

**Denominazione del Corso di Studio: Marketing e Qualità**

**Classe: LM-77**

**Sede: Viterbo**

**Gruppo di Riesame:**

Prof.ssa AQUILANI Referente CdS – Responsabile del Riesame

Prof.RUGGIERI (Docente del CdS e Responsabile QA CdS)

Dr.ssa ROSELLA BRUZZICHINI (Tecnico Amministrativo con funzione di supporto)

Dott.ssa Giorgia Brillì (Studente)

Il Gruppo di Riesame si è riunito il giorno 11.02.2013, per la discussione degli argomenti riportati nei quadri delle sezioni di questo Rapporto di Riesame.

La sintesi del gruppo sarà presentata e discussa in Consiglio di Dipartimento il 15 febbraio 2013.

**Delibera di approvazione del Consiglio di Dipartimento del D.E.Im. del 15.02.2013**

**Punto n. 5 all'ordine del giorno "Accreditamento corsi di studio"**

Il Direttore comunica al Consiglio i contenuti principali relativi al nuovo processo di autovalutazione, accreditamento iniziale e periodico dei corsi di studio, disciplinato dal D.M. 47 del 31 gennaio 2013.

Il Direttore ricorda al Consiglio che l'autovalutazione deve intendersi come un processo organizzato, articolato in una fase di analisi e rilievo dei problemi e in una successiva fase di programmazione di attività concrete finalizzate a risolvere le criticità evidenziate.

Il primo passo cui sono chiamati gli Atenei in questo processo è la stesura di un rapporto di riesame contestuale alla presentazione dell'offerta formativa relativa all'anno accademico 2013-2014; tale rapporto dovrà contenere una descrizione esaustiva delle problematiche eventualmente riscontrate per ciascun corso di studi con indicazione delle ipotesi di risoluzione immediatamente implementabili, ai fini di un miglioramento dell'offerta formativa.

Ciò premesso il Direttore informa il Consiglio di aver provveduto, vista l'urgenza della richiesta, all'individuazione, per ciascun corso di studio, di un apposito gruppo di lavoro che potesse procedere alla stesura dei predetti rapporti di riesame, composto dal coordinatore del corso di studio, da una unità di personale non docente e da uno studente del consiglio di Dipartimento. Inoltre, per garantire il coordinamento dei vari gruppi, il Direttore si è reso disponibile a partecipare alle attività dei vari gruppi.

I gruppi di lavoro risultano così costituiti:

**Economia aziendale**

Prof. Alessandro Mechelli, coordinatore del corso di laurea.

Dott.ssa Federica Cingolani, personale amministrativo con funzione di supporto.

Prof. Alessandro Ruggieri, Direttore del D.E.Im..

Dott.ssa Giorgia Brillì – Rappresentante degli Studenti in Consiglio di Dipartimento.

**Amministrazione, Finanza e Controllo**

Prof. Michele Salvatore Desario, coordinatore del corso di laurea magistrale.

Dott.ssa Natalia Natali, personale amministrativo con funzione di supporto.

Prof. Alessandro Ruggieri, Direttore del D.E.Im..

Dott.ssa Giorgia Brillì – Rappresentante degli Studenti in Consiglio di Dipartimento.

**Marketing e Qualità**

Prof.ssa Barbara Aquilani, coordinatore del corso di laurea magistrale.

Dott.ssa Rosella Bruzzichini, personale amministrativo con funzione di supporto.

Prof. Alessandro Ruggieri, Direttore del D.E.Im..

Dott.ssa Giorgia Brillì – Rappresentante degli Studenti in Consiglio di Dipartimento.

### **Ingegneria Industriale**

Prof. Stefano Ubertini, presidente del corso di laurea.

Sig.ra Anna Filippetti personale amministrativo con funzione di supporto.

Prof. Alessandro Ruggieri, Direttore del D.E.Im..

Dott.ssa Giorgia Brilli – Rappresentante degli Studenti in Consiglio di Dipartimento.

### **Scienze Organizzative e Gestionali**

Prof. Egidio Perrone, presidente corso di laurea.

Dott.ssa Daniela Marchetti, personale amministrativo con funzione di supporto.

Prof. Alessandro Ruggieri, Direttore del D.E.Im..

