



## Report del Comitato d'Indirizzo del corso di studi in Marketing del 16 maggio 2025

Il giorno 16 maggio 2025, a seguito di regolare invito trasmesso via e-mail, si è tenuto in modalità telematica l'incontro del Comitato d'Indirizzo del corso di studi di Marketing con il seguente ordine del giorno:

- 1. Comunicazioni del Direttore**
- 2. Indagine sui Laureandi**
- 3. Indagine sui Laureati Luiss e il lavoro**
- 4. Report Tutor aziendali**
- 5. Monitoraggio offerta formativa e carriere studenti**
- 6. Scheda di Monitoraggio Annuale del Corso di Studi - 2023/2024**
- 7. Varie ed eventuali**

Presenti:

<b>Nominativo</b>	<b>Qualifica</b>
Paolo Peverini	Direttore del Corso di Studi
Fabio Santoro	Chief Marketing & Innovation Officer in FIGC - Federazione Italiana Giuoco Calcio
Niccolò Francalanci	General Manager - EMEA & Americas in Ludovico Martelli S.p.A
Giulia Biasin	EU Regional Portfolio Director Smoke Free Products - Philip Morris International
Chiara Bernardi	Chief Marketing Officer - Valextra
Marianna Graziadei	Head of Marketing EMEA in Tupperware Brands
Stefano Renzetti	Head of SBs and StartUps Programs - Google
Susanna Colella	WW Go To Market Director in Fendi
Martina Di Cioccio	Program Manager del Corso di Studi
Silvia Vadrucci	Offerta Formativa

Prende la parola il Direttore del Corso di Studi, Prof. Paolo Peverini, che ringrazia i presenti per il prezioso contributo sempre fornito a supporto dell'Ateneo.

### 1. Comunicazioni del Direttore

Il Direttore apre la riunione comunicando che si procederà inizialmente con la discussione puntuale dei temi all'ordine del giorno, per poi offrire una panoramica sul nuovo modello educativo recentemente adottato dalla LUISS.

## **2. Indagine sui Laureandi**

Passando al secondo punto all'ordine del giorno, il Direttore condivide l'Indagine sui Laureandi 2025.

Il report è riepilogativo dei risultati della rilevazione delle opinioni dei laureandi triennali, magistrali e a ciclo unico dell'a.a. 2023/2024 riguardo alla loro esperienza universitaria.

Al riguardo si segnala che i dati sono disponibili a livello di Ateneo e di School e non sono, pertanto, sviluppate delle elaborazioni aggregate per i singoli Corsi di studio.

A livello generale, la soddisfazione complessiva degli studenti rispetto al proprio Corso di Studi continua ad essere più che positiva (96%).

Molto elevata anche la percentuale di laureandi che si iscriverebbe nuovamente alla Luiss (91%), mentre risulta in lieve calo la percentuale di studenti che sceglierebbe di nuovo lo stesso CdS (79%); tra chi opterebbe per un percorso diverso, le motivazioni principali sono il cambiamento dei propri interessi o la ricerca di una maggiore specializzazione.

Rispetto alla School di riferimento si può notare che il 76% dei 1.597 laureandi intervistati sceglierebbe di nuovo lo stesso corso alla Luiss. Inoltre, il 95% degli intervistati è complessivamente soddisfatto del corso di studio seguito. La partecipazione alle attività didattiche risulta particolarmente elevata: l'88% degli studenti ha infatti seguito più del 75% delle lezioni. Per quanto riguarda la didattica, le opinioni raccolte confermano una percezione molto positiva della qualità dell'offerta: il 97% degli studenti giudica il materiale didattico adeguato, il 91% esprime apprezzamento per l'organizzazione degli appelli e delle procedure d'esame, mentre il 94% considera equilibrato il carico di studio previsto. Inoltre, il 92% ritiene che i risultati ottenuti negli esami riflettano correttamente la propria preparazione.

## **3. Indagine sui laureati Luiss e il lavoro**

Passando all'analisi dell'indagine sull'inserimento professionale dei laureati, a 1, 3 e 5 anni dalla laurea si evidenzia che il tasso di occupazione per gli intervistati ad 1 anno dal conseguimento del titolo rimane ad altissimi livelli, attestandosi al 95,5%. Per i laureati a 3 e 5 anni, il tasso di occupazione registrato è rispettivamente del 96,3% e del 97,7% (97,1% e 98,2% nel 2023).

Con riferimento specifico al CdS, sono invece disponibili i dati relativi alla situazione ad un anno dalla laurea dei laureati nell'anno solare 2023. L'86,5% dei laureati in Marketing svolge un'attività lavorativa retribuita, mentre un ulteriore 6,7% è impegnato in un tirocinio o praticantato retribuito. Le professioni maggiormente esercitate, secondo la classificazione ISTAT, sono quelle di specialista nella commercializzazione di beni e servizi (39,2%), specialista dell'economia aziendale (19,0%), specialista della gestione e del controllo nelle imprese private (5,9%) e tecnico del marketing (12,4%).

