



Report del Comitato di Indirizzo del corso di studi in Marketing del 19 gennaio 2023

Il giorno 19 Gennaio 2023 alle ore 09.30, a seguito di regolare convocazione, si è riunito in via telematica il Comitato di Indirizzo del Corso di Studi Magistrale in Marketing della Luiss Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli con il seguente ordine del giorno:

- Monitoraggio offerta formativa e carriere studenti
- Indagine sui Laureandi 2022
- Indagine sui laureati Luiss e il lavoro 2022
- Monitoraggio periodico dei Corsi di Studio (Consultazioni con gli studenti) - I semestre a.a. 22/23
- Monitoraggio periodico dei Corsi di Studio (Consiglio Corso di Studio) - I semestre a.a. 22/23
- Report Tutor aziendali
- Scheda di Monitoraggio Annuale del Corso di Studi 2021
- Varie ed eventuali

Presenti:

Nominativo	Qualifica
Francisco Villarroel Ordenes	Direttore del Corso di Studi
Tannaz Toosi Maraghi	Marketing Strategy & Planning Manager, P&G
Antonella Lettieri	Global Marketing Manager, Angelini Pharma
Manuela Aresta	Head of Talent & People Development, Angelini Pharma
Martina Di Cioccio	Program Manager del Corso di Studi

Il prof. Villarroel ringrazia i membri del Comitato per aver aderito all'invito ed essere presenti e lascia la parola ai partecipanti per presentarsi brevemente. Coglie, inoltre, l'occasione per presentarsi e per spiegare la sua formazione e il ruolo che attualmente ricopre in Luiss.

Il Prof. Villarroel illustra ai presenti che lo scopo del presente Comitato di Indirizzo è di confrontarsi e proporre miglioramenti dell'attuale offerta formativa del corso di studi in un'ottica di sincronizzazione e allineamento con le esigenze e gli standard del mondo lavorativo. È infatti necessario capire, alla luce

Luiss
Libera Università Internazionale
degli Studi Sociali Guido Carli

Viale Romania 32, 00197 Roma
T +39 06 85 22 53 10
impresaemanagement@luiss.it

www.luiss.it



delle mutevoli esigenze del mercato del lavoro, come rendere gli studenti Luiss attraenti per gli employers. Il prof. Villarroel anticipa che la Luiss sta portando avanti un'azione orizzontale su tutti i programmi di laurea magistrale incentrata sull'orientamento della didattica verso un approccio enquiry-based e di continuous assessment, il cui scopo è far diventare gli studenti degli investigatori, creatori e produttori di conoscenza, innovatori e leader di cambiamenti sociali positivi.

Il prof. Villarroel procede dunque con la condivisione di una presentazione PowerPoint in cui sono riassunti sia i principali punti di forza dell'offerta formativa che gli aspetti da migliorare.

Sulla base di quanto emerso dai meeting e dei questionari somministrati è stata svolta un'analisi volta ad individuare i punti di attenzione del CdS nonché le linee di azione e proposte in vista dei prossimi anni accademici.

Di seguito una sintesi di quanto emerso:

Punti di attenzione	Linee di azione proposte
Promuovere maggiormente negli studenti l'idea che l'intuizione e la creatività vanno sviluppate ed esercitate e si basano sull'education	Sviluppo delle skills: Negotiation, Intuition, Creativity
Formazione precedente basata principalmente su lezioni frontali e finalizzata esclusivamente al voto	Innovazione del modello Enquiry-based e del Continuous Learning
Timore dello studente dell'errore e dell'insuccesso	Lo studente deve diventare l'attore principale del processo di apprendimento.

Monitoraggio offerta formativa e carriere studenti

Il prof. Villarroel sottopone al Comitato alcuni risultati relativi al monitoraggio dell'offerta formativa, sottolineando come gli studenti siano complessivamente soddisfatti e abbiano espresso un giudizio positivo in merito alla formazione ricevuta. In particolare, il prof. Villarroel descrive brevemente il programma magistrale in Marketing, facendo notare la distinzione tra due indirizzi, uno in inglese e uno in italiano, e sottolineando che all'interno di ogni indirizzo è presente una ulteriore suddivisione in due major – Relationship and Customer Engagement e Analytics and Metrics. Nomina infine il joint program con la BI di Oslo.

In particolare, emergono con chiarezza gli aspetti culturali, scientifici e professionalizzanti del Corso di Laurea. Inoltre, vengono descritte in modo chiaro e completo le conoscenze, le abilità e le competenze attese per i laureati nonché gli obiettivi formativi delle varie aree disciplinari.

