

Politiche di Ateneo e Programmazione

Data: 14 febbraio 2019

Indice

0. PREMESSE E OBIETTIVI DEL PRESENTE DOCUMENTO.....	3
1. MERCATORUM OGGI.....	4
2. LE EVIDENZE DELLA VISITA ANVUR	9
3. STRATEGIA OFFERTA FORMATIVA	11
<i>3.2 ANALISI DEGLI AMBITI DI RICERCA RILEVANTI</i>	<i>11</i>
<i>3.3 ANALISI SWOT E POSIZIONAMENTO</i>	<i>12</i>
4. LE PROPOSTE PER I NUOVI CORSI DI STUDIO.....	14
<i>4.1 SELEZIONE DEI CDS DA APRIRE.....</i>	<i>14</i>
<i>4.2 PROGETTAZIONE DEI CDS.....</i>	<i>15</i>
<i>4.2 VANTAGGIO COMPETITIVO</i>	<i>22</i>
5. VALUTAZIONE ECONOMICA FINANZIARIA.....	23
6. RISORSE DI DOCENZA DI RIFERIMENTO A REGIME.....	26

0. PREMESSE E OBIETTIVI DEL PRESENTE DOCUMENTO

Il presente documento intende presentare le possibili linee di sviluppo di Universitas Mercatorum relativamente all'Offerta formativa 2019/2020.

Il Documento che si fonda sul Piano Triennale, dopo una analisi di scenario atta a verificare l'attuale posizionamento competitivo dell'Ateneo, individua le linee strategiche, le azioni su cui puntare, i target di riferimento, gli investimenti necessari, nonché le risultanze economiche previste.

Si segnala che in occasione della visita della Commissione di Esperti della Valutazione (CEV) per l'accreditamento periodico dell'ANVUR (settembre 2017) sono stati prodotti numerosi documenti operativi e descrittivi per il sistema generale di Assicurazione della Qualità (AQ). La progettazione dei nuovi Corsi di Studio (CdS) dovrà tener conto e fare riferimento ai documenti programmatici imprescindibili come, ad esempio, il Piano di Assicurazione della Qualità della Didattica.

Gli obiettivi e le linee di intervento del seguente documento riguardano:

- Definire il posizionamento di Universitas Mercatorum nel sistema universitario italiano
- Analizzare le evidenze risultanti dalla visita ANVUR utilizzandole per una considerazione nelle Politiche d'Ateneo
- Definire la strategia dell'Offerta formativa in coerenza con la mission d'Ateneo e sulla base di un'analisi dei punti di forza e debolezza di Mercatorum, anche mettendo in comparazione le stesse offerte formative da parte dei competitor
- Motivare ed analizzare le proposte per i nuovi Corsi di Studio
- Dare evidenza delle risorse di docenza a regime che l'Ateneo ritiene di impegnare per sostenere il progetto formativo
- Valutare, sia economicamente che finanziariamente, la sostenibilità dell'apertura dei nuovi Corsi di Studio

1. MERCATORUM OGGI

I CORSI DI STUDIO AD OGGI

Attualmente Mercatorum è accreditata per i seguenti Corsi di Studio:

- ➔ **CORSO DI LAUREA IN GESTIONE DI IMPRESA - L-18** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Gestione di Impresa
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN SCIENZA DEL TURISMO - L-15** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienza del Turismo
- ➔ **CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT - LM-77** Corso di laurea di Secondo Livello in Management
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN INGEGNERIA INFORMATICA - L-8** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Ingegneria Informatica
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN INGEGNERIA GESTIONALE - L-9** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Ingegneria Gestionale
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN SCIENZE GIURIDICHE - L-14** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienze Giuridiche
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN SCIENZE E TECNICHE PSICOLOGICHE - L-24** Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienze e tecniche psicologiche
- ➔ **CORSO DI LAUREA IN PSICOLOGIA DEL LAVORO - LM-51** Corso di laurea di Secondo Livello Magistrale in Psicologia del lavoro

DETTAGLIO DEI CORSI DI STUDIO

- **CORSO DI LAUREA IN GESTIONE DI IMPRESA**
L-18 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Gestione di Impresa

OBIETTIVI

Il corso di Laurea in Gestione di Impresa (GI) mira a fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e tecnico-professionali dal punto di vista strutturale e di funzionamento delle aziende, con particolare riferimento a quelle della pubblica amministrazione, manifatturiere, high tech, commerciali e di servizi e dell'economia digitale.

A tal fine, esso presuppone l'acquisizione di una adeguata conoscenza delle discipline aziendali, economiche, giuridiche, matematiche e statistiche; le prime rappresentano, comunque, il nucleo fondamentale degli insegnamenti impartiti

➤ **CORSO DI LAUREA IN SCIENZA DEL TURISMO**

L-15 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienza del Turismo

OBIETTIVI

Il Corso di Laurea in Scienze del Turismo fornisce gli strumenti per operare in maniera professionale e accurata nel settore, formando professionisti in grado di lavorare con successo all'interno di aziende e organizzazioni turistiche.

Gli insegnamenti permetteranno la progettazione, realizzazione e comunicazione di servizi al passo con le esigenze del mercato del turismo, volti alla promozione dei beni ambientali e artistici, nonché delle eccellenze enogastronomiche del "Made in Italy". Il Corso, inoltre, prepara alla professione dell'ospitalità, promuovendo e progettando interventi nel settore turistico, gestendo servizi culturali e beni ambientali e conoscendo il marketing territoriale sotto forma di turismo sostenibile.

➤ **CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN MANAGEMENT**

LM-77 Corso di laurea di Secondo Livello in Management

OBIETTIVI

Il Corso di Laurea Magistrale in Management consente ai suoi laureati di acquisire avanzate conoscenze in tema di governo e gestione delle aziende, tramite una solida formazione teorica e applicata, nonché sviluppando conoscenze interdisciplinari su materie aziendali, economiche, quantitative e giuridiche. In questo modo si ritiene di poter mettere lo studente in grado di agire nel contesto aziendale utilizzando i principali strumenti applicabili ai processi gestionali e alle funzioni aziendali, ma anche interpretando correttamente gli effetti dei fenomeni economici dell'ambiente esterno sul sistema aziendale.

Preziosa, durante il percorso formativo, la possibilità di partecipare a laboratori, incontrare Testimonial d'eccellenza protagonisti del business di successo e frequentare stage presso realtà aziendali nazionali e internazionali di prestigio.

