

ANALISI DELLA DOMANDA
Corso di Studi in “Sociologia dell’Innovazione”
Classe di Laurea L-40

Elaborata per la Scheda SUA 2020-2021

Revisione del 22 gennaio 2020

Sommario

PREMESSA.....	3
0.1 POLICY D’ATENEIO 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 SCIENZE SOCIALI, MANAGEMENT E IMPRESA: I FABBISOGNI PROFESSIONALI PER I LAUREATI TRIENNALI IN SOCIOLOGIA DELL’INNOVAZIONE.....	4
1.1 IL CdL IN SOCIOLOGIA DELL’INNOVAZIONE	5
1.3 ANALISI DELLE PROFESSIONI	9
1.3.1 <i>Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)</i>	9
1.3.2 <i>Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)</i>	11
1.3.3 <i>Tecnici dell’organizzazione, della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)</i>	13
1.3.4 <i>Tecnici dei servizi per l’impiego - (3.4.5.3.0)</i>	15
1.4 LE PREVISIONI DI ASSUNZIONE E L’OCCUPABILITÀ.....	17
2. BENCHMARKING DELL’OFFERTA FORMATIVA DEL CORSO DI LAUREA.....	21
2.1 ANALISI DELLE CARATTERISTICHE DEL CORSO DI LAUREA NEL QUADRO NAZIONALE	21
2.2 IL CONTESTO DEGLI ATENEI TELEMATICI E IL QUADRO REGIONALE	22
2.3 IL VALORE AGGIUNTO DEL MODELLO E-LEARNING	22
3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE.....	22
3.1 SOGGETTI COINVOLTI, MODALITÀ E STRUMENTI DI CONSULTAZIONE.....	22

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 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.

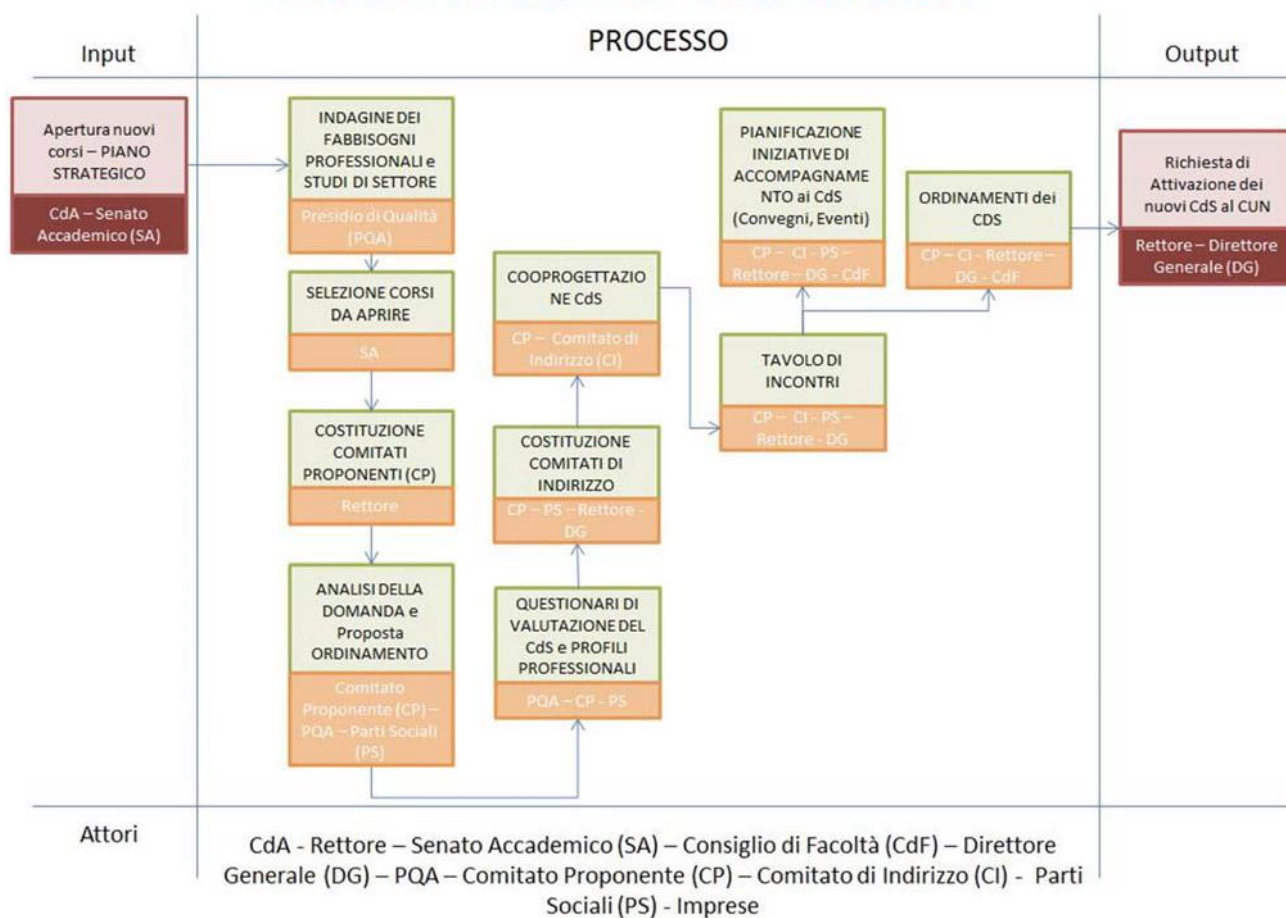
0.2 Processi che hanno portato all'Analisi della Domanda e Roadmap per la richiesta di attivazione del CdS

Il seguente documento, del quale risponde il Comitato Proponente del Corso di Studi in “Sociologia dell'Innovazione” istituito per Decreto Rettorale n.2/2020 del 16 gennaio 2020, 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 3.500 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/assicurazione-qualita/progettazione-nuovi-cds-aa-20202021/cds-l-40>.

1. ANALISI DOCUMENTALE

1.0 Scienze sociali, management e impresa: i fabbisogni professionali per i laureati triennali in Sociologia dell’Innovazione

L’Ateneo ha da sempre rivolto la sua attenzione alle scienze sociali per la formazione d’impresa e all’internazionalizzazione e in questa cornice il ruolo del management per lo sviluppo d’impresa assume particolare centralità. In questa direzione si è ritenuto di rivolgere un questionario telefonico teso a indagare le richieste del mercato del lavoro relativamente alle figure professionali legate alla sociologia. L’indagine è stata realizzata nei mesi di novembre e dicembre 2019.

Il questionario è disponibile al seguente indirizzo: <https://www.unimercatorum.it/assicurazione-qualita/progettazione-nuovi-cds-aa-20202021/cds-l-40>

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/assicurazione-qualita/progettazione-nuovi-cds-aa-20202021/cds-l-40>

1.1 Il CdL in Sociologia dell'Innovazione

Il corso di Laurea in Sociologia dell'Innovazione si articola in una serie di attività formative che mirano a trasmettere un insieme solido e coerente di conoscenze sociologiche di base e applicate necessarie a strutturare le fondamenta dell'apprendimento dello studente, opportunamente integrate da un ampio ventaglio di saperi afferenti alle altre scienze umane e sociali, utili per comprendere il funzionamento delle società complesse e analizzare in modo scientificamente fondato i fenomeni sociali contemporanei.

L'indirizzo preso dal corso di Laurea verterà sull'aspetto economico e della ricerca sociale e l'obiettivo principale sarà quello di consolidare la padronanza dei metodi e delle tecniche di ricerca della sociologia e delle altre scienze sociali ed offrire agli studenti competenze teoriche, pratiche ed operative per l'analisi dei fenomeni sociali, con uno sguardo specifico ai processi economici, organizzativi e del lavoro, ai fenomeni migratori ed ambientali, alle disuguaglianze sociali, alle politiche sociali ed ai processi formativi.