Dal punto di vista funzionale, le aree più rappresentate sono il marketing (53,9%) e il settore commerciale e vendite (14,9%), seguite dalla consulenza (15,6%). Complessivamente, il 92,6% dei laureati si iscriverebbe

di nuovo alla Luiss o la consiglierebbe ad altri, confermando un elevato grado di soddisfazione per l'esperienza formativa e professionale maturata a un anno dalla laurea.

#### **4. Report Tutor aziendali**

Il Direttore ricorda ai presenti che l'Ateneo monitora costantemente l'andamento degli internship svolti dagli studenti Luiss, sottoponendo ai tutor aziendali assegnati ai tirocinanti un questionario a valle dell'esperienza svolta dallo studente.

I risultati di questa analisi sono riportati in appositi report specifici per ciascun Corso di Studi.

Su una scala da 1 a 10, i tutor aziendali hanno espresso un giudizio molto positivo sulla preparazione dei tirocinanti in uscita dal corso di laurea in Marketing. In particolare, spiccano le valutazioni relative alla capacità di apprendimento (9,0), alle abilità comunicative (8,9) e all'autonomia di giudizio (8,7). Anche la capacità di applicare le conoscenze apprese e la preparazione teorica complessiva ottengono punteggi elevati (rispettivamente 8,7 e 8,6). Su una scala da 1 a 4, il tirocinio si è rivelato un'opportunità significativa per sviluppare numerose soft skills. I tutor segnalano ottimi risultati in particolare per il senso di responsabilità (3,8), la capacità di lavorare in gruppo (3,7), la gestione del tempo (3,7) e lo spirito di iniziativa (3,4).

#### **5. Monitoraggio offerta formativa e carriere studenti**

Passando all'analisi del monitoraggio dell'offerta formativa e delle carriere degli studenti, il Direttore riporta che rispetto al CdS in Marketing si registrano risultati sensibilmente superiori alla media. La percentuale di superamento degli esami nella prima sessione utile raggiunge infatti il 93%, con una media voti pari a 28,5, in crescita rispetto al 27,9 rilevato nello stesso semestre dell'anno precedente. Questi risultati confermano l'elevato livello di preparazione degli studenti del corso e la buona efficacia didattica complessiva. Le medie più basse sono state registrate nel canale in lingua inglese per i corsi di Digital Marketing (27,7) e di Gestione del Prodotto e della Marca (27,7), mentre le medie più alte sono state registrate per il corso di Metodi Statistici per il Marketing (29,8).

#### **6. Scheda di Monitoraggio Annuale del Corso di Studi – 2023/2024**

Il Direttore illustra ai presenti gli obiettivi che il Gruppo di Riesame del CdS ha individuato nella Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) per l'anno accademico 2023/2024.

La SMA ha infatti lo scopo di verificare l'adeguatezza degli obiettivi di apprendimento che il Corso di Studi si è prefissato e la corrispondenza tra gli obiettivi e i risultati. Al suo interno vengono individuate le cause di eventuali risultati insoddisfacenti nonché gli aspetti che presentano margini di perfezionamento, al fine di adottare tutti gli opportuni interventi di correzione e miglioramento.

Il CdS in Marketing si pone i seguenti obiettivi e le relative azioni da intraprendere per il loro conseguimento:

- Obiettivo n.1: Miglioramento del livello di internazionalizzazione del corso di studio.

I problemi centrali riguardano il numero limitato di studenti iscritti al primo anno della laurea magistrale che hanno conseguito un precedente titolo di studio all'estero.

- Azioni da intraprendere: Si intende procedere con le azioni già proposte nell'a.a. precedente: consolidare i DD esistenti ed aumentarne la consistenza; progettare un indirizzo del CdS totalmente internazionale in partnership con università straniere che possa essere in grado di attrarre studenti stranieri; sfruttare al meglio le iniziative di promozione internazionale sviluppate e sostenute dall'Ateneo partecipando attivamente come corso di laurea magistrale alla realizzazione delle stesse in varie forme; rafforzare la Faculty internazionale associata al corso di laurea magistrale al fine di rafforzare l'immagine complessiva e il posizionamento internazionale del programma e renderlo quindi più attraente non solo a livello nazionale, ma anche internazionale; rafforzare gli elementi di distintività del corso di laurea magistrale rispetto a corsi simili presenti all'estero in modo da aumentarne attrattività. In particolare, potrà essere utile lavorare su aspetti innovativi di contenuto in grado di catturare l'attenzione dei prospective student.
- Obiettivo n. 2: Aumentare la percentuale di laureati disposti a iscriversi nuovamente allo stesso corso.

Il livello dell'indicatore che misura la percentuale di laureati disposti a iscriversi nuovamente allo stesso corso ha subito un calo significativo, rendendo necessario un approfondimento e l'individuazione di correttivi volti ad invertire il trend.