Il Comitato di Indirizzo attesta la coerenza tra le figure professionali ed i risultati di apprendimento attesi.

Indagine sui Laureandi 2022

Il prof. Villarroel illustra alcuni risultati dell'indagine sui Laureandi 2022, già condivisa con i componenti del Comitato. Il Direttore si ritiene soddisfatto dei risultati ottenuti, segnalando come le valutazioni dei

laureandi siano nel complesso positive, ed evidenziando che le principali ragioni per cui gli studenti Luiss sono soddisfatti della scelta dell'università sono relativi al prestigio dell'Ateneo, alla facilità nel trovare lavoro in seguito al percorso di studi e alla qualità dell'insegnamento. Questi ultimi vengono dunque riportati come principali punti di forza dell'Ateneo.

Indagine sui laureati Luiss e il lavoro 2022

Il prof. Villarroel si ritiene soddisfatto dei risultati ottenuti, segnalando come a livello di School vi sia un tasso di occupazione molto elevato e superiore rispetto alla media degli altri atenei italiani. In particolare, il 95% dei laureati Luiss trova lavoro entro 1 anno.

Sottolinea, inoltre, che il 96.1% degli studenti laureati sono soddisfatti della loro preparazione.

Monitoraggio periodico dei Corsi di Studio (Consultazioni con gli studenti e Consiglio Corso di Studio) – I semestre a.a. 22/23

Gli incontri di confronto tra Direttore del CdS e corpo docente e studenti consentono di intercettare eventuali criticità o punti di forza dell'Ateneo. La frequenza di tali incontri permette di avere un confronto puntuale sull'andamento del semestre offrendo l'opportunità di intervenire in tempi celeri nell'arginare difficoltà incontrate durante il percorso di studi. Il Prof. Villarroel sottolinea che il nuovo modello educativo permette agli studenti di mettere alla prova le proprie capacità di fare team building, organizzative e di comunicazione, nonché offre la possibilità di applicare il proprio pensiero critico su progetti pratici di ricerca. Inoltre, in base al continuous assessment, gli studenti sono valutati almeno per il 70% del voto finale durante il semestre, valorizzando il lavoro che viene portato avanti durante i corsi. A tal proposito, il Prof. Villarroel riporta come gli studenti abbiano sottolineato l'eccessivo carico di lavoro, che li porta spesso a gestire situazioni di stress. Tuttavia, il Direttore precisa che assieme all'ufficio EDU ed alla dott.ssa Di Cioccio, Program Manager del CdS, sta lavorando ad un maggiore e preciso coordinamento dei docenti durante il semestre al fine di garantire un carico di studio adeguato ed una pianificazione omogenea delle attività di valutazione continua. È stato organizzato a tal fine un file in cui tutti i docenti sono tenuti a segnare i momenti di valutazione durante il corso, così da evitare sovrapposizioni tra più materie e gestire situazioni critiche prima dell'inizio dei corsi.

Report Tutor aziendali

Con riferimento ai report redatti dai tutor aziendali dell'anno 2021, il prof. Villarroel si ritiene soddisfatto, sottolineando che dal report emerge come circa il 70% degli studenti svolge un internship durante il percorso di laurea magistrale, a seguito del quale i tutor valutano le competenze acquisite. A tal proposito, i punteggi più alti sono stati registrati in merito alle caratteristiche dell'autonomia, della comunicazione e dell'apprendimento.

Scheda di Monitoraggio Annuale del Corso di Studi 2021

Il prof. Villarroel afferma che gli indicatori presenti all'interno della Scheda di Monitoraggio Annuale (c.d. SMA) sono in generale positivi. In particolare, il Direttore riporta come gli iscritti alla magistrale dal 2019 al 2022 siano in costante crescita, segno dell'impatto positivo che il nuovo modello educativo ha generato.

In merito agli indicatori del Gruppo B Indicatori di internazionalizzazione (da iC10 a iC12), il Direttore comunica che l'obiettivo è quello di incrementare i dati in merito ai livelli di internazionalizzazione in entrata ed in uscita del corso di studi, i quali sono nettamente aumentati negli ultimi dieci anni, ma che presentano ancora ampi spazi di miglioramento.

In particolare, soltanto meno del 5% degli iscritti è composto da studenti stranieri.

Un altro indicatore da migliorare riguarda l'ammontare del carico di studio, in quanto l'80% degli studenti ritiene che sia eccessivo.

