

CORSO DI LAUREA IN LINGUE E MERCATI (L-12)

QUESTIONARIO DI CONSULTAZIONE CON LE ORGANIZZAZIONI RAPPRESENTATIVE DELLA PRODUZIONE, DEI SERVIZI, DELLE PROFESSIONI

Gent.ma/o,

il Corso di Studio in Lingue e Mercati erogato dall'Università Telematica "Universitas Mercatorum" ha intrapreso un processo di consultazione periodica delle parti sociali al fine di monitorare che l'offerta formativa risulti aderente e coerente alle richieste del mercato, sulla quale gradiremmo ricevere la sua opinione.

Per poter disporre di informazioni che consentano di progettare una proposta formativa coerente con le esigenze della società e del mondo produttivo, desideriamo sottoporle alcuni quesiti. La ringraziamo fin d'ora per il contributo che apporterà.

Anno accademico:	<i>2019 /2020</i>
Nome Corso di Studio:	<i>CORSO DI LAUREA IN LINGUE E MERCATI</i>
Denominazione dell'azienda:	
Sede:	
Ruolo dell'intervistato all'interno Organizzazione:	

IL RETTORE

Roma, 21/12/2018
Prot. 002596/2018

Ai membri delle organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni.

SEDE

OGGETTO: Invito a prendere parte al Comitato di Indirizzo di "Universitas Mercatorum".

Gent.mo/a,

il Consiglio di Amministrazione di questa Università ha deliberato l'avvio delle procedure per l'attivazione del Corso di studi (CdS) LINGUE E MERCATI (L-12).

La procedura istruttoria prevede la consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni. A tal fine Le trasmettiamo in allegato:

1. Scheda di sintesi del profilo professionale (*All.1*)
2. Questionario di consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi, delle professioni (*All.2*)
3. Prima proposta di ordinamento (*All.3*)
4. Linee guida per i Comitati di Indirizzo (*All.4*)

Le saremo grati se volesse restituire il questionario opportunamente compilato entro l'8 gennaio p.v.

La informiamo altresì che il giorno 15 gennaio alle ore 10:00 presso l'Ateneo in Piazza Mattei, 10 in Roma, avrà luogo un tavolo di incontro per la costituzione dei Comitati di Indirizzo - le cui funzioni sono consultabili nell'*Allegato 4* - e un confronto attivo sulla progettazione del CdS, cui saremmo lieti potesse prendere parte direttamente o con un Suo delegato.

Per qualsiasi necessità di supporto informativo potrà contattare il Dott. Simone Costa al seguente indirizzo mail (simone.costa@unimercatorum.it) o al seguente recapito telefonico 06.88.37.33.00.

Auspucando da parte Sua l'accoglimento del presente invito, attendiamo un Suo favorevole riscontro.

La prego di gradire i miei più cordiali saluti.

Prof. Giovanni Cannata



1 - DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO

	DECISAMENTE SÌ	Più SÌ CHE NO	Più NON CHE SÌ	DECISAMENTE NO
1.1 Ritiene che la denominazione del corso comunichi in modo chiaro le finalità del corso di studio?				

1.2 Osservazioni e/o suggerimenti

2 - FIGURE PROFESSIONALI E MERCATO DEL LAVORO

2.1 Indichi, rispetto agli Indici di Importanza ISFOL, l'importanza dei seguenti compiti ed attività specifiche all'interno di ciascun profilo professionale di riferimento (valori su base 1 a 5)

3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione

<input checked="" type="checkbox"/>	valutare, su basi statistiche, l'andamento dei mercati e della concorrenza	4,7	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	gestire gli ordinativi e organizzare la consegna della merce	4,7	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	predisporre strategie di marketing o organizzare eventi espositivi	4,6	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	coordinare la rete di vendita	4,4	<input type="text"/>