➤ **CORSO DI LAUREA IN INGEGNERIA INFORMATICA**

L-8 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Ingegneria Informatica

Il corso di studi in Ingegneria Informatica si pone l'obiettivo di fornire una preparazione ingegneristica finalizzata allo sviluppo e all'impiego delle

tecnologie dell'informatica, con un percorso di formazione ad ampio spettro. Conformandosi alla recente, sempre più forte integrazione delle tecnologie concernenti l'intercettazione e l'acquisizione, la rappresentazione e l'archiviazione organizzata, l'elaborazione e l'analisi, la sicurezza e la trasmissione dell'informazione e delle relative applicazioni, l'offerta formativa del corso di laurea in Ingegneria Informatica incorpora le tematiche della classe L8 relativi alle aree di Ingegneria Informatica e Ingegneria della Sicurezza e Protezione dell'Informazione. Il corso si propone di formare ingegneri dotati di una ricca preparazione sul piano culturale e capaci di sviluppare e utilizzare con sensibilità ingegneristica metodi, tecniche, tecnologie e strumenti dell'informatica, anche integrati con metodi e strumenti delle altre tecnologie dell'informazione (elettronica, telecomunicazioni, automazione) per affrontare problematiche comuni ad un amplissimo spettro di applicazioni.

➤ **CORSO DI LAUREA IN INGEGNERIA GESTIONALE**

L-9 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Ingegneria Gestionale

Il Corso di Studio in Ingegneria Gestionale si pone l'obiettivo di formare una figura professionale in grado di adattarsi ad un contesto lavorativo dinamico nel settore dell'ingegneria industriale, di affrontare e risolvere i problemi tecnologici che nascono nell'era moderna, nonché di gestirne i relativi processi. Il Corso di Studio ha come obiettivo formativo prioritario quello di assicurare ai propri laureati un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici sia nelle materie di base che in quelle ingegneristiche, per consentire loro di completare proficuamente la propria preparazione professionale all'interno di successivi percorsi formativi specifici e di adattarsi alla rapida evoluzione tecnologica che caratterizza l'ingegneria industriale, ed i settori produttivi che trovano applicazione in tale ambito.

➤ **CORSO DI LAUREA IN SCIENZE GIURIDICHE**

L-14 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienze Giuridiche

Il Corso di Laurea in Scienze giuridiche si pone l'obiettivo di formare una figura professionale specificatamente orientata alla gestione e risoluzione, con approccio interdisciplinare, dei problemi tecnico-giuridici connessi alla direzione ed alla gestione dell'impresa.

Più in particolare, lo scopo del corso di studio è quello di formare persone professionalmente adatte alla complessità degli ambienti organizzativi di

piccole e medie dimensioni, in grado di possedere conoscenze e competenze per comprendere e gestire adeguatamente le problematiche giuridiche connesse alla direzione e gestione dell'impresa.

Gli obiettivi formativi del Corso di laurea in Scienze Giuridiche garantiranno al discente una solida preparazione giuridica e una flessibilità nel ragionamento capace di transitarlo senza problemi nella comprensione delle eventuali modifiche normative future.

- **CORSO DI LAUREA IN SCIENZE E TECNICHE PSICOLOGICHE**
L-24 Corso di laurea di Primo Livello Triennale in Scienze e tecniche psicologiche

Il corso di laurea in Scienze e tecniche psicologiche pur conservando l'impianto generalista tipico e preferito dalla maggior parte della psicologia accademica si qualifica, rispetto ai CdS della classe L-24 già attivi nel territorio laziale, ma anche italiano, per un profilo di formazione psicologica che si integra con contributi disciplinari attinenti al mondo sociale, della formazione e del lavoro. Ciò al fine di far acquisire al laureato competenze spendibili negli interventi finalizzati alla prevenzione del disagio, alla promozione del benessere, all'efficacia degli interventi educativo-formativi, al potenziamento delle risorse individuali e sociali, allo sviluppo dei processi comunicativi e interattivi nelle organizzazioni e nei gruppi di lavoro.

- **CORSO DI LAUREA IN PSICOLOGIA DEL LAVORO**
LM-51 Corso di laurea di Secondo Livello Magistrale in Psicologia del lavoro

Il corso di laurea magistrale in Psicologia del lavoro e delle organizzazioni intende fornire gli strumenti per la comprensione dei meccanismi psicologico-sociali, attraverso attività formative caratterizzanti un ampio spettro dei settori scientifico-disciplinari della psicologia.

Il percorso si articola anzitutto con alcuni insegnamenti mirati a fornire conoscenze e competenze avanzate per aspetti di base della psicologia che sono classicamente rilevanti per il mondo del lavoro e delle organizzazioni, quali quelli legati alla psicologia della personalità e delle differenze individuali; agli aspetti psicologici sia teorici sia tecnici dei test; agli aspetti psicologici inerenti la formazione e l'orientamento personali; nonché agli aspetti psicologici delle dinamiche di gruppo. Alcuni di questi insegnamenti prevedono attività laboratoriali finalizzate allo sviluppo di capacità e abilità tecnico-pragmatiche

professionalmente spendibili (nella fattispecie per i temi inerenti personalità e differenze individuali e per quelli inerenti le dinamiche di gruppo, sempre in riferimento a contesti di lavoro e organizzazioni).

VISIONE E OBIETTIVI STRATEGICI

L'Universitas Mercatorum promuove e genera innovazione, sostiene la progettualità degli attori socioeconomici, favorisce l'apertura verso la dimensione territoriale, ai diversi livelli: locale, nazionale e internazionale al fine di consolidare la qualità e la sostenibilità economica e socio-ambientale. L'Ateneo, valorizzando il ruolo del Sistema camerale come catalizzatore di processi di sviluppo, si configura come agente territoriale di innovazione, interagendo in modo sistemico e sinergico con le imprese e con gli altri attori del territorio nella costruzione di una governance condivisa, con un impegno costantemente teso ad accompagnare gli attori socioeconomici e i loro territori di riferimento in una dimensione di crescente competizione internazionale.

L'impegno della governance dell'Ateneo nel quadro della Programmazione Triennale è teso a:

- ❖ **Garantire l'attrattività dell'Ateneo presso i potenziali iscritti**, aumentando in maniera significativa il numero di immatricolati e CdS;
- ❖ **Programmare il reclutamento del personale e i percorsi di carriera** al fine di valorizzare il merito e assecondare le scelte strategiche dell'Ateneo e delle strutture, nel quadro del processo di valutazione Miur;
- ❖ **Sviluppare e potenziare le attività di ricerca condotte** e la capacità di presentare candidature a programmi di ricerca nazionali, europei e internazionali;
- ❖ Consolidare le **relazioni con altri atenei e partner pubblici e privati** qualificati a livello nazionale e internazionale;
- ❖ Valorizzare **il ruolo del Sistema camerale come catalizzatore di processi di sviluppo territoriale**, configurandosi come agente territoriale di innovazione, interagendo in modo sistemico e sinergico con le imprese e con gli altri attori del territorio nella costruzione di una governance condivisa;
- ❖ Dotarsi di una strategia di **internazionalizzazione di lungo periodo**.

Il tutto nel quadro di un equilibrio economico generale.

