



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

# Rapporto di Riesame Ciclico 2017

CLM in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa (LM-59)

## Rapporto di Riesame Ciclico 2017

**Denominazione del Corso di Studio: Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa**

**Classe: LM-59**

**Sede: Reggio Emilia**

**Altre eventuali indicazioni utili: Dipartimento di Comunicazione ed Economia**

**Primo anno accademico di attivazione: 2009/10, ma ha cambiato nome nel 2014/15**

### **Gruppo di Riesame**

#### **Componenti obbligatori**

Prof.ssa Maria Cristiana Martini (Presidente/Responsabile del CdS) – Responsabile del Riesame  
Sig.ra Sara Baroni (Rappresentante gli studenti)  
Sig.ra Francesca Gandolfi (Rappresentante gli studenti)

#### **Altri componenti**

Prof.ssa Cristina Iani (Docente del CdS e membro del Presidio Qualità dell'Ateneo)  
Dr.ssa Cinzia Bianchi (Docente del CdS)  
Dr.ssa Daniela Regnoli (Tecnico amministrativo dell'area didattica)  
Sono stati consultati inoltre: Prof.ssa Anna Chiara Scapolan (Responsabile della Qualità del Dipartimento)

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:

Dopo un primo incontro in data 25 settembre, il lavoro è proseguito attraverso scambi telematici e consultazioni informali, fino alla stesura definitiva.

Presentato, discusso e approvato in Consiglio del Corso di Studio in data: 25 ottobre 2017

Rapporto conforme all'Allegato 6.2 delle Linee guida per l'accREDITAMENTO periodico delle Sedi e dei Corsi di Studio universitari - ANVUR - 05.05.2017

# **1 – DEFINIZIONE DEI PROFILI CULTURALI E PROFESSIONALI E ARCHITETTURA DEL CDS**

## **1-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI RILEVATI DALL'ULTIMO RIESAME**

Non applicabile, trattandosi del primo Rapporto di Riesame Ciclico redatto per il CdS in esame.

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

### Analisi dei dati

In generale, le premesse che, in fase di progettazione, hanno portato alla definizione del CdS nei suoi aspetti culturali e professionalizzanti sono ancora valide, e l'offerta formativa appare adeguata, sia in termini di obiettivi formativi specifici che di risultati di apprendimento attesi, come testimonia il fatto che la spendibilità del titolo di studio risulta superiore alla media nazionale della classe, soprattutto a 3 anni dal conseguimento del titolo, quando la quasi totalità degli intervistati risulta occupata (93,1% contro il 76,5% della classe LM-59); a 3 anni dalla laurea anche la retribuzione netta mensile è superiore rispetto alla media nazionale, così come il grado di utilizzo delle competenze acquisite e la soddisfazione per il lavoro svolto.

Gli studenti del corso di laurea, durante il percorso di studi, possono partecipare ad iniziative che ne stimolano lo sviluppo di competenze trasversali, la capacità di autovalutazione e di applicazione in contesti differenti delle conoscenze acquisite. Tra queste ad esempio, il progetto BellaCoopia, avviato presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia nel 2013 e poi esteso agli altri corsi di studio della sede di Reggio Emilia. Contribuiscono inoltre all'allineamento tra il corso di laurea ed il mondo del lavoro le frequenti attività curate dai singoli docenti che favoriscono la partecipazione alle attività formative di esponenti delle istituzioni e delle imprese.

La struttura e i contenuti del corso di laurea sono stati discussi con le parti interessate ed hanno recepito, nel tempo e compatibilmente con i vincoli normativi vigenti, le osservazioni e i suggerimenti che sono stati proposti dai rappresentanti delle istituzioni e delle imprese. Nel 2016 è stato proposto l'avvio di una collaborazione più operativa, per esempio attraverso la co-progettazione di nuove iniziative a cavallo fra la formazione tradizionale e l'inserimento lavorativo, ma tale progettazione si è scontrata con la scelta, adottata finora, di adottare un'unica sede di confronto collegiale tra tutti i corsi di laurea del Dipartimento e i rappresentanti delle parti interessate. Dopo una prima fase di conoscenza e consultazione, infatti, le differenze nell'estrazione professionale, negli interessi e nelle prospettive di valutazione dei differenti partecipanti potrebbero ostacolare la focalizzazione delle analisi e delle valutazioni nella fase più operativa.