<input checked="" type="checkbox"/>	curare i rapporti con i clienti più rilevanti	4,4	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	redigere report di valutazione delle vendite	4,4	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	definire i prezzi e le strategie commerciali	4,1	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	preparare il materiale: campionari, listini prezzi, ecc.	4,1	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	accogliere segnalazioni o reclami da parte dei clienti	4,1	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	curare la formazione del personale	4,0	<input type="text"/>

3.1.7.2.1 - Tecnici degli apparati audio-video e della ripresa video-cinematografica

	organizzare trasporti aerei, marittimi o terrestri	3,8	<input type="text"/>
	ottimizzare tempi e costi del trasporto	3,7	<input type="text"/>
	curare la formazione del personale	3,5	<input type="text"/>
	seguire le pratiche doganali	3,4	<input type="text"/>
	registrare e processare gli ordini dei clienti	3,3	<input type="text"/>
	emettere o controllare fatture o ricevute fiscali	3,3	<input type="text"/>
	redigere la documentazione per le spedizioni all'estero	3,3	<input type="text"/>

<input checked="" type="checkbox"/>	ampliare la rete di vendita	3,0	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	preparare il materiale: campionari, listini prezzi, ecc.	2,9	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	preparare la documentazione di accompagnamento della merce trasportata	2,8	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	fidelizzare i clienti acquisiti	2,6	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	analizzare i dati sulle vendite e redigere report di valutazione	2,4	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	controllare i dati degli ordinativi e le disponibilità del magazzino	2,3	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	rappresentare i clienti presso le dogane	1,6	<input type="text"/>

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali

	ricercare gli spazi espositivi	4,5	<input type="text"/>
	curare i rapporti con i fornitori (strutture alberghiere, noleggio materiali, servizi catering, ecc.)	4,3	<input type="text"/>
	ricercare gli espositori	4,2	<input type="text"/>
	assegnare gli spazi agli espositori	4,2	<input type="text"/>
	pubblicizzare gli eventi	4,2	<input type="text"/>
	identificare i soggetti interessati a fruire dell'evento	4,2	<input type="text"/>



ideare l'evento (individuare settori merceologici, contenuti, tempi e luoghi)

3,7



coordinare le attività e gestire l'organizzazione dell'evento

3,7



cercare gli sponsor

3,7



curare i rapporti con gli enti patrocinatori

3,7



preparare il materiale illustrativo

3,6



curare i rapporti con i mezzi di informazione

3,5

2.2 Ritiene che le figure professionali che il corso si propone di formare siano rispondenti alle esigenze del settore/ambito professionale/produttivo che la Sua struttura rappresenta?

	DECISAMENTE SÌ	Più SÌ CHE NO	Più NON CHE SÌ	DECISAMENTE NO	OSSERVAZIONI o PROPOSTE
3.4.3.2.0 - Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale					
3.1.7.2.1 - Tecnici degli apparati audio-video e della ripresa video-cinematografica					

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali					
2.3 Ritieni che le figure professionali che il corso si propone di formare possano essere richieste nel mercato del lavoro nei prossimi dieci anni?					
	DECISAMENTE SÌ	Più SÌ CHE NO	Più NON CHE SÌ	DECISAMENTE NO	OSSERVAZIONI o PROPOSTE
3.4.3.2.0 - Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale					
3.1.7.2.1 - Tecnici degli apparati audio-video e della ripresa video-cinematografica					

D.M. 10 05 06 G.U. n° 134 del 12 06 06, Supp. Or. N° 142

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali					
<p>2.4 Quali tra le figure professionali individuate ritiene possano maggiormente rispondere alle esigenze del settore/struttura da Lei rappresentato? (Prego indichi il livello di rispondenza: 1 - Altissimo, 2 - Alto, 3 - Medio, 4 – Basso)</p>					
	1	2	3	4	OSSERVAZIONI o PROPOSTE
3.4.3.2.0 - Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale					
3.1.7.2.1 - Tecnici degli apparati audio-video e della ripresa video-cinematografica					

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali					
--	--	--	--	--	--

2.5 Ritiene che il ruolo e le attività/funzioni lavorative descritte per ciascuna Figura Professionale, siano congruenti con le attività effettivamente svolte presso la Vostra Struttura?

