



Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMITATO DI INDIRIZZO

Verbale della seduta del 18 marzo 2015

Mercoledì 18 marzo 2015, alle ore 14.00, presso l'aula FA-1-B, Modena, Dipartimento di Ingegneria 'Enzo Ferrari', si è riunito il **Comitato di Indirizzo** del Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Presenti:

Dipartimento

- Prof.ssa **Paola Vezzani**, Direttore
- Prof. **Paolo Di Toma**, Presidente del Consiglio di Interclasse dei Corsi di Laurea in Marketing e Organizzazione di Impresa e del Corso di Laurea Magistrale in Management e Comunicazione di Impresa
- Prof.ssa **Nicoletta Cavazza**, Presidente del Consiglio di Interclasse dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione e del Corso di Laurea Magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività di Impresa
- Prof. **Giuliano Lemme**, Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni
- Dott.ssa **Manuela Bertolini**, referente Ufficio stage

Parti interessate

- Dott. **Daniele Sghedoni**, IConsulting (d.sghedoni@iconsulting.biz; p.grossi@iconsulting.biz)
- Dott.ssa **Cristina Falavigna**, Unindustria Reggio Emilia, Education (formazione@unindustriareggiemilia.it)
- Dott. **Matteo Benelli**, Ordine Dottori Commercialisti Reggio Emilia, Consigliere con delega ai rapporti con l'Università (m.benelli@scostudio.com)
- Dott. **Luca Bosi**, Vice Presidente Legacoop Emilia Ovest, Presidente Sicrea spa (bosiluca@sicreaspa.com; bosi@legacoopemiliaovest.it)

Assenti (con conferma di volontà di fare parte del CI):

- Dott.ssa **Barbara Cristofani (Landi spa)**
- Dott.ssa **Raffaella Curioni (Comune di Reggio Emilia)**

Presiede la riunione il Direttore prof. Paola Vezzani, che, dopo avere dato il proprio benvenuto ai partecipanti, effettua una **breve presentazione del Dipartimento di Comunicazione ed Economia** (progetto culturale che nasce nel 2001 con l'obiettivo di integrare, sia nelle attività didattiche sia nella ricerca, *competenze multidisciplinari* per lo studio e l'insegnamento di temi legati alla *comunicazione*, all'*economia* e alla *gestione di impresa*) richiamandone in particolare l'impegno e la vocazione nella progettazione di un'offerta formativa *innovativa* nei contenuti, che è stata accolta in modo favorevole dagli studenti, come testimonia l'elevato numero di iscritti, nell'ambito di un contesto istituzionale di grande cambiamento (la Legge 240/2010 - legge Gelmini, e successivi decreti attuativi - che ha richiesto agli Atenei una 'riorganizzazione' delle proprie strutture didattiche e di ricerca: a partire dal 2012, sono state attivate nuove strutture organizzative denominate 'Dipartimenti' e parallelamente sono state disattivate le precedenti 'Facoltà').

Il Direttore prosegue il proprio intervento richiamando gli obiettivi dell'odierno incontro ed illustrando le **caratteristiche e le finalità del Comitato di Indirizzo**, Organo universitario composto da docenti dei corsi di laurea e 'Parti Interessate' (aziende, amministrazioni locali e/o nazionali, ordini e collegi professionali, ecc.) particolarmente 'rappresentative' delle professionalità dei laureati. Le funzioni attribuite al Comitato di Indirizzo sono molteplici: *funzioni consultive*, per identificare e monitorare gli obiettivi formativi dei corsi di laurea; *funzioni di controllo e di verifica*, con particolare riguardo alla progettazione e al monitoraggio dei



tirocini formativi, per accertare l'effettivo raggiungimento degli obiettivi formativi. Si tratta quindi di funzioni estremamente importanti, in un'ottica che mira a rafforzare i rapporti di collaborazione tra l'Università e il mondo del lavoro 'formalizzandone' il dialogo e il confronto, nell'intento di favorire l'espressione di esigenze e fabbisogni provenienti dal mondo della professione e dal contesto socio-economico in cui i corsi di laurea sono inseriti.

Prima di aprire il dibattito, il Direttore invita i Presidenti dei Corsi di laurea e del Consiglio di Interclasse ad una sintetica illustrazione delle specificità di ciascun corso di studio.

Prende la parola il **Prof. Paolo Di Toma** che presenta il **Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione di Impresa** (L-18 Classe delle lauree in scienze dell'economia e della gestione aziendale). La laurea consente di intraprendere carriere manageriali nelle differenti aree della gestione aziendale ed attribuisce conoscenze specifiche nelle funzioni di marketing e organizzazione aziendale; le peculiarità riguardano l'attenzione alla componente 'psicologica' (psicologia sociale, dei processi cognitivi) e l'erogazione del percorso in modalità F.A.D. che cerca di soddisfare le esigenze di formazione, aggiornamento e/o riqualifica professionale di un diverso bacino di 'studenti' che si compone perlopiù di adulti lavoratori, professionisti o occupati spesso già in possesso di un'esperienza lavorativa pluriennale.