### Aspetto critico individuato n. 1:

Composizione del comitato di indirizzo non perfettamente adeguata alle esigenze specifiche del CdS

### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Presenza di un comitato di indirizzo unico per tutti i CdS del Dipartimento

## 1-c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

### **Obiettivo n. 2017-1-1:**

Definizione di un comitato di indirizzo maggiormente in linea con le esigenze del Corso di Studio

### **Aspetto critico individuato:**

Composizione del comitato di indirizzo non perfettamente adeguata alle esigenze specifiche del CdS

### **Azioni da intraprendere:**

Separazione del comitato di indirizzo del Dipartimento in un comitato di indirizzo per l'area comunicazione (laurea in Scienze della Comunicazione e laurea magistrale in Pubblicità Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa) e un comitato di indirizzo per l'area economica

Ridefinizione del comitato di indirizzo per l'area comunicazione

### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Selezione dei componenti dell'attuale comitato di indirizzo con interessi specifici nell'area della comunicazione

Analisi delle principali convenzioni di tirocinio che coinvolgono l'area comunicazione

Rassegna delle relazioni formali e informali del Dipartimento con il territorio e con le parti interessate

Proposta di nuova costituzione del comitato di indirizzo

### **Risorse eventuali:**

-----

### **Scadenza previste:**

Consultazione dei componenti dell'attuale comitato di indirizzo: novembre-dicembre 2017

Analisi delle convenzioni di tirocinio e delle relazioni formali e informali del Dipartimento: primavera 2018

Nuova proposta di costituzione: novembre-dicembre 2018

Valutazione degli effetti della nuova composizione dal 2019

### **Responsabilità:**

Presidente del CdS

Responsabile del comitato di indirizzo

### **Risultati attesi:**

Composizione del comitato di indirizzo più adeguata alla realtà del corso di studi

Maggiore facilità di interazione con il comitato di indirizzo e maggiore coinvolgimento nelle attività del CdS

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

### **2-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME**

Non applicabile, trattandosi del primo Rapporto di Riesame Ciclico redatto per il CdS in esame.

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

### Analisi dei dati

Il CdS, così come tutto il Dipartimento, è molto attivo nelle attività di orientamento e di *placement*, e il possesso delle conoscenze iniziali viene verificato puntualmente sia attraverso la valutazione della carriera in relazione ai requisiti richiesti, sia attraverso un colloquio individuale per la verifica della personale preparazione. Le modalità di verifica adottate per i singoli insegnamenti sono adeguate e chiaramente descritte nelle schede degli insegnamenti.

Grazie ad un processo centralizzato per il riconoscimento dei crediti riconosciuti in Erasmus, la richiesta di integrazioni al rientro si è drasticamente ridotta, e il numero di CFU sostenuti all'estero è aumentato sostanzialmente, soprattutto a partire dal 2014.

Il CdS presenta però un tasso di abbandoni elevato che, pur se in diminuzione (è passato dal 18,8% del 2013 al 10,7% del 2015), rimane superiore alla media nazionale e alla media dell'area geografica per le lauree della classe LM-59.

Inoltre, il percorso di studi degli iscritti alla laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa appare in generale poco fluido e rallentato: è inferiore alla media la quota di studenti che si laureano in corso, oppure entro un anno dalla durata nominale del corso di studi, ma anche la quota di studenti che conseguono almeno 40 CFU in un anno. Questo è in parte dovuto ad una presenza consistente di studenti lavoratori e di lavoratori studenti. Inoltre la quota di studenti che ha conseguito la laurea triennale in altro Ateneo è estremamente elevata (85,3% contro una media del 53,1% a livello nazionale nei corsi della classe LM-59), e questo implica una forte presenza anche di studenti provenienti da altre Regioni, suggerendo iniziative di supporto alla didattica utili anche per gli studenti fuori sede.

#### **Aspetto critico individuato n. 1:**

Alto tasso di abbandoni

#### **Causa/e presunta/e all'origine della criticità:**

Forse elevato numero di studenti-lavoratori e lavoratori-studenti, ma è opportuno in primo luogo indagare le motivazioni effettive

#### **Aspetto critico individuato n. 2:**

Rallentamenti nel percorso formativo e nell'acquisizione dei crediti

#### **Causa/e presunta/e all'origine della criticità:**

Elevato numero di studenti-lavoratori e lavoratori-studenti; alta presenza di studenti provenienti da fuori Regione; assenza di un supporto didattico specifico.

