti (SUA-Quadro A3.a). In dettaglio, per l'accesso il nuovo CdS LM 77- Marketing e Management richiede il possesso della laurea o del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente. E' richiesto inoltre il possesso delle seguenti conoscenze, competenze e abilità: a) Economia Aziendale e Ragioneria; b) Microeconomia e Macroeconomia; c) Matematica, Matematica Finanziaria e Statistica; d) Elementi di Diritto Pubblico e Privato e di Diritto Commerciale. Viene inoltre specificato che il possesso delle suddette conoscenze, competenze e abilità sarà verificato attraverso le procedure sub a) e b): a) Aver conseguito un voto di laurea almeno pari a 90/110 e che siano in possesso di un Diploma di Laurea in una delle seguenti classi: - L-18 - Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (D.M.270/04); - L-33 – Scienze Economiche (D.M. 270/04); - L-17 - Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (ex D.M.509/99); - L-28 - Scienze Economiche (ex D.M. 509/99); - Laurea quadriennale vecchio ordinamento (ante D.M. 509/99). b) Gli studenti in possesso di altre Lauree Triennali o Magistrali sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Management se rispettano il requisito del voto di laurea (90/110) e hanno conseguito i Crediti Formativi Universitari (CFU) minimi così quantificati: - ambito aziendale: almeno 12 CFU; - ambito economico: almeno 8 CFU; - ambito matematico-statistico: almeno 8 CFU; - ambito giuridico: almeno 8 CFU. Gli studenti con elevata preparazione certificata nel curriculum e provenienti da percorsi formativi non perfettamente coerenti con i requisiti richiesti sub b) dovranno sostenere una prova/colloquio di ammissione, prima di poter accedere al CdL LM 77- Marketing e Management, ovvero sostenere gli esami del corso di Laurea Triennale L-18 – Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale, che verranno indicati dal Nucleo di Coordinamento Didattico, dopo una valutazione del loro curriculum. Il Quadro A3.a della SUA ribadisce inoltre che ai laureati che intendono iscriversi al CdL LM 77- Marketing e Management è richiesta la conoscenza della lingua inglese almeno al livello B2.

### III.3

Sono chiaramente descritte le attività di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita, mirate a favorire le scelte consapevoli degli studenti? Sono previsti un adeguato servizio di tutorato in itinere e iniziative di introduzione o di accompagnamento al mondo del lavoro?

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** *(si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile):* Per quanto concerne l'orientamento in ingresso, le attività descritte in modo chiaro e tale da favorire le scelte consapevoli degli studenti. In particolare, sussistono due livelli di orientamento in ingresso (SUA-Quadro B5; Doc. di Progettazione, Sez. 2.1.1.- Attività di orientamento in ingresso): -un livello centrale costituito dall'Unità di Staff Orientamento; - all'interno del Dipartimento: l'attività è seguita da due Delegati all'Orientamento, uno con responsabilità sull'area economico-aziendale



e un altro referente per l'area matematico-statistica. Oltre alle attività di orientamento poste in essere dal Servizio di Orientamento dell'Ateneo, il Dipartimento organizza anche una presentazione dei propri corsi di laurea magistrali a beneficio degli studenti del triennio. A livello di Dipartimento, sono previsti inoltre un adeguato servizio di orientamento e tutorato in itinere (SUA-Quadro B5; Doc. di Progettazione, Sez. 2.1.2.-Tutoring e orientamento in itinere). L'attività di tutoring e orientamento in itinere all'interno del Dipartimento, di cui beneficerà anche la nuova LM in Marketing e Management, è seguita da una delegata all'Orientamento in Itinere. Il corso di laurea metterà quindi a disposizione degli studenti un paniere di servizi di informazione, già attivati per le attuali LM del Dipartimento, finalizzati a supportare ed orientare gli studenti nell'ambito del proprio percorso formativo: - il servizio di tutorato, a favore degli studenti più giovani, svolto da un gruppo di studenti 'anziani'; - il servizio di informazione offerto dal coordinatore del CdS, per supportare gli studenti nelle loro scelte in itinere, relativamente al percorso formativo o ad eventuali trasferimenti ad altro CdS del Dipartimento; - il servizio di ricevimento da parte dei docenti del Dipartimento. Per quanto concerne l'accompagnamento al lavoro (SUA-Quadro B5; Doc. di Progettazione, Sez. 2.1.3. -Orientamento al lavoro), il nuovo CdL LM 77 - Marketing e Management beneficerà dell'attività di orientamento al lavoro che viene già svolta sia dall'Ateneo, con l'unità dedicata del Career Service (<https://web.units.it/placement>), sia dalla Segreteria Didattica del Dipartimento che gestisce anche il servizio stage (<https://deams.units.it/it/didattica/stage-tirocini>). Il servizio di job placement, allocato presso il Career Service dell'Ateneo, svolge attività di job placement e di orientamento in uscita. Il servizio stage e tirocini della Segreteria didattica del Dipartimento svolge invece attività di orientamento per stage curriculari e supporta gli studenti nei vari aspetti operativi (convenzioni, progetto formativo, ecc.) necessari per l'attivazione dello stage e la sua registrazione finale.

