

ANALISI DELLA DOMANDA
Corso di Studi in “Corso di Studi in “Lingue e Mercati”
Classe di Laurea L-12 Mediazione linguistica

elaborata per la Scheda SUA 2019-2020

Sommario

PREMESSA	3
0.1 POLICY D'ATENEO PER L'ANALISI DELLA DOMANDA	3
0.2 PROCESSI CHE HANNO PORTATO ALL'ANALISI DELLA DOMANDA E ROADMAP PER LA RICHIESTA DI ATTIVAZIONE DEL CDS.....	3
1. ANALISI DOCUMENTALE	4
1.0 MEDIAZIONE LINGUISTICA, IMPRESE E DIMENSIONE INTERNAZIONALE: I FABBISOGNI PROFESSIONALI	4
1.1 IL CdL IN LINGUE E MERCATI	5
1.2 ANALISI DELLE COMPETENZE E DEGLI SBocchi PROFESSIONALI	5
1.3 ANALISI DELLE PROFESSIONI	6
1.3.1 <i>Corrispondenti in Lingue Estere e professioni assimilate - (3.3.1.4.0)</i>	7
1.3.2 <i>Tecnici delle pubbliche relazioni – (3.3.3.6.2)</i>	8
1.3.3 <i>Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)</i>	11
1.3.4 <i>Tecnici della vendita e della distribuzione – (3.3.3.4.0)</i>	13
1.3.5 <i>Tecnici del marketing – (3.3.3.5.0)</i>	15
1.3.6 <i>Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate (3.4.1.1.0)</i>	16
1.3.7 <i>Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)</i>	19
1.3.8 <i>Organizzatori di convegni e ricevimenti – (3.4.1.2.2)</i>	20
2. BENCHMARKING DELL'OFFERTA FORMATIVA DEL CORSO DI LAUREA	28
2.1 ANALISI DELLE CARATTERISTICHE DEL CORSO DI LAUREA NEL QUADRO NAZIONALE.....	28
2.2 IL CONTESTO DEGLI ATENEI TELEMATICI E IL QUADRO REGIONALE	28
3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE	28
3.1 MODALITÀ DI CONSULTAZIONE E SOGGETTI COINVOLTI.....	28
3.2 STRUMENTI E MODALITÀ UTILIZZATE PER GLI INCONTRI	29
3.3 INCONTRI CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE	30
3.4 SUGGERIMENTI AVANZATI DALLE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE.....	31

0.1 Policy d'Ateneo per l'Analisi della Domanda

Universitas Mercatorum considera l'ascolto delle imprese, delle istituzioni, delle famiglie, degli studenti e più in generale di tutta la comunità di soggetti interessati dall'azione didattica dell'Ateneo, come una componente essenziale della propria attività di programmazione.

Le istanze relative alla domanda di formazione che emergono dall'analisi dei dati e dall'incontro diretto con le parti interessate sono attentamente interpretate da docenti, studenti e personale amministrativo e costituiscono l'abbrivio per ogni nostro progetto didattico.

L'analisi della domanda di formazione si articola su più dimensioni, nel rispetto della complessità delle istanze sociali che sostengono l'azione dell'Ateneo. In particolare, la Facoltà e i Corsi di studio, sono fortemente impegnati nell'interpellare le parti interessate in merito alla definizione dei profili culturali e professionali per la messa a punto dell'offerta formativa.

I fabbisogni espressi dalla società, dal mondo del lavoro e della ricerca scientifica e tecnologica consentono di garantire la piena coerenza tra le funzioni lavorative e i percorsi formativi proposti dall'Ateneo. Il Presidio della Qualità e i Gruppi di Assicurazione della Qualità hanno il compito di coordinare questa complessa attività che si svolge durante tutto l'anno, con continuità.

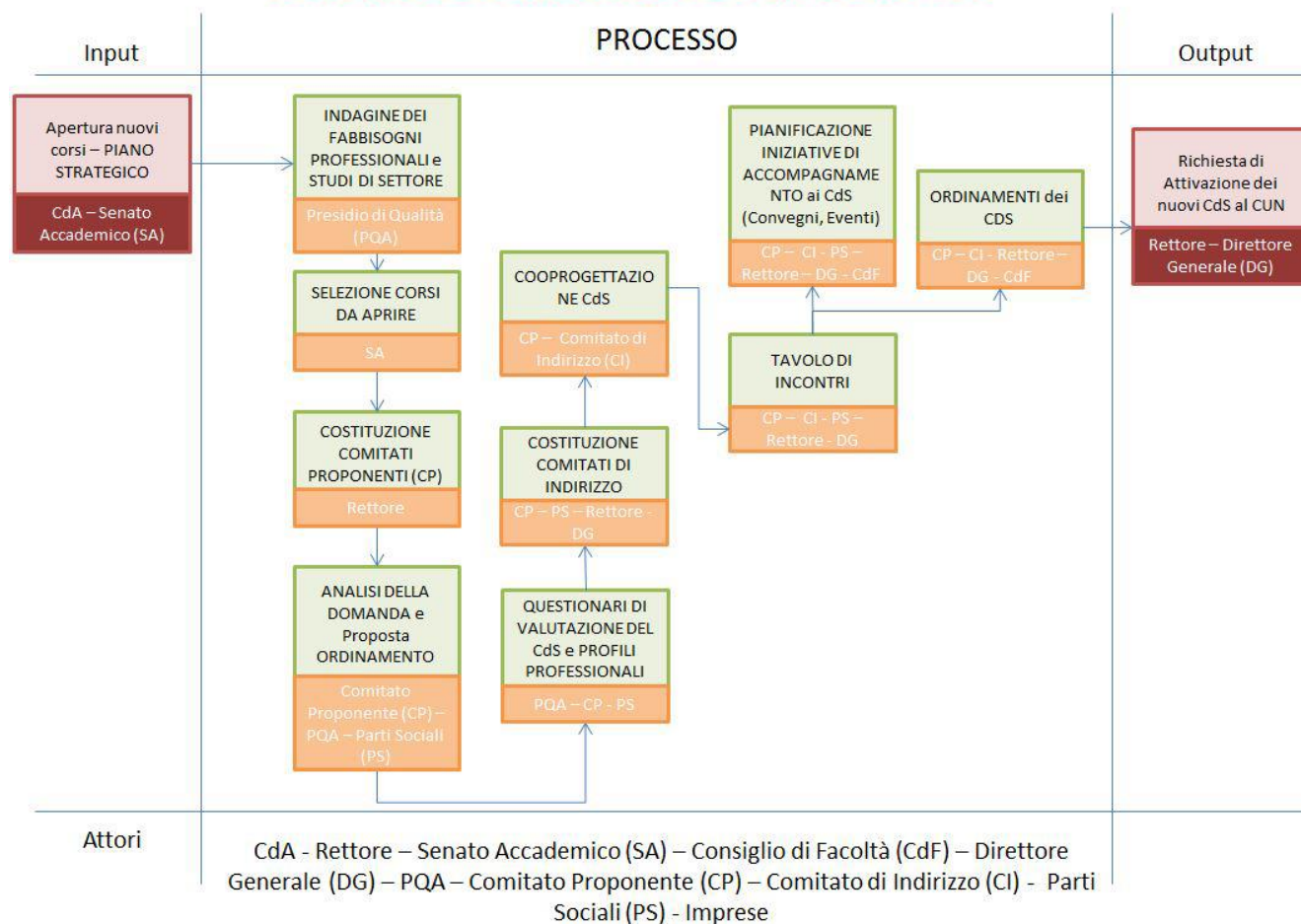
0.2 Processi che hanno portato all'Analisi della Domanda e Roadmap per la richiesta di attivazione del CdS

