

RIUNIONE COMITATO D'INDIRIZZO 8 GENNAIO 2025 REVISIONE OFFERTA FORMATIVA DEL DIPARTIMENTO DI COMUNICAZIONE ED ECONOMIA

Partecipanti

Dipartimento di Comunicazione ed Economia	
Cinzia Bianchi	Vice direttore di Dipartimento di Comunicazione ed Economia
Silvia Cacchiani	Presidente di consiglio di corso di studi SCO
Paolo Di Toma	Direttore di Dipartimento di Comunicazione ed Economia
Marco Furini	Presidente di consiglio di corso di studi PICI
Silvia Grappi	Presidente di consiglio di corso di studi in Digital Marketing
Maria Grazia Iocca	Presidente di consiglio di corso di studi EDISO
Arianna Lazzini	Presidente di consiglio di corso di studi interclasse MOI-MCI
Massimo Neri	Presidente di consiglio di corso di studi ADIF
Annachiara Scapolan	Responsabile AQ dipartimento

Parti interessate		
Raffaella Curioni	Comune Reggio Emilia - Assessore formazione e università	P
Francesca Mattioli	Terre d'argine - Dirigente	A
Rappresentante	Rappresentante Ordine Commercialisti Reggio Emilia	A
Rappresentante	Rappresentante Ordine Consulenti del lavoro Reggio Emilia	A
Rappresentante	Rappresentante Ordine Consulenti del lavoro Modena	P
Alberto Seligardi	Responsabile Area formazione Unindustria Reggio Emilia	A
Daniela Cervi	Rappresentante LegaCoop Emilia Ovest	A
Edwin Ferrari	TR Media	A
Roberto Arnò	Rappresentante Ascom Reggio Emilia	A
Benedetta Graffagnino	Sviluppo associativo Unindustria Reggio Emilia	P
Giacomo Villano	Rappresentante Confindustria Emilia	A
Cristina Casella	Comune di Reggio Emilia	P
Stefano Landi	Rappresentante Camera di Commercio Reggio Emilia	A
Nereo Sciotto	Impact Hub Reggio Emilia	P
Ughetta Fabris	Rappresentante CNA Reggio Emilia	P
Roberto Ghiaroni	Eternoivica	A
Braglia	Intalgraniti	A
Carolina Frigo	Rappresentante Doxee	P
Elisa Bacchini	Credem	A
Iacopo Pergreffi	MMFG	A
Stefano Malagoli	Fruitecom	P
Francesca Benassi	Medici Ermete	A
Andrea La Fata	Emak	A
Mirco Dall'Olio	Maxima	P
Andrea Storch	Club Digitale Unindustria Reggio Emilia	A
Andrea Melioli	Consulente aziendale	A
Francesco Canuti	Pop Wave	P
Stefano Alpi	Iconsulting	A
Daniele Sghedoni	Consulente aziendale	P
Stefano Zoni	Credem	A
Luca Catellani	Lovemark	A
Claudia Aguzzoli	Provincia Reggio Emilia	A
Fausto Piccinini	Gruppo Terziario Unindustria Reggio Emilia	A

Il comitato d'indirizzo si è riunito in forma telematica l'8 gennaio 20205, ore 16.30 con il seguente ordine del giorno:

Sezione 1: Andamento corsi laurea con particolare riguardo lauree in Analisi dei Dati per le Imprese e la Finanza e per la laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa

Sezione 2 Revisione dell'ordinamento didattico ed aggiornamento degli obiettivi e contenuti formativi per le lauree in Scienze della Comunicazione ed in Marketing ed Organizzazione d'Impresa e per le lauree magistrali in Management e Comunicazione d'Impresa ed in Economia e Diritto per la Sostenibilità delle Organizzazioni in relazione al fabbisogno di competenze attuale e prospettico nel mondo del lavoro

Sezione 1 Andamento corsi laurea con particolare riguardo lauree in Analisi dei Dati per le Imprese e la Finanza e per la laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa

1.1 L'andamento dei corsi di laurea

Il Direttore del Dipartimento apre la riunione, illustrando brevemente i temi all'ordine del giorno ed evidenziando la duplice natura dell'incontro in oggetto che oltre al consueto confronto con il Comitato di Indirizzo sull'offerta formativa si propone di affrontare una discussione più ampia sulla revisione dei corsi a seguito di nuovi decreti ministeriali (1648/23 e 1649/23).