### III.4

Sono previsti (a livello di Ateneo e/o per il CdS proposto) percorsi didattici e iniziative di supporto (es. tutorati di sostegno, percorsi dedicati a studenti particolarmente meritevoli e motivati) per favorire la partecipazione di diverse tipologie di studenti (es. studenti stranieri, o studenti con esigenze specifiche, come studenti lavoratori, diversamente abili, con figli piccoli, studenti atleti, ...)?

#### **Informazione:**

#### **Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): Le politiche di Ateneo prevedono diverse iniziative dedicate a categorie specifiche di studenti (SUA, Quadro B5). Nell'ambito della contribuzione studentesca sono previsti esoneri o riduzione della tassazione per una serie di condizioni tra cui studenti disabili o con DSA, studenti genitori, studenti stranieri provenienti da paesi in via di sviluppo, studenti di famiglie con più iscritti e studenti titolari di borse di studio. L'opzione del part-time è prevista per alcuni corsi di studio. Per gli studenti con disabilità e DSA, l'Ateneo offre un servizio di affiancamento durante il percorso degli studi, con particolare riguardo all'adozione di opportuni strumenti compensativi per la frequenza delle lezioni e per sostenere gli esami, oltre ad attività di tutorato in itinere. Per gli studenti meritevoli sono contemplate forme di riduzione della contribuzione studentesca in base all'acquisizione di crediti formativi e alle votazioni conseguite negli esami di profitto. Inoltre l'Università è tra i soci fondatori del Collegio Universitario "Luciano Fonda" che ospita e sostiene studenti meritevoli dell'Università di Trieste in un percorso di formazione interdisciplinare. L'Ateneo si è dotato di un Regolamento ai fini di tutelare il diritto allo studio degli atleti praticanti attività sportiva agonistica di alto livello mediante l'affiancamento di tutor e la previsione di agevolazioni per la loro carriera studentesca. Da segnalare infine l'attività di monitoraggio del gradimento dei servizi erogati: per tutti i servizi erogati, infatti, al termine dell'anno accademico, l'Ateneo rileva la soddisfazione degli studenti attraverso un questionario online a compilazione obbligatoria.

### III.5

Il CdS favorisce (tramite iniziative di Ateneo e/o specifiche del CdS proposto) un'esperienza di apprendimento internazionale (es. tramite accordi di cooperazione con Atenei stranieri per la progettazione congiunta del CdS, sostegno alla mobilità degli studenti in uscita, supporto agli studenti stranieri, erogazione di insegnamenti in lingua straniera, presenza di docenti stranieri nella faculty del Corso)? Se il Corso è dichiarato a carattere internazionale, sono previste iniziative e strumenti adeguati a favorire una dimensione internazionale della didattica?

#### **Informazione:**

**Valutazione:** No

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** *(si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile)*: Con riferimento all'internazionalizzazione della didattica, i documenti forniti non offrono informazioni molto accurate e dettagliate. Dalla analisi documentale, si apprende che il CdS LM 77 Marketing e Management favorisce la mobilità degli studenti essenzialmente tramite iniziative di Ateneo (SUA, Quadro B5; Doc. di Progettazione, Sez. 2.4.- Internazionalizzazione della didattica) e che "gli studenti/esse sono incentivati a trascorrere almeno un semestre di studio o di stage all'estero nell'ambito del programma Erasmus +" (SUA, Quadro B5).