2. LE EVIDENZE DELLA VISITA ANVUR

Sulla base dell'esame della documentazione resa disponibile dall'Ateneo e successivamente alla visita effettuata, la Commissione di Esperti della valutazione ha riconosciuto che l'Ateneo ha definito in modo chiaro e analitico, prima con il Documento di mandato e poi con il Piano Triennale, la propria strategia.

La valutazione complessiva che la Commissione ha proposto al Consiglio Direttivo dell'Anvur è C - Soddisfacente, voto che evidenzia i grandi sforzi ed un adeguato raggiungimento efficace dei primi risultati che l'Ateneo si era prefissato.

I documenti e le procedure che hanno portato l'Ateneo al raggiungimento di questo obiettivo nella visita Anvur, costituiscono cardini della gestione didattica ed operativa e sono consultabili al seguente link:

<http://www.unimercatorum.it/documenti-per-la-cev-anvur->

Password: mercatorum_view

In particolare vengono evidenziati dalla CEV le seguenti positività:

- La pianificazione strategica appare adeguata al contesto e caratterizzante.
- L'Ateneo ha strutture adeguate per il processo di assicurazione della qualità per il quale ha definito compiti e responsabilità.
- Viene registrata una forte attenzione alla centralità dello studente.
- L'Ateneo definisce e comunica con chiarezza le regole per l'immatricolazione degli studenti e la gestione delle relative carriere.
- In riferimento al test di accesso si valuta positivamente la progettazione realizzata sia in termini complessivi che disciplinari.
- La copertura delle parti sociali verso la pluralità dei settori è garantita.
- La sostenibilità della didattica appare rispettata, stante l'attuale numerosità degli studenti

La CEV ha tuttavia messo in luce delle situazioni da migliorare e a tal fine l'Ateneo ha intrapreso le azioni correttive necessarie.

Risulta inoltre pienamente soddisfacente il sistema generale di AQ. L'Ateneo ha definito un sistema efficace di raccolta dei dati e di circolazione delle informazioni. I flussi informativi sono definiti e gli Organi interagiscono costantemente.

Sul fronte dell'Autovalutazione dei CdS il Nucleo ha costantemente verificato lo stato del Sistema di AQ. Le strutture responsabili dell'AQ operano efficacemente.

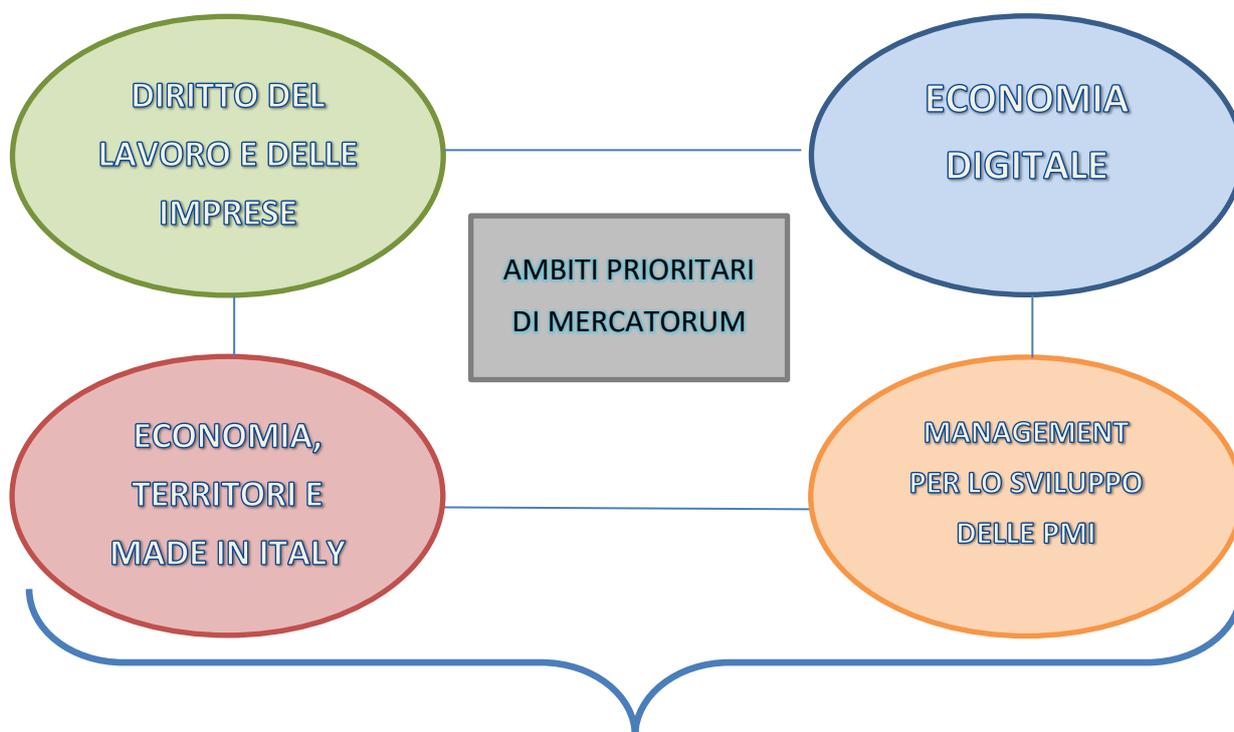
Sul fronte delle parti sociali, il cui ruolo potrà essere ulteriormente strutturato, si dà atto che l'Ateneo è sensibile, grazie ai dati Excelsior, all'aggiornamento delle esigenze espresse dalle professioni e dal mondo del lavoro.

Il Sistema di AQ della Ricerca appare sufficientemente strutturato e il Documento di strategia è articolato per obiettivi ed indicatori.

3. STRATEGIA OFFERTA FORMATIVA

3.2 ANALISI DEGLI AMBITI DI RICERCA RILEVANTI

Lo schema che segue indica gli Ambiti di Ricerca di Ateneo rilevanti e coerenti con il Piano Triennale, fermo restando la ricerca libera di ogni docente.



Le attività di ricerca rilevanti per l'Ateneo fanno riferimento ai settori ERC prioritari così come declinati dall'European Research Council. Più specificatamente:

SETTORI ERC PRIORITARI

- SH1 (individui, istituzioni e mercati: economia, finanza e gestione)
- SH2 (Istituzioni, valori, credenze e comportamenti)
- SH3 (Ambiente, spazio e popolazione)
- SH5 (Cultura e produzione culturale)

Ai fini di una più puntuale individuazione degli obiettivi strategici di ricerca è stata predisposta un'indagine tra i docenti di ruolo dell'Ateneo.

La scelta dei nuovi corsi di studio ha tenuto conto anche della volontà della Governance di spingere la mission dell'Ateneo, tradizionalmente legato alla cultura di impresa, verso i settori distintivi del Made in Italy.

