



## Scheda di Monitoraggio Annuale del CdS

<b>Denominazione del CdS</b>	<b>Marketing - Digital</b>
<b>Codizione</b>	0580507307800010
<b>Ateneo</b>	Luiss Guido Carli
<b>Statale o non statale</b>	Non statale
<b>Tipo di Ateneo</b>	Tradizionale
<b>Area geografica</b>	Centro

<b>Classe di laurea</b>	<b>LM-77</b>
<b>Sede</b>	Viale Romania
<b>School</b>	Graduate
<b>Anno di Attivazione</b>	2022-2023
<b>Tipo</b>	LM
<b>Durata normale</b>	2 anni

Componenti obbligatori  
Prof. Paolo PEVERINI (Direttore del CdS)  
Prof. Angelo BACCELLONI (docente del CdS designato dal Dean della School)  
Dott.ssa Ludovica SERAFINI (Program Manager)  
Dott. Roberto IADEMARCO (Rappresentante gli studenti)

Altri componenti  
Dott.ssa Antonietta PAGANO (amministrativo con funzione di supporto)  
Dott. Leonardo RISORTO (Responsabile Academic Services, PhD & Education Funding)  
Sig.ra Alice VALENTINO (Responsabile Quality Assurance)

### Gruppo di riesame del CdS

Il Gruppo di riesame del CdS si è riunito, per la discussione degli argomenti riportati nei quadri delle sezioni della Scheda di Monitoraggio Annuale, il giorno: 18 dicembre 2023.

Oggetto della discussione:  
Commento sintetico agli indicatori ANVUR – rilascio giugno 2023 – e analisi delle eventuali criticità riscontrate.

Il Gruppo di Riesame ha stabilito di acquisire le osservazioni del Nucleo aventi come base informativa gli indicatori ANVUR, da rilascio giugno 2023, e i KPI da Piano Strategico.

estratto dal verbale della Consiglio della School del 16 gennaio 2024

### ORDINE DEL GIORNO

..... Omissis .....

### 3. Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) dei Corsi di Studio 2022/2023

..... Omissis .....

Il Rettore informa il Consiglio che i Gruppi di Riesame dei Corsi di Studio si sono riuniti e hanno proceduto alla redazione ed approvazione delle Schede di Monitoraggio Annuale (SMA) per l'anno accademico 2022/2023.

Il Rettore ricorda che le Schede di Monitoraggio Annuale sono documenti di fondamentale importanza nel processo di Assicurazione della Qualità delle attività di formazione. Tali Schede, compilate con periodicità annuale, hanno lo scopo di verificare l'adeguatezza degli obiettivi di apprendimento che il Corso di Studi si è prefissato, la corrispondenza tra gli obiettivi e i risultati, nonché l'efficacia del modo con cui il CdS è gestito. Al loro 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.

Le Schede di Monitoraggio Annuale (SMA) dei Corsi di Studio 2022/2023 sono consultabili agli allegati n. 2a, 2b, 2c, 2d, 2e, 2f, 2g, 2h, 2i, 2j, 2k, 2l, 2m, 2n, precedentemente condivisi tramite il portale Intranet di Ateneo e parte integrante del presente verbale.

Per facilitare una lettura d'insieme, è stato inoltre redatto un report con le principali azioni migliorative proposte e da intraprendere in relazione alle criticità emerse da ciascuna SMA, disponibile all'allegato n. 3, precedentemente condiviso tramite il portale Intranet di Ateneo e parte integrante del presente verbale.

- Marketing – digital
  - Obiettivo n. 1: Miglioramento del tasso di attrattività del CdS.  
A fronte dell'innovatività del CdS, il numero di application come prima scelta presenta ampi margini di miglioramento.  
Azioni da intraprendere: Rafforzare la visibilità delle caratteristiche distintive del CdS digital (in particolare compatibilità con il lavoro part-time) anche per il tramite delle testimonianze degli studenti attualmente iscritti.

Sintesi dell'esito della discussione dal Consiglio della School



- Obiettivo n. 2: Miglioramento della gestione degli studenti che non frequentano assiduamente. La gestione degli studenti non assiduamente frequentanti in un CdS che prevede un'assidua interazione tra docenti e studenti è – a detta degli studenti e dei docenti – migliorabile. La presenza di studenti che non frequentano regolarmente costringe infatti i docenti a rallentare e a riprendere concetti già spiegati in classe. La mancanza di interazione assidua non consente ai docenti di avere il polso della situazione in classe.  
Azioni da intraprendere: Sensibilizzazione degli studenti circa il problema, migliore definizione nel syllabus della gestione dei frequentanti, predisposizione di peer-to-peer review a scadenza periodica a intervalli di 3/4 settimane.