## 2-c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

### **Obiettivo n. 2017-2-1:**

Monitoraggio delle carriere e analisi precoce delle possibili cause di abbandono

#### **Aspetto critico individuato:**

Alto tasso di abbandoni

#### **Azioni da intraprendere:**

Indagine sugli studenti che al termine del primo anno non hanno sostenuto esami

#### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Monitoraggio delle carriere e individuazione degli studenti che al termine del primo anno non hanno sostenuto esami.

Intervista telefonica a tali studenti con lo scopo di indagare le ragioni del rallentamento ed eventualmente motivarli a riprendere gli studi.

Eventuale estensione dell'indagine al secondo anno

#### **Risorse eventuali:**

-----

#### **Scadenze previste:**

Monitoraggio carriere e interviste telefoniche a partire da settembre 2018

Eventuale estensione all'anno successivo a partire dal 2018/19

#### **Responsabilità:**

Presidente del CdS

Coordinatore didattico

#### **Risultati attesi:**

Maggiore conoscenza delle motivazioni alla base di abbandoni e rallentamenti della carriera in modo da rivedere, se opportuno, le attività di orientamento in ingresso

### **Obiettivo n. 2017-2-2:**

Offerta di un supporto didattico per studenti con esigenze specifiche (fuori sede, lavoratori, studenti con frequenza non assidua)

#### **Aspetto critico individuato:**

Rallentamenti nel percorso formativo e nell'acquisizione dei crediti

#### **Azioni da intraprendere:**

Sperimentazione di modalità di supporto alla didattica efficaci

#### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Predisposizione di un sistema di registrazione delle lezioni in presenza da rendere disponibile online.

Monitoraggio degli accessi alle registrazioni delle lezioni.

Attivazione della possibilità di accedere ad orari di ricevimento online a integrazione di quelli in presenza.

Predisposizione di ulteriori contenuti multimediali a corredo del materiale didattico, coerenti con le esigenze di ciascun insegnamento.

#### **Risorse eventuali:**

-----

**Scadenze previste:**

Registrazione delle lezioni del I anno, I semestre completamente disponibile entro dicembre 2017

Registrazione delle lezioni del I anno, II semestre completamente disponibile entro maggio 2018

Registrazione delle lezioni del II anno disponibile nel 2018/19

Ricevimento online: da ottobre 2017

Monitoraggio degli accessi alle registrazioni delle lezioni: a partire dalla conclusione delle lezioni di ciascun semestre, per tutto il successivo anno

Ulteriori contenuti multimediali dal 2018/19

Valutazione degli effetti delle iniziative implementate: 2019/20

**Responsabilità:**

Presidente del CdS

Commissione per l'innovazione tecnologica e didattica del Dipartimento

Singoli docenti

**Risultati attesi:**

Maggiore fruibilità delle lezioni in presenza

Miglioramento dei tempi di conseguimento del titolo

Riduzione degli abbandoni

Maggiore soddisfazione degli studenti

## **3 – RISORSE DEL CDS**

### **3-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME**

Non applicabile, trattandosi del primo Rapporto di Riesame Ciclico redatto per il CdS in esame.

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

#### Analisi dei dati

Considerando la quota di sovrapposizione fra i SSD dei diversi corsi di studi offerti dal Dipartimento, risulta difficile valutare l'adeguatezza numerica del corpo docente in relazione ad un singolo CdS. La situazione complessiva del Dipartimento è estremamente difficile, e allo stato attuale il Dipartimento non è in grado di fornire da solo i docenti di riferimento necessari a garantire il mantenimento dell'offerta formativa. L'offerta formativa del Dipartimento per l'A.A 2017/18 è stata garantita grazie al contributo di 10 docenti di altri Dipartimenti e alla indicazione come docenti di riferimento di 2 docenti a contratto. Il problema è stato in più occasioni portato all'attenzione dell'Ateneo.

Un ulteriore problema, questa volta peculiare dei corsi dell'area di comunicazione, è la completa assenza di docenti di I fascia fra i docenti del corso di laurea magistrale Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa (e anche fra i docenti della corrispondente laurea triennale). Questa situazione comporta la necessità per i professori di II fascia e anche per i ricercatori di coprire tutte le cariche necessarie al funzionamento generale, anche istituzionali, nonché un impegno anche gravoso nelle diverse commissioni dipartimentali e di corso di studi. Per l'A.A. 2017/18 è stato richiesto agli OOAA il nullaosta per il superamento delle 100 ore di docenza da parte di 2 ricercatori che insegnano nel CdS. Anche questi problemi sono stati ripetutamente denunciati all'Ateneo.