**Punti di forza e aree di miglioramento relativi all'Obiettivo:** Tra i Punti di forza, risultano positive le iniziative di orientamento e chiari gli strumenti didattici e i servizi di supporto progettati anche per studenti stranieri, dsa, studenti con figli e altre categorie. requisiti d'accesso e relative modalità di verifica chiaramente definiti. Buono risulta essere anche il servizio di orientamento e tutorato in ingresso e in itinere. Tra i Punti di debolezza si segnala l'assenza di servizi e iniziative progettate ad hoc relativamente all'internazionalizzazione del CdS e alle carriere internazionali degli studenti. Poco chiare e carenti sono le informazioni documentali per quanto concerne le possibilità di un'esperienza di apprendimento internazionale anche a livello di Ateneo.

## **Obiettivo IV - Accertare che il CdS disponga di una dotazione di personale docente, di personale tecnico-amministrativo e di strutture adatte alle esigenze didattiche)**

### **IV.1**

La dotazione di personale docente è adeguata (numericamente e per composizione in termini di ruolo e di SSD) al progetto formativo e coerente con i requisiti di docenza di cui all'All. A. punto b del D.M. 1154/2021? Almeno il 50% della docenza di riferimento afferisce a macrosettori che raggruppano i settori scientifico -disciplinari di base e caratterizzanti riportati nel quadro della didattica programmata? Se il CdS ha presentato un Piano di raggiungimento della dotazione di personale docente, questo è adeguato per numerosità (All. A D.M. 1154/2021), ruolo e qualificazione scientifica (verificata attraverso il SSD della posizione da bandire e la sua corrispondenza, a livello di macro settore concorsuale, con la didattica programmata) ad assicurare il reclutamento di docenti in grado di garantire la piena sostenibilità quantitativa e qualitativa del CdS? È prevista la graduale presa di servizio dei docenti di riferimento (in termini di numero e composizione per ruolo e SSD), in stretta relazione al numero di anni di corso da attivare e al percorso formativo previsto (in coerenza con l'allegato A, lettera b) del DM 1154/2021)?

**Informazione:**

**Valutazione:** Sì

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile): La dotazione di personale docente è adeguata (numericamente e per composizione in termini di ruolo e di SSD) al progetto formativo e coerente con i requisiti di docenza di cui all'All. A. punto b del D.M. 1154/2021.

Almeno il 50% della docenza di riferimento afferisce a macrosettori che raggruppano i settori scientifico -disciplinari di base e caratterizzanti riportati nel quadro della didattica programmata (SUA-Quadro B3; Relazione finale NdV). Tuttavia, si rileva che il NdV nella sua Relazione sottolinea che "Le indicazioni relative alla dotazione e qualificazione del personale docente appaiono soddisfacenti, anche se sarà da monitorare l'impatto sui requisiti di docenza e i carichi di insegnamento soprattutto nel dipartimento di riferimento" (p. 12). Il NdV prosegue quindi acclarando che i REQUISITI DI DOCENZA sono da ritenersi pienamente soddisfatti sia in termini numerici, sia in termini di ruolo e macrosettore corrispondente agli SSD, essendo indicati 6 docenti, di cui 4 PO/PA, il 100% dei docenti di riferimento afferisce ai macrosettori corrispondenti ai settori scientifici disciplinari caratterizzanti del corso, non sono utilizzati docenti in convenzione o a contratto (Relazione finale NdV, p. 13).