Il seguente documento, del quale risponde il Comitato Proponente del Corso di Studi in “Lingue e Mercati” istituito per Decreto Rettorale n.76/2018 del 14 dicembre 2018, è stato elaborato congiuntamente a:

- L'impulso ad aprire nuovi Corsi di Studio da parte della Governance
- L'indagine dei fabbisogni professionali presso un campione di 4.780 Imprese
- Selezione dei CdS per i quali inviare formale richiesta di attivazione al CUN
- Istituzione dei Comitati Proponenti (CP) da parte del Rettore

La Roadmap che segue illustra la totalità dei processi che hanno condotto all'invio della formale richiesta di attivazione del CdS al CUN:

ROADMAP DI AVVIAMENTO DEI NUOVI CDS



Il processo di Analisi della Domanda e di Assicurazione della Qualità è stato gestito in maniera trasparente ed è presente sul sito di Ateneo a questo indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/cds-l-12>

1. ANALISI DOCUMENTALE

1.0 Mediazione linguistica, imprese e dimensione internazionale: i fabbisogni professionali

L'Ateneo ha da sempre rivolto la sua attenzione alla formazione d'impresa e all'internazionalizzazione e in questa cornice il ruolo della mediazione linguistica per l'internazionalizzazione del tessuto produttivo italiano con particolare riferimento al Made in Italy e alle PMI assumono nuove centralità. In questa direzione si è ritenuto di rivolgere alle parti sociali un questionario teso a indagare le richieste del mercato del lavoro relativamente alle figura professionali legate alle filiere creative e culturali. L'indagine è stata realizzata nei mesi di dicembre 2018 e gennaio 2019.

Il questionario è disponibile al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/cds-l-12> <https://www.unimercatorum.it/cds-l-12>

Gli esiti sono poi stati esaminati internamente da un gruppo di lavoro dell'Ateneo per individuare:

- La denominazione del CdS,
- L'occupabilità futura e la domanda del mercato del lavoro,
- I profili professionali in uscita,
- Le competenze più richieste e i risultati di apprendimento attesi.

I risultati dell'indagine sono disponibili al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/cds-l-12>

1.1 Il CdL in Lingue e Mercati

Il corso offre una preparazione linguistica e culturale in due lingue straniere (a scelta tra quelle attivate nell'offerta formativa) oltre all'italiano, integrata dalla conoscenza degli aspetti giuridici, economici, socio-culturali con particolare riguardo ai registri propri delle organizzazioni imprenditoriali, con particolare riferimento al commercio internazionale e al management didattico) che operano in ambito internazionale.

Per raggiungere tali obiettivi il corso è stato progettato nell'ottica di garantire una solida formazione in almeno due lingue straniere, delle loro varietà linguistiche (con competenza scritta e orale nei linguaggi settoriali), delle culture e delle aree su cui tali lingue sono utilizzate come veicolo principale di comunicazione ufficiale, nonché delle discipline di area giuridico-economica e sociologica.

A supporto della didattica, il corso prevede un tirocinio obbligatorio della durata di almeno 150 ore. Nel corso della sua carriera, lo studente avrà inoltre la possibilità di fare esperienza all'estero usufruendo delle possibilità offerte dai programmi Erasmus+, dalle Camere di Commercio Italiane all'Estero e tramite Short Term Mobility.

1.2 Analisi delle competenze e degli sbocchi professionali

Tecnici Linguistici per i Mercati

Funzione in un contesto di lavoro:

- Gestione delle attività legate al commercio internazionale (import-export) e al management turistico.
- Mediazione finalizzata ai rapporti fra gli enti, i rapporti internazionali a livello interpersonale e di impresa nelle lingue di studio oltre che in italiano.
- Redazione di ricerche documentali e redigere, nelle lingue di studio, testi (rapporti, documenti ufficiali).
- Cura rapporti professionali relativi ai settori commerciale e del management turistico.

Competenze associate alla funzione:

Il profilo professionale del laureato sarà caratterizzato da competenze professionali indirizzate alla appropriata conoscenza delle lingue e delle culture dei paesi stranieri dove sono diffuse le lingue prescelte, con particolare attenzione per le dimensioni culturale, storica e socio-economica e avrà:

- buona capacità di applicare la lingua italiana, orale e scritta, ai contesti professionali;
- conoscenza di base in campo economico-aziendale e giuridico, nonché dei problemi degli ambiti lavorativi del commercio e del turismo internazionale.
- capacità di utilizzare gli strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti professionali

Sbocchi occupazionali:

Il laureato potrà indirizzarsi utilmente alla gestione delle attività legate al commercio internazionale e al management turistico. In particolare il laureato potrà svolgere le seguenti funzioni:

- corrispondente commerciale in lingue estere;
- segretario internazionale;
- segretario linguistico;
- organizzatore di fiere e di esposizioni internazionali;
- agente di viaggio;
- consulente turistico;
- orientatore turistico;
- progettista di itinerari turistici;
- programmatore turistico;
- responsabile del turismo sociale;
- responsabile della programmazione commerciale.

1.3 Analisi delle professioni

Il CdS in Lingue e Mercati come indicato nella Scheda SUA, prepara per le professioni di seguito indicate (secondo codifica ISTAT):

- Corrispondenti in lingue estere e professioni assimilate - (3.3.1.4.0);
- Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2);
- Tecnici della vendita e della distribuzione - (3.3.3.4.0)
- Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
- Spedizionieri e tecnici dell'organizzazione commerciale - (3.3.4.1.0)
- Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0);
- Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1);
- Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2);
- Agenti di viaggio - (3.4.1.4.0);

Per ciascuna delle professioni suindicate si riporta di seguito l'Analisi di dettaglio della singola professione, elaborata utilizzando la Banca dati del Portale <http://fabbisogni.isfol.it/> gestita dall'ANPAL.

1.3.1 Corrispondenti in Lingue Estere e professioni assimilate - (3.3.1.4.0)

1.3.1.1. Compiti e attività specifiche

Le professioni comprese in questa unità forniscono servizi amministrativi collaborando con la direzione di un'impresa e di un'organizzazione nel mantenimento dei rapporti con l'estero, tenendo conversazioni telefoniche, utilizzando linguaggi tecnici o specifici, redigendo corrispondenza, documenti, verbali e prendendo appunti in lingua.