Il Consiglio, all'unanimità dei presenti, approva i lavori dei Gruppi di Riesame e le Schede di Monitoraggio Annuale (SMA) dei Corsi di Studio 2022/2023.

Allegati:

- Estratto da Relazione Nucleo Valutazione anno 2023
- KPI da Piano Strategico Luiss
- indicatori ANVUR nella forma dell'allegato 6.1 delle Linee Guida ANVUR

Link utili:

- [Dashboard KPI strategici con % raggiungimento target](#)
- [Tabelle 2.2a e 2.2b da Relazione Board Qualità e Innovazione 2021 su Sezione studenti: immatricolazioni/iscrizioni](#)
- SMA 2021/22 - nd
- Monitoraggio intermedio KPI - nd
- [Relazione opinioni studenti](#)
- [Report Test accesso](#)
- [Indagine soddisfazione laureandi](#)
- [Valutazione Servizi](#)
- [Indagine laureati e dettaglio indagine a 1 anno dal titolo per CdS](#) nd per il CdS
- [Relazione Annuale Commissione Paritetica Docenti-Studenti 2022](#)
- Report Comitato di Indirizzo - nd
- [Monitoraggio Carriere Studenti Graduate School I semestre 2022/23](#)
- [Monitoraggio Carriere Studenti Graduate School II semestre 2022/23](#)
- [Monitoraggio Laboratori e Laboratori Digitali](#)
- [Monitoraggio Exam Workout](#)
- Report sui questionari compilati dai tutor aziendali sui tirocinanti Luiss - nd
- [Report Diritto allo Studio](#)
- [Comparazione da cruscotto ANVUR con CdS stessa classe di altri Atenei](#)

**Analisi e commento degli indicatori ANVUR, dei KPI di Ateneo, della valutazione delle opinioni degli studenti, della valutazione complessiva del tutor aziendale sulle competenze trasversali del tirocinante, dell'indagine laureati in merito alle competenze acquisite e della Relazione della Commissione Paritetica Docenti-Studenti**

## Indicatori ANVUR

### Sezione studenti: immatricolazioni/ iscrizioni

Essendo il corso di nuova istituzione, il dato non è ancora disponibile negli indicatori ANVUR.

### Gruppo A Indicatori relativi alla didattica (da iC01 a iC09) – relativi a.a. 2022-23

Attrattività: iC04=80,0%

Rapporto studenti/docenti iC05= 2,5

Qualificazione Docenza: iC08=75,0%

Complessivamente, gli indicatori relativi alla didattica mostrano fin dal primo anno di attivazione del CdS in Marketing Digital un quadro complessivamente positivo. La capacità di attrazione, misurata come percentuale di studenti e studentesse iscritti/e al primo anno e che si sono laureati/e in un Ateneo diverso dalla Luiss (iC04) è molto elevata, pari a 80%. Ciò implica che la larga maggioranza degli iscritti e delle iscritte al CdS ha scelto la Luiss pur provenendo da un Ateneo differente. Si rileva, da ultimo, una buona qualificazione della docenza in termini di copertura dei SSD dei docenti di ruolo iC08 pari al 75%, in linea sia con i CdS afferenti alla Luiss che con i CdS nazionali.

### Gruppo B Indicatori di internazionalizzazione (da iC10 a iC12)

Mobilità in uscita: iC10=nd, iC11=nd

Attrattività internazionale: iC12=24,0% CdS in lingua inglese

Fin dalla sua attivazione, il CdS in Marketing Digital dimostra un ottimo grado iniziale di internazionalizzazione. L'unico indicatore a oggi disponibile (iC12, ovvero "attrattività internazionale"), relativo alla percentuale di studenti e studentesse iscritti/e al primo anno e che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero, è pari al 12,3%. Si tratta di un dato significativo perché superiore rispetto alla media dell'area geografica (6,1%) e alla media nazionale (7,1%). La Luiss, dunque, si conferma un Ateneo con una forza attrattiva considerevole di studenti e studentesse non italiani/e, sicuramente favorita dall'innovatività del CdS in Marketing Digital.