2.6 Ci sono funzioni che andrebbero aggiunte alla proposta? Se sì, quali?

2.7 Quali delle seguenti skills cognitive è maggiormente funzionale allo svolgimento delle attività presso la Sua struttura (la preferenza è espressa con una “X” su base 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Capacità di lavorare in team					
Capacità di lavorare autonomamente					
Capacità di leadership					
Capacità di adattarsi alle circostanze nella soluzione dei problemi					
Capacità di supervisionare il lavoro degli altri					
Capacità di adattarsi alla flessibilità di orario					
Disponibilità alle trasferte					
Disponibilità a lavorare nei fine settimana					
Capacità di relazionarsi con gli altri					
3 – RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI					

3.1 Ritiene che le conoscenze, capacità e abilità che il corso di studio si propone di raggiungere nelle diverse aree di apprendimento siano rispondenti alle competenze che il mondo produttivo richiede per le figure professionali previste?

	Conoscenza e Comprensione		Capacità di applicare Conoscenza e Comprensione		OSSERVAZIONI o PROPOSTE
	SI	NO	SI	NO	
Lingua e Letteratura italiana					
Lingue di studio e culture dei rispettivi paesi					
Principi di linguistica generale e applicata					
Mediazione linguistica da e verso le lingue di studio					

D.M. 10 05 06 G.U. n° 134 del 12 06 06, Supp. Or. N° 142

Discipline economiche					
Discipline giuridiche					
Discipline storiche, sociologiche e geografiche					

4 – SUGGERIMENTI

4.1 Ha da suggerirci delle proposte di miglioramento del percorso formativo?

D.M. 10 05 06 G.U. n° 134 del 12 06 06, Supp. Or. N° 142

Data __/__/__

Firma _____

COMITATI DI INDIRIZZO

Linee guida dei Corsi di Studio

SC/PT/GC 16/10/2017

PREMESSE

Il documento della CRUI Conferenza dei Rettori delle Università Italiane “*Nuova Università e Mondo del Lavoro*” del gennaio 2003 ha proposto una “procedura di consultazione” di un Comitato di Indirizzo (CI). Il documento prende in esame quattro fasi distinte attraverso cui si può articolare il processo di consultazione (analisi preliminare, progettazione, erogazione e valutazione) e prevede, rispetto ad esse, la costruzione di un vero e proprio “dossier di consultazione”, che dovrebbe corredare il progetto formativo finale di tutti quegli elementi informativi e valutativi utilizzati nel corso del processo di consultazione stesso.

La costituzione del Comitato di Indirizzo è prescritta anche dalla normativa di riferimento. In particolare, il D.M. n. 270 del 22 ottobre 2004, che, all’art. 11, comma 4, rappresenta la necessità di istituire un collegamento con il territorio e le relative esigenze, stabilendo che “Le determinazioni di ogni Ordinamento Didattico dei Corsi di Studio (CdS), siano assunte dalle Università previa consultazione con le organizzazioni rappresentative nel mondo della produzione, dei servizi e delle professioni con particolare riferimento alla valutazione dei fabbisogni formativi e degli sbocchi professionali”.

Le presenti Linee Guida rappresentano l’approccio con cui l’Universitas Mercatorum intende operare per la costituzione e l’attivazione di CI a livello dei 3 CdS di “Universitas Mercatorum”, con riferimento a quelli attivati:

- ❖ CI di L-15 Scienze del Turismo
- ❖ CI di L-18 Gestione di Impresa
- ❖ CI di LM-77 Management

FUNZIONI E COMPITI

A livello di Corsi di Studio (CdS) il CI assume un ruolo fondamentale in fase progettuale al fine di assicurare il collegamento con il Mondo del Lavoro, valutare l’andamento dei Corsi, elaborare proposte di definizione e progettazione dell’offerta formativa e proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento, suggerire indirizzi di sviluppo, promuovere i contatti per gli stage degli studenti presso le aziende.