1.3.1.2. Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

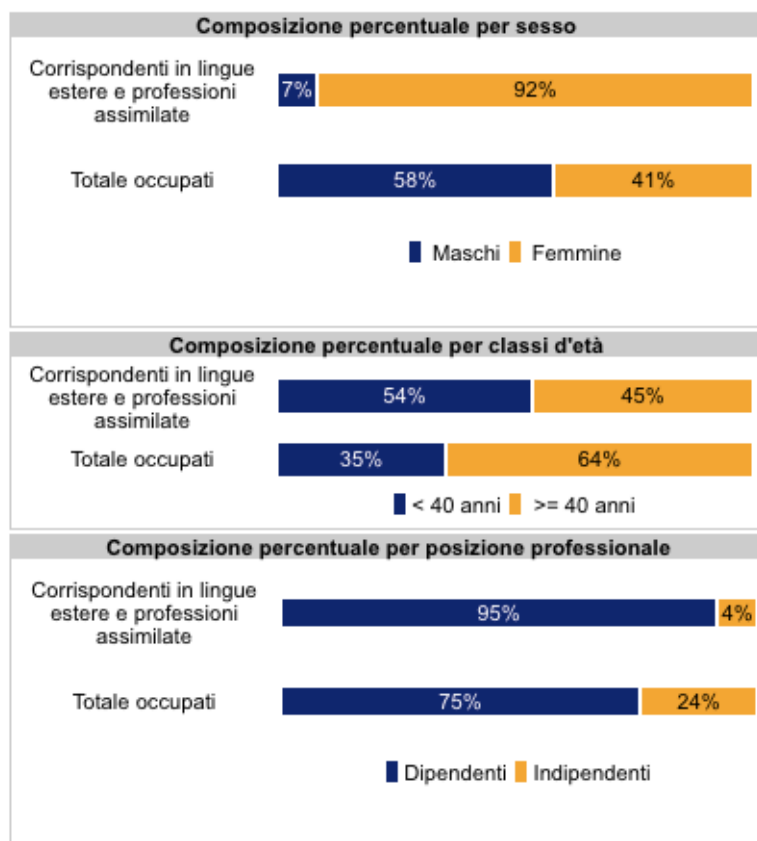
LAVORO D'UFFICIO Conoscenza delle procedure amministrative e d'ufficio, dei programmi di elaborazione di testi, delle tecniche di gestione di archivi e di basi di dati oppure della stenografia e delle regole di trascrizione o di altre procedure e linguaggi previsti dal lavoro di ufficio.

ECONOMIA E CONTABILITÀ Conoscenza dei principi e delle pratiche di economia e contabilità, dei mercati finanziari, bancari e delle tecniche di analisi e di presentazione di dati finanziari.

1.3.1.3. Occupabilità

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 5



1.3.2 Tecnici delle pubbliche relazioni – (3.3.3.6.2)

1.3.2.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità assistono gli specialisti nel ricercare, selezionare, raccogliere e sistematizzare materiale informativo e pubblicitario favorevole; seguono procedure per organizzare e sponsorizzare eventi di particolare importanza e visibilità non direttamente collegati alla promozione pubblicitaria.

1.3.2.2. Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

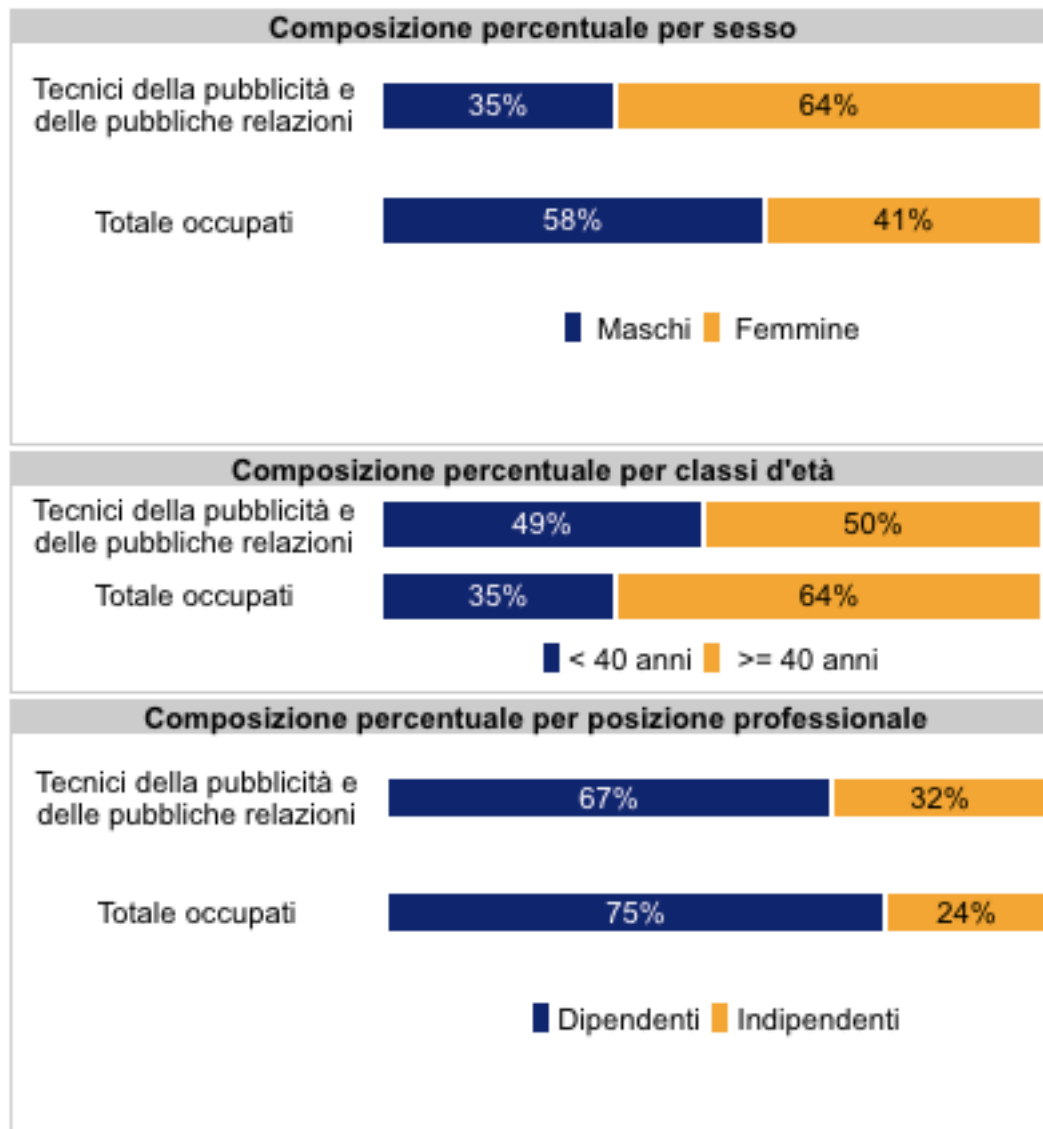
LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

1.3.2.3 Occupabilità

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 23



1.3.3 Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)

1.3.3.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; collocano gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