### Gruppo E Ulteriori Indicatori per la valutazione della didattica (da iC13 a iC20)

Qualificazione Docenza: iC19=57,7%

Il dato non è rilevante in quanto la Luiss è una università non statale

iC20: 0,160

Il rapporto tutor/studenti e studentesse iscritti/e (indicatore iC20) è anch'esso molto promettente. Si tratta di un indicatore che viene preso in considerazione per quanto riguarda i CdS erogati prevalentemente a distanza, come il CdS in Marketing Digital. Il punteggio riportato è più elevato della media dell'area geografica e anche nazionale. Si rileva come quindi l'innovatività dell'offerta formativa del CdS in Marketing Digital è rispecchiata anche nel rapporto tra tutor e iscritti/e al corso.

### Indicatori di approfondimento Percorso di studio e regolarità delle carriere (da iC21 a iC24)

Essendo il corso di nuova istituzione, il dato non è ancora disponibile negli indicatori ANVUR.

### Indicatori di approfondimento Soddisfazione e occupabilità (iC25 e iC26)

Non applicabili

L'Indagine Luiss condotta dall'Ufficio Studi e l'Analisi Data Lab basata su archivio integrato Anagrafe Laureati-Comunicazioni Obbligatorie del Ministero del Lavoro (e relativa Appendice) consentono di valutare la Tipologia di contratto, la Tipologia di professione (ISCO) e la Tipologia di attività economica dell'impresa (ATECO), e le relative coerenze (match) verticale (classificazione ISCO-ISCED) e orizzontale (sia rispetto alle qualifiche professionali della SUA-CdS sia rispetto al settore ATECO dell'impresa) dei laureati.

### Indicatori di approfondimento Consistenza e qualificazione del corpo docente (iC27 e iC28)

Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza): iC27=7,1

Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): iC28=7,1

Il rapporto studenti/docenti è inferiore alla soglia (numerosità classe diviso 3).

iC29= 0,120

L'analisi sulla consistenza e qualificazione del corpo docente riporta valori al di sotto delle medie geografiche e nazionali per gli indicatori iC27 e iC28 (Rapporto studenti iscritti/docenti). In particolare, il rapporto studenti / docenti è ampiamente sotto il valore di riferimento (numerosità della classe / 3), a testimonianza di una buona sostenibilità del CdS fin dalla sua attivazione. Il rapporto tutor in possesso di Dottorato di ricerca/studenti e studentesse iscritti/e (indicatore iC20) è anch'esso molto promettente, sensibilmente maggiore delle medie dell'area geografica e delle medie nazionali, a conferma del valore delle risorse che la Luiss mette a disposizione degli studenti del CdS in Marketing Digital.

### Valutazione delle opinioni degli studenti

(<https://intranet.luiss.it/documenti/21-valutazione-della-didattica-dei-cds>; <https://sisvaldidat.it/>)

Dato non rilevabile

### Confronto con Corsi di Studio della medesima classe appositamente scelti dal Direttore del Corso di Studio

Dati forniti dalla Quality Assurance attraverso il cruscotto ANVUR <https://cruscottoanvur.cineca.it>

Il Direttore del CdS, con il supporto della Program Manager, ha ritenuto opportuno il confronto tra il CdS in Marketing Digital Luiss e i seguenti CdS (con rispettive Università eroganti):

#### TRADE e CONSUMER MARKETING (Università di Parma)

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Trade e Consumer Marketing è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza.

Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,732 per l'Università di Parma). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari a circa il 52%.
- 3) Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L; LMCU; LM), di cui sono docenti di riferimento: in questo caso, il CdS in Marketing Digital ha una performance peggiore



- rispetto al competitor (0,667 vs. 1,000 per l'Università di Parma). Nel caso del competitor, il CdS dell'Università di Parma ha la totalità della docenza afferente ai settori scientifico-disciplinari di base e caratterizzanti.
- 4) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LM CU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, non ha iscritti che hanno conseguito il titolo di studio precedente all'estero.
  - 5) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 47,064 e 31,751 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital.

