



Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMITATO DI INDIRIZZO

Verbale della seduta del 29 gennaio 2018

Lunedì 29 gennaio 2018, alle ore 18.00, presso la Sala Riunioni (Reggio Emilia, Palazzo Dossetti, Viale Allegrì, 9 – 2 piano) si è riunito il **Comitato di Indirizzo** del Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Presenti:

Dipartimento

- **Maria Cristiana Martini**, Direttore del Dipartimento e Presidente del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione e del Corso di Laurea Magistrale in Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d' Impresa
- **Paolo Di Toma**, Presidente del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d' Impresa e del Corso di Laurea Magistrale in Management e Comunicazione d' Impresa
- **Giuliano Lemme**, Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni
- **Giovanna Galli**, responsabile del Comitato di indirizzo
- **Cinzia Bianchi**, vice-Presidente del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione e del Corso di Laurea Magistrale in Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d' Impresa
- **Manuela Bertolini**, referente Ufficio stage

Parti interessate

- **Jacopo Pergreffi**, Max Mara Fashion Group
- **Stefano Malagoli**, Fruitecom srl
- **Marco Moretti**, Confindustria Modena
- **Elena Poppi**, Comune di Reggio Emilia
- Assessore **Valeria Montanari**
- **Roberto Arnò**, Confcommercio
- **Sara Sabbatini**, Generali Assicurazioni
- **Maurizio Brevini**, Unindustria Reggio
- **Giorgio Medici**, Cantine Medici Ermete
- **Daniele Sghedoni**
- **Ughetta Fabris**, CNA
- **Andrea Burchi**, Unicredit
- **Andrea La Fata**, Emak
- **Edwin Ferrari**, Coop Nord Est

Presiede la riunione il Direttore, **Maria Cristiana Martini**, che ringrazia e dà il proprio benvenuto ai partecipanti; sottolinea le importanti funzioni che i membri del Comitato di Indirizzo svolgono nei confronti del Dipartimento: essi rappresentano *interlocutori privilegiati* in grado di supportare sia la definizione dell'offerta formativa che la progettazione di nuove forme di collaborazione sui fronti della didattica e/o della ricerca.



Il Direttore osserva come la composizione variegata del Tavolo, costituito da rappresentanti dei più diversi comparti, rifletta quella che di fatto si configura come volontà effettiva del Dipartimento nei confronti del Territorio, di un approccio ad esso il più possibile ampio, e sia al contempo uno specchio della diversificata offerta formativa che ne caratterizza i corsi di studio, dei quali ricorda le denominazioni e le principali linee di indirizzo.

Il Direttore ricorda inoltre come, nonostante sia trascorso molto tempo dall'ultima riunione (svoltasi nel maggio 2016), i suggerimenti e le sollecitazioni emerse nel corso del precedente incontro da parte dei membri del Comitato abbiano trovato effettivo riscontro e siano stati di fatto utilizzati dal Dipartimento per orientare al miglioramento e al perfezionamento degli insegnamenti proposti.

Prosegue ricordando le principali trasformazioni che il Dipartimento si è trovato ad affrontare nel corso dell'ultimo anno ed i progetti in corso nell'ambito della didattica sui quali sollecita i membri del Comitato ad esprimere pareri e riflessioni.

A partire dall'a.a. 2017/2018 su tutti i primi anni dei Corsi di Laurea e dei Corsi di Laurea Magistrale del Dipartimento è stato introdotto *ONELab*, un laboratorio che offre servizi di supporto alla didattica convenzionale in aula. Il progetto offre agli studenti la possibilità di accedere alla registrazione delle lezioni dopo la loro erogazione, nell'intento di agevolare la continuità della frequenza da parte di coloro che in alcuni periodi dell'anno si trovano impossibilitati a frequentare regolarmente le lezioni. Garantisce inoltre un ulteriore servizio legato alla disponibilità di un orario di ricevimento docenti online a integrazione di quello in presenza.

La novità costituita dall'introduzione di questi 'servizi aggiuntivi di supporto' ha consentito al Dipartimento di mantenere eccellenti livelli di attrattività e di iscrizioni nonostante le penalizzazioni inflitte dalle nuove disposizioni ministeriali inerenti l'attivazione dei corsi in modalità doppia (cioè in presenza e a distanza).