1.2 Analisi delle competenze e degli sbocchi professionali

Profilo 1 Analista dei consumi

Funzione in un contesto di lavoro:

Il CdS fornisce il complesso delle competenze di base e specifiche necessarie a svolgere le funzioni associate ai profili professionali ricoperti dall'analista dei consumi nella pubblica amministrazione, nelle imprese private e nel privato sociale. Il laureato sarà così in grado di predisporre, analizzare e gestire banche dati in relazione agli andamenti dei consumi e dei bisogni della popolazione di un determinato settore o territorio. Prevede le richieste e le preferenze dei consumatori, ricavandone informazioni utili al miglioramento dei modelli di business aziendali e dando indicazioni per l'organizzazione del Piano di marketing e vendite.

In particolare, il laureato avrà le competenze di base e specifiche per svolgere nel proprio contesto professionale le funzioni di: analista dei fenomeni e dei contesti sociali

- assistente progettista assistente alla valutazione;
- analista di dati con le principali tecniche quantitative e qualitative in uso nella ricerca sociale analista e progettista dell'organizzazione;
- analista di rete.

Competenze associate alla funzione:

Al fine di consentire ai propri laureati di svolgere le funzioni sopra menzionate nei propri contesti professionali di riferimento, il CdS orienta le attività didattiche con l'obiettivo di fornire loro le seguenti competenze di base e specifiche.

- Individuare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, le esigenze del cliente/consumatore;
- Valutare e comprendere, con un certo grado di autonomia e responsabilità, gli obiettivi socio-economici e funzionali dal cliente/consumatore;
- Tradurre, con un certo grado di autonomia e responsabilità, in termini sociologici le esigenze e gli obiettivi del cliente/consumatore Restituire, con un certo grado di autonomia e responsabilità, i dati al cliente/consumatore.

Competenza di base

- Capacità di lavorare in team ed all'interno di organizzazioni complesse, dimostrando autonomia, flessibilità, capacità di coordinamento e rispetto dei tempi;
- Capacità relazionali e di comunicazione verso l'esterno ed all'interno della propria organizzazione/team di lavoro;
- Capacità di comunicare efficacemente e di presentare informazioni complesse, oralmente e per iscritto, utilizzando le ICT e un appropriato linguaggio tecnico;
- Capacità di apprendimento, innovazione e problem solving;
- Competenze in lettura, scrittura ed utilizzo parlato di almeno una lingua straniera (inglese in primis), con riferimento specifico al vocabolario proprio delle discipline sociologiche;
- Analizzare, decodificare e determinare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, il contesto sociale di riferimento;
- Individuare e interpretare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, le fonti teoriche e pratiche (ricerca), le fonti statistiche e le fonti normative di riferimento;
- Individuare, strutturare ed applicare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, in funzione del contesto sociale di riferimento identificato, gli strumenti sociologici pertinenti (per esempio, questionari, interviste, focus group, ecc.);
- Contribuire, con un certo grado di autonomia e responsabilità, allo sviluppo delle ipotesi di ricerca

- Elaborare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, dati e informazioni in maniera pertinente all'oggetto di ricerca;
- Fornire, con un certo grado di autonomia e responsabilità, una prima interpretazione dei dati e delle informazioni oggetto della ricerca Collaborare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, alla progettazione di interventi sociali, anche a partire dagli esiti della ricerca;
- Quantificare, con un certo grado di autonomia e responsabilità, le risorse (materiali, umane, economiche, temporali) da utilizzare nel progetto di intervento.

Competenze specifiche

- supporto nel formulare interrogativi di ricerca ed analisi, anche in risposta alle domande conoscitive provenienti dal proprio management e/o da committenti pubblici o privati;
- raccogliere e analizzare informazioni con metodi di ricerca quantitativi e qualitativi comunicare i risultati della ricerca, mettendo in evidenza le risposte agli interrogativi iniziali;
- realizzare analisi dei bisogni e dei consumi a livello organizzativo, istituzionale, territoriale e di gruppi professionali supporto nel progettare interventi di policy, azioni territoriali ed organizzative;
- supporto nel progettare e realizzare percorsi formativi in risposta a bisogni specifici;
- supporto nella valutazione di processi ed interventi complessi sul piano territoriale ed organizzativo;
- individuare problemi e prospettare soluzioni con specifico riferimento alle dimensioni sociali e relazionali di singole aree territoriali, organizzazioni, gruppi sociali;
- analizzare l'andamento delle aree di mercato in cui l'impresa compete;
- analizzare politiche di prezzo e di prodotto messe sul mercato dalla concorrenza (benchmarking) individuare i gruppi di consumatori/acquirenti di riferimento;
- individuare i mutamenti nella domanda e nei consumi individuare le potenzialità di nuovi segmenti di mercato;
- classificare e raccogliere dati economici e di business relativi al mercato elaborare piani di comunicazione.

Sbocchi occupazionali:

I laureati in Sociologia dell'Innovazione possono trovare occupazione nel settore pubblico, privato e del privato sociale. Gli sbocchi occupazionali previsti per i laureati del CdS si collocano nell'area della ricerca sociale, della coesione e dello sviluppo territoriale, dell'analisi organizzativa e del lavoro, dell'orientamento, formazione e sviluppo delle professioni e del capitale umano, dell'analisi e progettazione dei processi di comunicazione, dell'orientamento e formazione, del lavoro sociale anche in ambito sanitario ed educativo.

Profilo 2 Tecnico dell'organizzazione del lavoro

Funzione in un contesto di lavoro:

Informa chi cerca lavoro sulle opportunità lavorative disponibili; raccoglie informazioni sulle capacità, sulla formazione, sugli interessi e sulle loro esperienze lavorative; li aiuta a formulare curricula e ad utilizzare gli strumenti disponibili per cercare lavoro; propone le loro candidature ai soggetti che domandano lavoro; li colloca secondo le disposizioni di legge.

Nello specifico svolgerà le seguenti funzioni:

- Progettazione di percorsi/azioni di consulenza orientativa;
- Elaborazione e somministrazione di strumenti finalizzati all'analisi dei percorsi formativo-professionali delle persone (es. questionari, schede, tracce di intervista, ecc.);
- Realizzazione di attività per l'identificazione delle competenze, risorse, interessi professionali ed extra professionali dell'utente Ricostruzione della storia socio-professionale della persona;
- Accompagnamento e supporto all'utente nella costruzione di un progetto di sviluppo professionale e relativo piano di azione Supporto all'utente nell'acquisizione di informazioni sulle opportunità professionali, lavorative e formative;
- Elaborazione di documenti/schede di sintesi del percorso consulenziale o di bilancio di competenze svolto con l'utente Realizzazione di report periodici (trimestrale/semestrale/annuale) di monitoraggio e valutazione del servizio.

Competenze associate alla funzione:

Competenze nella costruzione di un bilancio delle competenze individuali. Capacità progettuali iniziative formative e di policy. Conoscenze di tipo giuslavoristico e su dinamiche organizzative e processi aziendali. Capacità di stima e valutazione dei fabbisogni. Capacità relazionali con l'utenza. Competenze nell'uso di sistemi informativi dedicati, nell'analisi documentale e nell'attività di reportin indirizzata a stakeholder istituzionali.

Nello specifico le competenze associate alla sua funzione saranno:

- saper progettare interventi consulenziali individuali e di gruppo, avendo cura di realizzare preventivamente l'analisi dei fabbisogni del servizio e l'analisi di fattibilità economica;
- saper ricostruire il patrimonio di competenze della persona, analizzando e valorizzando, sulla base della lettura integrata delle informazioni quali-quantitative emerse nell'ambito dei colloqui, le risorse e gli interessi della persona, favorendo nei soggetti una lettura critica del mercato del lavoro utile alla definizione degli obiettivi professionali;
- saper accompagnare le persone nella costruzione del progetto professionale, supportandole nel processo di ricerca;

- auto-consultazione e lettura critica delle informazioni sulle opportunità formative e professionali utili all'implementazione e realizzazione del piano di azione;
- saper elaborare la documentazione per il monitoraggio e la valutazione del servizio di consulenza orientativa, avendo cura di redigere ed archiviare una scheda di sintesi descrittiva per ogni singolo percorso di consulenza realizzato.