## MARKETING PER IL MADE IN ITALY (Università di Brescia)

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Marketing per il Made in Italy è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,570 per l'Università di Brescia). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 38,5%.
- 3) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LM CU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, ha una percentuale di studenti e studentesse con titolo estero del 12%.
- 4) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 18,288 e 15,733 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital. Lo stesso andamento è da riscontrare per gli indicatori relativi alla docenza (es., Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo A e B sul totale delle ore di docenza)

## MARKETING E COMUNICAZIONE (Università Ca' Foscari - Venezia)

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Marketing e Comunicazione è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,106 per l'Università di Venezia). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 34%.
- 3) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LM CU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, non ha studenti o studentesse che hanno conseguito il titolo di studio precedenti all'estero.
- 4) Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un punteggio maggiore del competitor (1,073 vs. 0,508 dell'Università Ca' Foscari).
- 5) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 39,294 e 21,231 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital.

## MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA (Università di Verona)

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Marketing e Comunicazione d'Impresa è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,697 per l'Università di Verona). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 77,3%.
- 3) Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L; LM CU; LM), di cui sono docenti di riferimento: in questo caso, il CdS in Marketing Digital ha una performance peggiore rispetto al competitor (0,667 vs. 0,800 per l'Università di Verona). Nel caso del competitor, il CdS dell'Università di Verona ha 80% della docenza afferente ai settori scientifico-disciplinari di base e caratterizzanti.
- 4) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LM CU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, ha una percentuale di studenti e studentesse con titolo estero del 6%.
- 5) Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo A e B sul totale delle ore di docenza: il punteggio riportato dal CdS Luiss è leggermente inferiore rispetto a quello del competitor (0,628 vs. 0,864 dell'Università di Verona).
- 6) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 60 e 64,167 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital.

## MARKETING MANAGEMENT (Università Bocconi - Milano)

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Marketing Management è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 7) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,541 per l'Università Bocconi). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 8) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 38,8%.
- 9) Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L; LMCU; LM), di cui sono docenti di riferimento: in questo caso, il CdS in Marketing Digital ha una performance peggiore rispetto al competitor (0,667 vs. 1,000 per l'Università Bocconi). Nel caso del competitor, il CdS Bocconi ha la totalità della docenza afferente ai settori scientifico-disciplinari di base e caratterizzanti.
- 10) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, ha una percentuale di studenti e studentesse con titolo estero del 12,8%.
- 11) Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo A e B sul totale delle ore di docenza: il punteggio riportato dal CdS Luiss è anche in questo caso migliore rispetto a quello del competitor (0,628 vs. 0,570 dell'Università Bocconi).
- 12) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 26,525 e 19,570 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital.

## **MARKETING E MANAGEMENT INTERNAZIONALE** (Università Parthenope - Napoli):

Poiché il CdS in Marketing Digital è di nuova istituzione, non si hanno molti dati a disposizione per il confronto. Il CdS in Marketing e Management Internazionale è residenziale, sebbene abbia un'offerta formativa che può essere confrontata con il CdS Luiss, erogato prevalentemente a distanza. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,516 per l'Università Parthenope). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 39,7%.
- 3) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, ha una percentuale di studenti e studentesse con titolo estero del 12%.
- 4) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 18,288 e 15,733 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital. Lo stesso andamento è da riscontrare per gli indicatori relativi alla docenza (es., Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo A e B sul totale delle ore di docenza).

## **GESTIONE D'IMPRESA E TECNOLOGIE DIGITALI** (UniNettuno):

Il CdS è erogato prevalentemente a distanza; questa caratteristica lo rende parzialmente confrontabile al CdS in Marketing Digital non per l'offerta formativa (non del tutto simile) quanto per le modalità di erogazione. Notiamo alcuni dati rilevanti:

- 1) Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.: per il 2022, il CdS in Marketing Digital ha una performance nettamente migliore del competitor (0,920 vs. 0,213 per l'Università Parthenope). Ne deriva che il 92% degli studenti e delle studentesse del CdS Luiss ha conseguito almeno 40 CFU nel time-frame di riferimento.
- 2) Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo: come già menzionato, il CdS in Marketing Digital ha 80% di studenti che provengono da altri Atenei, mentre il competitor per lo stesso indicatore ha un dato pari al 55,8%.
- 3) Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b): il punteggio del CdS Luiss è 2,500 nel 2022, mentre per il competitor è considerevolmente maggiore, pari a 18,000.
- 4) Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero: anche in questo caso, il CdS Luiss riporta un dato incoraggiante pari al 24% di studenti e studentesse che hanno conseguito il proprio titolo di studio precedente all'estero, mentre il competitor, nello stesso indicatore, non ha iscritti o iscritte che abbiano conseguito il titolo di studio precedente all'estero.
- 5) Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) e Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza): in questo caso, il competitor ha una migliore performance, rispettivamente con punteggi pari a 20,077 e 15,938 contro il punteggio di 7,143 del CdS in Marketing Digital.
- 6) Rapporto tutor in possesso di Dottorato di Ricerca / Iscritti (per i corsi di studio prevalentemente o integralmente a distanza, dato disponibile dal 2016/2017): in questo caso, il CdS Luiss ha un punteggio del 12%, notevolmente superiore a quello del competitor (circa il 2%).