Infine, una buona percentuale di studenti ha dichiarato che avrebbe scelto un'università diversa dalla LUISS. Il 53% ha dichiarato che il motivo di questa considerazione è da attribuirsi al rapporto qualità/prezzo, mentre il 33% ritiene di poter ricevere la stessa preparazione dalle università pubbliche. A tal proposito, il prof. Villarroel ha sottolineato che l'offerta formativa della LUISS risulta distintiva da quella delle altre università proprio grazie al nuovo approccio fully enquiry-based e alla ridefinizione della student journey: il Direttore ha dunque accennato alle attività di GAP1 e GAP2, finalizzate a rendere lo studente un vero enquirer. Infine, ha introdotto l'evento LUISS Unleash come contest per permettere agli studenti più meritevoli di presentare i propri progetti di ricerca applicata davanti ad un pubblico eterogeneo.

Varie ed eventuali

Il prof. Villarroel afferma che è fondamentale ottenere dei feedback dai membri del comitato in merito ai risultati appena descritti, soprattutto alla luce del futuro re-design del programma. Prima di procedere con domande più specifiche, il prof. Villarroel chiede se ci sono dubbi o domande che i membri vorrebbero sottoporre al Direttore.

Interviene la dott.ssa Toosi Maraghi chiedendo se i dati riportati in merito agli iscritti sono effettivamente in crescita rispetto agli scorsi anni o se si tratta di un dato isolato. Il Direttore afferma che si tratta di un dato in costante crescita ormai da diversi anni.

La dott.ssa Toosi Maraghi chiede chiarimenti in merito all'eccessivo carico di lavoro lamentato dagli studenti, con particolare riferimento ad un eventuale impatto su work-life balance.

Il Direttore sostiene che l'eccessivo carico deriva dal fatto che tutti gli insegnamenti presenti nel programma hanno iniziato ad adottare il continuous assessment, generando dunque situazioni in cui gli studenti sono tenuti a svolgere più valutazioni all'interno di uno stesso giorno, così come a portare avanti in parallelo molti progetti di gruppo e di ricerca applicata. Per ovviare tale problema, si sta lavorando per garantire una maggiore organizzazione interna tra i docenti al fine di evitare sovrapposizioni di verifiche ed allontanare la pericolosa cultura del "burn-out".

Interviene la dott.ssa Lettieri con una domanda di carattere generale. In particolare, chiede come la Luiss sta reagendo e si sta preparando all'avvento della Bocconi a Roma.

Il Direttore afferma che la competizione è alta e sicuramente la Bocconi è uno dei principali competitors della LUISS, ma esiste una differenza fondamentale tra le due università, ovvero che la Luiss offre un programma che permette agli studenti di diventare degli enquirer, delle persone critiche capaci di applicare il ragionamento critico in vari contesti lavorativi. Questa formazione è unica nel suo genere, dato che gli studenti sono costantemente stimolati alla partecipazione dentro e fuori dall'aula, sia con colleghi che con aziende.

La dott.ssa Lettieri sostiene inoltre che un corso dedicato al digital marketing dovrebbe essere presente anche nel major in Analytics and Metrics. Di fatto, le aziende ricercano molto competenze nell'interpretazione dei KPI digitali, quindi sarebbe importante prevedere un corso di digital marketing anche in entrambi i percorsi offerti. In aggiunta, l'emotional selling è per Angelini Pharma un aspetto fondamentale e che meriterebbe particolare attenzione nella fase di formazione degli studenti. Per questa ragione, la dott.ssa Lettieri afferma che sarebbe preferibile prevedere anche un corso interamente incentrato su questo aspetto. Il Direttore è d'accordo con le proposte della dott.ssa Lettieri, che verranno sicuramente tenute in considerazione per il futuro.

A questo punto interviene la dott.ssa Toosi Maraghi chiedendo se fossero presenti corsi sui big data. Il Direttore sottolinea a tal proposito che il corso di Business and Marketing Analytics prevede lezioni specifiche sui big data, ma l'obiettivo per questo corso sarebbe quello di svilupparne anche una versione avanzata, in cui approfondire tematiche più pratiche dei big data. Inoltre, il Direttore vorrebbe proporre di rendere un corso sui big data comune ai due major.