I segmenti costitutivi del Dipartimento sono essenzialmente due: la Comunicazione e l'Economia/Marketing. Nell'intento di colmare la distanza tra le due anime, il progetto del Dipartimento verte sul tentativo di un 'avvicinamento' rappresentato dalla proposta (da sottoporre al vaglio ministeriale) di introduzione di un nuovo curriculum, *Comunicazione d'Impresa* all'interno del corso di studio in Scienze della Comunicazione, tradizionalmente più legato alle discipline umanistiche, curriculum che prevede l'introduzione di alcuni insegnamenti legati alle discipline economiche. Si intende inoltre, in entrambi i curricula, approfondire maggiormente il tema della comunicazione digitale.

Giovanna Galli ribadisce come il concetto di 'distanza' tra le due anime, quella della Comunicazione e quella dell'Economia, faccia riferimento perlopiù alle 'classi di appartenenza' dei Corsi di Studio così come vengono definite dal Ministero. L'integrazione cerca di recuperare il successo che fu proprio del corso di 'Comunicazione e Marketing' ed è volta all'introduzione di elementi di tipo economico all'interno di un percorso caratterizzato tradizionalmente da discipline umanistiche.

Sottolinea **Cinzia Bianchi** che la novità non nasce dalla necessità di rilanciare il successo dei corsi, anzi; il Dipartimento si distingue in Ateneo per l'elevato numero di immatricolazioni e l'attrattività nei confronti degli studenti. Implica invece un maggior approfondimento e l'acquisizione di competenze più specifiche in entrambi gli ambiti.

Ughetta Fabris (CNA): Prende la parola ed esprime parere molto favorevole sulla trasformazione che, a suo giudizio, si muove nella direzione di ciò che richiedono le Imprese: trovare figure che



posseggano competenze specifiche e che, al contempo, si intendano di più segmenti; che siano competenti nel settore della comunicazione ma che siano anche in grado di analizzare dati. Suggerisce un possibile sviluppo legato alla Comunicazione d'Impresa nell'ambito delle associazioni di categoria.

Andrea Burchi (Unicredit): Il mondo del digitale è altamente impattante, in costante crescita; spesso le competenze vengono ricercate fuori, esternamente. La novità proposta dal Dipartimento è coerente alle trasformazioni in essere all'interno del sistema bancario.

Daniele Sghedoni: Nonostante il moltiplicarsi di nuove 'scuole di digitale' sul territorio, la percezione delle imprese è che manchino determinate competenze, si lamenta la carenza di profili qualificati; chi esce dall'Università, anche se portatore di un approccio favorevole, spesso non riesce a compiere percorsi strutturati di carriera in questo settore. Come mai? Cosa manca? Come si colloca l'Università in tutto questo? Non potrebbe avere parimenti senso l'introduzione di 'pillole di digitale' anche all'interno dei percorsi più marcatamente 'economici'?

Giovanna Galli concorda che si tratti di un'osservazione fondata. Spesso chi esce dall'Università non dispone di strumenti operativi immediatamente spendibili; del resto, compito principale dell'Università è quello di formare gli studenti all'acquisizione seria e rigorosa di un 'metodo'. Fornire la 'cassetta degli attrezzi' è più compito dell'impresa, anche se l'Università può supportare in questa direzione cercando di integrare questi strumenti nelle conoscenze di base degli studenti. Al fine, però, di garantire questa attitudine maggiormente 'professionalizzante', l'Università ha bisogno dell'aiuto dell'Impresa per capire cosa serva, quali siano i problemi tipici; deve poter contare sulla disponibilità dell'azienda ad entrare in aula, a lavorare con i ragazzi, anche prima della tesi o dello stage, ovvero dei primi momenti di effettivo contatto con il mondo del lavoro.

Daniele Sghedoni concorda con la Prof.ssa Galli e aggiunge che l'Università dovrebbe essere anche in grado di 'mettere un timbro', ovvero di entrare in campo per siglare la qualità della formazione a mercato in ambito digitale, essere di supporto per decifrare la reale qualità dei corsi che sempre più frequentemente stanno nascendo sul territorio.