## **Indicatori interni KPI**

Come dettato dalle Linee Guida Luiss per la redazione della SMA, l'analisi viene essere supportata e completata con il controllo ed il commento degli indicatori interni (KPI) riferiti al Piano Strategico e, in particolare, a quelli riguardanti:

### Luiss Uniqueness – Il modello educativo

#### KPI strategici

- 1 - % di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s. - iC01 - nd
- 2 - % di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso - iC02 - nd
- 4 - % iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo - iC04 (solo LM)
- 5 - Tasso di attrattività LM (a.a. successivo) - prima scelta - 2,1
- 7 - Indice sintetico Valutazione della didattica - nd
- 9 - % Studenti che hanno svolto stage/tirocinio prima del conseguimento del titolo (anno prec.)/iscritti 1° anno - nd

10 - % di Laureati occupati a un anno dal Titolo (LM, LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.) - iC26 (solo LM) - nd

KPI non strategici

55 - % di abbandoni del CdS dopo N+1 anni - iC24 - nd

57 - Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) - iC27 - nd

58 - Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b) - iC05 - nd

59 - % ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata - iC19 - nd

60 - % dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L, LMCU, LM), di cui sono docenti di riferimento - iC08 - nd

61 - % di Laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM, LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.) - iC07 (solo LM) - nd

79 - % di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire - iC13T - nd

80 - % di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio - iC14T - nd

81 - % di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno - iC16bisT (ambito D3 - AVA3) - nd

82 - % di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio - iC17T - nd

83 - % di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del Corso - iC22T - nd

84 - % di iscritti inattivi - iC30T - nd

85 - % di iscritti inattivi o poco produttivi - iC30Tbis - nd

109 - % di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio - iC14 - nd

113 - media delle risposte alla domanda "Sei complessivamente soddisfatto dell'esperienza svolta dal tirocinante (Questionario Tutor del tirocinante)" - nd

Essendo il CdS al suo primo anno di attivazione, non risultano ancora disponibili dati particolarmente significativi.

Global Regional Engagement Strategy

KPI strategici

29 - N. application internazionali (prima scelta) - (a.a. successivo) - 209

30 - % iscritti internazionali / application internazionali (a.a. successivo) - nd

31 - % di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM, LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero - iC12 - nd

32 - % studenti stranieri - nd

35 - % studenti outgoing (su iscritti al 1° anno trien e magis) - nd

KPI non strategici

62 - % di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso - iC10 - nd

63 - % di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero - iC11 - nd

74 - % Docenti stranieri (strutturati e contratto) - nd

141 - % insegnamenti in inglese - nd

Essendo il CdS al suo primo anno di attivazione, non risultano ancora disponibili dati particolarmente significativi.

Sustainability "at large"

KPI strategici

46 - % di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS - iC25 - nd

KPI non strategici

64 - % di laureandi che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio - iC18 - nd

Con riferimento allo stato di avanzamento del CdS nelle Aree di Impatto prevalenti definite dal Piano Strategico vigente, sebbene molti dati non siano ancora disponibili poiché il CdS è di nuova istituzione, notiamo che:

- 1) % iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo - iC04: il CdS ha una percentuale di iscritti/e provenienti da un altro Ateneo pari a 80%, al di sopra del dato target di Ateneo del 50%;
- 2) N. application internazionali (prima scelta) - (a.a. successivo): il CdS ancora non ha superato il target di 50 previsto dall'Ateneo, con un totale, al momento di rilevazione del dato, di 25 application internazionali per il 2023;
- 3) % Studenti stranieri: il CdS è in pieno allineamento con il target di Ateneo.