Dott.ssa Giorgia Brilli – Rappresentante degli Studenti in Consiglio di Dipartimento.

Il Direttore propone altresì al Consiglio la nomina del Sig. Cariteo Sassara, responsabile della Segreteria Didattica del D.E.Im., in qualità di coordinatore dell'intero processo di riesame.

Il Consiglio, valutata positivamente la proposta del Direttore, e considerata la ristrettezza dei tempi nei quali il lavoro deve essere completato, delibera all'unanimità di ratificare quanto proposto dal Direttore.

Il Direttore presenta i contenuti generali dei rapporti, disponibili per la lettura ed allegati al presente verbale, ed invita pertanto ciascun coordinatore presente a relazionare sul lavoro svolto e ad esprimere in modo sintetico i contenuti del rapporto di riesame.

Intervengono pertanto il prof. Alessandro Mechelli per il corso di laurea in Economia Aziendale, il prof. Egidio Perrone per il corso di laurea in Scienze Organizzative e Gestionali e il prof. Stefano Ubertini per il corso di Ingegneria Industriale.

Alla conclusione degli interventi si apre una breve discussione al termine della quale il Consiglio di Dipartimento approva all'unanimità i rapporti di riesame realizzati per ciascun corso di studio del Dipartimento.

## **A1 – L'INGRESSO, IL PERCORSO, L'USCITA DAL CDS**

### **a – RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA**

Il punto a della scheda A1 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

### **b – ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI**

#### **Dati:**

1. Numero degli iscritti in ingresso (Allegato A);
2. Dati relativi agli iscritti al I anno (Allegato B);
3. Dati relativi alla verifica della preparazione personale dello studente (allegato C)
4. Numero di studenti iscritti (part-time, full-time, ripetenti, regolari) (allegato D);
5. Andamento delle carriere dello studente (allegato E);
6. Medie e deviazioni standard dei voti positivi ottenuti negli esami (allegato F);

#### **Analisi dei dati**

Il corso di laurea magistrale in Marketing e Qualità è l'unico corso in Italia che concilia in modo originale gli aspetti del Marketing e della Qualità.

Si tratta di un corso che nell'ultimo decennio ha ottenuto risultati significativi in termini di iscritti e di laureati.

L'analisi dei dati non presenta particolari criticità.

La lieve diminuzione del numero di iscritti (Allegato A), tra l'anno accademico 2009-10 e il 2011-12 (le iscrizioni per il 2012-13 alla data di stesura del presente verbale non sono ancora chiuse) è compensata dalla contemporanea riduzione del tasso di abbandono (Allegato E); sicuramente ciò può essere determinato da una maggiore consapevolezza dello studente che si iscrive al corso.

Complessivamente la diminuzione degli studenti deve costituire comunque oggetto di riflessione, sebbene il corso superi comunque la numerosità minima.

Per quanto concerne la composizione degli studenti, nel 2010 il 38% degli iscritti proveniva da altre università, dato che scende al 25% nel 2011, dimostrando tuttavia, nonostante la riduzione percentuale, l'interesse che suscita il corso in studenti provenienti da altri Atenei, e quindi la sua attrattività (Allegato B).

Dai dati non emergono problemi al momento della verifica della preparazione personale dello studente, propedeutica all'iscrizione. Tuttavia (Allegato C) si riscontra uno scostamento tra studenti che hanno sostenuto il colloquio per la verifica della preparazione e iscritti, del quale andranno approfondite le cause.

L'andamento della carriera degli studenti evidenzia una elevata percentuale di studenti regolari (Allegato D) e un numero di abbandoni molti limitato (Allegato E) e peraltro in riduzione.

I dati relativi alla votazione mettono in mostra una buona preparazione degli studenti (Allegato F), anche se è rilevabile una leggera flessione delle votazioni medie degli esami generata da una maggiore attenzione dei docenti nel differenziare gli studenti in base alla qualità della loro preparazione e al loro impegno.

Complessivamente l'andamento generale della carriera degli iscritti appare molto positivo.

#### **PUNTI DI FORZA:**

1. originalità e specializzazione del corso;
2. ridotto tasso di abbandono;
3. andamento regolare delle carriere;
4. attrattività del corso.