Il direttore osserva come le università sono chiamate ad adeguarsi alle nuove normative, optando per una revisione semplificata o una revisione ordinaria. Il momento della revisione di ordinamento consente di operare altresì, un miglioramento nella corrispondenza tra i profili formativi in uscita e le esigenze del mondo del lavoro. In tale fase il Comitato fornisce indicazioni sui fabbisogni di competenze e professionalità richieste dalle aziende e dagli enti pubblici come già evidenziato nel corso del precedente incontro con il comitato tenutosi nel mese di maggio 2024. Dopo un'introduzione generale, viene fatto un quadro di sintesi sull'andamento dell'offerta formativa e sul processo di programmazione dei corsi per l'anno accademico 2024/25. Viene sottolineato come il Dipartimento continui a mantenere un buon posizionamento nel panorama accademico, con numeri di immatricolazioni e iscrizioni che continuano a essere positivi e in crescita, dimostrando la solidità dell'offerta formativa. Il Direttore evidenzia come la missione del Dipartimento si stia progressivamente allineando con le tendenze emergenti del mercato del lavoro, puntando sulla digitalizzazione, sulla sostenibilità e sulle competenze trasversali, preparando gli studenti a essere competitivi in un contesto professionale in continua evoluzione.

Il Direttore illustra la composizione dell'ordine del giorno, descrive sinteticamente l'andamento dell'offerta formativa del dipartimento per l'aa 2024/2025 soffermandosi sull'andamento e allineamento degli obiettivi e contenuti formativi per le lauree in Analisi dei Dati per le Imprese e la Finanza e per la laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa.

1.1 Corso di laurea triennale in Analisi dei Dati per l'Impresa e la Finanza: monitoraggio

Il Direttore prende la parola descrivendo le caratteristiche generali del corso di laurea in Analisi dei Dati per le Imprese e la Finanza delineando le caratteristiche del profilo professionale formato: l'analista di dati per le imprese, la finanza e le pubbliche organizzazioni.

Il direttore descrive le funzioni in un contesto di lavoro sottolineando come la figura professionale formata sia dotata delle competenze per raccogliere, analizzare, gestire dati a supporto delle decisioni strategiche in ambiente economico, finanziario e pubblico-istituzionale. Le competenze tecnico-scientifiche, integrate con l'opportuna conoscenza dei contesti decisionali ed organizzativi permettono di esercitare ruoli sia esecutivi sia di coordinamento nell'ambito dei sistemi informativi delle imprese a supporto delle direzioni funzionali.

Le conoscenze anche avanzate in ambito statistico e informatico, sia metodologiche sia tecniche, consentono pertanto al laureato di valorizzare il patrimonio dei dati delle imprese nell'ambito dei sistemi informativi relativi alla pianificazione strategica, alla programmazione e controllo delle attività primarie e di supporto, all'area commerciale, marketing e finanziaria.

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

www.dce.unimore.it

Il direttore evidenzia le competenze associate alla funzione osservando come il laureato sia in grado di costruire e gestire basi di dati; di raccogliere, analizzare e gestire flussi informativi, di interpretarli e di proporre modelli descrittivi e predittivi per le decisioni in ambito gestionale, economico e finanziario, con la complementare capacità di giustificare le scelte metodologiche e tecniche adottate.

Ha le conoscenze di base e le competenze per riconoscere, scegliere e applicare le più aggiornate metodologie statistiche e tecniche informatiche di analisi, gestione e modellizzazione dei dati, per rappresentare i risultati con le più opportune modalità di visualizzazione e per individuare e proporre adeguati modelli di governance per la valorizzazione del patrimonio informativo aziendale.

Il Direttore cede la parola al Prof. Neri, che fornisce un'analisi approfondita dell'andamento del corso. Il Prof. Neri mette in evidenza come il programma abbia ricevuto un buon riscontro da parte degli studenti, grazie alla sua natura specialistica e all'appeal che riveste nel contesto attuale, caratterizzato da un crescente bisogno di competenze analitiche avanzate nelle imprese. Dopo il completamento del primo ciclo di studi, il corso non subirà modifiche all'ordinamento, in quanto il piano didattico e l'offerta formativa sono stati considerati adeguati. Tuttavia, il Prof. Neri sottolinea come sia fondamentale monitorare in modo continuo i cambiamenti nel mercato e nel mondo accademico per apportare eventuali modifiche in futuro.