Prosegue il prof. Di Toma con la presentazione del **Corso di Laurea Magistrale in Management e Comunicazione di Impresa** (LM-77 Classe delle lauree magistrali in scienze economico-aziendali). Il corso di laurea propone due curricula: "General management" e "Comunicazione e immagine d'impresa". Molto recente, è il risultato di un progressivo 'perfezionamento' dei primi corsi di studio specialistici. Il percorso offre buone basi (statistiche, informatiche, psicologiche) per la formazione di futuri professionisti in grado di analizzare dati e problemi in situazioni complesse, di fornire soluzioni adeguate a migliorare la capacità di 'prendere decisioni' all'interno dell'impresa.

La **Prof. Nicoletta Cavazza** procede poi nella presentazione dei Corsi di Laurea in **Scienze della Comunicazione** e del Corso di **Laurea Magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività di Impresa**. Obiettivo comune è quello di formare professionisti della comunicazione dotati delle conoscenze e delle abilità necessarie ad operare sia nell'ambito di strutture che abbiano nella comunicazione il loro fine (uffici stampa, agenzie pubblicitarie, case editrici...) sia, più in generale, presso tutte le organizzazioni che necessitino di progettare e coordinare la comunicazione con funzione 'strategica'. Questi percorsi formativi prevedono l'acquisizione di competenze fondanti di tipo psicologico, linguistico, metodologico e sociologico. Anche nel caso di Scienze della Comunicazione (L-20 Classe delle lauree in scienze della comunicazione) vengono messi a disposizione servizi di supporto alla frequenza a distanza, destinati soprattutto agli studenti lavoratori.

Il **Prof. Giuliano Lemme** prende infine la parola per la presentazione del corso di **Laurea Magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni**. Il percorso si inserisce con estrema coerenza nel contesto *multidisciplinare* che caratterizza il Dipartimento di Comunicazione ed Economia; si configura come corso di studio *interdipartimentale* (è congiuntamente gestito dai Dipartimenti di Comunicazione ed Economia, Economia Marco Biagi e Giurisprudenza) ed *interclasse* (che accoglie le peculiarità delle due classi in cui è istituito: LM-77 Scienze Economico- Aziendali ed LM-63 Scienze delle Pubbliche Amministrazioni). Le attività formative prevedono due curricula: "International Business and Law" e "Public Management", entrambi accomunati da una forte vocazione all'internazionalizzazione. Il corso si pone quindi l'obiettivo di formare un laureato dotato di un sapere "trasversale" che consentirà di assolvere ai compiti sempre più diversificati che caratterizzano oggi sia le pubbliche amministrazioni (locali, nazionali e internazionali), sia le organizzazioni imprenditoriali, chiamate ad operare in contesti sempre più vasti ed eterogenei e ad interfacciarsi in modo sistematico anche con l'Europa. Si tratta del solo corso magistrale che viene offerto anche in modalità di supporto alla frequenza a distanza; attira un bacino di utenza molto consistente e nello stesso tempo molto diversificato e insieme a *Management e Comunicazione di Impresa* si configura come il percorso magistrale di maggior 'successo' in tutta Unimore per numero di iscritti.

Al termine della presentazione riprende la parola la Prof. Vezzani, che richiama brevemente agli obiettivi dell'incontro (interpellare i partecipanti sia in funzione 'consultiva' che di 'controllo-verifica') avviando un 'piano' di lavoro; il Direttore, inoltre, anche a nome dei colleghi si rende disponibile a rispondere ad eventuali dubbi, curiosità o richieste di approfondimento.



Interviene il **Dott. Matteo Benelli (Ordine dei Dottori Commercialisti)** che ringrazia per l'invito alla partecipazione al Comitato rivolto all'Ordine; in veste di Consigliere con delega ai rapporti con l'Università ne richiama infatti la sensibilità e la volontà ad approfondire i rapporti con l'Ateneo. Il futuro della professione è nei giovani e deve quindi, necessariamente, passare attraverso il dialogo e il confronto con l'ambiente in cui i giovani studiano e si formano. Sottolinea come, nella sua esperienza, troppo spesso si manifestano 'scollature' tra le aspettative degli studenti e dei giovani neolaureati e la realtà lavorativa che caratterizza gli studi professionali.