#### **PUNTI DI DEBOLEZZA:**

1. Diminuzione del numero di iscritti.

### **c – AZIONI CORRETTIVE PROPOSTE**

versione da utilizzare per il solo Riesame Iniziale 2013

#### **AZIONI CORRETTIVE:**

1. Maggiore promozione del corso sia tra gli iscritti al corso di laurea triennale in Economia Aziendale del Dipartimento sia all'esterno attraverso brochure e altro materiale informativo;
2. Somministrazione di un questionario di orientamento agli studenti del corso di laurea triennale in

- Economia Aziendale del Dipartimento per capire le motivazioni che orientano la scelta del corso di LM;
3. Spiegazione in aula di vantaggi e svantaggi dell'iscrizione al corso da parte del coordinatore del corso;
  4. Analisi delle cause dello scostamento tra studenti che sostengono la prova di verifica e studenti che successivamente si iscrivono;
  5. Proposta di insegnamenti in inglese per favorire le iscrizioni di studenti da Paesi esteri.

## **A2 – L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE**

### **a – RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA**

Il punto a della scheda A2 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

### **b – ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI E ALLE SEGNALAZIONI**

#### **Dati:**

1. Esiti della valutazione della didattica (allegato G);
2. Soddisfazione degli studenti laureati (allegato H).

#### **Analisi dei dati**

Complessivamente il tasso di soddisfazione degli studenti risulta elevato (Allegato H), e di molto superiore al valore medio nazionale per i corsi della medesima classe di laurea, sebbene sia disponibile solo la rilevazione relativa a un anno.

Gli esiti della valutazione didattica (fatti in una scala ordinale da 1 a 4), rilevati presso gli studenti alla conclusione dei singoli corsi, mostrano un punteggio medio elevato su ciascuna delle quattro dimensioni considerate (Allegato G). Tali punteggi medi risultano inoltre abbastanza costanti nel triennio e mostrano solo variazioni di scarsa significatività, prevedendo variazioni che vanno da un minimo di 0,06 ad un massimo di 0,13. Si fa inoltre presente che ogni studente deve obbligatoriamente scegliere tra una delle seguenti attività professionalizzanti prima di concludere il suo percorso di studi: project work, tirocinio formativo e attività lavorativa. Ad oggi non è possibile comprendere la composizione percentuale delle diverse attività scelte dagli studenti.

#### **PUNTI DI FORZA:**

1. Efficace organizzazione del calendario didattico con attenzione alle esigenze degli studenti che svolgono tirocini o altre attività propedeutiche all'impiego;
2. Efficiente coordinamento didattico degli insegnamenti;
3. Assistenza agli studenti durante tutto il percorso di studio;
4. Rapporto con le imprese anche grazie a interventi in aula, seminari, visite in aziende, project work curriculari e tesi sperimentali in collaborazione con le imprese.

#### **PUNTI DI DEBOLEZZA:**

1. Sebbene i docenti organizzino diverse attività con le imprese, manca un sistema di diffusione delle informazioni coordinato che ne dia sufficiente e tempestiva evidenza.

### **c – AZIONI CORRETTIVE**

#### **AZIONE CORRETTIVA:**

1. Dare evidenza ai rapporti con le imprese in maniera più coordinata e tempestiva;
2. Stringere nuovi e diversificati rapporti con le imprese, non solo sul territorio;
3. Creazione di un database ad hoc per rilevare le attività professionalizzanti degli iscritti.

## **A3 – L'ACCOMPAGNAMENTO AL MONDO DEL LAVORO**

Nell'analisi dei dati relativi al punto A3 sono stati presi in considerazione per maggiore completezza di informazione i dati relativi al medesimo corso di studio, incardinato però nella classe di laurea antecedente alla riforma del D.M. 270/04 dato che gli obiettivi formativi sono rimasti pressoché invariati.

### **a – RISULTATI DELLE AZIONI CORRETTIVE ADOTTATE IN PRECEDENZA**

Il punto a della scheda A3 non è richiesto per Riesame Iniziale 2013

### **b – ANALISI DELLA SITUAZIONE, COMMENTO AI DATI**

#### **Dati:**

1. Tasso di occupazione ad 1 anno e a 3 anni dalla laurea (allegato I)

#### **Analisi dei dati**

I dati relativi al tasso di occupazione (Allegato I) sono soddisfacenti, e risultano solo di poco inferiori al dato nazionale dei corsi di laurea magistrale della medesima classe.