Paolo Di Toma introduce una riflessione relativa all'"allineamento delle aspettative", ovvero di una chiara comprensione di quello che l'Università è effettivamente in grado di fare e di ciò che potrebbe essere fatto meglio in collaborazione con le imprese. Ricorda come l'Università presenti limiti e carenze oggettive - che affondano le radici nei vincoli e nelle imposizioni ministeriali - rispetto alla capacità di 'stare al passo' con le richieste dell'impresa, con i bisogni emergenti, e alla velocità con cui le sia possibile introdurre nuovi corsi, o nuovi contenuti. Cita l'esempio delle tesi di laurea realizzate in collaborazione con le aziende come strumenti assai utili ad 'attualizzare' la formazione acquisita dagli studenti.

Maurizio Brevini (Unindustria) conviene che l'Azienda debba farsi vicina all'Università, ma ritiene utile anche il contrario: l'Università deve ascoltare la voce degli imprenditori, immergersi e partecipare alle loro riunioni e ricorda come positive esperienze in questa direzione siano state già realizzate presso il DISMI.

Il **Direttore** ringrazia per i tanti contributi dai quali emerge una positiva valutazione circa il nuovo progetto didattico intrapreso dal Dipartimento ed una concreta apertura in merito alla possibilità di istituire nuove forme di collaborazione e di iniziative congiunte di cui fornisce esempi: testimonianze aziendali offerte all'interno dei corsi di studio, frutto di accordi diretti tra impresa e docenti; business game; tesi su specifiche esigenze aziendali; presentazioni aziendali da organizzarsi periodicamente, per dare modo alle aziende di 'raccontarsi' in maniera diretta agli studenti; tirocini aziendali e premi di studio che si strutturino secondo una logica di continuum, che diano cioè modo all'impresa di



‘scegliersi’ la risorsa, di individuarla tra gli studenti più meritevoli e di ‘coltivarla’ fin dal suo ingresso all’Università.

Il Direttore sollecita eventuali nuove proposte sul fronte delle possibili iniziative/collaborazioni e sottolinea che le stesse potranno anche pervenire successivamente all’incontro.

Interviene l’**Assessore Valeria Montanari** che ribadisce il concetto della ‘pervasività del digitale’ che sempre più dovrà direzionarsi verso la comunicazione d’impresa, come strumento in grado di rafforzare contenuti e contorni, svincolandosi dall’idea che si tratti di un tipo di comunicazione riservata perlopiù agli ambiti del divertimento e del tempo libero. Metodologie e processi digitali devono diventare patrimonio di un numero sempre maggiore di persone; ricorda su questo fronte gli impegni assunti dall’Amministrazione Comunale e richiama inoltre i principali progetti in collaborazione con il Dipartimento che hanno avuto come obiettivo, tra gli altri, lo sviluppo di conoscenze e competenze per gli studenti: ‘QUA - quartiere bene comune’, che ha previsto la creazione di un blog gestito dai ragazzi; e ‘A Scuola di Data Journalism’, rivolto alle scuole superiori. Il Blog ha costituito un’ottima esperienza di collaborazione, ma altre potrebbero nascere; l’Assessore ribadisce la propria disponibilità alla riflessione circa la possibilità di istituire nuove iniziative.

Segue l’intervento di **Edwin Ferrari**, il quale offre un diverso punto di vista: a suo avviso le skills delle quali c’è più carenza non sono legate tanto al mezzo, ma alle capacità di espressione scritta. E’ vero che l’Università non può farsi carico delle lacune che i precedenti segmenti di istruzione avrebbero dovuto colmare... ma non potrebbe, ad esempio, curare maggiormente l’orientamento in ingresso e la selezione dei propri iscritti? Saper utilizzare immagini e video non basta, le parole, il linguaggio, le abilità di dialogo ed espressione continuano a restare indispensabili e ad avere il loro peso per distinguersi nel mercato del lavoro. Edwin Ferrari conclude il suo intervento suggerendo nuovi contenuti sui quali l’Università dovrebbe insistere dal punto di vista didattico fin dal triennio, al fine di formare i nuovi professionisti della Comunicazione: elementi di tutela della privacy e la conoscenza approfondita della nuova normativa in tema di trattamento dei dati personali rappresentano nel panorama attuale ambiti ineludibili.