La qualificazione dei docenti coinvolti nel corso risulta invece del tutto adeguata: oltre il 90% dei docenti di riferimento appartiene infatti a SSD di base o caratterizzanti, e le loro competenze specifiche risultano pertinenti rispetto agli obiettivi didattici. A causa della eterogeneità dei SSD che caratterizzano il Dipartimento in generale e il corso di studi in particolare, non è possibile analizzare le valutazioni VQR per SSD a livello di Dipartimento, ma il posizionamento delle aree 10, 11 e 14 (prevalenti nel corso di studi) è sicuramente buono. L'indicatore di Qualità della ricerca dei docenti per le lauree magistrali (QRDLM) è ampiamente superiore al valore di riferimento, ed è superiore anche al valore medio nazionale e dell'area per le lauree di classe LM-59.

I servizi di supporto alla didattica forniscono al momento un sostegno efficace alle attività del corso di studi, ma tale efficacia è costantemente messa a rischio dall'esiguità del personale tecnico-amministrativo dedicato a queste attività in rapporto al numero sempre crescente degli studenti iscritti.

#### Aspetto critico individuato n. 1:

Inadeguatezza del numero di docenti in relazione alle esigenze del corso di studi e completa mancanza di professori di I fascia

#### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Aumento del numero di iscritti ai corsi erogati dal Dipartimento più rapido della assegnazione di risorse da parte dell'Ateneo; pensionamento e trasferimento di docenti di I fascia nell'ultimo triennio, non compensato dalla assegnazione di ruoli di I fascia

### 3-c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

**Obiettivo n. 2017-3-1:**

Adeguamento della consistenza numerica del corpo docente

**Aspetto critico individuato:**

Inadeguatezza del numero di docenti in relazione alle esigenze del corso di studi e completa mancanza di professori di I fascia

**Azioni da intraprendere:**

Ulteriore sensibilizzazione dell'Ateneo rispetto alle esigenze del CdS

**Modalità di attuazione dell'azione:**

Programmazione di ruoli di I fascia

Aggiornamento della situazione dei docenti di riferimento in occasione della verifica ministeriale e dell'inserimento dell'offerta didattica, e tempestiva comunicazione agli OOAA

**Risorse eventuali:**

-----

**Scadenza previste:**

Programmazione dei ruoli: secondo le scadenze dettate dall'Ateneo

Aggiornamento della situazione dei docenti di riferimento: secondo le scadenze dettate dal Ministero per la verifica dei dati relativi all'anno precedente e per l'inserimento della nuova offerta

**Responsabilità:**

Presidente del CdS

Consiglio di Dipartimento

Direttore del Dipartimento

**Risultati attesi:**

Aumento del numero di docenti e in particolare di docenti di I fascia

## **4 – MONITORAGGIO E REVISIONE DEL CDS**

### **4-a SINTESI DEI PRINCIPALI MUTAMENTI INTERCORSI DALL'ULTIMO RIESAME**

Non applicabile, trattandosi del primo Rapporto di Riesame Ciclico redatto per il CdS in esame.

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

### Analisi dei dati

La struttura e i contenuti del corso di laurea sono stati discussi con le parti interessate ed hanno recepito, nel tempo e compatibilmente con i vincoli normativi vigenti, le osservazioni e i suggerimenti che sono stati proposti dai rappresentanti delle istituzioni e delle imprese.