1.2 Corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: monitoraggio

Il Direttore prende la parola descrivendo il profilo professionale del laureato in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa. Il corso di laurea si propone di formare Figure apicali nella comunicazione aziendale e organizzativa. Esperti di comunicazione digitale, pubblicitaria e multimediale

Il direttore descrive le funzioni in un contesto di lavoro sottolineando come la figura professionale formata sia in grado di svolgere i seguenti compiti:

Organizzare, coordinare e gestire la comunicazione interna ed esterna in aziende, organizzazioni, enti pubblici e privati, nell'industria culturale; Progettare e realizzare piani di comunicazione integrata e di marketing; Ideare, redigere e gestire prodotti comunicativi, campagne pubblicitarie e promozionali; Progettare e realizzare prodotti di comunicazione multimediale e social.

Il direttore evidenzia le competenze associate alla funzione osservando come il laureato sia in possesso di:

Competenze tecniche e strumenti per l'analisi dei dati ai fini della pianificazione e la gestione della comunicazione d'impresa; Competenze e strumenti per la realizzazione di prodotti comunicativi e campagne pubblicitarie e promozionali; Conoscenze avanzate sui formati e i linguaggi multimediali più idonei a veicolare contenuti efficaci su media e piattaforme digitali; Competenze relative al coordinamento strategico e alla gestione del lavoro creativo, in un'ottica di comunicazione integrata e transmediale; Conoscenze avanzate sui fenomeni sociali e culturali necessarie per intraprendere qualsiasi azione di comunicazione finalizzata; Competenze metodologiche e organizzative per ogni attività di *content creation* in ambito di comunicazione d'impresa, pubblicitaria e multimediale.

Successivamente, il Direttore cede la parola al Prof. Furini e alla Prof. Bianchi che illustrano l'andamento del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa. Il corso ha registrato un continuo aumento delle iscrizioni sin dalla revisione dell'ordinamento nel 2022, segno del fatto che la riforma è stata ben accolta dagli studenti e risponde alle necessità emergenti del mercato. Il Prof. Furini rileva che i nuovi insegnamenti e le modifiche apportate, mirate a unire teoria e pratica in modo sinergico, hanno contribuito a migliorare la qualità del corso e a renderlo più allineato alle richieste del mondo professionale. In particolare, viene segnalata l'integrazione di competenze relative alla comunicazione digitale e alla creatività imprenditoriale. Inoltre, il corso sta ponendo particolare attenzione allo sviluppo di competenze pratiche, tramite attività laboratoriali, che si riflettono positivamente sulla preparazione degli studenti. Anche considerato il successo del corso, il Direttore conferma che non sono previste modifiche all'ordinamento del corso per l'A.A. 2024/25, in quanto l'offerta risponde pienamente agli obiettivi formativi stabiliti.

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

www.dce.unimore.it

Sezione 2: Revisione dell'ordinamento didattico ed aggiornamento degli obiettivi e contenuti formativi per le lauree in Scienze della Comunicazione ed in Marketing ed Organizzazione d'Impresa e per le lauree magistrali in Management e Comunicazione d'Impresa ed in Economia e Diritto per la Sostenibilità delle Organizzazioni in relazione al fabbisogno di competenze attuale e prospettico nel mondo del lavoro

Il direttore del Dipartimento prosegue illustrando la proposta di revisione dei corsi di studi interessati, elaborata dal dipartimento sulla base dei suggerimenti di revisione forniti dai membri del Comitato così come prospettato nella precedente riunione tenutasi nel mese di maggio 2024. Il direttore ricorda al Comitato che i corsi di laurea e laurea magistrale interessati dalla revisione degli ordinamenti sono:

- Digital Marketing
- Economia e Diritto per la Sostenibilità delle Organizzazioni
- Marketing e Organizzazione d'Impresa
- Management e Comunicazione d'impresa
- Scienze della Comunicazione

2.1 Corso di laurea triennale in Digital Marketing

Il direttore di dipartimento dopo aver illustrato le caratteristiche del corso di laurea e del percorso formativo, le caratteristiche del profilo professionale, le funzioni e competenze associate e gli sbocchi professionali, cede la parola alla prof.ssa Grappi per illustrare l'andamento del corso. Il corso di studi conferma la sua attrattività e l'apprezzamento sia da parte degli studenti che del mercato per le peculiarità che lo distinguono. Il corso di laurea è l'unico corso del Dipartimento ad accesso programmato. Per il corso di studi è stata richiesta la revisione ordinaria al fine di poter aggiornare l'ordinamento alle possibilità di modifiche tabellari concesse dal DM 1648/2023. La presidente rappresenta le principali modifiche proposte relativamente al profilo professionale e sbocchi occupazionali, alle competenze e conoscenze e all'ordinamento didattico. Le modifiche ricevono l'apprezzamento del Comitato di indirizzo.