1.3.3.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

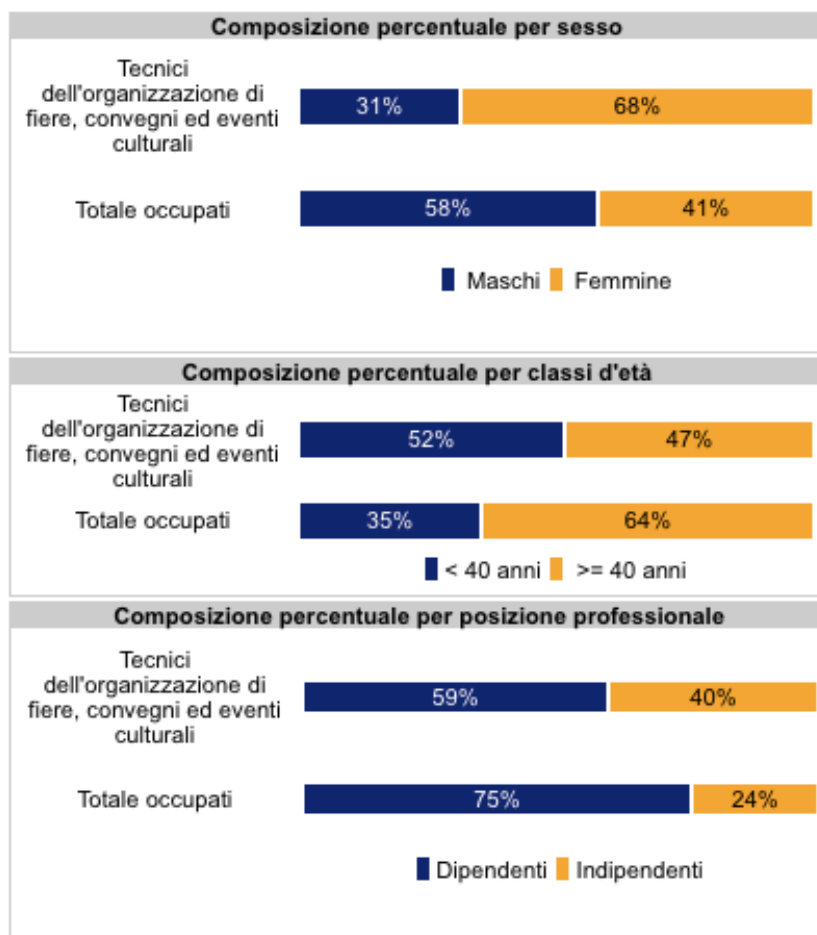
LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

1.3.3.3 Occupabilità

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 25



1.3.4 Tecnici della vendita e della distribuzione – (3.3.3.4.0)

1.3.4.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni comprese in questa unità assistono gli specialisti nella implementazione delle strategie di vendita delle imprese, nel controllo della efficienza della rete distributiva e commerciale e nel monitoraggio delle vendite, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni sulle vendite e sulle attività di distribuzione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.

1.3.4.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

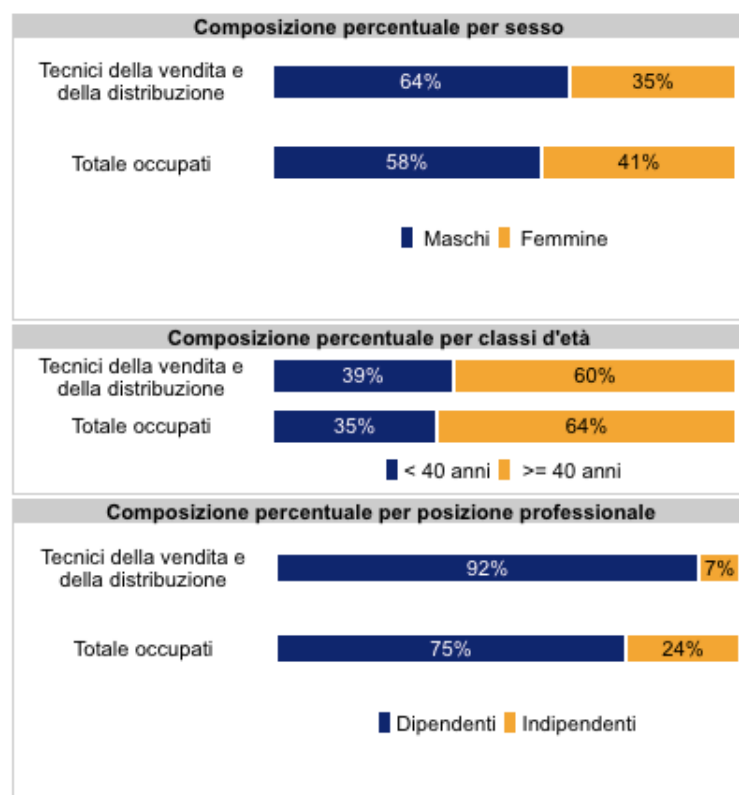
LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

LAVORO D'UFFICIO Conoscenza delle procedure amministrative e d'ufficio, dei programmi di elaborazione di testi, delle tecniche di gestione di archivi e di basi di dati oppure della stenografia e delle regole di trascrizione o di altre procedure e linguaggi previsti dal lavoro di ufficio.

1.3.4.3. Occupabilità

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): **143**



1.3.5. Tecnici del marketing – (3.3.3.5.0)

1.3.5.1 *Compiti e attività specifiche*

Le professioni comprese in questa unità assistono gli specialisti nella definizione di strategie e di ricerche per rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi, per individuare situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni in materia, analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.

1.3.5.2 *Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

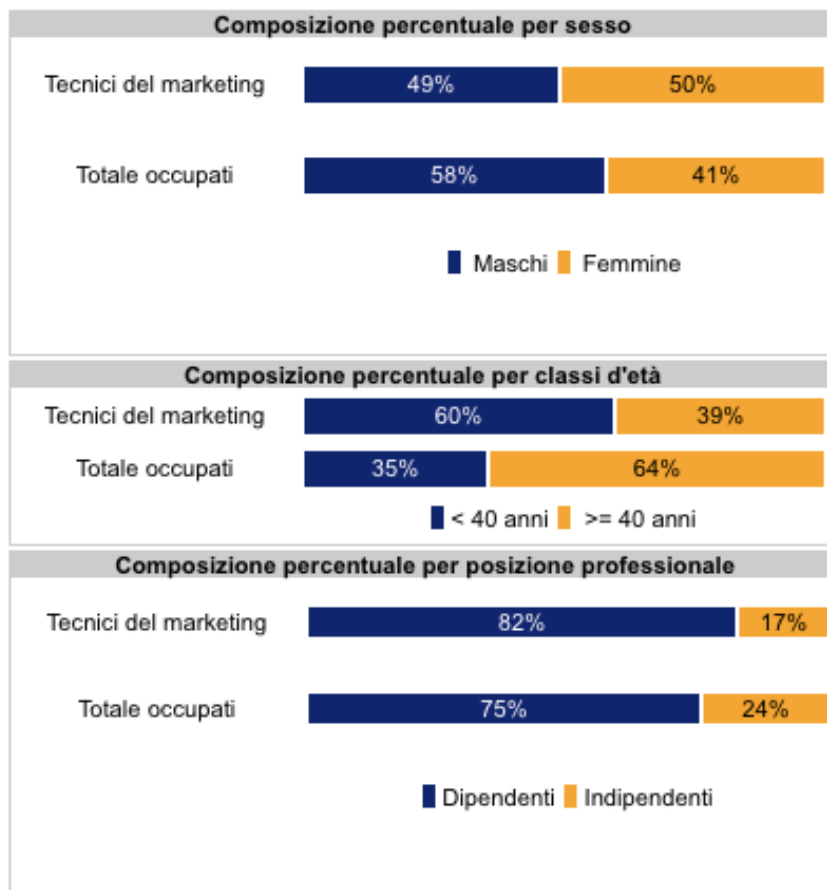
LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

IMPRESA E GESTIONE DI IMPRESA Conoscenza dei principi e dei metodi che regolano l'impresa e la sua gestione relativi alla pianificazione strategica, all'allocazione delle risorse umane, finanziarie e materiali, alle tecniche di comando, ai metodi di produzione e al coordinamento delle persone e delle risorse

1.3.5.3 Occupabilità

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 38



1.3.6 Tecnici delle attività ricettive e professini assimilate (3.4.1.1.0)

1.3.6.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità assistono gli specialisti, ovvero applicano conoscenze in materia di marketing turistico per valorizzare, commercializzare, integrare l'offerta turistica di un territorio o di un sistema territoriale; collaborano con i soggetti pubblici e privati per migliorare, caratterizzare sul piano ambientale, artistico, architettonico, enogastronomico e collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati e informali.