Sbocchi occupazionali:

- Servizi pubblici e privati per l'impiego;
- Enti di formazione professionale.

1.3 Analisi delle professioni

Il CdS in Sociologia dell'Innovazione come indicato nella Scheda SUA, prepara per le professioni di seguito indicate (secondo codifica ISTAT):

- ➔ Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
- ➔ Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
- ➔ Tecnici dell'organizzazione, della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)
- ➔ Tecnici dei servizi per l'impiego - (3.4.5.3.0)

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 Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)

1.3.1.1. 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.

1.3.1.2. 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

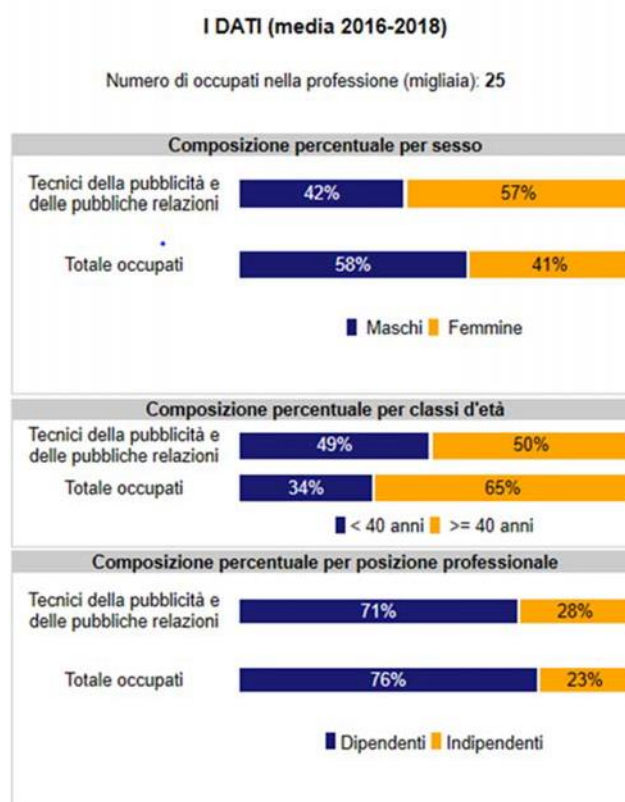
LINGUA STRANIERA Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

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

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.

SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA Conoscenza del comportamento e delle dinamiche di gruppo, delle influenze e tendenze sociali, delle migrazioni umane, dell'etnicità, delle culture e della loro storia e origine

1.3.1.3 Occupabilità



Fonte: Inapp 2019

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

1.3.2.1 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.

1.3.2.2 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

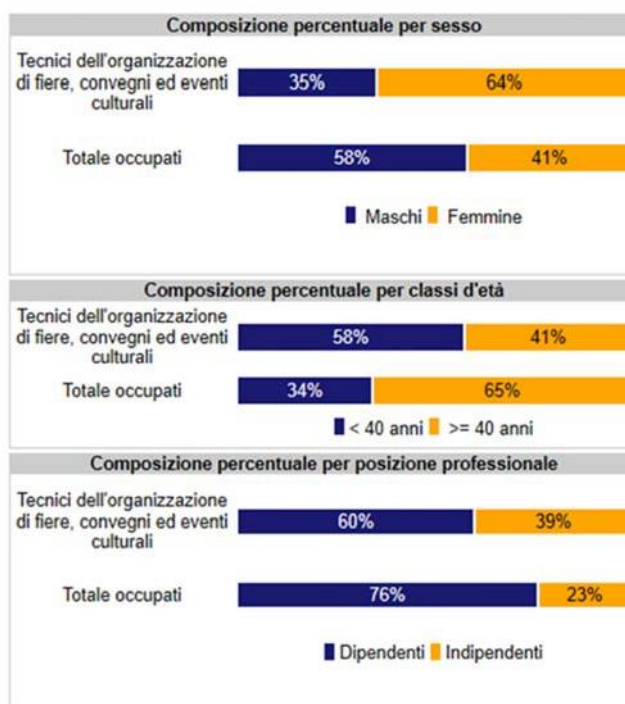
LAVORO D'UFFICIO Conoscenza delle procedure amministrative e d'ufficio, dei programmi di elaborazione di testi, delle tecniche di gestione di archivi e di basi di dati oppure della stenografia e delle regole di trascrizione o di altre procedure e linguaggi previsti dal lavoro di ufficio.

GESTIONE DEL PERSONALE E DELLE RISORSE UMANE Conoscenza dei principi e delle procedure per il reclutamento, la selezione, la formazione, la retribuzione del personale per le relazioni e le negoziazioni sindacali e per la gestione di sistemi informativi del personale

1.3.2.3. Occupabilità

I DATI (media 2016-2018)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 27



Fonte: Inapp, 2019

1.3.3 Tecnici dell'organizzazione, della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)

1.3.3.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni comprese in questa unità applicano procedure e tecniche proprie per monitorare e ottimizzare i processi di produzione, la produttività del lavoro umano e degli impianti, la logistica e i costi di esercizio.

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

PRODUZIONE E PROCESSO Conoscenza delle materie prime, dei processi di produzione, delle tecniche per il controllo di qualità, per il controllo dei costi e di quanto sia necessario per massimizzare la produzione e la distribuzione di beni e servizi

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

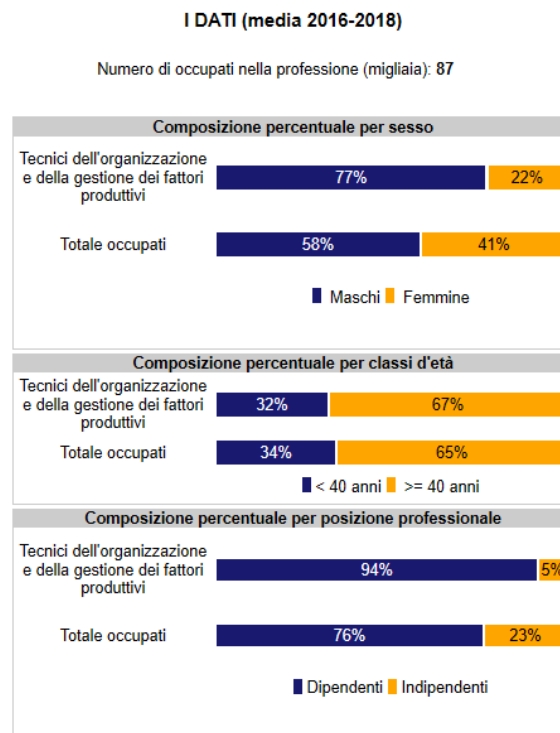
GESTIONE DEL PERSONALE E DELLE RISORSE UMANE Conoscenza dei principi e delle procedure per il reclutamento, la selezione, la formazione, la retribuzione del personale per le relazioni e le negoziazioni sindacali e per la gestione di sistemi informativi del personale.

CHIMICA Conoscenza della composizione, della struttura e delle proprietà delle sostanze, dei processi e delle trasformazioni chimiche sottostanti; ciò comprende l'uso dei prodotti chimici, la conoscenza delle loro interazioni, dei segnali di pericolo, delle tecniche di produzione dei prodotti chimici e dei metodi di bonifica

MATEMATICA Conoscenza dell'aritmetica, dell'algebra, della geometria, del calcolo, della statistica e delle loro applicazioni.

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

1.3.3.3. Occupabilità



1.3.4 Tecnici dei servizi per l'impiego - (3.4.5.3.0)

1.3.4.1 *Compiti e attività specifiche*

Le professioni classificate in questa unità informano chi cerca lavoro sulle opportunità lavorative disponibili; raccolgono informazioni sulle capacità, sulla formazione, sugli interessi e sulle loro esperienze lavorative; li aiutano a formulare curricula e ad utilizzare gli strumenti disponibili per cercare lavoro; propongono le loro candidature ai soggetti che domandano lavoro; li collocano secondo le disposizioni di legge.