**Analisi dell'Indagine Laureati riguardanti il livello di soddisfazione delle competenze acquisite**

Infine, l'analisi deve essere supportata dai risultati che emergono dall'Indagine Laureati (a cura dell'Ufficio Studi) riguardanti il livello di soddisfazione delle competenze acquisite, declinata come di seguito (scala 1:10):

Dati non disponibili

Da report tirocini:

dati non disponibili

**Analisi Relazione Commissione Paritetica Docenti-Studenti**

Dalla Relazione si rilevano i seguenti punti:

Quadro	Oggetto	Analisi e Valutazione	Proposte
A	Analisi e proposte su gestione e utilizzo dei questionari relativi alla soddisfazione degli studenti	Trattandosi di un corso di nuova attivazione non sono ancora disponibili gli esiti dei questionari relativi alla soddisfazione degli studenti. Si ritiene in ogni caso utile un'attività di sensibilizzazione degli studenti	La Commissione rinnova l'invito ai rappresentanti degli studenti e ai docenti, a sensibilizzare gli studenti sulla corretta compilazione dei questionari, spiegandone in modo chiaro la funzione e le modalità di



		rispetto all'importanza di una svolgimento (in particolare la garanzia corretta compilazione dei di anonimato). questionari.
B	Analisi e proposte in merito ai materiali e ausili didattici e alle strutture per la didattica (laboratori, aule, attrezzature, ecc.) in relazione al raggiungimento degli obiettivi di apprendimento al livello desiderato	Viene avanzata la richiesta di valutare al meglio le modalità con cui vengono composti i gruppi per i teamwork e di prevedere dei meccanismi ad hoc per contrastare il c.d. freeriding. La Commissione suggerisce di prevedere degli strumenti per disincentivare il freeriding, come ad esempio la valutazione peer to peer.
C	Analisi e proposte sulla validità dei metodi di accertamento delle conoscenze e abilità acquisite dagli studenti in relazione ai risultati di apprendimento attesi	La Commissione ha preso in esame i syllabus del CdS e ritiene che siano stati compilati correttamente risultando chiari e comprensibili nelle voci legate alla didattica e alle modalità di verifica dell'apprendimento. Non ci sono proposte di miglioramento.
D	Analisi e proposte sulla completezza e sull'efficacia del Monitoraggio annuale e del Riesame ciclico	Viene evidenziata la necessità di regole più chiare in merito alla mancata consegna di un assignment e alla possibilità di rifiutare il voto degli stessi. La Commissione chiede che venga predisposta e condivisa con gli studenti una policy di dettaglio in merito a scadenze e assignment.
E	Analisi e proposte sull'effettiva disponibilità e correttezza delle informazioni fornite nelle parti pubbliche della SUA-CdS	Viene avanzata la richiesta di dare maggiore rilievo agli assignment individuali accanto a quelli di gruppo. La Commissione suggerisce di avanzare la proposta al Direttore del CdS per verificarne la fattibilità.
F	Analisi e proposte sulla completezza e sull'efficacia del Monitoraggio annuale e del Riesame ciclico	Il CdS è stato attivato nell'a.a. 22-23, per cui la Scheda di Monitoraggio Annuale non è stata compilata. Non vi sono proposte di miglioramento

### Principali criticità individuate (riportate sinteticamente in ordine di priorità) e linee di azione proposte

Corso di Studio	Principali criticità	Linee di azione proposte
	Criticità: valutare al meglio le modalità con cui vengono composti i gruppi per i teamwork e di prevedere dei meccanismi ad hoc per contrastare il c.d. freeriding.	Linea di azione: si suggerisce di prevedere degli strumenti per disincentivare il freeriding, come ad esempio la valutazione peer to peer.
Marketing Digital	Criticità: necessità di regole più chiare in merito alla mancata consegna di un assignment e alla possibilità di rifiutare il voto degli stessi.	Linea di azione: si chiede che venga predisposta e condivisa con gli studenti una policy di dettaglio in merito a scadenze e assignment.