1.3.6.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

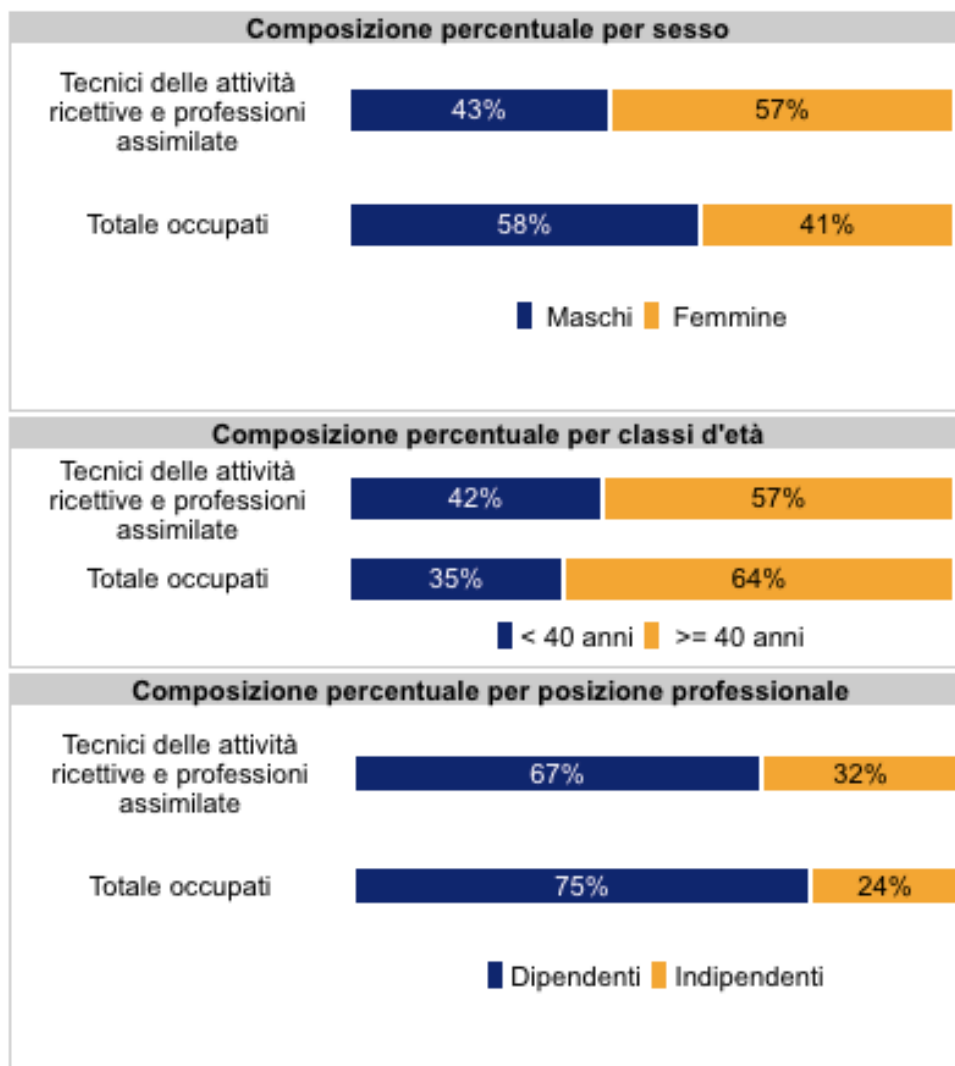
LAVORO D'UFFICIO Conoscenza delle procedure amministrative e d'ufficio, dei programmi di elaborazione di testi, delle tecniche di gestione di archivi e di basi di dati oppure della stenografia e delle regole di trascrizione o di altre procedure e linguaggi previsti dal lavoro di ufficio.

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo.

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 3



1.3.7 Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)

1.3.7.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; collocano gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

1.3.7.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

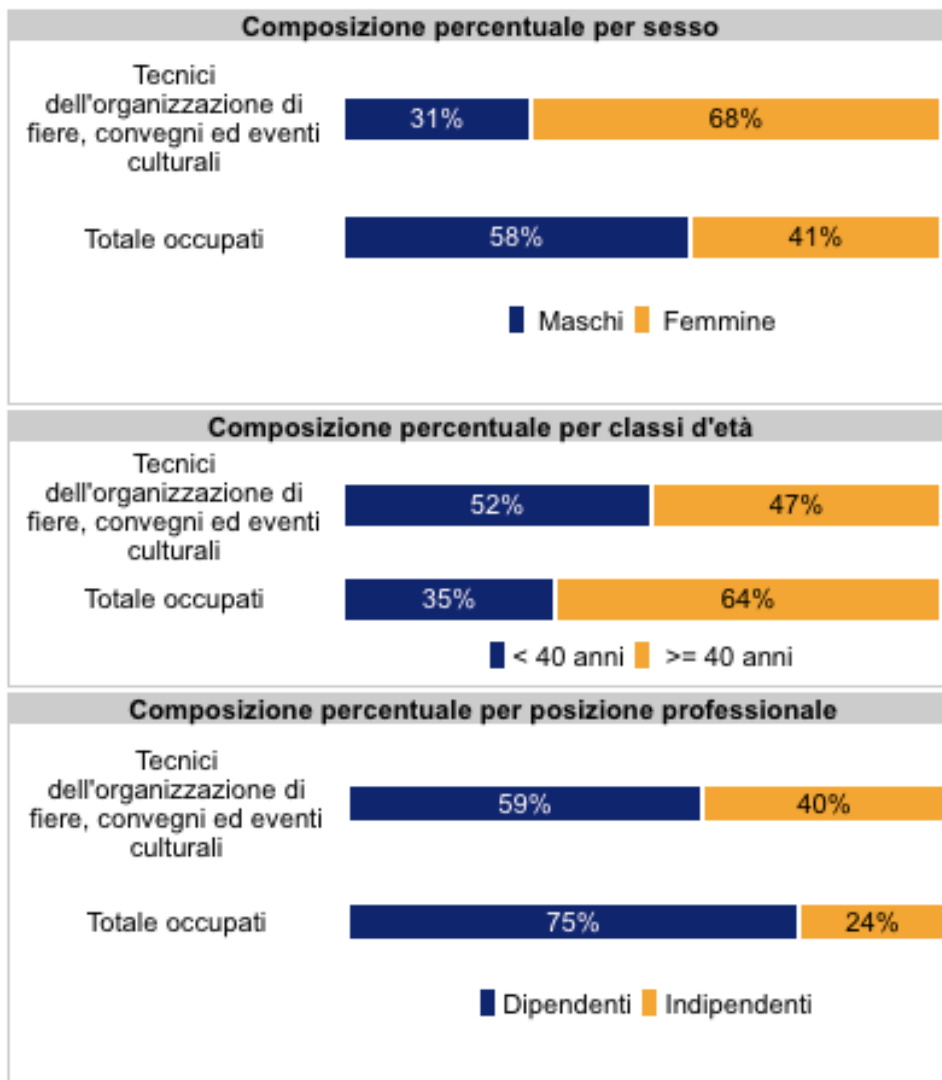
COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 25



1.3.8 Organizzatori di convegni e ricevimenti – (3.4.1.2.2)

1.3.8.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità organizzano convegni, conferenze e ricevimenti garantendo accoglienza, socialità e servizi ai convenuti.