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

LEGISLAZIONE E ISTITUZIONI Conoscenza delle leggi, delle procedure legali, dei regolamenti, delle sentenze esecutive, del ruolo delle istituzioni e delle procedure politiche di una democrazia

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.

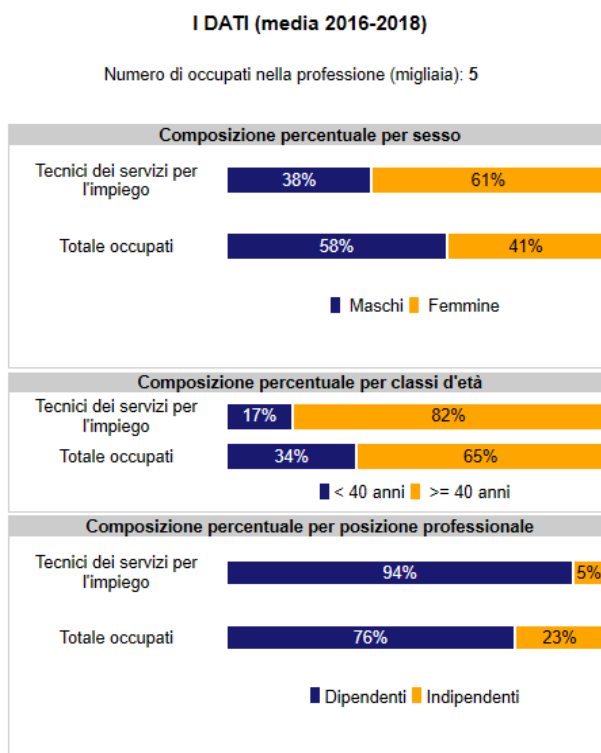
LINGUA ITALIANA Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

GESTIONE DEL PERSONALE E DELLE RISORSE UMANE Conoscenza dei principi e delle procedure per il reclutamento, la selezione, la formazione, la retribuzione del personale per le relazioni e le negoziazioni sindacali e per la gestione di sistemi informativi del personale.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE Conoscenza dei principi e dei metodi per la progettazione formativa e curricolare, per l'insegnamento e l'addestramento collettivo ed individuale, per la misurazione degli effetti della formazione

PSICOLOGIA Conoscenza del comportamento e delle prestazioni umane, delle differenze individuali nelle attitudini, nella personalità e negli interessi, dei meccanismi di apprendimento e di motivazione, dei metodi della ricerca psicologica e della valutazione e del trattamento dei disordini comportamentali ed affettivi

1.3.4.3. Occupabilità



Fonte: Inapp, 2019

Analisi dei dati dell'indagine AlmaLaurea Classe di Laurea L-40

Le Indagini AlmaLaurea sul Profilo e sulla Condizione occupazionale dei laureati permettono di analizzare le caratteristiche dei laureati dei corsi di studio in Sociologia e di valutarne gli estmi occupazionali.

Il profilo dei laureati in Sociologia

Partendo dall'analisi dei dati di AlmaLaurea riferiti al 2018, nel corso di laurea di primo livello in Sociologia, i laureati sono composti per il 22,7% da uomini e per il 77,3% da donne. Gli studenti, per oltre il 70% si laureano entro i 24 anni, con una età media generale di 25,3 anni ed impiegando 4,1 anni (rispetto ai 3 anni previsti dall'ordinamento); per oltre il 30% sono residenti in altre regioni e per il 24% almeno in altre province. Il 70% circa ha avuto esperienze di lavoro durante il percorso di studio. Il punteggio medio agli esami è di 25,6 (in trentesimi) voto medio di laurea pari a 99,1 su 110. Si laurea in corso il 56% degli studenti. Durante gli studi il 7% dei laureati ha svolto

esperienze di studio all'estero riconosciute dal proprio corso di laurea, mentre il 58% ha svolto tirocini formativi curricolari.

Le scelte formative e gli esiti occupazionali dei laureati in Sociologia

Secondo i dati dell'indagine di Almalaurea (2018) ad 1 anno dalla Laurea di primo livello in Sociologia il tasso di occupazione è del 38,6% dei laureati, in linea con l'ambito politico-sociale. In coerenza con questo dato il 58,4% si è iscritto ad un corso di laurea di secondo livello.

La motivazione principale di non proseguimento degli studi è per motivi lavorativi (36%). Il tasso di occupazione è del 41,5% (Istat Forze lavoro). L'ambito di lavoro principale è il privato (oltre il 70%) e il settore terziario (oltre il 90%).

1.4 Le previsioni di assunzione e l'occupabilità

Di seguito, in forma sintetica, si riportano alcune valutazioni tratte dalle informazioni e dalle elaborazioni del Sistema Informativo Excelsior per il 2019-2023, 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 e il fabbisogno totale.

Secondo l'indagine "Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia nel medio termine 2019-2023", nel quinquennio di previsione, la quota maggiore di fabbisogno (23% del totale), riguarderà i laureati dell'area economico-sociale, con un valore assoluto che sarà compreso tra 218.000 e 232.000 unità, di cui 158.000/169.000 del gruppo economico-statistico e **60.000/63.000 del gruppo politico-sociale**.

Inoltre, in generale per i laureati emerge la previsione di una tendenziale carenza di offerta complessiva, concentrata nei primi tre anni di previsione, che potrà essere più o meno intensa a seconda degli indirizzi di studio.

FABBISOGNO E INGRESSI DI NEO-LAUREATI SUL MERCATO DEL LAVORO PER GRUPPO DI CORSI

VALORI TOTALI 2019-2023

INDIRIZZO DI STUDIO	OFFERTA PREVISTA DI NEOLAUREATI	FABBISOGNO TOTALE (V.A.)	
		Scenario A	Scenario B
Totale laureati*	893.600	959.000	1.013.800
Medico-sanitario	109.400	171.400	175.800
Economico	135.800	151.800	162.200
Ingegneria	109.800	126.800	136.400
Giuridico	41.900	98.000	102.900
Insegnamento e formazione**	105.000	91.900	96.800
Politico-sociale	93.400	59.600	62.900
Letterario	64.600	56.100	60.000
Architettura	32.200	56.000	59.400
Linguistico	50.900	34.000	36.800
Scientifico, matematico e fisico	25.500	28.900	30.600
Psicologico	36.400	25.600	27.000
Chimico-farmaceutico	27.700	24.900	26.600
Geo-biologico e biotecnologico	35.300	15.200	16.500
Agroalimentare***	21.900	12.300	13.100
Statistico	3.900	6.500	6.800

*Il totale non comprende l'offerta di laureati nell'indirizzo difesa e sicurezza, pari a 2.600 unità nel quinquennio e per il quale è stimato un fabbisogno molto limitato.

**Comprende l'indirizzo scienze motorie

***Non comprende il fabbisogno espresso dal settore agricolo.

Fonte: elaborazioni su dati MIUR

Dai dati disponibili per alcune figure professionali in riferibili al laureato in Sociologia emergono alcune considerazioni.

Rispetto alla figura della professione di Tecnico dell'organizzazione di fiere, convegni ed eventi culturali (3.4.1.2) si rileva una maggiore percentuale di occupati con titolo universitario (58,6%) contro il diploma (39,9%) e la necessità di ulteriore formazione è del 89% per questa figura. Inoltre, il 67% delle opportunità di lavoro nel 2018 rispetto la figura di Tecnico della Pubblicità e del Public Relations (3.3.3.6) riguarda laureati.

Rispetto alla figura di Tecnico del reinserimento si rileva che essa rientri nelle principali categorie professionali di richiesta di laureati nell'indirizzo di Insegnamento e formazione, nel cui ambito le imprese registrano una difficoltà a trovare laureati per il 26%, anche a causa di un ridotto numero di candidati (13%). L'opportunità di trovare lavoro per il 2018 riguarda il 62% dei laureati e solamente il 21% di questa figura professionale ha difficoltà a trovare lavoro.