In sintesi l’intervento del CI, può riguardare i seguenti aspetti:

- orientamento generale e politica di indirizzo del processo di consultazione
- potenziamento dei rapporti con le Parti Interessate (PI)
- coordinamento tra ateneo e sistema socio-economico
- miglioramento della comunicazione dell’offerta formativa dell’ateneo
- gestione delle informazioni di ritorno da laureati e datori di lavoro

- raccolta di elenchi di aziende e gestione dei tirocini
- monitoraggio delle carriere post-universitarie
- incentivi alle attività di job placement
- proposte di definizione e progettazione dell'offerta formativa
- proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento
- partnership per progetti di ricerca al servizio del territorio

COSTITUZIONE DEI COMITATI DI INDIRIZZO

La composizione del CI è la seguente:

- ❖ Coordinatore, di norma il Presidente del CI è il Presidente del CdS

Tra i membri cosiddetti Interni potranno far parte del CI:

- ❖ Docenti
- ❖ Esponenti di Organi di governo
- ❖ Personale tecnico amministrativo

Tra i membri cosiddetti Esterni potranno far parte del CI:

- ❖ Associazioni professionali,
- ❖ Rappresentanti Sistema Bancario
- ❖ Enti territoriali o nazionali di Sviluppo Economico
- ❖ Incubatori o Acceleratori d'Impresa
- ❖ Rappresentanti Confindustria
- ❖ Rappresentanti Enti o Istituti di Ricerca
- ❖ Rappresentanti Camere di Commercio
- ❖ Rappresentanti Ordini Professionali
- ❖ Rappresentanti Istituzioni Territoriali
- ❖ Organizzazioni rappresentanti del mondo della produzione di beni e servizi e delle professioni
- ❖ Rappresentanza Istituti di Istruzione Superiore

Per quel che riguarda le PI esterne è indispensabile che vengano specificati i ruoli che esse ricoprono all'interno dell'ente o azienda di appartenenza, che devono essere coerenti con gli specifici obiettivi formativi della Facoltà o del CdS.

Il CI viene nominato con Decreto Rettorale su proposta del Presidente del CdS e sentito il Preside.

Il CI è coordinato dal Presidente del relativo Corso di Studio. Segue le funzioni di segreteria un'unità professionale indicata dal Direttore.

PROCEDURE DI GESTIONE DEI COMITATI DI INDIRIZZO

Le riunioni sono convocate dal Coordinatore del CI che provvede alla predisposizione dell'avviso di convocazione e del relativo Ordine del Giorno (OdG).

Il verbale viene pubblicato sul sito o inviato per e-mail con la dicitura in approvazione. Se dopo due settimane non pervengono osservazioni si considera approvato.

Il CI di CdS si riunisce almeno 2 volte all'anno. La periodicità degli incontri può consistere in una o due riunioni nella fase propositiva sul CdS ed una o due riunioni l'anno in previsione della fase valutativa dei risultati e per l'eventuale successiva revisione del percorso formativo del CdS.

ATTIVITA' ED OBIETTIVI DEI COMITATI DI INDIRIZZO

Essa può essere articolata in diverse fasi che possono coincidere con 3 momenti di consultazione cronologicamente successivi, ovvero:

- Fase propositiva
- Fase attuativa
- Fase valutativa

Il processo sopra schematizzato, articolato nelle fasi propositiva, che comprende l'analisi dei bisogni, attuativa e valutativa, può concorrere a formare il "dossier di consultazione" con cui accompagnare l'attività del CI dal momento della sua ideazione fino alla valutazione finale di placement e carriere. Esso dovrà anche contenere tutti gli elementi di informazione e di giudizio prodotti nel ciclo di vita del CI. Tale dossier è a disposizione di quanti ne facciano richiesta, sia per eventuali operazioni di auditing sia per costituire la base con cui si può assicurare la trasparenza del progetto, anche al fine di rafforzare il principio di legare autonomia e responsabilità. Il dossier può essere articolato secondo le fasi del processo e le relative sottofasi.