2.2 Corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per la Sostenibilità delle Organizzazioni

Il direttore di dipartimento dopo aver illustrato le caratteristiche del corso di laurea e del percorso formativo, le caratteristiche del profilo professionale, le funzioni e competenze associate e gli sbocchi professionali, cede la parola alla prof.ssa Iocca per illustrare l'andamento del corso. Il corso di studi già in passato sottoposto ad attività di revisione è stato individuato come corso di laurea con le caratteristiche ideali per essere inserito nel progetto-rete EDUNEXT di cui UniMore riveste il ruolo di capofila. La presidente rappresenta le caratteristiche della rete EDUNEXT e le peculiarità dei corsi ad essa aderenti, evidenziando come il corso verrà erogato in forma ibrida al 66%. La presidente illustra le principali modifiche relativamente al profilo professionale e sbocchi occupazionali, alle competenze e conoscenze e all'ordinamento didattico. Le modifiche ricevono l'apprezzamento del Comitato di indirizzo.

2.3 Corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa

Il direttore di dipartimento dopo aver illustrato le caratteristiche del corso di laurea e del percorso formativo, le caratteristiche del profilo professionale, le funzioni e competenze associate e gli sbocchi professionali, cede la parola alla prof.ssa Lazzini per illustrare l'andamento del corso. Per il corso di studi, che pur conferma la sua attrattività, è stata richiesta la revisione ordinaria al fine di poter aggiornare gli obiettivi e l'offerta formativa alla luce delle possibilità concesse dal DM 1648/2023. La presidente illustra le principali modifiche relativamente al profilo professionale e sbocchi occupazionali, alle competenze e conoscenze e all'ordinamento didattico. Le modifiche ricevono l'apprezzamento del Comitato di indirizzo.

2.4 Corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa

www.dce.unimore.it

Il direttore di dipartimento, dopo aver illustrato le caratteristiche del corso di laurea e del percorso formativo, le caratteristiche del profilo professionale, le funzioni e competenze associate e gli sbocchi professionali, cede la parola alla Prof.ssa Lazzini per illustrare l'andamento del corso. Il corso di studi conferma, in generale, la sua attrattività ma, considerando che l'offerta formativa non ha subito revisioni già da qualche anno, si propone una revisione per arricchire le attività formative con insegnamenti relativi ai temi emergenti e sempre rilevanti per il modo delle imprese. L'attività di revisione viene illustrata dalla presidente anche alla luce delle novità introdotte dal DM 1649/2023. La presidente illustra le principali modifiche relativamente al profilo professionale e sbocchi occupazionali, alle competenze e conoscenze e all'ordinamento didattico. Le modifiche ricevono l'apprezzamento del Comitato di indirizzo.

2.5 Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione

Il Direttore, dopo aver illustrato le caratteristiche del corso di laurea e del percorso formativo, le caratteristiche del profilo professionale, le funzioni e competenze associate e gli sbocchi professionali, cede la parola alla Prof.ssa Bianchi e alla Prof.ssa Cacchiani per illustrare l'andamento del corso. Al corso di studi, che pur conferma la sua attrattività, è stata richiesta la revisione ordinaria al fine di poter aggiornare gli obiettivi e l'offerta formativa alla luce delle possibilità concesse dal DM 1648/2023. La Prof.ssa Bianchi, dopo aver illustrato i riflessi del DM 1648 per la classe di laurea L-20, rappresenta le principali modifiche proposte relativamente al profilo professionale e sbocchi occupazionali, alle competenze e conoscenze e all'ordinamento didattico. Le modifiche ricevono l'apprezzamento del Comitato di indirizzo.

Terminata la presentazione delle modifiche proposte il Direttore apre la discussione ad eventuali ulteriori osservazioni.

Prendono la parola nell'ordine: Giacomo Villano, Benedetta Graffagnino, Massimo Dall'Olio, Ughetta Fabbris, Carolina Frigo, Raffaella Curioni, Malagoli Stefano.