### **IV.2**

La dotazione delle figure specialistiche aggiuntive (docenza di ruolo o a contratto affidata a figure con specifica professionalità e competenza impiegate prevalentemente nelle attività formative caratterizzanti, di tirocinio e laboratoriali) è adeguata (numericamente, per tipologia di attività e anno di impiego) al progetto formativo ed è coerente con i requisiti delle figure specialistiche di cui all'All. A punto b del D.M. 1154/2021? Se il CdS ha presentato un Piano di raggiungimento della dotazione delle figure specialistiche, questo è adeguato per numerosità (All. A D.M. 1154/2021), ruolo e qualificazione scientifica (verificata attraverso il CV e la sua corrispondenza con la didattica programmata) ad assicurare il reclutamento di figure specialistiche in grado di garantire la piena sostenibilità quantitativa e qualitativa del CdS? È prevista la graduale presa di servizio delle figure specialistiche (in termini di numero e qualifica) in stretta relazione al numero di anni di corso da attivare e al percorso formativo previsto (in coerenza con l'allegato A, lettera b) del DM 1154/2021)? Solo per Corsi di laurea a orientamento professionale (compresi quelli sperimentali di cui all'art. 8, c. 2 e quelli delle nuove classi L-P01, L-P02, L-P03), i Corsi di laurea magistrale a ciclo unico in Scienze della Formazione Primaria, i Corsi di Laurea magistrale a ciclo unico in Conservazione e Restauro dei beni culturali.

**Informazione:** non disponibile

**Valutazione:** No

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile): Informazione non disponibile nella sezione SUA Amministrazione Informazioni Generali (Docenti, figure specialistiche, tutor). Non viene prevista alcuna figura specialistica aggiuntiva in fase di progettazione del corso.

### **IV.3**

È presente un'organizzazione del personale tecnico-amministrativo e dei servizi a supporto delle attività richieste dal CdS (ivi comprese quelle a supporto della didattica a distanza) adeguata alla numerosità di studenti prevista?

**Informazione:** non disponibile

**Valutazione:** No

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): Il documento di Progettazione (Sez. 3.2. Dotazione di personale, strutture e servizi di supporto alla didattica, pp. 40 e seg.) descrive sinteticamente l'organizzazione del personale tecnico-amministrativo, tuttavia, mancando un'analisi documentale più accurata, non è possibile esprimere un giudizio in merito alla adeguatezza della suddetta organizzazione rispetto alle potenziali esigenze del CdL LM 77 Marketing e Management e dei relativi potenziali 100 iscritti.

#### IV.4

Le strutture messe a disposizione del CdS (aule, aule informatiche, laboratori, biblioteche, spazi studio, attrezzature, ivi comprese quelle per la didattica a distanza) sono adeguate al progetto formativo e alla numerosità di studenti prevista?

**Informazione:**

**Valutazione:** Si

**Motivazione dell'opzione scelta dal valutatore** (*si prega di motivare la valutazione, sia positiva che negativa, in maniera adeguata in rapporto alla documentazione disponibile*): La SUA (Amministrazione) dichiara una numerosità attesa di studenti pari a 100.

Tuttavia, a fronte di tale dato previsionale, non vengono fornite informazioni utili a stabilire la relativa adeguatezza delle infrastrutture a supporto degli iscritti. Infatti le infrastrutture elencate e descritte (di cui si ha notizia tramite i link) fanno riferimento al Dipartimento DEAMS nel suo complesso (ad es. per le aule e i laboratori informatici) o all'Ateneo nel suo complesso (ad esempio, per le biblioteche e sale studio). Non è cioè esplicitato in modo chiaro quali e quanta parte di queste risorse infrastrutturali potrà essere destinata al CdL LM 77 Marketing e Management senza incorrere in problemi di sovrapposizione con gli altri CdL (SUA-Quadro B4). Il documento di Progettazione (Sez. 3.2. Dotazione di personale, strutture e servizi di supporto alla didattica) descrive sinteticamente le infrastrutture a supporto della didattica, tuttavia, mancando un'analisi documentale più accurata, non è possibile esprimere un giudizio in merito alla adeguatezza delle suddette dotazioni infrastrutturali rispetto alle potenziali esigenze del CdL LM 77 Marketing e Management e dei relativi potenziali 100 iscritti. Nonostante tali lacune descrittive e considerando il numero delle aule e dei laboratori a supporto di tutti i CdS del Dipartimento si presuppone la potenziale sostenibilità relativamente alle esigenze del CdS LM 77 Marketing e Management. Prescindendo da ciò si consiglia una migliore esplicitazione del come si intendano coprire le esigenze di spazi del CdS e in ogni caso si suggerisce di adottare eventuali strumenti di didattica integrata per soddisfare l'esigenza di spazi.