TECNICI REINSERIMENTO E INTEGRAZIONE SOCIALE

9.580

Opportunità di lavoro previste nel 2018
dalle imprese con dipendenti

di cui
laureati:

5.900

pari al:
62%

LE PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI

- 1 Tecnico del reinserimento e dell'integrazione sociale
- 2 Tecnico della mediazione sociale
- 3 Addetto all'infanzia con funzioni educative
- 4 Esperto assistenza nei centri d'accoglienza

LA FORMAZIONE RICHIESTA DALLE IMPRESE

Livelli e indirizzi di studio	v.a.	%
Lauree a indirizzo insegnamento e formazione	2.740	29%
Lauree a indirizzo politico-sociale	1.340	14%
Altri indirizzi di laurea	1.820	19%
Liceo classico, scientifico e scienze umane	1.710	18%
Altri indirizzi di diploma	1.450	15%
Qualifica professionale	530	6%
Totale	9.580	100%

Si veda la scheda Excelsior sulla professione al link:

<https://excelsior.unioncamere.net>

LE DIFFICOLTÀ DELLE IMPRESE NEL TROVARE PERSONALE



quota di tecnici
reinsierimento e
integrazione sociale che le
imprese hanno difficoltà a
trovare

pari a **2.030** unità

QUANDO NON TROVANO I CANDIDATI ADATTI, I PRINCIPALI MOTIVI INDICATI DALLE IMPRESE SONO:

preparazione inadeguata	12%
ridotto numero dei candidati	8%
altri motivi	1%

Fonte: Unioncamere, 2019

TECNICI PUBBLICITÀ E PUBLIC RELATIONS

5.240

Opportunità di lavoro previste nel 2018
dalle imprese con dipendenti

di cui
laureati:

3.510

pari al:
67%

LE PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI

- 1 Addetto alle relazioni pubbliche
- 2 Tecnico pubblicitario

LA FORMAZIONE RICHIESTA DALLE IMPRESE

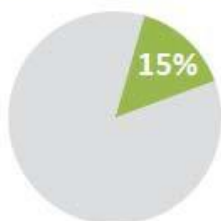
Livelli e indirizzi di studio	v.a.	%
Lauree a indirizzo politico-sociale	1.090	21%
Lauree a indirizzo economico	1.080	21%
Altri indirizzi di laurea	1.330	25%
Diplomi a indir. amministrazione, finanza e marketing	840	16%
Altri indirizzi di diploma	900	17%

Si veda la scheda Excelsior sulla professione al link:

<https://excelsior.unioncamere.net>

Totale 5.240 100%

LE DIFFICOLTÀ DELLE IMPRESE NEL TROVARE PERSONALE



quota di tecnici pubblicità e public relations che le imprese hanno difficoltà a trovare

pari a **780** unità

QUANDO NON TROVANO I CANDIDATI ADATTI, I PRINCIPALI MOTIVI INDICATI DALLE IMPRESE SONO:

preparazione inadeguata	9%
ridotto numero dei candidati	5%
altri motivi	1%

Fonte: Unioncamere, 2019

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 in Sociologia L-40 fanno riferimento circa trenta Corsi di Laurea triennali (CdL) inclusi all'interno dell'offerta didattica di 19 Atenei italiani, per il triennio 2016-2019. Non risultano Corsi attivati presso Atenei telematici. La gran parte degli Atenei che contemplano il corso presentano un'offerta eterogenea rispetto alle caratteristiche del Corso di Studio. Secondo i dati del MIUR (Fonte Ustat, 2019) risultano iscritti nel 2018/19 poco meno di 10 mila iscritti (9.876) ed immatricolati dal 2011 al 2018 circa 22.500 (22.429). Di seguito la serie storica degli immatricolati dal 2010/2011 al 2018/2019.

Immatricolati	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	Totale
L-40 Sociologia e Ricerca Sociale	2437	2302	2160	2357	2373	2536	2726	2768	2770	22429

Di seguito i Corsi esistenti in Italia per Ateneo e nome del corso.

Ateneo e Corso di Studio	
Bologna	Napoli Federico II (segue)
<i>Sociologia</i>	<i>Corso di Laurea in Sociologia</i>
<i>Sociologia e Scienze Criminologiche per la Sicurezza</i>	<i>Culture Digitali e della Comunicazione</i>
Calabria	<i>Sociologia</i>
<i>Servizio Sociale e Sociologia</i>	Padova
Catania	<i>Scienze Sociologiche</i>
<i>Sociologia e Servizio Sociale</i>	Perugia
Catanzaro	<i>Scienze per l'Investigazione e la Sicurezza</i>
<i>Sociologia</i>	Pisa
Chieti e Pescara	<i>Scienze Sociali e del Servizio Sociale</i>
<i>Sociologia</i>	Roma La Sapienza
<i>Sociologia e Criminologia</i>	<i>Sociologia</i>
<i>Sociologia Ricerca Sociale e Criminologica</i>	Roma Tre
Enna KORE	<i>Servizio Sociale e Sociologia</i>
<i>Sociologia e Politiche Sociali</i>	Salento
Firenze	<i>Sociologia</i>
<i>Sociologia e Politiche Sociali</i>	Salerno
Milano Bicocca	<i>Sociologia</i>
<i>Sociologia</i>	Torino
Milano Cattolica	<i>Scienze Sociali</i>
<i>Scienze dei Fenomeni Sociali e dei Processi Organizzativi</i>	Trento
<i>Scienze Sociali e Organizzative</i>	<i>Sociologia</i>
<i>Sociologia</i>	<i>Studi Internazionali</i>
Napoli Federico II	Urbino
<i>Corso di Laurea in Culture Digitali e della Comunicazione</i>	<i>Sociologia e Servizio Sociale</i>

Fonte: Ustat, 2019

2.2 Il contesto degli Atenei telematici e il quadro regionale

Ai corsi della classe L-40 in Sociologia secondo i dati MIUR nel 2018/19, sono iscritti oltre 1.000 studenti nelle due Università di Roma La Sapienza (Corso in Sociologia) e Roma Tre (Corso in Servizio sociale e Sociologia). Non risulta presente nessun Corso della Classe L-40 in Atenei telematici.

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.

2.3 Il valore aggiunto del modello e-learning

Mentre tutto il sistema dell'istruzione di ogni ordine e grado promuove sempre di più l'utilizzo di modelli e strumenti per la formazione a distanza, sul fronte aziende e professioni, stiamo attraversando un periodo di grandi trasformazioni e cambiamenti.

Il modo di vivere e intendere il lavoro sta cambiando, anzi è già cambiato. Definitivamente e in maniera irreversibile. I cambiamenti del mondo del lavoro hanno fatto nascere nuove esigenze, come la flessibilità in entrata e in uscita, la libertà di gestire il proprio orario, un mind setting diverso che punta all'obiettivo e alle soluzioni.

Termini come smart working, employee advocacy, paradigma BYOD (Bring Your own Device – porta il tuo device a lavoro), lavoro da remoto e intrapreneurship hanno fatto la loro prepotente comparsa nelle aziende, già profondamente cambiate dalle nuove tecnologie e dai nuovi modi di organizzare il lavoro.

Negli ultimi anni i processi di e-learning, gamification ed engagement design sono stati usati in modo massiccio nel mondo HR per le attività più disparate: recruiting, engagement del personale, formazione interna, motivazione del team di vendita, onboarding, formazione aziendale e molto altro ancora.

Avere già padronanza di questi strumenti, saperli governare e adattare alle proprie necessità professionali rappresenterà un vantaggio competitivo per gli studenti in uscita dal CdS.