I partecipanti esprimono apprezzamento per le modifiche già implementate nei corsi di laurea e per l'inserimento di nuove metodologie didattiche volte a migliorare l'esperienza di apprendimento degli studenti. I membri del comitato rappresentano altresì il loro apprezzamento per le modifiche apportate dai diversi corsi di laurea per la revisione dell'offerta e per avere recepito i suggerimenti dagli stessi evidenziati nelle precedenti riunioni in termini di caratteristiche dei profili professionali.

I membri del Comitato si dimostrano soddisfatti dell'inserimento nei diversi percorsi di studio di competenze informatiche, di approfondimenti in tema di sostenibilità e digitalizzazione, per l'organizzazione di attività laboratoriali e per il potenziamento di soft skills anche attraverso il potenziamento di attività di gruppo (project works).

Rispetto a questi aspetti, durante la sessione di discussione, i membri del comitato hanno ribadito l'importanza dello sviluppo di competenze trasversali. I membri del Comitato sottolineano l'importanza di integrare nei percorsi formativi competenze chiave quali *problem-solving*, gestione dei progetti e team works apprezzando quanto detto in merito dai presidenti dei corsi di laurea. I diversi membri hanno osservato e ribadito l'importanza di tali competenze per aumentare l'occupabilità dei laureati e la loro capacità di adattarsi a contesti lavorativi in continua evoluzione. Il comitato evidenzia altresì apprezzamento per il potenziamento nella formazione su strumenti digitali avanzati. Il comitato raccomanda il potenziamento nell'insegnamento di strumenti digitali essenziali, come Excel e software di analisi dati, al fine di fornire agli studenti una preparazione pratica in linea con le esigenze del mercato del lavoro.

Il comitato esprime apprezzamento in merito al livello previsto per la conoscenza della lingua inglese (variabile, da B1 a B2-C1) apprezzando la valutazione sulla possibilità di introdurre insegnamenti interamente in lingua inglese, con l'obiettivo di favorire l'internazionalizzazione e migliorare le opportunità di mobilità e occupazione degli studenti in contesti globalizzati.

Il comitato evidenzia la necessità di proseguire con lo sviluppo delle soft skills e delle capacità comunicative. Si apprezza la scelta di rafforzare le abilità di scrittura in generi e contesti specialistici. Si è discusso inoltre della necessità di incentivare l'acquisizione di abilità oratorie e comunicative anche attraverso un maggiore utilizzo di presentazioni di gruppo e attività laboratoriali finalizzate a simulare scenari professionali reali. Il comitato trova ugualmente degna di apprezzamento l'inclusione di laboratori intesi allo sviluppo di capacità di scrittura.

Il Comitato sottolinea la crescente rilevanza dell'intelligenza artificiale in una vasta gamma di settori, evidenziando l'impatto trasformativo sul mondo del lavoro e sulle competenze richieste ai professionisti del futuro. Alla luce di questa evoluzione, si auspica un'integrazione strutturata e interdisciplinare dell'IA all'interno dei percorsi di studio, con l'obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze teoriche e le competenze pratiche necessarie per affrontare con consapevolezza e preparazione le sfide e le opportunità offerte da un mercato del lavoro sempre più orientato all'utilizzo di strumenti basati sull'intelligenza artificiale.

Il comitato apprezza il potenziamento nei percorsi di studio delle tematiche legate alla sostenibilità anche alla luce della



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

www.dce.unimore.it

crescente domanda di figure professionali con competenze specifiche in questi ambiti.

Al termine degli interventi il Direttore del Dipartimento ringrazia i partecipanti e dichiara chiusa la seduta alle ore 19.15.

- Il presidente del consiglio interclasse di corso di studio SCO (*firmato* Silvia Cacchiani)
- Il presidente del consiglio interclasse di corso di studio PICI (*firmato* Marco Furini)
- Il presidente del consiglio interclasse di corso di studio EDISO (*firmato* Maria Grazia Iocca)
- Il presidente del consiglio interclasse di corso di studio MOI-MCI (*firmato* Arianna Lazzini)
- Il presidente del consiglio di corso di studio in Digital Marketing (*firmato* Silvia Grappi)
- Il presidente del consiglio di corso di studio in Analisi dei Dati per l'Impresa e la Finanza (*firmato* Massimo Neri)
- Il direttore di Dipartimento (*firmato* Polo di Toma)
- Il vice direttore di Dipartimento (*firmato* Cinzia Bianchi)
- Il responsabile AQ di Dipartimento (*firmato* Annachiara Scapolan)