1.3.8.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

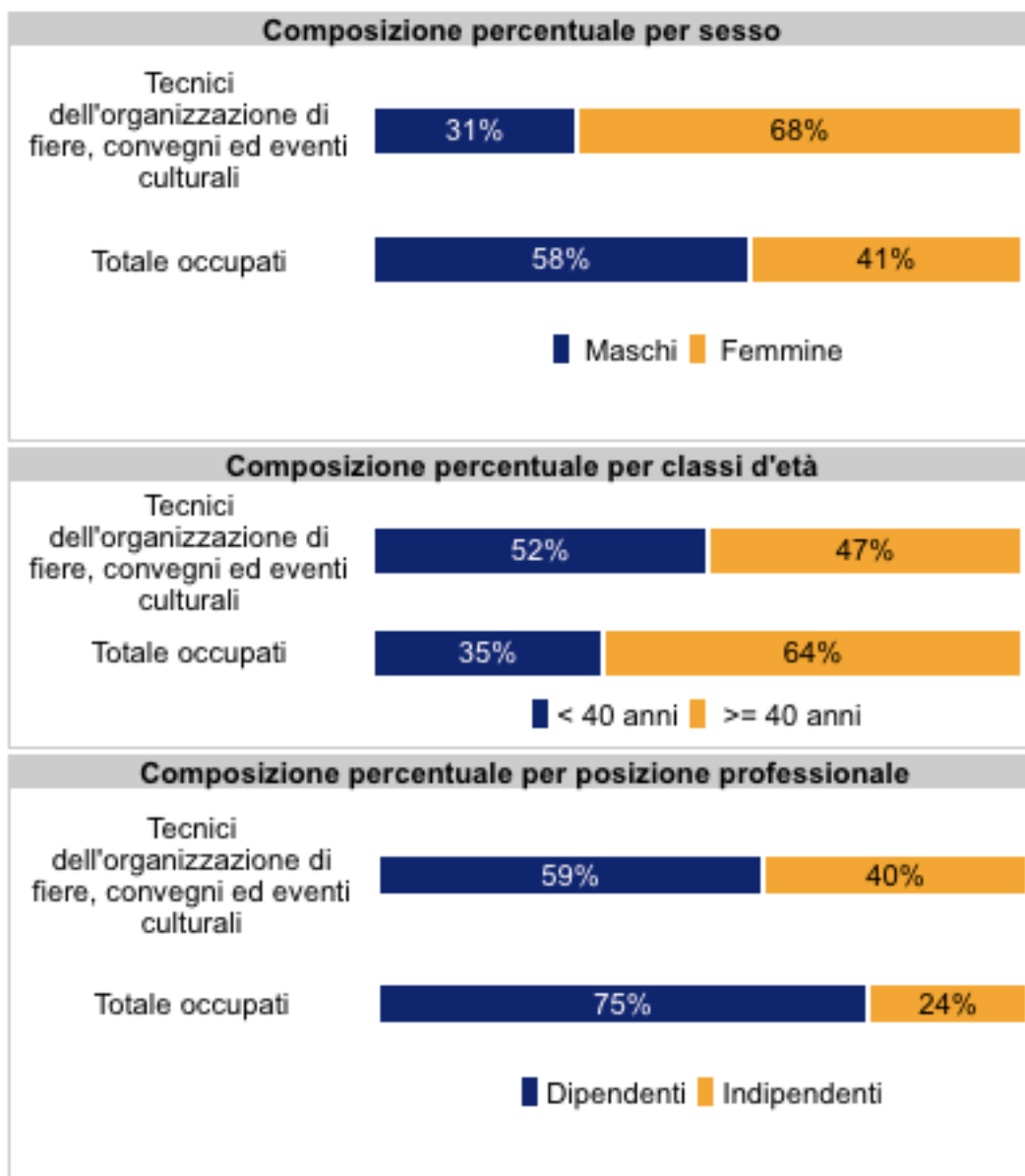
LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

COMUNICAZIONE E MEDIA Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

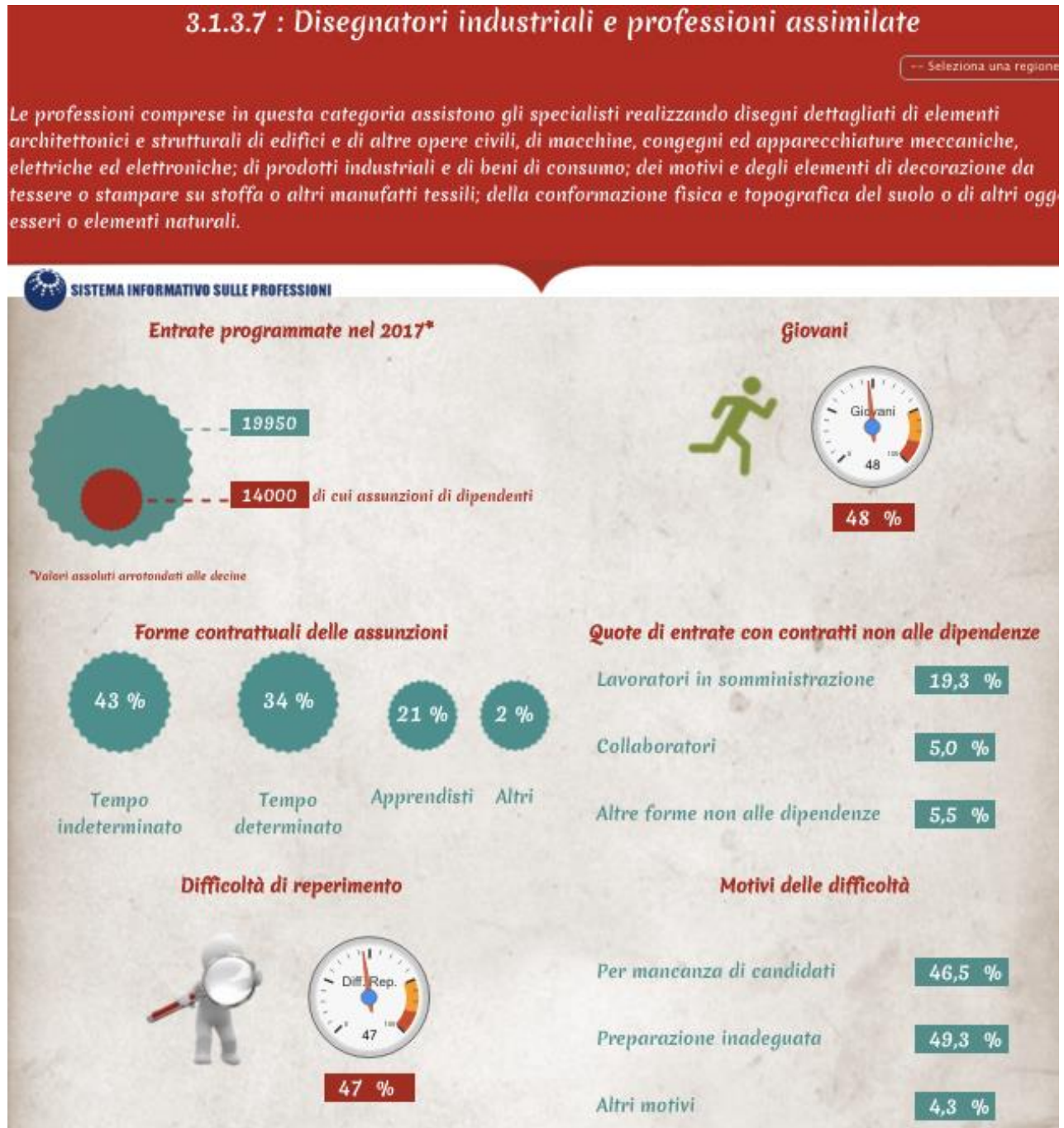
I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 25