Le analisi e le valutazioni della Commissione Paritetica Docenti-Studenti sono ritenute rilevanti dagli organi direttivi del CdS. Si è già dato seguito alla proposta avanzata circa il controllo del fenomeno del free riding. Per il secondo semestre 2023/2024, è allo studio una tipologia di peer-to-peer evaluation periodica, a cadenza mensile e da avviare entro le prime settimane successive all'inizio delle lezioni. Questa misura è stata proposta per disincentivare gli studenti e le studentesse che mancano di segnalare un minore impegno dei propri compagni di gruppo. Per quanto concerne il punto legato alla predisposizione e condivisione con gli studenti e le studentesse di una policy di dettaglio in merito a scadenze e assignment, i Docenti e i TA degli insegnamenti hanno già implementato dei sistemi di disclosure a priori del carico di lavoro settimanale e delle scadenze di lavori individuali e di gruppo, di modo che gli studenti e le studentesse già dal primo giorno di lezione siano a conoscenza del workload e delle deadline da rispettare.

### Azioni migliorative da intraprendere con riferimento agli indicatori ed alle eventuali criticità riscontrate

**Obiettivo n. 1** Miglioramento del tasso di attrattività LM.

**Indicatore/i di riferimento del Cruscotto ANVUR o del Cruscotto KPI di Ateneo:** KPI strategico Luiss n.5 Luiss Uniqueness – Il modello educativo: Tasso di attrattività LM (a.a. successivo) - prima scelta

**Problema da risolvere, Area da migliorare:** A fronte dell'innovatività del CdS, il numero di application come prima scelta presenta ampi margini di miglioramento.

**Azioni da intraprendere:** Rafforzare la visibilità delle caratteristiche distintive del CdS digital (in particolare compatibilità con il lavoro part-time) anche per il tramite delle testimonianze degli studenti e delle studentesse attualmente iscritti/e.

**Indicatore di riferimento:** -

**Responsabilità:** Ufficio Orientamento, Digital Didactics in sinergia con il Direttore e la Program Manager del CdS

**Interlocutore con il quale interagire:** Prospect Students.

**Risorse necessarie:** -

**Tempi di esecuzione e scadenze:** Immediati.

**Obiettivo n. 2** Miglioramento della gestione degli studenti che non frequentano assiduamente.

**Indicatore/i di riferimento del Cruscotto ANVUR o del Cruscotto KPI di Ateneo:** KPI non strategico Luiss n. 85 Luiss Uniqueness – Il modello educativo: Percentuale di iscritti inattivi o poco produttivi - iC30Tbis

**Problema da risolvere, Area da migliorare:** La gestione degli studenti non assiduamente frequentanti in un CdS che prevede un'assidua interazione tra docenti e studenti è - a detta degli studenti e dei docenti - migliorabile. La presenza di studenti che non frequentano regolarmente costringe infatti i docenti a rallentare e a riprendere concetti già spiegati in classe. La mancanza di interazione assidua non consente ai docenti di avere il polso della situazione in classe.

**Azioni da intraprendere:** Sensibilizzazione degli studenti circa il problema, migliore definizione nel syllabus della gestione dei frequentanti, predisposizione di peer-to-peer review a scadenza periodica a intervalli di 3/4 settimane.

**Indicatore di riferimento:** -



**Responsabilità:** Direttore del CdS, Program Manager del CdS, Docenti del CdS.

**Interlocutore con il quale interagire:** Studenti del CdS.

**Risorse necessarie:** -

**Tempi di esecuzione e scadenze:** Avviando immediatamente attività di sensibilizzazione nell'anno in corso si ritiene che sia possibile una migliore gestione degli studenti che non frequentano assiduamente già a partire dal prossimo anno accademico.

**Comparazione e verifica delle azioni indicate nella SMA 2021**

La SMA 2020/21 non è stata presentata.

**Eventuali criticità riscontrate che si ritengono non risolvibili a livello di Corso di Studio – da SMA 2021**

La SMA 2020/21 non è stata presentata.

**Eventuali criticità riscontrate che si ritengono non risolvibili a livello di Corso di Studio**

Non si riscontrano criticità non risolvibili a livello di Corso di Studio.

Il Nucleo esamina la scheda SMA, i KPI, i verbali di CdS e delle CPDS, gli indicatori ANVUR (rilascio giugno 2023) e in coerenza con il Piano Strategico Luiss osserva quanto segue.

#### INDICATORI ANVUR

Il Nucleo osserva valori superiori alla media di area geografica e Italia per:

Gruppo A Indicatori Didattica

Immatricolati: iC00a=25, iC00c=20, iC00d=25, iC00e =25, iC00f=20

Qualificazione Docenza: iC08=nd; iC09=nd, iC27=8,5

#### INDICATORI INTERNI KPI:

Luiss Uniqueness – Il modello educativo (100,0%): gli indicatori non sono disponibili.