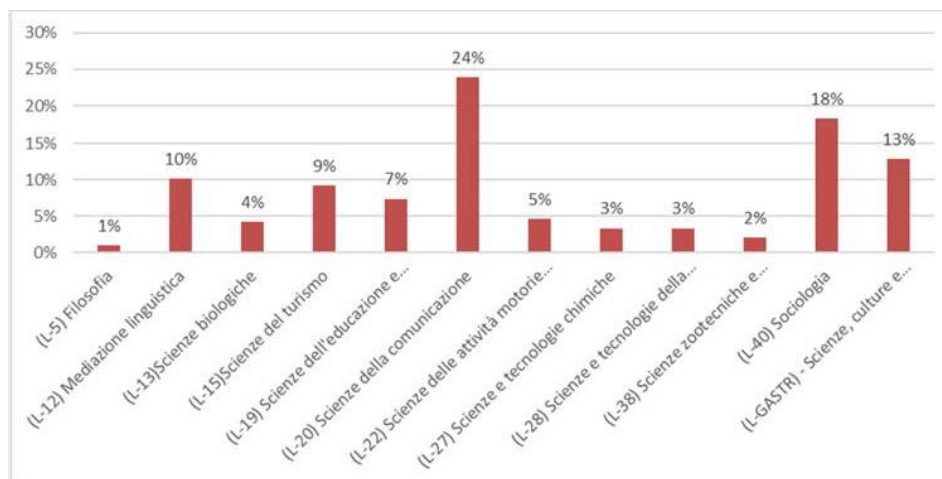
3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE

3.1 Soggetti coinvolti, modalità e strumenti di consultazione

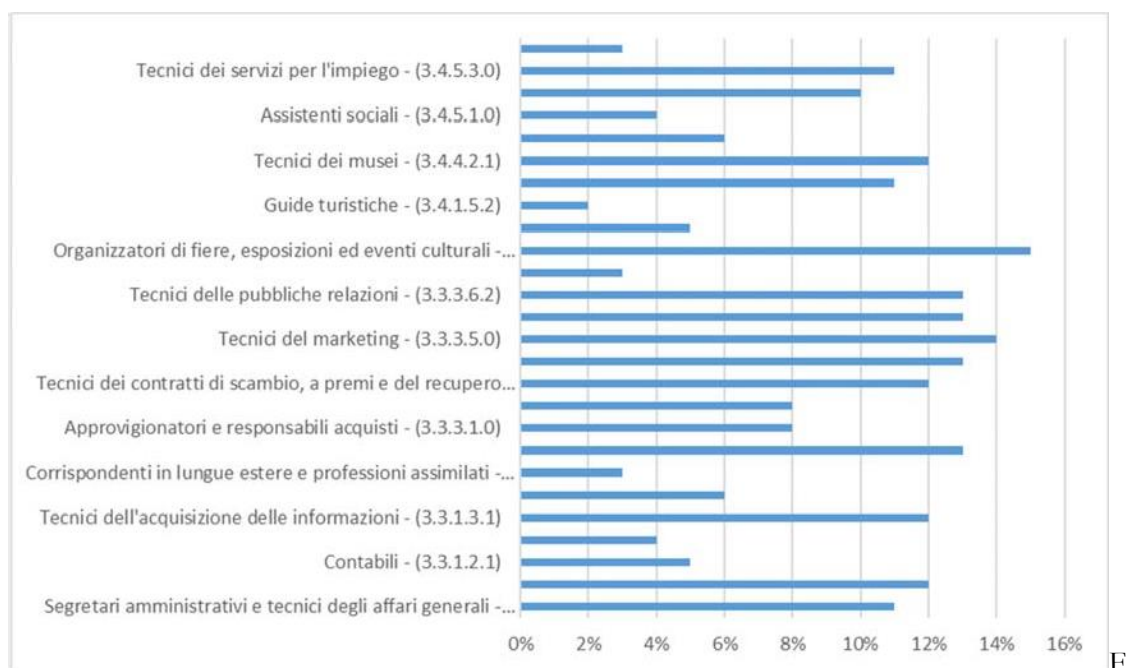
Il lavoro operativo di progettazione ha preso avvio da una prima riflessione in seno ai Corsi di Laurea già attivi in discipline correlate. Nel novembre/dicembre del 2019, ripartendo dalla progettazione dello scorso anno, è stato somministrato telefonicamente un campione di 3.500 imprese un questionario, 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. Le risposte sono state 544 come si desume dal report disponibile al link: <https://www.unimercatorum.it/assicurazione-qualita/progettazione-nuovi-cds-aa-20202021/cds-l-40>:

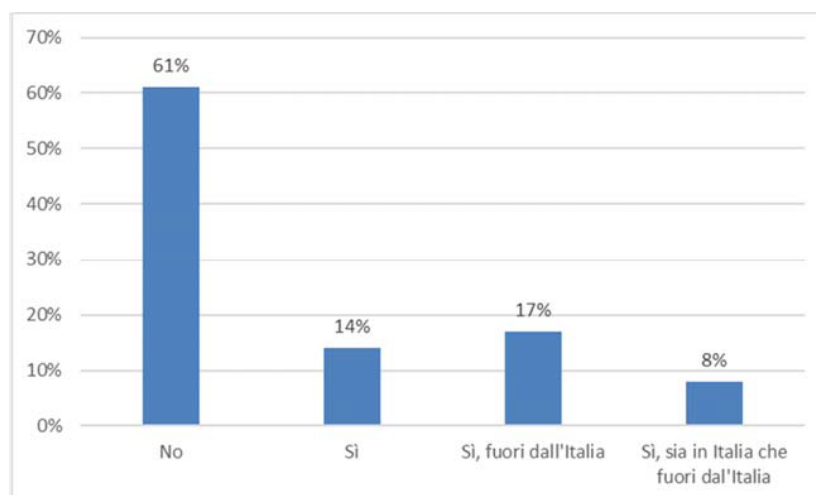
1. Per realizzare i Suoi prodotti/servizi, quali pensa che siano i Corsi di Laurea più rilevanti (selezionare un massimo di 5 Corsi di Laurea)?



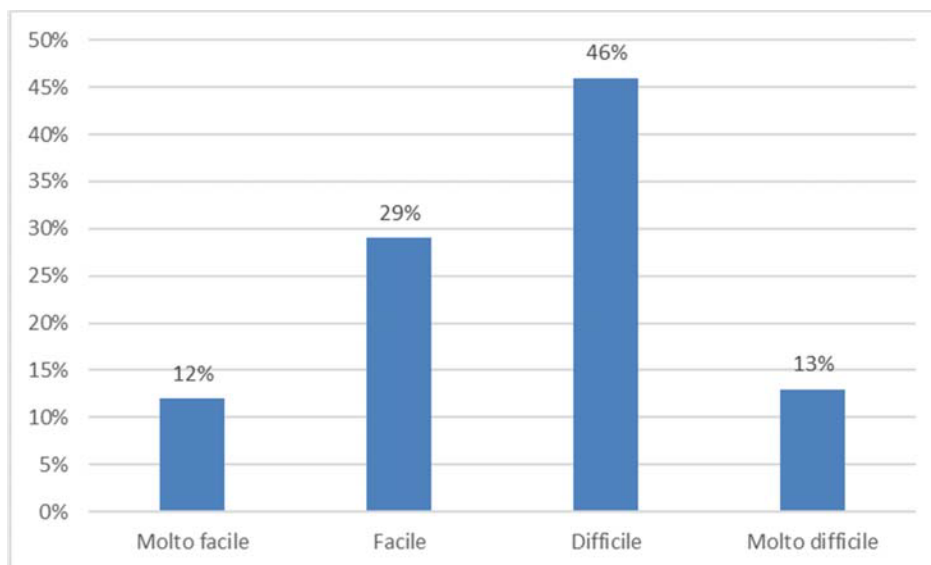
2. Per realizzare i Suoi prodotti/servizi, quali pensa che siano i profili professionali più rilevanti (selezionare un massimo di 5 profili)?