3.3 ANALISI SWOT E POSIZIONAMENTO

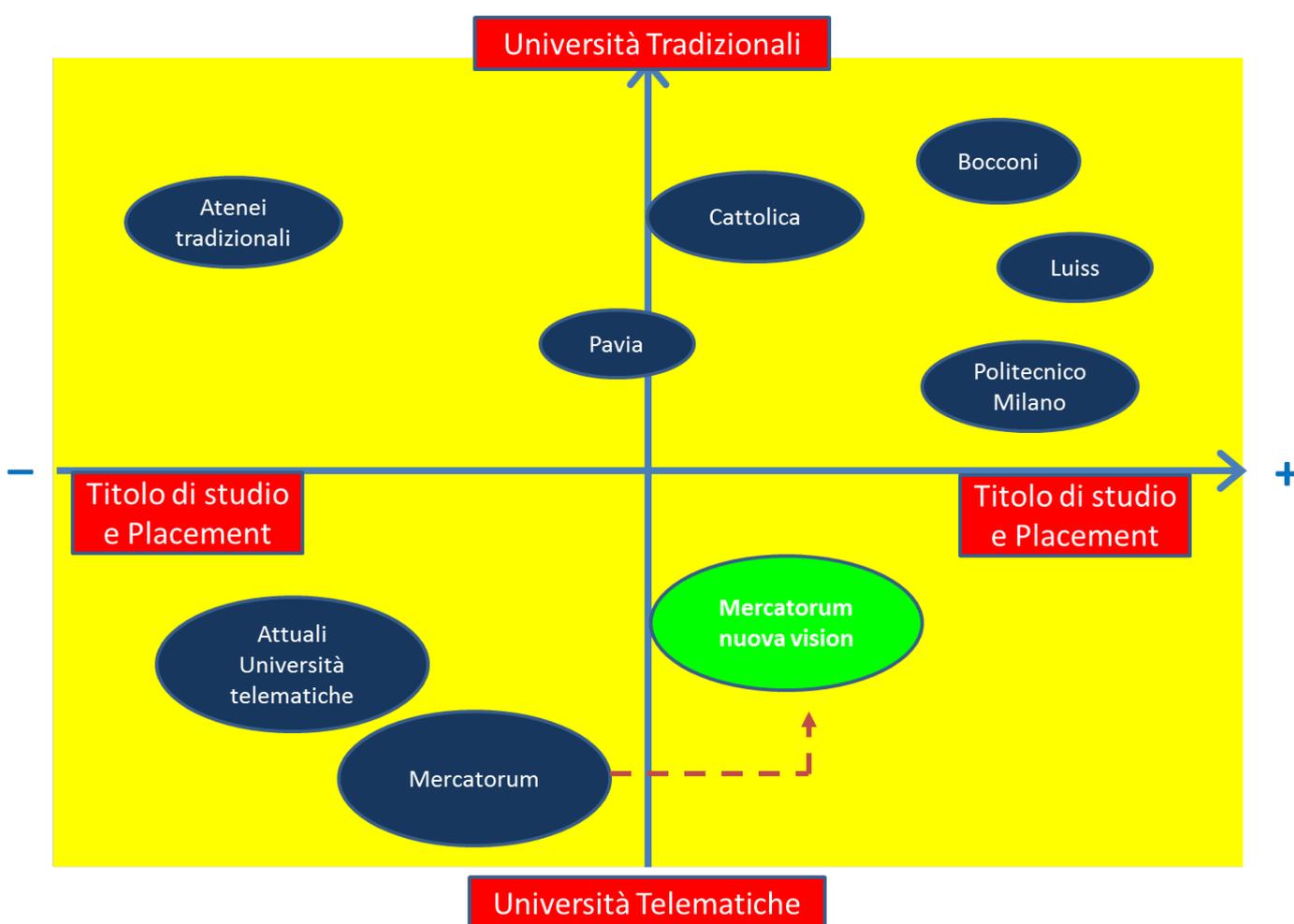
Analisi Swot di Universitas Mercatorum

SWOT

	HELPFUL (for your objective)	HARMFUL (for your objective)
INTERNAL (within organisation)	<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verifiche positive prima del Ministero e poi dell'ANVUR - Elevata qualificazione corpo docente - Forte legame con i territori nazionali ed internazionali e con le imprese. - Esami presso molte sedi - Modello docimologico e Didattica Interattiva - Post laurea coerente con le richieste di professionalità specifiche. 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ritardi politica di marketing e comunicazione - Limitato numero studenti - Difficoltà di attrazione di una Biblioteca digitale - Non adeguata attività di tutoraggio - Sistema Informativo da completare in coerenza con le potenzialità della piattaforma - Parziale sviluppo delle Strategie di Internazionalizzazione
EXTERNAL (outside organisation)	<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> - E-learning come modalità formativa del futuro. - Aumento di studenti di età più bassa rispetto alla media delle telematiche (37% ha più di 40 anni). - Potenzialità non sfruttate nell'ambito della formazione post laurea alle imprese. - Offerta formativa coerente con esigenza della domanda (fonte dati Excelsior). - Il mercato dell'E-learning universitario nel mondo è in crescita e non è legato al valore legale del titolo di studio. - Buona performance nella ricerca e terza missione 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buona penetrazione del mercato da parte dei concorrenti. - Ampia offerta da parte dei concorrenti di corsi post laurea. - Visione, valutazione, immagine di "seconda scelta" delle Università telematiche rispetto alle Università tradizionali

POSIZIONAMENTO

Mappa di posizionamento



Quello illustrato è il posizionamento strategico dell'Ateneo nel breve-medio periodo, mentre è in corso l'elaborazione di una strategia di medio-lungo periodo che vede espandere l'attività di formazione blended o non telematica soprattutto nei servizi formativi di lifelong learning, strettamente mirati ad interventi connessi alla cultura di impresa e dei principali fenomeni economico-sociali.

Essendo inoltre Universitas Mercatorum l'Università delle Imprese e data la sua vocazione, gli investimenti in ricerca e terza missione saranno totalmente concentrati su tematiche e servizi complementari al percorso in uscita dei CdS. Questo permetterà maggiormente a Universitas Mercatorum di raggiungere quel requisito di qualità dei percorsi formativi che l'ente si è prefissato e che genererà il vantaggio competitivo pianificato rispetto agli stessi CdS delle altre Università.

4. LE PROPOSTE PER I NUOVI CORSI DI STUDIO

4.1 SELEZIONE DEI CDS DA APRIRE

A partire dall'*Analisi degli ambiti* e dall'*Analisi di contesto* (forti delle prime evidenze della CEV in occasione della visita ANVUR) sono state formulate dal Senato Accademico delle proposte di apertura di nuovi CdS.

Le proposte hanno tenuto conto delle linee programmatiche del *Piano strategico* e sono state portate all'attenzione del CdA.