In occasione dei Consigli di corso di studio e dei Consigli di Dipartimento vengono presentati e discussi tutti gli aspetti dell'offerta formativa e dell'organizzazione didattica, ivi compresi appelli d'esame, orari delle lezioni, servizi a supporto della didattica e aspetti critici emersi dalla relazione della CP-DS; vengono inoltre presentati e discussi, all'inizio di ciascun anno accademico, i dati relativi alle immatricolazioni. A partire dall'anno 2014/15 il numero di immatricolati al corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa ha subito una flessione, e gli avvisi di carriera, che erano arrivati a essere 83 nel 2014, si sono progressivamente ridotti fino ai 59 immatricolati del 2016. Si osserva inoltre che soltanto una quota esigua dei laureati nella corrispondente laurea triennale in Scienze della Comunicazione prosegue i suoi studi con la laurea magistrale Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa. A partire dall'A.A. 2018/19 il Consiglio di Corso di Studi ha in programma una revisione della triennale corrispondente alla laurea magistrale Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa; tale revisione dovrebbe comportare, fra le altre cose, l'introduzione di un nuovo indirizzo maggiormente orientato alla comunicazione per il marketing. Successivamente all'introduzione di queste modifiche, e dopo una attenta analisi dei dati relativi alle nuove immatricolazioni e alle scelte dei percorsi di laurea triennale, si renderà dunque opportuna anche una revisione di percorsi e contenuti del corso di laurea magistrale.

La rilevazione delle opinioni degli studenti è organizzata efficacemente, tanto che il 100% degli insegnamenti erogati risulta valutato. Le opinioni di studenti e laureati, raccolte attraverso i questionari di valutazione della didattica e i questionari di AlmaLaurea sui laureati e periodicamente analizzate dalla CP-DS e dai gruppi di riesame, sono presentate e discusse nel corso di Consigli di Dipartimento e Consigli di Corso di studio e vengono pubblicate sul sito del Dipartimento, ma è finora mancato un momento di presentazione pubblica dei risultati a cui vengano invitati anche gli studenti; questa mancanza è stata sottolineata anche dalla relazione 2016 della CP-DS.

#### **Aspetto critico individuato n. 1:**

Flessione del numero di immatricolati a partire dal 2014/15

#### **Causa/e presunta/e all'origine della criticità:**

Ridotta attrattività dei contenuti del corso.  
Limitata corrispondenza con i contenuti della laurea triennale.

#### **Aspetto critico individuato n. 2:**

Limitata visibilità dei risultati emersi dai questionari di valutazione della didattica

#### **Causa/e presunta/e all'origine della criticità:**

Assenza di un momento di presentazione dei risultati dei questionari di valutazione della didattica.

## 4-c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

### **Obiettivo n. 2017-4-1:**

Miglioramento dell'attrattività del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa

#### **Aspetto critico individuato:**

Flessione del numero di immatricolati a partire dal 2014/15

#### **Azioni da intraprendere:**

Revisione e aggiornamento dei contenuti del corso  
Allineamento con la futura impostazione del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione

#### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Costituzione di una commissione di lavoro  
Consultazione delle parti interessate  
Progettazione di una prima proposta di revisione  
Presentazione e discussione della proposta in Consiglio di corso di studi  
Presentazione al CUN della proposta di modifica

#### **Risorse eventuali:**

-----

#### **Scadenza previste:**

Costituzione della commissione: ottobre 2017  
Analisi delle immatricolazioni alla nuova laurea triennale in Scienze della Comunicazione, successivamente alla revisione di contenuti e percorsi: a partire da inizio 2019  
Consultazione delle parti interessate, progettazione e discussione: novembre-dicembre 2019  
Presentazione al CUN: gennaio 2020  
Avvio del nuovo indirizzo a partire dal 2020/21

#### **Responsabilità:**

Presidente del CdS  
Commissione all'uopo designata

#### **Risultati attesi:**

Maggiore attrattività del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa  
Maggiore quota di laureati del corso di Scienze della Comunicazione che scelgono questo corso di studi

### **Obiettivo n. 2017-4-2:**

Maggiore visibilità dei risultati emersi dai questionari di valutazione della didattica

#### **Aspetto critico individuato:**

Assenza di un momento di presentazione dei risultati dei questionari di valutazione della didattica

#### **Azioni da intraprendere:**

Organizzazione pubblica di un momento di presentazione dei risultati dei questionari di valutazione della didattica, con la partecipazione degli studenti

#### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Definizione del periodo adatto, in base ai calendari didattici e alle tempistiche di rilascio dei risultati da parte degli Uffici centrali  
Pubblicizzazione dell'incontro presso gli studenti

Realizzazione dell'incontro

**Risorse eventuali:**

-----

**Scadenza previste:**

Definizione del periodo: inizio 2018

Pubblicizzazione e realizzazione: primavera 2018

**Responsabilità:**

Presidente del CdS

Coordinatore didattico

**Risultati attesi:**

Maggiore visibilità dei risultati

Maggiore percezione di utilità della rilevazione e maggiore copertura dell'indagine

## **5 – COMMENTO AGLI INDICATORI**

Non applicabile, trattandosi del primo Rapporto di Riesame Ciclico redatto per il CdS in esame.