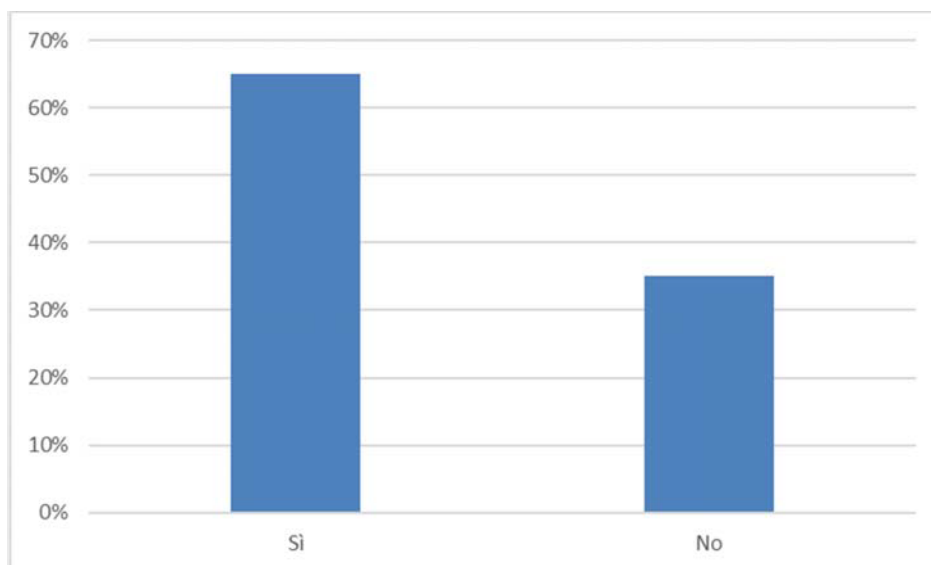
3. Ritiene che l'offerta sul mercato del lavoro delle professioni selezionate nel quesito 2) sia sufficiente?



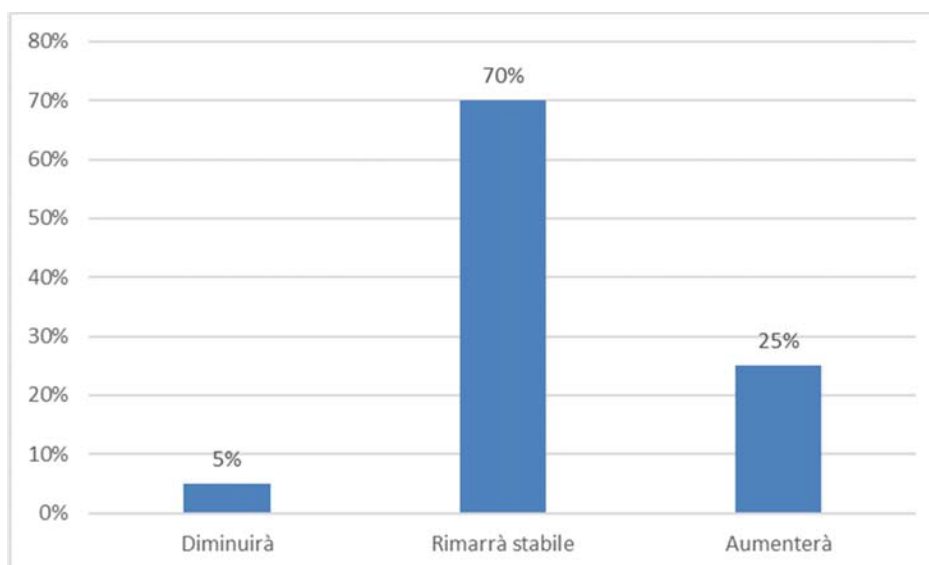
4. Potrebbe indicare il grado di difficoltà di reperimento sul mercato delle professioni selezionate nel quesito 2)?



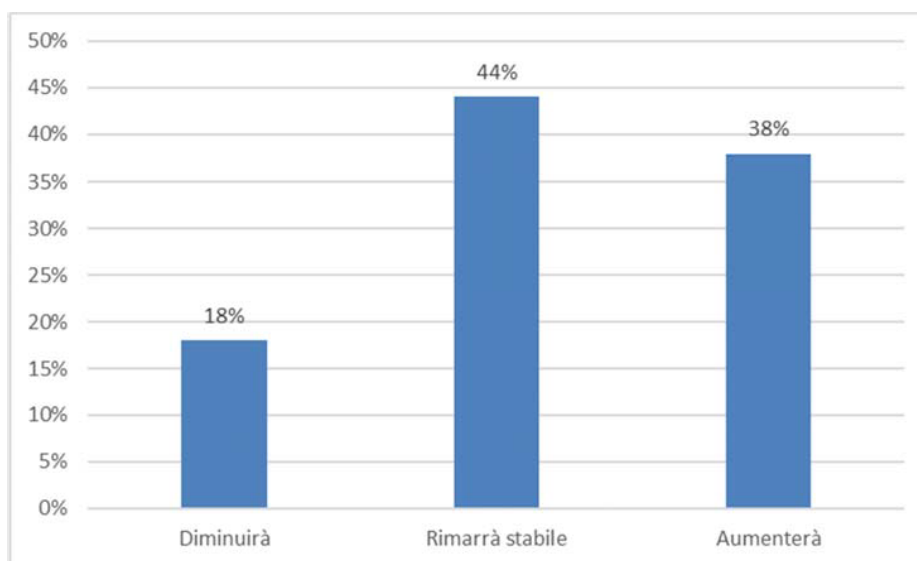
5. Secondo Lei, sarebbero necessari interventi formativi di riqualificazione/aggiornamento per le professioni selezionate nel quesito 2)?



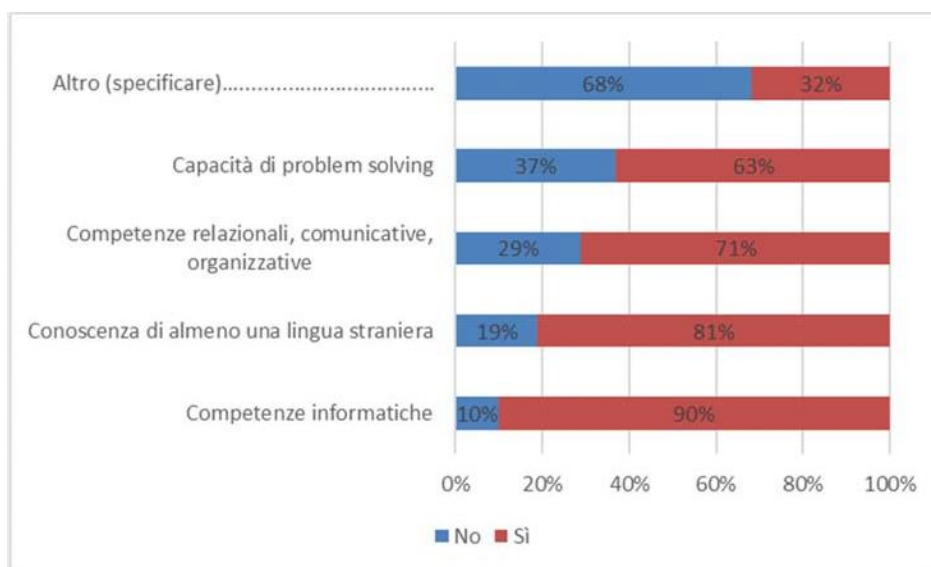
6. ***Nel breve periodo*** prevede che nel Suo settore di attività, la rilevanza delle professioni selezionate nel quesito 2):