Successivamente il Presidio di Qualità è stato incaricato strutturare un'Indagine dei fabbisogni professionali presso le imprese che ha portato alla somministrazione presso le Parti Sociali (PS) di un apposito *Questionario di consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi, delle professioni*.

Questo strumento ha permesso al Senato Accademico di orientare le proprie scelte su 5 Corsi di Studio:

- Scienze e tecnologie delle arti, dello spettacolo e del cinema (L-3)
- Design del prodotto e della moda (L-4)
- Lingue e mercati (L-12)
- Gastronomia, ospitalità e territori (L-GASTR)
- Ingegneria gestionale (LM-31)

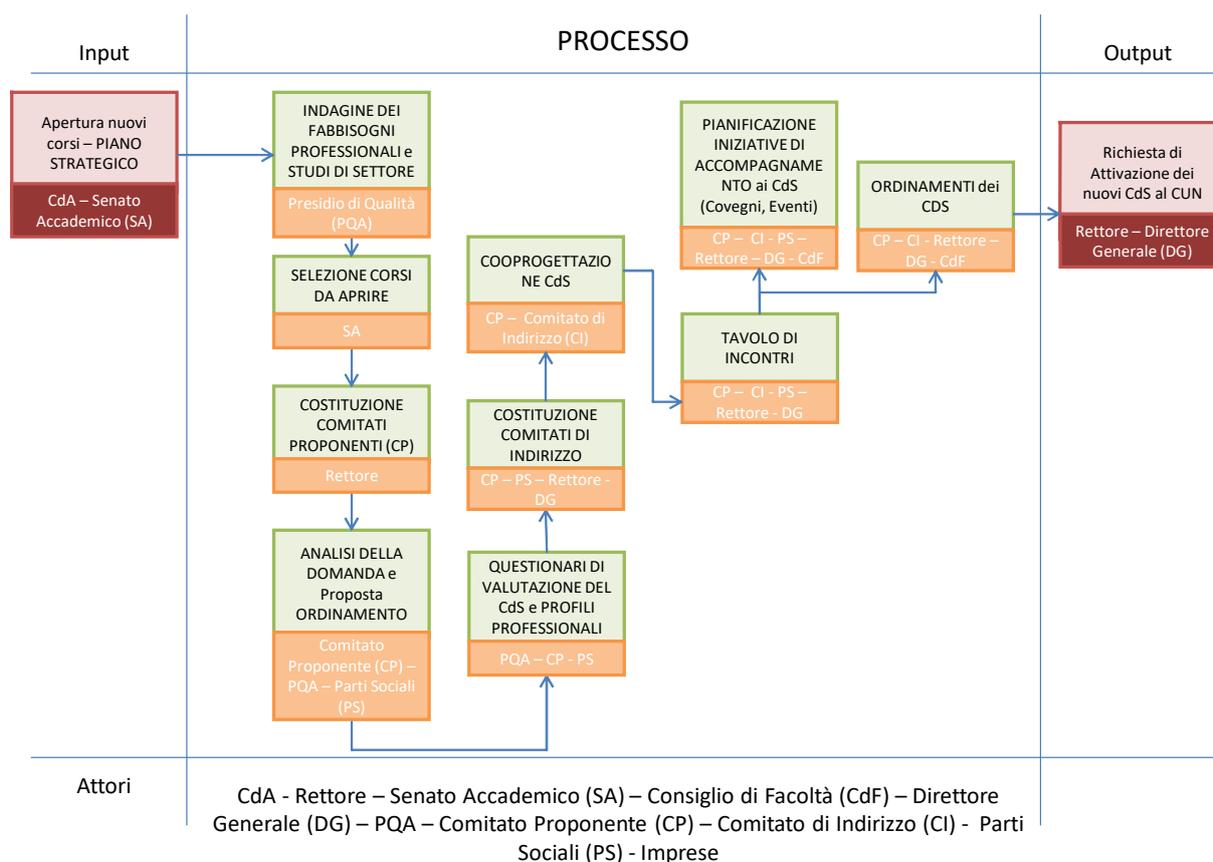
Oltre all'indagine sui fabbisogni sono stati presi in considerazione i seguenti elementi:

- Coerenza con la Vision di Ateneo
- Coerenza con il posizionamento di Mercatorum orientato al placement con particolare attenzione al mondo delle imprese
- Coerenza con una dinamica di sfruttamento delle opportunità proprie di Mercatorum individuate tramite analisi SWOT

- Condizioni di vantaggio, secondo una prima analisi dell'offerta formativa dei competitors, in termini di vantaggi competitivi potenziali (Cfr. paragrafo 4.2) - approfondita poi nel documento di Analisi della domanda sviluppato per ogni CdS.

La fase di progettazione è stata inoltre definita dagli Organi secondo la seguente Road Map che ha tracciato il percorso di attivazione dei nuovi corsi.

ROADMAP DI AVVIAMENTO DEI NUOVI CDS



4.2 PROGETTAZIONE DEI CDS

PREMESSE ALLA PROGETTAZIONE DEL CDS E CONSULTAZIONE CON LE PARTI INTERESSATE

L'Analisi della domanda e la consultazione delle Parti Interessate (PI) sarà svolta seguendo le Linee guida di Ateneo proposte dal Presidio di Qualità (PQA) e consultabili sul sito d'Ateneo alla sezione Assicurazione della Qualità.

L'Analisi della domanda tiene in considerazione:

- 1) Consultazioni dirette (somministrazione questionari)
- 2) Giornate di co-progettazione con il Comitato di Indirizzo
- 3) *Analisi documentale e studi di settore*

Nel novembre del 2018 è stato somministrato telefonicamente a 1.244 imprese italiane (su un campione di 5.320) 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. I dati sono poi stati trattati internamente dal personale Tecnico Amministrativo (TA) in collaborazione con il personale docente, per individuare:

- I Corsi di Studio che le imprese valutano maggiormente efficaci in termini di occupabilità futura e quindi la domanda del mercato del lavoro
- I profili professionali in uscita che ritengono di maggior interesse per le proprie attività
- La reperibilità, la qualità e quindi la necessità di tali profili professionali nel breve e lungo periodo

L'Ateneo ha costituito un Comitato Proponente affiancando un Professore Ordinario interno con due professori con una acclarata esperienza negli ambiti disciplinari propri dei CdS.

Il Comitato Proponente ha individuato un panel ristretto di Parti Interessate (PI), un Comitato di Indirizzo, con il quale sarà svolta una azione di co-progettazione dei CdS. Il Comitato di Indirizzo è costituito con la partecipazione di PI rappresentative del settore a livello regionale e nazionale.