Il Prof. Giuliano Lemme ricorda che - ove si scelga di laurearsi nella classe LM-77 - il corso magistrale EDIPA consente l'iscrizione al registro dei praticanti dottori commercialisti e concorda con il Dott. Benelli che la sensibilità degli Ordini sia fondamentale per dare entusiasmo ai giovani professionisti.

Il prof. Paolo Di Toma sottolinea come – sebbene la maggior parte dei corsi di studio del Dipartimento di Comunicazione ed Economia non siano specificamente orientati alla libera professione – a suo avviso sussistano comunque spazi di collaborazione importanti tra Ordine e Università, con particolare riferimento alla possibilità di co-progettare, ad esempio, i contenuti degli esami a libera scelta, per renderli il più possibile in linea ai fabbisogni di formazione che lo stesso Ordine esprime ed anche con particolare riferimento al fatto che la professione ha necessità, oltre che della indispensabile preparazione ed aggiornamento fiscale, anche di competenze legate alla gestione delle imprese.

La **Dott.ssa Cristina Falavigna (Unindustria Reggio Emilia)** introduce i concetti di 'specializzazione forte' e 'adattabilità' quali requisiti indispensabili alla formazione dei giovani e conferma la disponibilità di Unindustria Reggio Emilia a partecipare al Comitato di Indirizzo. Richiamando i contenuti della mail di invito, chiede informazioni circa la possibile costituzione di 'sotto-Comitati' in particolare se ciascun ente/azienda dovrà o meno essere 'rappresentato' da figure diverse o da più delegati.

La Prof. Paola Vezzani spiega che l'eventuale articolazione in sotto-Comitati potrebbe rivelarsi funzionale con riferimento ai diversi corsi di laurea; ciascuno degli enti presenti, ad esempio, potrebbe risultare potenzialmente 'inseribile' in più di un Comitato. La prof. Cavazza sottolinea come questa fase 'costitutiva' sia di fatto ancora priva di obblighi o 'vincoli formali' mentre il Prof. Di Toma sottolinea che – per quanto il Comitato non voglia configurarsi come impegno 'gravoso' – a suo avviso sarebbe vantaggiosa l'individuazione di referenti effettivi, che possano rimanere gli stessi, in maniera tale da garantire la 'continuità' del percorso di lavoro, nell'ottica del confronto e dello scambio.

Il Prof. Di Toma propone come prossima data possibile di incontro il mese di **ottobre 2015**, periodo favorevole per ragionare in maniera condivisa sui possibili contenuti della nuova offerta formativa che il Dipartimento sarà chiamato a pianificare.

Segue l'intervento del **Dott. Daniele Sghedoni (IConsulting)** che esprime, anche a nome del **Dott. Piergiorgio Grossi**, il proprio ringraziamento e l'interesse alla partecipazione al Comitato; nell'ottica di chi si occupa di innovazione, dove conoscenze e saperi necessitano costantemente di manutenzione e aggiornamento, richiama l'attenzione su due aspetti: da una parte, la necessità di programmare tirocini che diano effettivamente l'opportunità agli studenti di 'seguire tutti gli step' del ciclo di sviluppo di un prodotto (ad esempio presso start up, dove il giovane possa fare esperienza di 'imprenditorialità' e, nello stesso tempo, godere di reali opportunità di sbocchi lavorativi); dall'altra, ribadisce il proprio convincimento circa l'utilità e la rilevanza, in tema di decision making, della capacità di analizzare e leggere dati anche dal punto di vista cognitivo per sviluppare conoscenze teoriche e competenze applicative utili alla gestione di processi decisionali all'interno dell'impresa.

Concorda il Prof. Di Toma circa l'importanza dell' 'imprenditorialità' come 'oggetto' di studio; d'altro canto, per forza di cose, si tratta di un tema che l'università non può 'affrontare da sola', se non in maniera parziale e/o trasversale....ecco dunque l'importanza di lavorare 'con' le imprese, di collaborare per far sì che l'esperienza pratica si mescoli con quella teorica affinché l'Università possa diventare sede di effettiva di scambio e di confronto su questi temi.



La Dott.ssa Falavigna afferma che 'start up' e 'innovazione' costituiscono di fatto tematiche imprescindibili; servono giovani dotati di una nuova 'cultura' d'impresa, molto distante dalle 'vecchie logiche' che determinano ad oggi le difficoltà di tante aziende che, non avendo saputo 'stare al passo', puntano esclusivamente 'a sopravvivere'.