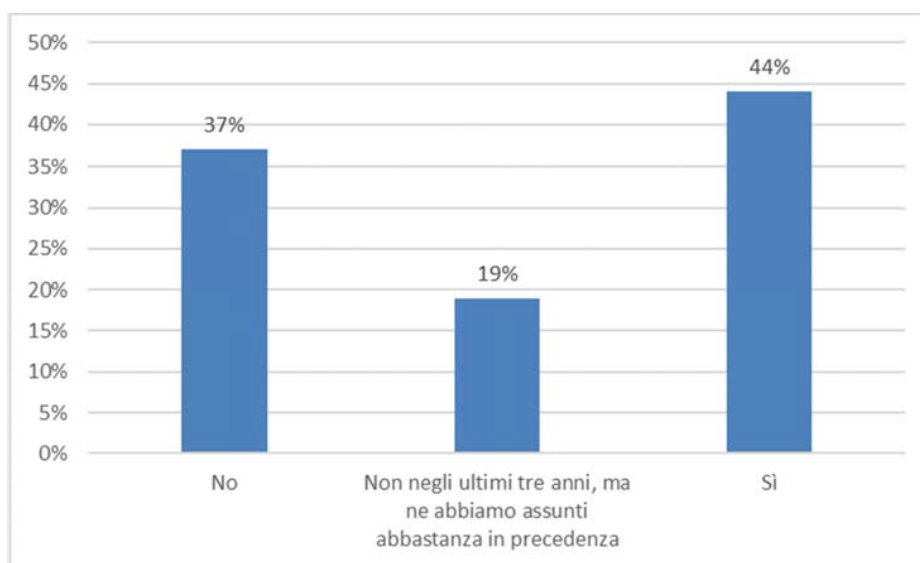
7. E ***nel lungo periodo?***



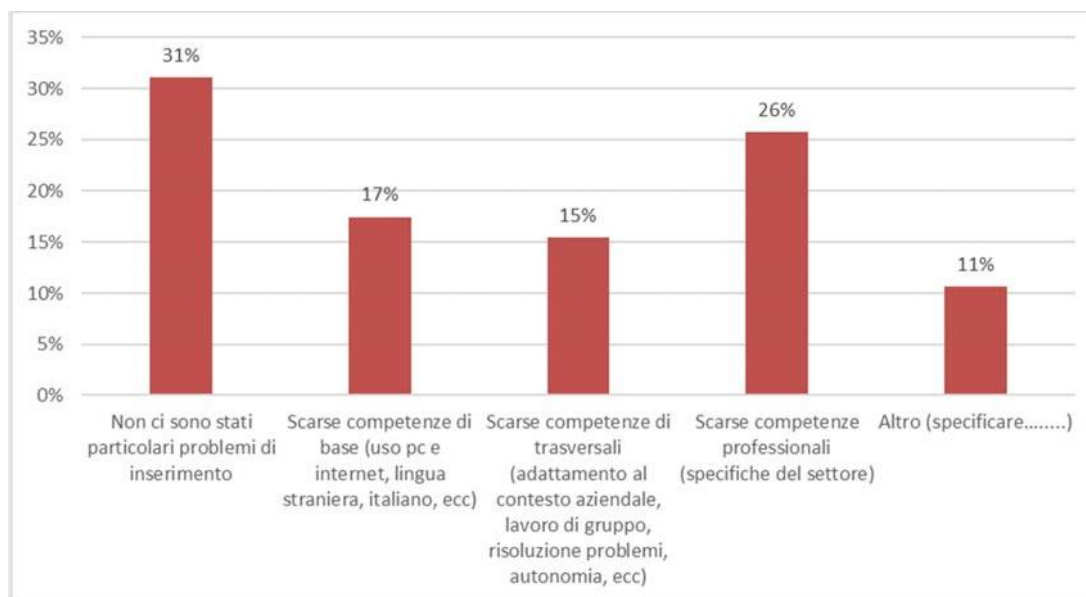
8. Quali delle seguenti **competenze generiche/di base** dovrebbero possedere le professioni selezionate nel quesito 2)?



9. Negli **ultimi 3 anni** avete assunto personale neolaureato nelle professioni selezionate nel quesito 2)?



10. Quali sono i principali problemi che avete incontrato nell'inserimento di tali figure?



Come si evince dai dati generali, il Corso di Laurea in Sociologia dell'Innovazione, tra quelli proposti, (consultabili per intero al link: <https://www.unimercatorum.it/assicurazione-qualita/progettazione-nuovi-cds-aa-20202021/cds-l-40>) è fra i più rilevanti e le figure che più interessano alle aziende sono quasi tutte riconducibili a profili professionali in uscita dal Corso di Laurea in Sociologia.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile ha consentito una valutazione qualitativa delle potenzialità degli ambiti occupazionali di riferimento. Le fonti maggiormente analizzate, anche usando i microdati, sono state i rapporti Excelsior ed Almalaurea.

L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione significativa quantizzabile nel presente documento di "Analisi della Domanda" (disponibile al link correlato), che riassume l'impianto di lavoro, prospettive e visione d'insieme. 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 di co-progettazione progettazione e consultazione delle parti sociali.

Ai fini della progettazione l'Ateneo ha quindi costituito un Comitato Proponente (CP), istituito con Decreto Rettorale Istituito per Decreto Rettorale n.3/2020 del 16 gennaio 2020 con componenti:

- Prof.ssa **Franca Faccioli**– già Professore Ordinario di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi SPS/08
- Prof. **Gian Maria Fara** - Presidente Istituto Eurispes
- Prof. **Mario Morcellini** – Professore Emerito di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi SPS/08

L'Ateneo a valle di un processo consultivo informale ha individuato un Comitato di Indirizzo (CI), insieme al quale è stata completata la co-progettazione del CdS. Il CI è composto da una rappresentanza istituzionale espressione delle principali associazioni di categoria, da esponenti del mondo della Scuola, da alcuni esponenti del tessuto produttivo (al link correlato è riportato l'elenco puntuale) ed è stato convocato il 20 gennaio 2020 attraverso una consultazione aperta.

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.

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 INAPP Fabbisogni imprese (<http://fabbisogni.isfol.it/>) con le esigenze espresse dai soggetti coinvolti, tenuto conto anche delle ADA presenti nell'Atlante del Lavoro (<https://atlantelavoro.inapp.org/>).

Più in dettaglio, è stata richiesta l'opinione delle parti sociali in ordine ai seguenti aspetti:

- a) Adeguatezza degli obiettivi formativi del Corso di Studi;
- b) Adeguatezza delle abilità/competenze fornite dal Corso di Studi ed eventuali modifiche da apportare;
- c) Grado di rilevanza sulle conoscenze/competenze/abilità possedute dai laureati Mercatorum;
- e) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi, disciplinari/specifici e generici, in relazione al percorso formativo offerto, con richiesta di suggerimenti e critiche;
- f) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle competenze richieste dalle figure professionali di riferimento.

Il risultato complessivo rispetto alle interazioni effettuate con le parti sociali è stato di grande soddisfazione, sia rispetto all'adeguatezza degli obiettivi formativi, alle conoscenze/abilità/competenze che si andranno a formare, all'adeguata rispondenza dei risultati di apprendimento attesi in relazione al percorso formativo offerto, sia in relazione alla soddisfacente rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle richieste di figure professionali di riferimento.

Si è inteso pertanto creare un sistema aperto e inclusivo, in cui varie fonti e varie modalità confluiscono nel presente Report “Analisi della Domanda” da intendersi come documento in “lavorazione” aggiornabile durante tutto il processo di istituzione del corso di Studio, anche al fine di raccogliere utili elementi per la progettazione di dettaglio dei singoli insegnamenti.

Si rende disponibile la pagina <https://www.unimercatorum.it/dcs-l-20>, in cui sono disponibili i seguenti materiali:

- Road Map complessiva dell'attività di ascolto e consultazione delle parti sociali
- Decreto Rettorale di istituzione del Comitato Proponente
- Decreto Rettorale di istituzione del Comitato di Indirizzo
- Verbali del Comitato Proponente

- Verbali del Comitato di Indirizzo
- Elenco delle fonti consultate
- Report “Documento di Analisi della domanda”, da aggiornarsi anche in funzione degli esiti delle indagini di campo
- Format di questionario per la raccolta delle opinioni delle parti economiche e sociali
- Elenco dei questionari pervenuti