1.4 Le previsioni di assunzione secondo il Sistema Excelsior

Di seguito, in forma sintetica, si riportano alcune valutazioni tratte dalle informazioni e dalle elaborazioni del Sistema Informativo Excelsior per il 2017, curato da Unioncamere, che raccoglie i dati di previsione dell'andamento del mercato del lavoro e sui fabbisogni professionali e formativi delle imprese per i principali profili individuati.



3.1.5.3 : Tecnici della produzione manifatturiera

-- Seleziona una regione

Le professioni comprese in questa categoria applicano procedure, regolamenti e tecnologie proprie per gestire, organizzare, controllare e garantire l'efficienza, il corretto funzionamento e la sicurezza dei processi di produzione manifatturiera; verificano la qualità dei beni prodotti.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

Entrate programmate nel 2017*



*Valori assoluti arrotondati alle decine

Giovani



Forme contrattuali delle assunzioni



Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	21,7 %
Collaboratori	0,0 %
Altre forme non alle dipendenze	8,5 %

Difficoltà di reperimento



Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	63,4 %
Preparazione inadeguata	22,9 %
Altri motivi	13,7 %

3.4.1.2 : Tecnici dell'organizzazione di fiere, convegni ed eventi culturali

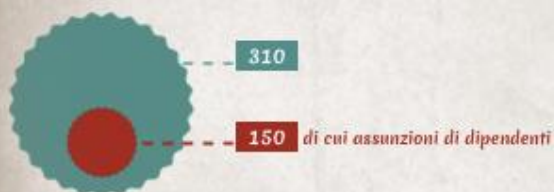
-- Seleziona una regione --

Le professioni comprese nella categoria forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere, collocano gli spazi, gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori; organizzano convegni, conferenze e ricevimenti garantendo accoglienza, socialità e servizi ai convenuti.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

Entrate programmate nel 2017*

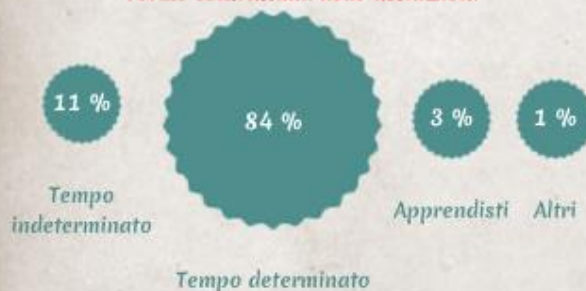


*Valori assoluti arrotondati alle decine

Giovani



Forme contrattuali delle assunzioni



Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	0,3 %
Collaboratori	0,6 %
Altre forme non alle dipendenze	51,9 %

Difficoltà di reperimento



Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	54,5 %
Preparazione inadeguata	27,3 %
Altri motivi	18,2 %

3.3.3.4 : Tecnici della vendita e della distribuzione

-- Seleziona una regione --

Le professioni comprese in questa categoria assistono gli specialisti nella implementazione delle strategie di vendita delle imprese, nel controllo della efficienza della rete distributiva e commerciale e nel monitoraggio delle vendite, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni sulle vendite e sulle attività di distribuzione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in maniere rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

Entrate programmate nel 2017*



*Valori assoluti arrotondati alle decine

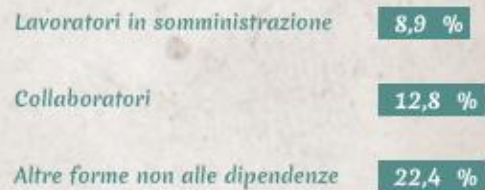
Giovani



Forme contrattuali delle assunzioni



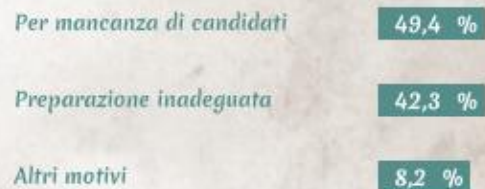
Quote di entrate con contratti non alle dipendenze



Difficoltà di reperimento



Motivi delle difficoltà



3.3.3.5 : Tecnici del marketing

-- Seleziona una regione

Le professioni comprese in questa categoria assistono gli specialisti nella definizione di strategie e di ricerche per rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi; individuano situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni in materia, analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.

 SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

Entrate programmate nel 2017*

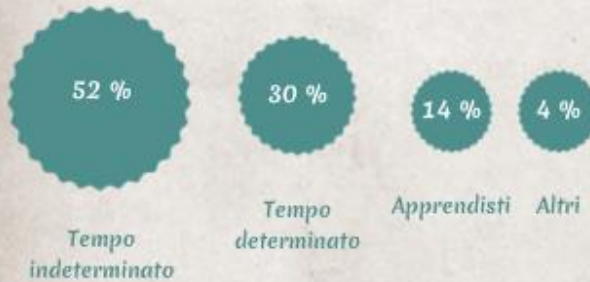


*Valori assoluti arrotondati alle decine

Giovani



Forme contrattuali delle assunzioni



Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	13,2 %
Collaboratori	7,4 %
Altre forme non alle dipendenze	30,9 %

Difficoltà di reperimento



Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	26,7 %
Preparazione inadeguata	65,1 %
Altri motivi	8,2 %

2. BENCHMARKING DELL'OFFERTA FORMATIVA DEL CORSO DI LAUREA

2.1 Analisi delle caratteristiche del corso di laurea nel quadro nazionale

Alla classe di laurea L-12 “Mediazione Linguistica” fanno riferimento circa trenta Corsi di Laurea (CdL) inclusi all'interno dell'offerta didattica di altrettanti Atenei italiani, all'a.a. 2018/19.

La gran parte degli Atenei che contemplano il corso, hanno attivato corsi di mediazione linguistica con caratteristiche abbastanza omogenee riguardanti la mediazione linguistica e culturale. Gli Atenei di Verona e della Valle d'Aosta hanno corsi legati al turismo mentre l'Università Trieste ha un corso legato agli studi giuridici. Il corso generalmente si concentra sullo studio delle lingue e culture straniere inglese e spagnolo e associa ad esso lo studio delle tecniche e strategie relative all'interpretariato, alla trattativa e alla traduzione insieme a insegnamenti relativi al diritto internazionale, all'economia aziendale e alle caratteristiche culturali e istituzionali delle diverse aree geografiche di riferimento.