Prende la parola il **Dott. Luca Bosi (LegaCoop)**, che apre il proprio intervento con un 'riconoscimento' ed un apprezzamento per la qualità formativa sottesa ai corsi di studio offerti dal Dipartimento; non conosceva il Dipartimento e apprezza l'inserimento della psicologia nei corsi di studio; non stenta ad immaginarne il 'successo' dal momento che, a suo avviso, appaiono ben concepiti e strutturati in modo tale da garantire un bagaglio di competenze che ben si conciliano con le attuali esigenze e dinamiche di impresa proprie del tessuto locale. Su questo fronte, il Prof. Di Toma ricorda come, per forza di cose data la 'giovane età del Dipartimento', la stessa offerta formativa ne abbia tratto vantaggio, essendo stata costituita e concepita di fatto solo pochi anni fa, al di là dei vincoli ministeriali imposti dalla 'classe' di laurea.

Il tema della 'gestione della governance con modalità innovative' è centrale, secondo il Dott. Bosi, anche nell'ambito della cooperazione; il rapporto con l'Università è fondamentale. Se l'Università non può 'fare tutto da sola', così neppure l'impresa; pensando ai giovani che vogliono 'fare impresa', spiegare ad esempio 'come si fa una cooperativa' non equivale necessariamente a fornire 'strumenti reali di imprenditorialità'. Anche tramite le esperienze di tirocinio, i rapporti tra azienda ed Università devono esserci e sono fonte di arricchimento reciproco e di interscambio.

Il Direttore Prof. Paola Vezzani ricorda, su questo tema, la positiva esperienza del progetto '*Bellacopia Impresa-Università*', nato dalla collaborazione tra Legacoop Reggio Emilia ed il Dipartimento di Comunicazione ed Economia per la promozione di un concorso riservato agli studenti universitari per la redazione di progetti economici innovativi in forma cooperativa.

Il Dott. Bosi conclude infine il proprio intervento ricordando l'importanza di consolidare nei giovani il concetto che sul mercato del lavoro sia molto più appetibile ed in grado di emergere colui che prova a mettersi in gioco e chi aspira, più che 'ad essere assunto', ad essere sempre di più 'imprenditore della propria impresa'. Anche l'Università deve fare la sua parte, e si deve interrogare su come e quanto - nell'ambito del percorso accademico - riesca di fatto a 'trasferire' questo 'dinamismo', questa 'cultura'.

Il Direttore, sentiti i Partecipanti, stabilisce che la prossima seduta si svolgerà a Reggio Emilia, presso gli spazi di Palazzo Dossetti, nell'ottobre 2015 e congeda i partecipanti alle ore 15.45.

Ai partecipanti sono stati distribuiti i seguenti materiali:

- *Guida del Dipartimento*
- *Schede con piani di studio dei 5 corsi di laurea*
- *Tabelle e grafici su iscritti e immatricolati del Dipartimento (vedi oltre)*



Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Studenti iscritti ai corsi di laurea triennali e magistrali (triennio accademico 2012-13, 2013-14, 2014-15)

A.A.	2012-13					2013-14					2014-15				
Anni di iscrizione	1	2	3	FC	TOT.	1	2	3	FC	TOT.	1	2	3	FC	TOT.
Marketing e Organizzazione di Impresa (L-18)	357	235	150	118	860	433	234	209	137	1013	447	307	199	131	1084
Scienze della Comunicazione (L-20)	258	154	155	104	671	253	161	145	144	703	234	177	147	131	689
<i>Lauree triennali ad esaurimento</i>				129	129				82	82				44	44
TOTALE Lauree Triennali	615	389	305	351	1660	686	395	354	363	1798	681	484	346	306	1817
Management e Comunicazione d'Impresa * (LM-77)	97	66		33	196	118	92		0	210	132	100		27	259
Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa (LM-59)	82	72		29	183	75	74		38	187	85	65		40	190
Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni (Interdipartimentale) (LM-63, LM-77)	80	63		46	189	113	63		33	209	102	102		33	237
<i>Lauree magistrali ad esaurimento</i>				30	30				51	51				14	14
TOTALE Lauree Magistrali	259	201		138	598	306	229		122	657	319	267		114	700
TOTALE Dipartimento di Comunicazione ed Economia	874	590	305	489	2258	992	624	354	485	2455	1000	751	346	420	2517

Note:

* LM attivata nell'a.a. 2012-13 (in precedenza vi erano altre due LM: DIMSI e SCI; il 2° anno dell'a.a. 2012-13 corrisponde alla somma di tali due corsi di LM)

Tassi di crescita studenti iscritti ai corsi di laurea triennali e magistrali

	Var. % 13-14 vs 12-13	Var. % 14-15 vs 13-14	Var. 14-15 vs 12-13
Lauree triennali	8,31	1,06	9,46
Lauree magistrali	9,87	6,54	17,06
TOTALE Dipartimento di Comunicazione ed Economia	8,72	2,53	11,47