- Azioni da intraprendere: Si intende approfondire le ragioni dietro il calo della soddisfazione complessiva e investire sulle attività di orientamento che permettano ai futuri studenti di maturare scelte che rispecchino i loro interessi e la loro idea di prospettiva futura.

## **7. Varie ed eventuali**

Il Direttore comunica che il nuovo modello educativo dell'Ateneo prevede di dare maggiore peso al lavoro individuale nella valutazione, rispetto alla valutazione basata su attività di gruppo. Questo servirà ad evitare un'eccessiva omogeneità dei voti, premiando dunque gli studenti più meritevoli.

Interviene il dott. Stefano Renzetti, sottolineando che il gap di competenze rispetto ad altri atenei è stato in larga parte colmato, anche per quanto riguarda il placement. Collaborando frequentemente con il professor Mazzù, ha voluto condividere una riflessione sul cambiamento generazionale che sta osservando. A suo avviso, le nuove generazioni si confrontano con il venir meno di un principio che per lungo tempo ha orientato la concezione del percorso universitario, secondo cui il conseguimento di una laurea con un buon voto avrebbe garantito stabilità e successo professionale. Tale presupposto, oggi, non risulta più valido: i responsabili della selezione del personale tendono infatti a valorizzare maggiormente l'insieme di esperienze significative acquisite dai candidati, piuttosto che i soli risultati accademici. Eppure, nonostante questo cambiamento nei criteri di selezione, l'ansia da prestazione e da voto è rimasta invariata tra gli studenti. Esiste quindi una differenza tra ciò che il mondo del lavoro realmente richiede e ciò che gli studenti continuano a percepire come prioritario.

Prende la parola la dott.ssa Chiara Bernardi, ricordando un episodio di quando è stata studentessa Luiss, in cui molti suoi colleghi decisero di rinunciare all'Erasmus per non compromettere la media dei voti e la tempistica della laurea. Solo successivamente, trovandosi a sua volta nella posizione di dover assumere

persone, si è resa conto di quanto invece contino le esperienze, la capacità di confrontarsi con culture diverse, la gestione del tempo e delle scadenze, e l'inserimento in dinamiche organizzative complesse. In questo senso, il voto di laurea risulta secondario rispetto alla ricchezza del percorso personale e professionale del candidato.

Il Direttore ha confermato l'importanza di promuovere esperienze formative all'estero, ricordando che l'università sta comunicando con forza il valore della doppia laurea. Questo percorso consente allo studente di immergersi per un intero anno in una cultura diversa, confrontandosi con un gruppo di lavoro eterogeneo e internazionale. Oggi, la vera competitività si gioca sull'esperienza maturata e sulle competenze sviluppate, non sul voto finale.

Interviene il dott. Niccolò Francalanci, ponendo l'accento su un ulteriore aspetto critico: la mancanza di una cultura del networking nel contesto italiano. A suo avviso, piuttosto che focalizzarsi esclusivamente sulla laurea "in tempo", gli studenti dovrebbero essere incoraggiati a rimandare anche di una sessione la conclusione degli studi, se ciò consente loro di costruire relazioni professionali e ampliare la propria rete di contatti già durante il percorso universitario.

Il dott. Fabio Santoro conferma l'importanza del networking, riconoscendo che i giovani di oggi sono consapevoli del valore delle esperienze all'estero, ma spesso rimangono delusi di fronte alla realtà che la laurea, da sola, non garantisce un impiego, tanto meno un impiego in linea con le proprie passioni.

In linea con questo pensiero, il Direttore ha evidenziato l'importanza che gli studenti scelgano il proprio percorso di studi sulla base dei reali interessi personali, e non esclusivamente in funzione delle opportunità occupazionali percepite. Questo approccio renderebbe anche più autentiche e mirate le candidature nel mercato del lavoro.

Prende la parola la dott.ssa Marianna Graziadei sollevando un punto cruciale, ovvero come le attuali generazioni appaiano più fragili, soggette a forti pressioni, e più esposte a insicurezze e difficoltà nel gestire contesti complessi. Ha proposto che l'università si impegni maggiormente nella preparazione degli studenti anche dal punto di vista emotivo, affinché acquisiscano la capacità di affrontare situazioni professionali in modo resiliente. Ha suggerito di includere nei percorsi formativi momenti dedicati alla salute mentale e alla gestione dello stress, sottolineando come questi aspetti siano strettamente legati al concetto di "agility". In un mondo del lavoro sempre più dinamico e incerto, la flessibilità e l'adattabilità diventano fondamentali. Il networking, in questo scenario, non è solo un mezzo per trovare lavoro, ma uno strumento essenziale per muoversi in contesti fluidi. Secondo la dott.ssa Graziadei, queste competenze trasversali dovrebbero essere integrate in maniera sistematica nell'offerta formativa, per garantire una preparazione realmente completa degli studenti.

Non essendoci altro da aggiungere il Direttore ringrazia i partecipanti per il loro intervento e i preziosi suggerimenti.

L'incontro termina alle ore 14.45.