**Punti di forza e aree di miglioramento relativi all'Obiettivo:** Punti di FORZAREQUISITI DI DOCENZA pienamente soddisfatti, sia dal punto di vista qualitativo, sia da quello quantitativo. Punti di DEBOLEZZA Le informazioni documentali carenti al fine di poter valutare l'effettiva adeguatezza dell'organizzazione di personale tecnico-amministrativo a supporto del CdL LM 77 Marketing e Management. Le informazioni documentali carenti al fine di poter valutare l'effettiva adeguatezza delle infrastrutture (aule, biblioteche, sale studio ecc.) a supporto del CdL LM 77 Marketing e Management.

## Valutazione Finale

**Valutazione:** Dall'analisi documentale effettuata si esprime una valutazione positiva relativamente alla proposta di accreditamento iniziale del CdS LM 77- Marketing e Management. Hanno supportato tale valutazione i numerosi punti di forza emersi dall'analisi relativa ai quattro obiettivi. In relazione all'Obiettivo OC1 si segnalano i seguenti elementi positivi: rigorosa e documentata consultazione della parti sociali, adeguata numerosità e varietà delle parti consultate, effettivo coinvolgimento degli stakeholder nella progettazione del CdS LM 77- Marketing e Management - accurata relazione del NdVIn relazione all'Obiettivo OC2 tra i Punti di FORZA emergono le buone e approfondite argomentazioni a supporto delle motivazioni per attivare il CdS: le motivazioni appaiono chiare e coerenti. Analogamente positiva è la chiarezza e coerenza della descrizione dei profili culturali e professionali; bene illustrate anche le skill (hard e soft) collegate agli sbocchi occupazionali dei profili che si intende formare. Per l'Obiettivo OC3, tra i Punti di forza, risultano positive le iniziative di orientamento e chiari gli strumenti didattici e i servizi di supporto progettati anche per studenti stranieri, dsa, studenti con figli e altre categorie. requisiti d'accesso e relative modalità di verifica chiaramente definiti. Buono risulta essere anche il servizio di orientamento e tutorato in ingresso e in itinere. I Requisiti di docenza - che pienamente soddisfatti, sia dal punto di vista qualitativo, sia da quello quantitativo - sono da considerare il principale punto di forza relativamente all'OC4. Per quel che riguarda le principali criticità emerse si segnalano i Punti di debolezza degli OC3 e OC4. Tra i Punti di debolezza dell'OC3 si segnala l'assenza di servizi e iniziative progettate ad hoc relativamente all'internazionalizzazione del CdS e alle carriere internazionali degli studenti. Poco chiare e carenti sono le informazioni documentali per quanto concerne le possibilità di un'esperienza di apprendimento internazionale anche a livello di Ateneo. Per quel che riguarda, invece, gli OC4 i problemi sono principalmente rinvenibili nella carenza di documenti costruiti ad hoc per il CdS LM 77 Marketing e Management: le informazioni documentali carenti al fine di poter valutare l'effettiva adeguatezza dell'organizzazione di personale tecnico-amministrativo a supporto del CdS ; le informazioni documentali carenti al fine di poter valutare l'effettiva adeguatezza delle infrastrutture (aule, biblioteche, sale studio ecc.) a supporto del CdS.

**Accreditamento:** Si

**Indicazioni e Raccomandazioni per azioni di miglioramento da parte del CdS (da monitorare da parte del NdV):** Si raccomanda di arricchire e personalizzare, in relazione alle esigenze del CdS, la documentazione a supporto di alcuni degli OCIII e OCIV. In particolare, relativamente: all'internazionalizzazione del CdS e alle carriere internazionali degli studenti; all'effettiva adeguatezza dell'organizzazione di personale tecnico-amministrativo a supporto del CdS; all'effettiva adeguatezza delle infrastrutture (aule, biblioteche, sale studio ecc.) a supporto del CdS (in relazione a tale punto di criticità si consiglia anche l'adozione di strumenti di didattica integrata).

## Documentazione Protocollo Accreditamento Iniziale

- **Titolo:** bozza Protocollo convenzionale

**Descrizione:**

**Dettagli:**

**File:** Protocollo Convenzionale Università degli Studi di TRIESTE - MARKETING E MANAGEMENT-2.pdf

---