Secondo i dati del MIUR sul numero di iscrizioni e immatricolazioni per i corsi di L-4 frequentano il corso di studi 32.509 studenti per l'a.a. 2017/18.

2.2 Il contesto degli Atenei telematici e il quadro regionale

Nessuna università telematica contempla il corso della classe L-12 nella propria offerta formativa. A tale corso, secondo i dati MIUR per l'a.a. 2017/18, sono iscritti 2.547 studenti laziali. Nel contesto regionale solo a Roma è disponibile il corso della classe L-12 presso l'Università Sapienza, al quale sono iscritti circa 830 studenti, insieme all'Ateneo di Roma Tre con oltre 1070 studenti, all'Università LUMSA (172 studenti iscritti) e UNINT con 467 studenti.

L'insieme delle informazioni esaminate mettono in luce in rapporto con le esigenze delle imprese, evidenziano una particolare positiva attrattività del corso che si propone.

3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE

3.1 Modalità di consultazione e soggetti coinvolti

I rappresentanti delle Organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, delle professioni hanno espresso in varie occasioni unanime valutazione positiva, con particolare riferimento ai fabbisogni formativi e agli sbocchi professionali ed evidenziano come l'adeguamento al DM 270/04 del corso di laurea in “Lingue e Mercati” migliori la qualità della didattica e crei figure professionali rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro a livello nazionale e internazionale.

3.2 Strumenti e modalità utilizzate per gli incontri

Nel novembre del 2018 è stato somministrato **telefonticamente a ???** imprese italiane (su un campione di **???**) un questionario, volto a identificare i Corsi di Studio che le imprese valutano di interesse maggiore in termini di occupabilità futura, ovvero la domanda del mercato del lavoro, i profili professionali che ritengono di maggior interesse per le proprie attività, la loro reperibilità e quindi la necessità di tali profili professionali nel breve e lungo periodo.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile ha consentito una valutazione qualitativa delle potenzialità degli ambiti occupazionali di riferimento. L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione legata ai temi della mediazione linguistica e del commercio internazionale.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile, e in particolare dei seguenti documenti:

- World Economic Forum, *The future of Jobs*, 2016,
- Unioncamere, *Imprese innovatrici*, 2017
- Symbola, *I.T.A.L.I.A., Geografie del nuovo made in Italy* 2017.

L'analisi della bibliografia consultata mostra il quadro delle trasformazioni in corso che riguardano il ruolo della mediazione linguistica consentono una valutazione qualitativa positiva delle potenzialità degli ambiti occupazionali a livello internazionale e nazionale di riferimento.

L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione legata ai temi della mediazione linguistica.

Ai fini della progettazione l'Ateneo ha quindi costituito un Comitato Proponente (CP), istituito con Decreto Rettoriale n.76/2018 del 14 dicembre 2018 del 14 dicembre 2018 composto come di seguito:

- Prof.ssa Colomba La Ragione – già Professore Ordinario di Letteratura Inglese
- Prof.ssa Lilla Maria Crisafulli - già Professore Ordinario di Letteratura Inglese
- Prof. Giorgio Patrizi – già Professore Ordinario Letteratura Italiana

Il Comitato Proponente a valle di un processo consultivo informale ha individuato un Comitato di Indirizzo (CI), con il quale è stata completata la co-progettazione del CdS. Il CI composto da una rappresentanza istituzionale e da alcuni esponenti del tessuto produttivo e si è riunito il 15 gennaio 2019.

Con **Decreto Rettoriale n. 23 del 20 dicembre 2017** secondo le Linee Guida per la costituzione dei Comitati di Indirizzo emanate di Ateneo (DR n. 18 del 18.10.2017) è stato istituito il CI con componenti:

1.
2.
- 3.

La bozza della parte ordinamentale della SUA CdS è stata progettata dal CP con il CI ed è stata sottoposta alle parti interessate attraverso l'invio di un questionario tra dicembre 2018 e gennaio 2019. Gli esiti del questionario sono stati confrontati con l'analisi documentale parallelamente condotta dal CP. Il questionario è stato indirizzato a incrociare le attitudini e le competenze previste per ogni professione individuata nella Scheda SUA secondo l'applicativo ISFOL Fabbisogni imprese (<http://fabbisogni.isfol.it/>) con le esigenze espresse dai soggetti coinvolti. Nella riunione conclusiva il progetto del CdS è stato sottoposto all'attenzione del comitato proponente per un ultimo parere.

I materiali relativi sono disponibili all'indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/cds-l-12>

3.3 Incontri con le parti sociali ed economiche

Il confronto con le parti interessate ha visto il coinvolgimento informativo e il confronto con:

- CGIL
- Confindustria
- Cisl
- Uil
- Confcommercio
- Federterziario
- Ordini Professionali e collegi (Psicologi, Periti, Ingegneri)
- Società Scientifiche
- Confassociazioni
- Alleanza delle Cooperative
- Assocamere Estero
- AICE Associazione Italiana Commercio Estero
- AISM Associazione Italiana Sviluppo Marketing
- AITI - Interpreti e Traduttori
- IMIT - Italian Managers for International Trade
- UNIMED
- CCIS - Camera di Commercio Industria Italiana per la Spagna
- Camera de Comercio Italiana en la Republica Argentina
- Camera di Commercio Italiana in Cina
- The Italian Chamber of Commerce and Industry for the United Kingdom
- Federalberghi Nazionale
- Federalberghi Roma
- Comitato Nazionale Giovani Albergatori
- ASTOI Confindustria Viaggi
- FIAVET - Federazione Italiana Associazioni Imprese di Viaggi e Turismo
- ENIT

Per l'analisi del quadro internazionale è stata effettuata la consultazione con la Rete Eurochambres.

La documentazione relativa all'indagine è disponibile al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/cds-l-12>

3.4 Suggerimenti avanzati dalle parti sociali ed economiche

Nella progettazione del Corso di Laurea in “Lingue e Mercati” sono stati interpellati alcuni attori rappresentativi delle imprese e delle istituzioni, di livello locale, nazionale e internazionale. Sulla base dei buoni risultati, soprattutto in termini di esiti occupazionali, ottenuti fino ad oggi dal Corso di Studio laddove avviato e sulla base dei riscontri ottenuti, si ritiene che il Corso di Laurea risponda adeguatamente alle esigenze, in termini di competenze professionali, manifestate dal mondo del lavoro. I diversi portatori di interesse hanno confermato il loro interesse verso il Corso di Laurea per la formazione ed evidenziato il valore della formazione sui temi del commercio internazionale e della mediazioni linguistica e culturale, confermando unanime valutazione positiva con particolare riferimento ai fabbisogni formativi.

I principali suggerimenti avanzati, meglio desumibili dai verbali caricati e dai filmati degli incontri riguardano:

- ➔ Il ruolo delle competenze legate all'internazionalizzazione e ai nuovi mercati.
- ➔ La necessità di aprire ai rapporti con alcune aree geografiche strategiche per il commercio internazionale dei prodotti del Made in Italy.

L'Ateneo ha infine avviato un cantiere di lavoro articolato in una serie di azioni ulteriori di accompagnamento alla progettazione delle schede insegnamento, attraverso convegni e seminari ad hoc, che consentiranno di proseguire il lavoro.