Considerando il contesto di crisi del territorio in cui è collocato l'Ateneo si tratta di un dato complessivamente positivo. Va infatti evidenziato come l'indagine 2011 il corso si collochi, per il valore del tasso di occupazione a 3 anni dalla laurea, ben al di sopra della media nazionale, con un valore di assoluta eccellenza.

Ciò dimostra un rilevante impegno del management che ha costruito negli anni uno stretto legame con le imprese del territorio al fine di migliorare l'inserimento dei laureati nel mondo del lavoro.

#### **PUNTI DI FORZA:**

1. Rapporti con le imprese;
2. Alto tasso di occupazione a tre anni.

#### **PUNTI DI DEBOLEZZA:**

1. Tasso di occupazione a 1 anno dalla laurea leggermente più basso della media nazionale.

### **c – AZIONI CORRETTIVE PROPOSTE**

#### **AZIONI CORRETTIVE:**

1. Interventi volti a migliorare il tasso dell'occupazione degli studenti a un anno dal conseguimento del titolo di laurea, attraverso un mantenimento e un miglioramento costante nel tempo dei rapporti con le imprese, ed al contempo un allargamento dei contatti soprattutto verso enti e imprese localizzati al di fuori del tradizionale bacino di utenza dell'Ateneo.

## ALLEGATO A (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

Numerosità degli iscritti in ingresso:

A.A. ISCRIZIONE	CORSO_DI_STUDIO	Inizio carriera LS	Iscritti l'anno LS	Totale complessivo	Var. % 2010-2011
2010	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	34		34	
2011	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	31	1	32	-5,88%
2012	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	18		18	

## ALLEGATO B (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

Dati relativi agli iscritti al I anno:

### 1) provenienza per residenza

RESIDENZA	2010	2011	2012	Totale	% 2010	% 2011	Var. 2010- 2011
VITERBO	21	24	13	58	62%	75%	13%
ROMA	7	2	3	12	21%	6%	-14%
TERNI	3	1	1	5	9%	3%	-6%
COSENZA	2			2	6%	0%	-6%
CALTANISSETTA		1		1	0%	3%	3%
CATANIA	1			1	3%	0%	-3%
L'AQUILA			1	1	0%	0%	0%
LECCE		1		1	0%	3%	3%
MACERATA		1		1	0%	3%	3%
NAPOLI		1		1	0%	3%	3%
RIETI		1		1	0%	3%	3%
<b>Totale complessivo</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>18</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

## 2) provenienza per Ateneo

Etichette di riga	2010	2011	2012	Totale	% 2010	% 2011	Variazione 2010- 2011
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELLA TUSCIA	26	27	14	67	76%	84%	8%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA"	2	1	1	4	6%	3%	-3%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PERUGIA	1	1	1	3	3%	3%	0%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "TOR VERGATA"	1		1	2	3%	0%	-3%
L.U.M.S.A.			1	1	0%	0%	0%
LIBERA UNIVERSITA' DEGLI STUDI "MARIA SS.ASSUNTA" ROMA	1			1	3%	0%	-3%
UNIVERSITA' CATTOLICA DEL SACRO CUORE	1			1	3%	0%	-3%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BOLOGNA		1		1	0%	3%	3%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI CATANIA	1			1	3%	0%	-3%
UNIVERSITA' DEGLI STUDI ROMA TRE		1		1	0%	3%	3%
UNIVERSITA' DELLA CALABRIA	1			1	3%	0%	-3%
UNIVERSITA' TELEMATICA INTERNAZIONALE UNINETTUNO		1		1	0%	3%	3%
<b>Totale complessivo</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>18</b>	<b>84</b>			

## ALLEGATO C (Fonte Dati Segreteria Didattica)

Verifica della preparazione personale dello studente:

Anno	Studenti che hanno sostenuto il colloquio	Studenti iscritti
2010	39	34
2011	39	32
2012*	47	18

\*Il dato relativo al 2012 è parziale in quanto le iscrizioni all'a.a. 2012-2013 si concluderanno il giorno 28.02.2013