Scheda di sintesi del profilo professionale

Lingue e mercati

Classe di Laurea - L12

FIGURA PROFESSIONALE DA FORMARE

ESPERTO DI MERCATI E CULTURE CON COMPETENZE LINGUISTICHE

funzione in un contesto di lavoro:

- Opera nel settore privato, pubblico e non profit nei campi economico, sociale e culturale, con funzioni che ne valorizzano le competenze linguistiche;
- Svolge attività amministrative e commerciali di import-export sia presso aziende italiane operanti nelle aree di riferimento che presso aziende estere operanti in Italia;
- Ricopre ruoli di gestione, consulenza e mediazione nell'ambito di istituzioni diplomatiche e organizzazioni europee e internazionali (Ministero degli Affari Esteri, ambasciate, istituti di cultura, Commissione Europea, agenzie delle Nazioni Unite, etc.);
- Collabora con organizzazioni non governative nei settori della cooperazione internazionale.

competenze associate alla funzione:

- Ha competenze multi- e interdisciplinari, che si articolano negli ambiti linguistico, culturale, sociologico, economico, aziendale, geopolitico

sbocchi professionali:

- Istituzioni diplomatiche;
- Istituti di cultura;
- Imprese attive sui mercati esteri nei settori manifatturiero e dei servizi;
- Istituzioni che promuovono l'internazionalizzazione delle imprese ed enti del settore culturale a carattere internazionale;
- Aziende specializzate nell'organizzazione di eventi fieristici nazionali e internazionali;
- Imprese di comunicazione;
- Istituzioni impegnate nella cooperazione internazionale;
- Fondazioni e Case editrici

- Società di consulenza;

OFFERTA FORMATIVA ATTIVA

Corsi attivi in Italia	33 di cui 0 a distanza
Università telematiche in cui è presente	0

ISCRITTI E IMMATICOLATI

Immatricolati totali 17-18	8.865
di cui Immatricolati Università telematiche	0

Fonte: ANS

PROFILI PROFESSIONALI ISTAT CORRELATI E PREVISIONE DI ASSUNZIONI

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)

Agenti di viaggio - (3.4.1.4.0)

Corrispondenti in lingue estere – (3.3.1.4.0)

Corrispondenti in lingue estere – (3.3.1.4.0)

Organizzatori di fiere ed eventi culturali – (3.4.1.2.1)