Cinzia Bianchi si dice confortata dai precedenti interventi: effettivamente il Dipartimento ha previsto nel nuovo progetto didattico di Scienze della Comunicazione l’introduzione del ‘Diritto dell’Informazione e della Comunicazione’. Per quanto possibile, considerato che si tratterà di innovare il triennio di base, per sua stessa natura più generico e meno specialistico, l’intento è effettivamente quello di rispondere a queste sollecitazioni. A suo avviso il tema della scrittura e delle abilità di linguaggio necessiterebbe di un ‘Patto Educativo’ e di un diverso raccordo con l’istruzione superiore, e dovrebbe riguardare non soltanto il possesso della grammatica e della sintassi, ma anche la capacità di argomentare e di ‘organizzare un discorso’.

Andrea Burchi (Unicredit): Ritiene che per l’Università possa essere particolarmente interessante il confronto con gli operatori del turismo; quest’ultimo è un ambito in cui la capacità attrattiva e il potenziale del nostro Paese non sono ancora stati sfruttati appieno e in cui le competenze sul fronte della comunicazione e del digitale potrebbero rappresentare decisivi elementi di sviluppo. L’Università deve intercettare e dialogare con le aziende del turismo.

Il **Direttore** prende nuovamente la parola per orientare il dibattito in merito alla possibilità di istituire all’interno del Comitato dei ‘Tavoli Separati’ che possano lavorare, a seconda dell’interesse dei partecipanti, uno più sul fronte della Comunicazione e l’altro sui temi dell’Economia Aziendale.



Paolo Di Toma afferma che la scissione proposta – da un parte il fronte ‘aziendalistico’ dall’altro quello della Comunicazione - cerca di rispondere all’esigenza, emersa nei precedenti incontri del Tavolo, di valorizzare la specificità di ciascuna componente, dando modo a ciascun gruppo di lavoro di entrare più nel merito dei diversi aspetti, iniziative, indirizzi. Si tratta di un’opportunità per continuare i lavori su temi più specifici e in maniera più operativa, fermo restando la possibilità per gli interessati di partecipare ad entrambi i Tavoli.

Daniele Sghedoni concorda sul fatto che più il gruppo di lavoro resta numeroso, più rischia di non essere in grado di concretizzare.

Giovanna Galli si interroga sull’esistenza di possibili linee intermedie; propone ad esempio di istituire apposite call su temi specifici e/o la possibilità che il Tavolo allargato si autoselezioni di volta in volta, su progetti specifici.

Andrea La Fata (Emak): si esprime a favore della proposta della Prof.ssa Galli ed esprime il suo accordo con il precedente intervento del Dott. Brevini: anche l’Università deve entrare in Azienda.

Sara Sabattini (Generali) non nega di essere più interessata all’aspetto tecnico; in particolare, si dichiara interessata ad un contatto il più possibile diretto con gli studenti, al fine di poter comunicare con loro per favorire il superamento di un gap – quello tra le aspettative dei ragazzi e la specifica realtà lavorativa. Ritene essenziale coinvolgerli dentro le iniziative, entrare nel pratico, lavorare con loro affinché possano meglio rendersi conto di come ‘funziona’ . Vorrebbe poter entrare in contatto con loro in prima persona, mediante colloqui diretti, ovviamente trovando la chiave giusta.

Stefano Malagoli (Fruitecom) esprime massima disponibilità alla collaborazione azienda – università e manifesta interesse specifico nei confronti dei processi di selezione e dell’idea di entrare in contatto con gli studenti anche prima della laurea.

Jacopo Pergreffi (Max Mara): il tema centrale, più che il digitale o gli strumenti, è quello dei ‘modelli di business’; è il potenziale a fare la differenza, a permettere il conseguimento dei più alti vertici di carriera; il potenziale conta di più della ‘cassetta degli attrezzi’ nel mondo del lavoro.

Alla luce dei diversi interventi, inaspettatamente così orientati a valorizzare l’integrazione e le opportunità che derivano da una visione a 360°gradi piuttosto che ‘di settore’, il **Direttore** riprende l’idea della Prof.ssa Galli per annunciare l’intenzione di mantenere il comitato di indirizzo nella sua attuale composizione, ma di affiancarlo con gruppi di lavoro su temi specifici e anticipa a tutti i presenti che il verbale della riunione verrà diffuso tramite mailing list.

Ringraziando nuovamente tutti i membri del Tavolo, congeda i partecipanti alle ore 19.30.