ALLEGATO D (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

Numero di studenti iscritti (part-time, full-time, ripetenti, regolari):

A.A. ISCRIZIONE	CORSO DI STUDIO	Tipologia di iscritto: Full time		totale	% regolari	% non reg.	Var. % 2010-2011	
		Regolare	Non reg.				% regolari	% non reg.
2010	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	67	2	69	97,1%	2,9%		
2011	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	62	13	75	82,7%	17,3%	-14,4%	14,4%
2012	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	44	9	53	83,0%	17,0%		

## ALLEGATO E (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

### Andamento della carriera dello studente:

#### 1) Dettaglio per tipo di corso e anno di avvio carriera:

Tipo	a.a. di avvio carriera	Matricole totali	di cui (situazione aggiornata all'a.a. 2011/2012)								
			totale abbandoni	di cui rinunciatari/ trasferiti	di cui abbandoni intermedi (non hanno pagato la II rata)	di cui hanno abbandonato al momento di iscriversi all'anno successivo		laureati	ancora iscritti		altri casi
						totali	cfu medi		totali	cfu medi	
LM	2009/2010	39	9	2	4	3	5.3	23	7	75.4	0
LM	2010/2011	34	3	0	0	3	12.0	15	16	62.2	0
LM	2011/2012	31	0	0	0	0	0.0	1	30	34.3	0

2) Dettaglio dei motivi dell'abbandono in caso di rinuncia/trasferimento:

Tipo	a.a. di avvio carriera	rinunciatari/ trasferiti	di cui (situazione aggiornata all'a.a. 2011/2012)									
			rinuncia		trasferimento altra università		trasferimento altro dipartimento		trasferimento altro corso di laurea dello stesso dipartimento		altri casi	
			totali	cfu medi	totali	cfu medi	totali	cfu medi	totali	cfu medi	totali	cfu medi
LM	2009/2010	2	2	8.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0



## ALLEGATO F (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

Medie e deviazione standard dei voti positivi ottenuti negli esami:

		Valori assoluti			
ANNO	CORSO_DI_STUDIO	Esami sostenuti nel corso	CFU medi per studente	Voto medio per esame nel corso	Deviazione standard
2011	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	326	41,78	28,26	2,15
2012	MARKETING E QUALITA' (LM-77)	319	36,39	27,69	2,61

Variazioni degli esami, CFU, voto medio e deviazione standard dal 2011 al 2012:

Var. 2011-2012			
Esami sostenuti nel corso	CFU medi per studente	Voto medio per esame nel corso	Deviazione standard
-7	-5,09	-0,57	0,46

## ALLEGATO G (Fonte Dati Ufficio Sistemi Informativi)

### Esiti della valutazione della didattica:

(Scala ordinale di valutazione da 1 a 4)

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	Var. 2009/10 - 2010/11	Var. 2010/11 - 2011/12	Var. 2009/10 - 2011/12
<b>Organizzazione Insegnamento</b>	3,47	3,55	3,46	0,08	-0,09	-0,01
<b>Attività Didattica e Studio</b>	3,35	3,43	3,41	0,08	-0,02	0,06
<b>Interesse</b>	3,32	3,38	3,36	0,06	-0,02	0,04
<b>Soddisfazione</b>	3,29	3,42	3,29	0,13	-0,13	0

**ALLEGATO H (Fonte Dati Gruppo di lavoro Qualità- Almalaurea )**

**Soddisfazione degli studenti laureati:**

<b>Laurea</b>	<b>Tipo</b>	<b>Anno</b>	<b>U. Tuscia</b>	<b>Media nazionale</b>
Marketing e Qualità LM-77	LM	2011	77,8	40,9

## ALLEGATO I (Fonte dati Gruppo di lavoro Qualità- Almalaurea)

Tasso di occupazione:

Corso di Laurea	Tipo	Anno	U. Tuscia		Nazionale	
			A 1 anno	A 3 anni	A 1 anno	A 3 anni
Marketing e Qualità 84/S	LM	2009	62,5	nd	79,7	nd
Marketing e Qualità 84/S	LM	2010	73,3	88,9	77,4	93,1
Marketing e Qualità 84/S	LM	2011	70,6	95,2	77	91,2