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

### Analisi dei dati

A partire dal 2014 il corso di laurea magistrale Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa mostra una flessione del numero di immatricolati, che è proseguita anche nel 2016/17 scendendo a 59 nuovi iscritti (l'ultimo dato, ricavato dal sito statistiche.unimore.it, non è presente in allegato).

Aumenta la quota degli immatricolati provenienti da lauree triennali di altri Atenei, che raggiunge l'85%, nettamente superiore alle lauree di classe LM-59 sia a livello regionale che nazionale, mentre rimane esigua la quota di studenti stranieri.

Diminuiscono gli abbandoni, ma il dato (10,7%) si mantiene peggiore rispetto alle medie nazionale e regionale. Aumenta lievemente la quota di studenti che si laureano entro un anno dalla durata nominale del corso di studi, ma la quota di coloro che si laureano entro la durata normale, già molto bassa rispetto alle medie della classe di laurea, si riduce ulteriormente scendendo sotto il 50% (la media nell'area geografica è dell'80%). Molto basse rispetto agli altri corsi della medesima classe di laurea sono anche la quota di CF conseguiti all'estero e la percentuale di studenti che acquisiscono almeno 12 CFU all'estero.

#### Aspetto critico individuato n. 1:

Alto tasso di abbandoni

#### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Forse elevato numero di studenti-lavoratori e lavoratori-studenti, ma è opportuno in primo luogo indagare le motivazioni effettive

#### Aspetto critico individuato n. 2:

Rallentamenti nel percorso formativo e nell'acquisizione dei crediti

#### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Elevato numero di studenti-lavoratori e lavoratori-studenti; alta presenza di studenti provenienti da fuori Regione; assenza di un supporto didattico specifico.

#### Aspetto critico individuato n. 3:

Flessione del numero di immatricolati a partire dal 2014/15

#### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Ridotta attrattività dei contenuti del corso.  
Limitata corrispondenza con i contenuti della laurea triennale.

#### Aspetto critico individuato n. 4:

Esiguo numero di CFU conseguiti all'estero dagli studenti del CdS

#### Causa/e presunta/e all'origine della criticità:

Scarsa internazionalizzazione del corso di laurea.

## 5- c OBIETTIVI E AZIONI DI MIGLIORAMENTO

Gli aspetti critici 1, 2 e 3 evidenziati dagli indicatori sono già emersi dalle analisi condotte nei quadri precedenti, e corrispondono agli obiettivi 2017-2-1, 2017-2-2 e 2017-4-1.

### **Obiettivo n. 2017-5-1:**

Aumentare l'internazionalizzazione del CdS

### **Aspetto critico individuato:**

Numero esiguo di CFU conseguiti all'estero dagli studenti del CdS

### **Azioni da intraprendere:**

Aumentare opportunità di mobilità di studenti e docenti

### **Modalità di attuazione dell'azione:**

Predisposizione di una pagina del sito web di Dipartimento dedicata alle opportunità di mobilità  
Ricognizione, aggiornamento e ampliamento della lista di Atenei con cui il CdS intrattiene rapporti di scambio (Erasmus, collaborazioni di ricerca, etc.)

Perfezionamento di accordi con imprese che aderiscono ad Erasmus Plus per facilitare l'avvio di esperienze di traineeship per gli studenti

Promozione delle iniziative per visiting professor (in ingresso e in uscita) presso i docenti del CdS

### **Risorse eventuali:**

-----

### **Scadenza previste:**

Predisposizione della pagina web: dicembre 2017

Ricognizione dei rapporti di scambio: a partire dai primi mesi del 2018

Ampliamento dei rapporti di scambio: a partire da primavera 2018, fino alla conclusione del triennio

Perfezionamento di accordi Erasmus Plus per traineeship: a partire da primavera 2018, fino alla conclusione del triennio

Promozione delle iniziative per visiting professor: secondo le scadenze di Ateneo

### **Responsabilità:**

Presidente del CdS

Commissione internazionalizzazione del Dipartimento

Responsabile Ufficio Erasmus del Dipartimento

### **Risultati attesi:**

Maggiore partecipazione ai programmi di mobilità per studenti

Maggiore partecipazione ai programmi mobilità per docenti