La prima bozza della parte ordinamentale della SUA CdS è co-progettata con il Comitato Proponente ed è poi sottoposta ad un confronto diretto con la platea ampia delle parti interessate attraverso l'invio di un nuovo questionario (*Questionario di consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi, delle professioni*). Le risposte pervenute sono sottoposte ad un confronto con l'analisi documentale di analisi di mercato parallelamente condotta dal Presidio di Qualità. Il questionario è finalizzato ad incrociare le attitudini e le skills previste per ogni professione individuata nella Scheda SUA secondo l'applicativo ISFOL denominato "Fabbisogni imprese" con le esigenze contingenti dei soggetti coinvolti.

E' inoltre redatto un documento complessivo, denominato "*Analisi della Domanda*" che da conto in dettaglio dell'impianto metodologico complessivo, del lavoro svolto,

dell'analisi comparativa dei CdS attivati nella stessa classe in altri Atenei e della sintesi finale.

In ogni caso si fa presente che il modello di progettazione e implementazione e l'approccio complessivo prevede poi di realizzare 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.

IL PROGETTO FORMATIVO

L'analisi per identificare e definire i profili culturali e professionali, le funzioni e le competenze è frutto di una co-progettazione tra Ateneo, Comitato Proponente e Comitato di Indirizzo. Inoltre sono predisposti ed analizzati i dati di due differenti indagini e questionari prodotti dal Presidio di Qualità:

- *Questionario di valutazione del CdS*
- *Questionari di consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi, delle professioni*

Tali indagini portano alla identificazione e definizione dei profili culturali.

Gli obiettivi formativi specifici e i risultati di apprendimento attesi (disciplinari e trasversali) sono declinati per aree di apprendimento in coerenza con i profili culturali, scientifici e professionali individuati dal CdS. L'offerta ed i percorsi formativi proposti debbono essere coerenti con gli obiettivi formativi definiti, sia nei contenuti disciplinari che negli aspetti metodologici e relativi all'elaborazione logico-linguistica.

Conoscenze, abilità e competenze, così come obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi devono essere declinati per aree di apprendimento e sono coerenti con i profili individuati. L'analisi viene condotta con metodologia top down e, tenuto conto dei descrittori di Dublino, prende le mosse dall'analisi del CdS fino ad arrivare alle singole *Schede di Insegnamento*.

DETTAGLIO DEI PROFILI PROFESSIONALI DEI CORSI DI STUDIO

Scienze e tecnologie delle arti, dello spettacolo e del cinema (L-3)

Progettista di contenuti per l'industria culturale

Sbocchi occupazionali:

- aziende editoriali specializzate nel campo della musica, del cinema e del teatro;
- istituzioni artistiche, cinematografiche, teatrali e musicali;
- enti pubblici e società private di produzione, organizzazione, distribuzione di eventi artistici, musicali e cinematografici;
- archivi e centri di documentazione;
- uffici stampa di istituzioni artistiche, cinematografiche, teatrali e musicali;
- Emittenti radiofoniche e televisive e pubbliche e private, imprese multimediali operanti sul web, Video on demand;
- Comparti creativi delle agenzie di pubblicità
- biblioteche, mediateche, archivi e musei;
- festival di settore, compagnie artistiche;
- associazioni culturali e del tempo libero;
- scuole e comunità.

Operatore culturale specializzato nelle attività di organizzazione e gestione degli eventi dello spettacolo e della musica

Sbocchi professionali:

- consulenti e collaboratori nell'organizzazione e promozione di eventi culturali teatrali, cinematografici e musicali presso istituzioni teatrali, cinematografiche e musicali, enti turistici, fondazioni, amministrazioni locali e altri enti o società che nell'ambito privato o pubblico
- produttori, organizzatori o promotori di festival, rassegne, mostre, spettacoli o altri eventi ed esposizioni nell'ambito del teatro, del cinema e della musica.

Addetto ufficio stampa per il mondo dello spettacolo

Sbocchi professionali:

- Addetto junior a uffici stampa di aziende e istituzioni, radio, cinema, televisione, società di produzione, musei e istituzioni artistiche
- Operatore dell'editoria del settore
- Redattore multimediale
- Gestore di archivi e patrimoni documentali visuali e audiovisivi per aziende e istituzioni

Design del prodotto e della moda (L-4)

Junior Product designer

Sbocchi professionali:

Il laureato si potrà inserire in aziende o in studi di progettazione, preferibilmente orientate al design, concorrendo alle seguenti posizioni:

- junior product designer
- assistente progettista

- assistente sviluppo e ricerca
- assistente ufficio produzione e fornitori
- junior accessory designer
- junior textile designer
- stylist, quality controller
- junior graphic designer
- web designer

Junior Fashion Designer

Sbocchi professionali:

Il laureato si potrà inserire in aziende del settore moda o in studi di progettazione concorrendo alle seguenti posizioni:

- Tecnico per la progettazione stampa tessuto
- Tecnico assistente per lo sviluppo modelli
- Tecnico dell'abbigliamento e della moda
- Assistente operativo ufficio stile
- Disegnatore progettista CAD
- Ricercatore di tessuti
- Ricercatore di materiali
- Tecnico ufficio stile
- Textile design
- Visual merchandiser
- Assistant Store Manager
- Assistente Fashion coordinator
- Tecnico per allestimento stand fiere
- Tecnico grafico di moda
- Assistente alla progettazione di eventi.

Brand Design e Store Manager

Sbocchi professionali:

Il laureato si potrà inserire in aziende titolari di brand o in studi di progettazione concorrendo alle seguenti posizioni:

- assistente e/o collaboratore alla direzione artistica di un brand;
- assistente al team della collezione nello sviluppo di modelli;
- assistente e/o collaboratore alla direzione artistica di un brand;

- assistente al team della collezione nello sviluppo di modelli; collaboratore alla attività di progettazione e sviluppo; collaboratore alla programmazione di una collezione predisponendo le varianti necessarie per raggiungere le varie fasce di mercato;
- assistente alla progettazione del display dei prodotti negli uffici di visual merchandising; assistente stylist, editor nell'ambito dell'editoria curator per eventi, mostre ed esposizioni.
- assistente e/o collaboratore alla direzione artistica di un brand;
- assistente al team della collezione nello sviluppo di modelli; collaboratore alla attività di progettazione e sviluppo; collaboratore alla programmazione di una collezione predisponendo le varianti necessarie per raggiungere le varie fasce di mercato;
- interior designer, progettista di spazi espositivi, corner/concept store designer, visual designer, show designer, set designer, packaging designer

Lingue e mercati (L-12)

Tecnici Linguistici per i Mercati

Sbocchi professionali:

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.

Gastronomia, ospitalità e territori (L-GASTR)

Esperto in Gastronomia

Sbocchi occupazionali:

Il laureato potrà ricoprire ruoli tecnico-organizzativi nell'ambito delle preparazioni enogastronomiche, della selezione di materie prime presso aziende agroalimentari, del turismo e della ristorazione. Inoltre, le competenze tecnico-scientifiche consentiranno al laureato di valorizzare nuovi prodotti e servizi, all'interno di imprese e organizzazioni agroalimentari, della distribuzione, del turismo e della ristorazione.