La dott.ssa Aresta interviene per commentare le competenze che gli studenti sviluppano grazie al corso di studi in Marketing, sottolineando l'importanza del learning agility, dell'empatia e della social responsibility nei contesti di vita lavorativa. Dal punto di vista delle competenze specifiche, il feedback è assolutamente positivo. La dott.ssa Aresta delinea tre pilastri fondamentali per aiutare gli studenti ad entrare nel mondo del lavoro, suggerendo di approfondire queste tematiche con gli uffici Luiss competenti e, eventualmente, di prevedere dei seminari o delle attività integrative volte ad introdurre queste tematiche agli studenti. I tre pilastri consistono nella consapevolezza organizzativa, nella consapevolezza del ruolo che si può verosimilmente ricoprire in azienda con un percorso di studi in marketing, e la capacità di entrare in un dialogo con figure professionali appartenenti ad altre generazioni. La dott.ssa Aresta afferma anche che quello a cui si sta assistendo anche in altre università è una scarsa consapevolezza circa il settore professionale di riferimento, ovvero i ruoli concreti che gli studenti andranno a ricoprire dopo la laurea. Quindi, suggerisce aggiungere all'interno del percorso formativo anche un percorso di orientamento professionale: nel concreto, per ogni corso, si potrebbe cercare di inglobare riflessioni verticali sulle professioni a cui si può accedere in base alle competenze trasmesse da quel corso. Inoltre, si potrebbero adattare i corsi anche in vista del fatto che nelle aziende si sta adottando sempre di più un approccio trasversale, in cui la singola risorsa ha la possibilità di sperimentare aspetti diversi del marketing. Infine, suggerisce di approfondire aspetti legati alla

competenza di dialogo con le altre generazioni. La dott.ssa Aresta ha notato infatti che le differenze generazionali all'interno delle aziende vertono non solo sullo stile di vita, ma anche sull'approccio ai problemi, l'utilizzo di schemi teorici, e ad oggi è necessario aiutare i giovani nell'entrare in dialogo con figure più senior di loro. Il Direttore apprezza molto i suggerimenti forniti e ringrazia la dott.ssa Aresta per l'intervento.

Il prof. Villarroel, prima di concludere l'incontro, pone alcune domande riguardo i corsi che caratterizzano i singoli major, allo scopo di capire qualora ci fossero dei corsi che è necessario valorizzare maggiormente. La dott.ssa Lettieri, come già accennato precedentemente, suggerisce di lavorare sul tema del digital e dell'emotional selling.

Il prof. Villarroel chiede se qualcuno tra i membri del comitato creerebbe un terzo major in aggiunta a quelli già presenti. La dott.ssa Lettieri afferma che si potrebbe semplicemente lavorare sul nome del major analitico per renderlo più "appealing" e intrigante, ed esaltando l'aspetto delle KPI digital. Infatti, uno dei motivi per cui più persone scelgono il major in Relationship and Customer Engagement potrebbe essere il nome più appealing.

Il prof. Villarroel pone ai membri del comitato un'ultima domanda volta a capire l'importanza del voto nel momento di un colloquio lavorativo. Il Direttore fa infatti presente che moltissimi studenti del corso di studi in Marketing sono eccessivamente legati al voto, arrivando addirittura a volte a rifiutare voti come 28 o 29. A tal proposito, la dott.ssa Aresta interviene affermando che in realtà il voto non è un fattore determinante nell'assunzione di un dipendente. I colleghi delle risorse umane non tendono a cercare figure accademicamente perfette, quanto più persone con il giusto mindset e il giusto approccio al tipo di lavoro per il quale ci si è candidati. La dott.ssa Aresta sottolinea anche come a volte coloro che sono posizionati su voti più alti sono anche quelli più chiusi in sé, con un mindset rigido e troppo incentrato sulla teoria e poco sulla pratica. Il rischio inoltre è che i candidati con voti molto alti poco resilienti. Coloro che sono orientati a rifiutare un 28 potrebbero essere più incapaci di superare velocemente ostacoli nella vita lavorativa. Infine, la dott.ssa Aresta si offre anche di partecipare ad eventuali testimonianze in LUISS incentrate sui criteri di selezione dei candidati in azienda, sul tema della resilienza e sui drawbacks di questa "cultura del voto".

Non essendoci altro da discutere, il prof. Villarroel ringrazia i membri per aver accettato di far parte del Comitato di Indirizzo e aver partecipato all'incontro. Inoltre, ricorda loro di essere a disposizione per ogni ulteriore chiarimento o approfondimento e augura un proficuo lavoro. L'incontro si conclude alle 10.45.