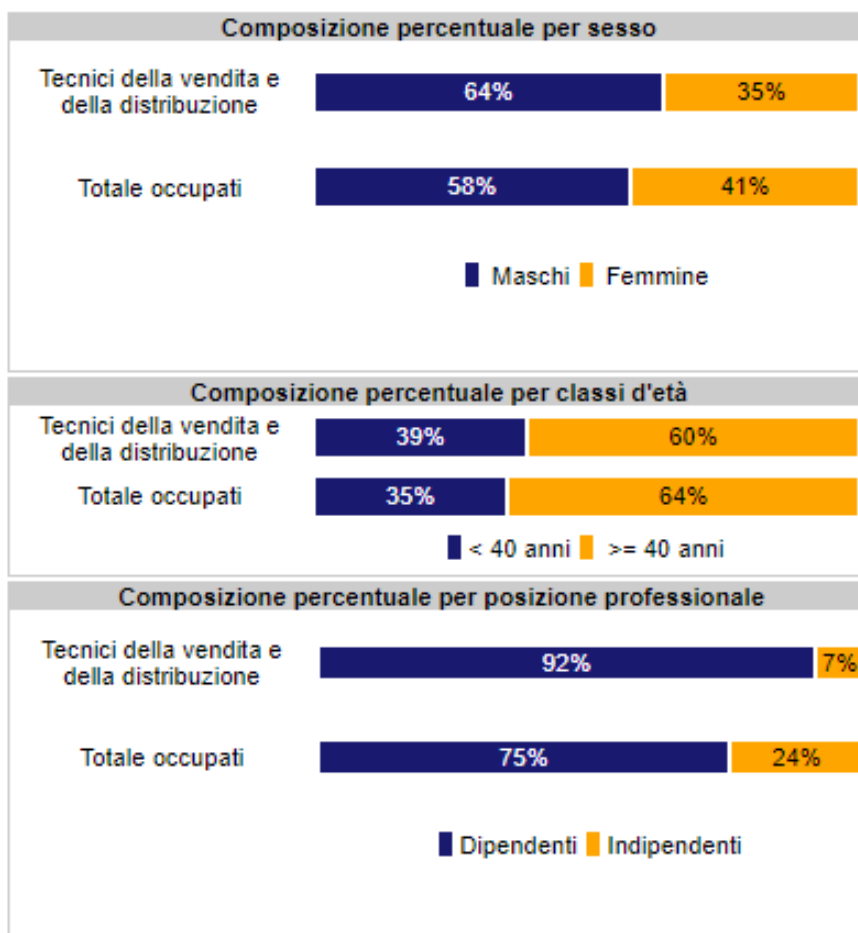
FOCUS su:

Tecnici della vendita e della distribuzione - (3.3.3.4.0)

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.

I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 143



Fonte: Isfol

INDIRIZZO LINGUISTICO, TRADUTTORI E INTERPRETI



14.800

RICHIESTE DI LAUREATI
a Indirizzo linguistico, traduttori e
interpreti, previste nel 2017 dalle
imprese con dipendenti

5.200

di cui richieste di
specializzati post-
laurea (master o
dottorato), pari al
35% del totale

**PER QUANTE RICHIESTE DI LAUREATI CON QUESTO
INDIRIZZO LE IMPRESE HANNO DIFFICOLTÀ A
TROVARE IL PROFILO ADATTO**

8.420

cioè per il

56,7%

di cui per:

*preparazione inadeguata dei
candidati*

4.060

ridotto numero dei candidati

3.480

altri motivi

880

LE PRINCIPALI PROFESSIONI PER CUI SONO RICHIESTI QUESTI LAUREATI

Insegnanti di discipline umanistiche

6.290

Tecnici della vendita e della distribuzione

1.710

Tecnici del reinserimento e dell'integrazione sociale

1.430

Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli
enti pubblici

1.320

Addetti all'informazione nei call center (senza funzioni di
vendita)

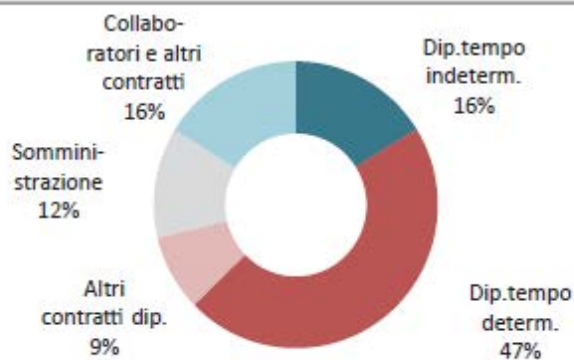
1.050

Addetti all'accoglienza nei servizi di alloggio e ristorazione

720

I CONTRATTI PROPOSTI A QUESTI LAUREATI

*I dati nelle schede sono di fonte
Unioncamere - ANPAL, Sistema
Informativo Excelsior.
Dove non altrimenti specificato,
i dati fanno riferimento al 2017.*



Fonte: Excelsior 2018