Altresì, il laureato potrà occupare funzioni connesse agli aspetti economico aziendali e tecnico giuridici delle imprese attive nella produzione enogastronomica, nella ristorazione, nell'ospitalità, con particolare riguardo alla comunicazione, alla promozione e al marketing del cibo e dei prodotti alimentari del made in Italy sia in Italia che verso l'estero, all'e-commerce.

Il laureato potrà trovare occupazione presso organizzazioni coinvolte nella valorizzazione e la tutela della qualità e tipicità delle produzioni, nello sviluppo territoriale, nel turismo esperienziale e presso strutture ed enti attivi nell'educazione, nella formazione, nella comunicazione e critica gastronomica, siti web specializzati.

Ingegneria gestionale (LM-31)

Ingegnere Gestionale

sbocchi occupazionali:

L'ingegnere gestionale magistrale può occupare posizioni manageriali in imprese manifatturiere e di servizi, nella consulenza direzionale ed in specifiche aree della Pubblica Amministrazione. Le professioni più tipiche dei laureati magistrali in Ingegneria Gestionale sono il controllo di gestione, il marketing, la finanza, la consulenza strategica, la gestione dell'ICT, la gestione della supply chain e dei processi produttivi, la logistica e la pianificazione tecnologico-produttiva.

4.2 VANTAGGIO COMPETITIVO

I documenti di *Analisi della Domanda*, redatti per ogni CdS, contengono le seguenti analisi:

- analisi delle competenze e degli sbocchi professionali
- previsioni di assunzione secondo il sistema Excelsior
- benchmarking dell'offerta formativa del CdS
 - analisi delle caratteristiche del corso di laurea nel quadro nazionale
 - ruolo degli Atenei telematici
 - quadro regionale

Tutti i documenti di Analisi della Domanda sono disponibili al seguente link:
<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020>

Dai suddetti documenti di analisi sono emersi sostanzialmente i seguenti punti di differenziazione rispetto ad altri corsi simili:

- ➔ Focus su imprese
- ➔ Attenzione al digitale
- ➔ Applicazione operativa e laboratoriale
- ➔ Attenzione alle istanze del mondo del lavoro
- ➔ Raccordo con le Camere di Commercio italiane e straniere

CdS	Coerenza con le competenze delle Camere di Commercio		
	ALTO	MEDIO	BASSO
L3		X	
L4	X		
L12	X		
LGASTR	X		
LM31	X		

5. VALUTAZIONE ECONOMICA FINANZIARIA

Per la valutazione economico finanziaria si è partiti dalla stima degli studenti per Corso di Laurea, tenendo conto della numerosità della classe, e prendendo in considerazione un quadriennio. La tabella sottostante sintetizza questa prima operazione:

TABELLA 1 - STIMA STUDENTI PER CDS					
CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Scienze e tecnologie delle arti, dello spettacolo e del cinema (L-3)	250	250	250	260	270
			240	240	250
				230	230
		250	490	730	750
Disegno del prodotto e della moda (L-4)	180	180	180	190	190
			170	170	180
				160	160
		180	350	520	530
Lingue e mercati (L-12)	250	250	250	260	270
			240	240	250
				230	230
		250	490	730	750
Gastronomia, ospitalità e territori (L-GASTR)	200	200	200	210	210
			190	190	200
				180	180
		200	390	580	590
Ingegneria gestionale (LM-31)	80	80	80	90	90
			70	70	80
				60	60
		80	150	220	230

Successivamente si è calcolata la stima, sempre sul quadriennio, dei ricavi, facendo riferimento alle rette per ogni CdS. Tabella riassuntiva di seguito:

TABELLA 2 - RICAVI PER CDS					
RIEPILOGO STUDENTI	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
L3	250	575.000	1.127.000	1.679.000	1.725.000
L4	180	414.000	805.000	1.196.000	1.219.000
L12	250	575.000	1.127.000	1.679.000	1.725.000
LGASTR	200	460.000	897.000	1.334.000	1.357.000
LM31	80	184.000	345.000	506.000	529.000
		1.633.000	3.174.000	4.715.000	4.830.000

Per definire completamente il conto economico sono stati calcolati, su un costo medio per docente di € 10.000,00 per i docenti art. 1 comma 12 della legge 230/2005 e di € 40.000,00 per i docenti di prima e seconda fascia, per i requisiti minimi di docenza su base quadriennale in rapporto alla numerosità degli studenti nell'anno accademico di riferimento ex DM 987/2016 e successive modifiche.

Al costo dei docenti di riferimento è stato aggiunto il costo stimato delle docenze a contratto e la crescita dei costi indiretti legati alla gestione operativa. A questo punto si è redatto un conto economico per l'anno accademico 2019-2020 con relativo trend nei tre anni successivi.

I prospetti contenuti nella pagina che segue danno conto della capacità di ciascun corso di generare positività:

TAB- 3 COSTI E RICAVI PER CDS					
CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Scienze e tecnologie delle arti, dello spettacolo e del cinema (L-3)	250	7	7	7	7,28
DOCENTI NECESSARI		7	7	8	8
COSTO MEDIO DOCENTE	10.000,00				
COSTO DOCENTI		70.000,00	70.000,00	80.000,00	200.000,00
COSTO TUTOR E DOCENTI A CONTRATTO		60.000,00	120.000,00	200.000,00	250.000,00
CRESCITA COSTI INDIRETTI (10% ALTRI COSTI)		13.000,00	39.000,00	48.000,00	65.000,00
RICERCA E SVILUPPO			200.000,00	200.000,00	200.000,00
TOTALE COSTI		143.000,00	429.000,00	528.000,00	715.000,00
RICAVI DEL CDS		575.000,00	1.127.000,00	1.679.000,00	1.725.000,00
MARGINE LORDO		432.000,00	698.000,00	1.151.000,00	1.010.000,00

CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Disegno del prodotto e della moda (L-4)	180	7	7,00	7,00	7,39
DOCENTI NECESSARI		7	7	8	8
COSTO MEDIO DOCENTE	10.000,00				
COSTO DOCENTI		70.000,00	70.000,00	80.000,00	200.000,00
COSTO TUTOR E DOCENTI A CONTRATTO		60.000,00	120.000,00	200.000,00	250.000,00
CRESCITA COSTI INDIRETTI (10% ALTRI COSTI)		13.000,00	49.000,00	58.000,00	75.000,00
RICERCA E SVILUPPO			300.000,00	300.000,00	300.000,00
TOTALE COSTI		143.000,00	539.000,00	638.000,00	825.000,00
RICAVI DEL CDS		414.000,00	805.000,00	1.196.000,00	1.219.000,00
MARGINE LORDO		271.000,00	266.000,00	558.000,00	394.000,00

CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Lingue e mercati (L-12)	250	7	7,00	7,00	7,28
DOCENTI NECESSARI		7	7	8	8
COSTO MEDIO DOCENTE	10.000,00				
COSTO DOCENTI		70.000,00	70.000,00	80.000,00	200.000,00
COSTO TUTOR E DOCENTI A CONTRATTO		60.000,00	120.000,00	200.000,00	250.000,00
CRESCITA COSTI INDIRETTI (10% ALTRI COSTI)		13.000,00	49.000,00	58.000,00	75.000,00
RICERCA E SVILUPPO			300.000,00	300.000,00	300.000,00
TOTALE COSTI		143.000,00	539.000,00	638.000,00	825.000,00
RICAVI DEL CDS		575.000,00	1.127.000,00	1.679.000,00	1.725.000,00
MARGINE LORDO		432.000,00	588.000,00	1.041.000,00	900.000,00

CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Gastronomia, ospitalità e territori (L-GASTR)	200	7	7,00	7,00	7,35
DOCENTI NECESSARI		7	7	8	8
COSTO MEDIO DOCENTE	40.000,00				
COSTO DOCENTI		280.000,00	280.000,00	320.000,00	360.000,00
COSTO TUTOR E DOCENTI A CONTRATTO		60.000,00	120.000,00	200.000,00	250.000,00
CRESCITA COSTI INDIRETTI (10% ALTRI COSTI)		34.000,00	60.000,00	72.000,00	81.000,00
RICERCA E SVILUPPO			200.000,00	200.000,00	200.000,00
TOTALE COSTI		374.000,00	660.000,00	792.000,00	891.000,00
RICAVI DEL CDS		600.000,00	1.160.000,00	1.580.000,00	1.500.000,00
MARGINE LORDO		226.000,00	500.000,00	788.000,00	609.000,00

CDS	NUMEROSITA'	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Ingegneria gestionale (LM-31)	80	5	5,00	5,00	5,63
DOCENTI NECESSARI		5	5	6	6
COSTO MEDIO DOCENTE	10.000,00				
COSTO DOCENTI		50.000,00	50.000,00	60.000,00	140.000,00
COSTO TUTOR E DOCENTI A CONTRATTO		40.000,00	70.000,00	120.000,00	150.000,00
CRESCITA COSTI INDIRETTI (10% ALTRI COSTI)		9.000,00	27.000,00	33.000,00	44.000,00
RICERCA E SVILUPPO			150.000,00	150.000,00	150.000,00
TOTALE COSTI		99.000,00	297.000,00	363.000,00	484.000,00
RICAVI DEL CDS		184.000,00	345.000,00	506.000,00	529.000,00
MARGINE LORDO		85.000,00	48.000,00	143.000,00	45.000,00

La voce Ricerca e Sviluppo di tutti i prospetti di budget è così ripartita:

- 30% per lo sviluppo dei materiali multimediali;
- 20% per pianificazione, coordinamento e rendicontazione della didattica
- 50% per ricerca e innovazione

6. RISORSE DI DOCENZA DI RIFERIMENTO A REGIME

Di seguito il piano di copertura della docenza a regime.

PIANO DI RAGGIUNGIMENTO DOCENTI

AA	TIPOLOGIA	CORSI DI STUDIO					TOTALI PER TIPOLOGIA	
		L3	L4	L12	LGASTR	LM31		
2019-2020	ART. 18 LEGGE 240/2010	0	0	0	2	0	2	33
	ART. 1 COMMA 12 LEGGE 230/2005	7	7	7	4	5	30	
	ART. 24 COMMA 3 LETTERA A)	0	0	0	1	0	1	
	ART. 23 LEGGE 240/2010	0	0	0	0	0	0	
2020-2021	ART. 18 LEGGE 240/2010	0	0	0	2	0	2	33
	ART. 1 COMMA 12 LEGGE 230/2005	7	7	7	4	5	30	
	ART. 24 COMMA 3 LETTERA A)	0	0	0	1	0	1	
	ART. 23 LEGGE 240/2010	0	0	0	0	0	0	
2021-2022	ART. 18 LEGGE 240/2010	3	3	3	3	2	14	33
	ART. 1 COMMA 12 LEGGE 230/2005	4	4	4	3	3	18	
	ART. 24 COMMA 3 LETTERA A)	0	0	0	1	0	1	
	ART. 23 LEGGE 240/2010	0	0	0	0	0	0	

DETTAGLIO DEI BANDI EX ART. 18

CDS	SSD DI INDIZIONE DEI BANDI		
	BASE	CARATTERIZZANTE	AFFINE
L3	SPS/08	L-ART 06 (2 POSTI)	
L4	ICAR/13	M-PSI/05: SECS-P/08	
L12	L-FIL-LET/14 ;L-LIN/05 ;L-LIN/04		
LGASTR		AGR-15; IUS/03;	MED/01
LM31		ING-IND/35; ING-IND/16	

Di seguito si riporta il piano di raggiungimento dei tutor.

PIANO DI RAGGIUNGIMENTO TUTOR

AA	TIPOLOGIA	CORSI DI STUDIO					TOTALI PER TIPOLOGIA	
		L3	L4	L12	LGASTR	LM31		
2019-2020	TUTOR DISCIPLINARE	2	2	2	2	1	9	14
	TUTOR ORGANIZZATIVO TELEMATICO	1	1	1	1	1	5	
2020-2021	TUTOR DISCIPLINARE	3	3	3	3	2	14	19
	TUTOR ORGANIZZATIVO TELEMATICO	1	1	1	1	1	5	
2021-2022	TUTOR DISCIPLINARE	3	3	3	3	2	14	19
	TUTOR ORGANIZZATIVO TELEMATICO	1	1	1	1	1	5	

Il piano di copertura della docenza tiene conto del fatto che da DM N6 del 7 gennaio 2019 del MIUR è possibile computare:

- a. Professori a tempo indeterminato, Ricercatori e Assistenti del ruolo ad esaurimento, Ricercatori di cui all'art. 24, comma 3, lettere a) e b) della Legge 240/10;
- b. Docenti in convenzione ai sensi dell'art. 6, comma 11 Legge 240/10;
- c. Professori a tempo determinato di cui all'articolo 1, comma 12 Legge 230/05;
- d. Docenti ai quali siano attribuiti contratti ai sensi dell'art. 23 della Legge 240/10.

I requisiti di docenza risulteranno totalmente soddisfatti già al momento dell'attivazione del primo anno. I bandi per i Professori a tempo indeterminato, Ricercatori e Assistenti del ruolo ad esaurimento, Ricercatori di cui all'art. 24, comma 3, lettere a) e b) della Legge 240/10, saranno emanati entro il terzo anno dall'attivazione del corso in maniera graduale.