Sustainability “at large”: gli indicatori non sono disponibili.

Il Nucleo osserva una completa efficacia delle procedure di Assicurazione della Qualità come delineate dalle Linee Guida AVA e dalle Linee Guida emanate dal Presidio Luiss - requisiti Ambito D.CDS – tradotte nel Manuale Qualità e Manuale del Direttore del CdS.

#### Punti di debolezza riscontrati

Il Nucleo esamina la scheda SMA, i KPI, i verbali di CdS e delle CPDS e gli indicatori ANVUR (rilascio giugno 2023) e osserva quanto segue.

#### INDICATORI ANVUR

Il Nucleo osserva valori inferiori alla media di area geografica e Italia per:

Gruppo A Indicatori Didattica

Qualificazione Docenza: **iC28 =9,8**

Il valore dell'indicatore relativo alla Docenza, seppur inferiore alla media di area geografica e/o Italia, risulta migliore del valore per le sole università non statali.

#### INDICATORI INTERNI KPI:

Global Regional Engagement Strategy (62,5%): gli indicatori non sono disponibili.

Dall'analisi dai Verbali CPDS si evince una consapevolezza da parte del CdS dei minimi punti di debolezza e una possibilità di miglioramento per le azioni relative alle priorità del Piano Strategico di Ateneo, School e CdS, monitorate attraverso i relativi KPI.

I valori degli indicatori ANVUR e KPI sono confermati nel 2022/23

La CPDS richiede di risolvere le criticità relative alle modalità con cui vengono composti i gruppi per i teamwork e di prevedere meccanismi ad hoc per contrastare il c.d. freeriding e alla necessità di regole più chiare in merito alla mancata consegna di un assignment e alla possibilità di rifiutarne il voto.

Consuntivo 2021/22– Gennaio 2023 – dati non presenti – anno di attivazione 2021/22, la SMA 2021 non doveva essere predisposta

Aggiornamento Giugno 2023





## MARKETING (DIGITAL) LM-77: INDICATORI I PARTE – GRUPPO A E GRUPPO B DM 6/2019, ALLEGATO E

Id	Indicatore	2022/23					2021/22					2020/21					2019/20					trend
		CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe				
			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia		
Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore		
<b>Gruppo A – Indicatori relativi alla didattica (DM 987/2016, allegato E)</b>																						
iC 01	Percentuale di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s.*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 02	Percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC02bis	Percentuale di laureati (L, LM, LMCU) entro un anno oltre la durata normale del corso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 03	Percentuale di iscritti al primo anno (L, LMCU) provenienti da altre Regioni*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 04	Percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo*	80,0%	1,9	43,0%	2,1	38,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 05	Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b)*	2,5	0,2	10,9	0,2	10,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 06	Percentuale di laureati occupati a un anno dal Titolo (L)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 07	Percentuale di laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM; LMCU)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 08	Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L; LMCU; LM), di cui sono docenti di riferimento	75,0%	0,8	89,6%	0,8	91,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 09	Valori dell'indicatore di Qualità della ricerca dei docenti per le lauree magistrali (QRDLM) (valore di riferimento: 0,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
<b>Gruppo B – Indicatori di internazionalizzazione (DM 987/2016, allegato E)</b>																						
iC 10	Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC10bis	Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli iscritti sul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 11	Percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
iC 12	Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero*	24,0%	3,9	6,1%	3,4	7,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

\* Calcolo basato sugli Immatricolati per la prima volta all'Ateneo  
 Fonte: Elaborazioni Luiss su dati ANVUR

## MARKETING (DIGITAL) LM-77: INDICATORI II PARTE – GRUPPO E DM 6/2019, ALLEGATO E E DI APPROFONDIMENTO

Id	Indicatore	2022/23					2021/22					2020/21					2019/20					trend	
		CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe				CdS	CdS della stessa classe					
			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia			nell'area geo		in Italia			
Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	Luiss/Geo	Valore	Luiss/ITA	Valore	
<b>Gruppo E - Ulteriori Indicatori per la valutazione della didattica (DM 987/2016, allegato E)</b>																							
iC13	Percentuale di CFU conseguiti all'anno su CFU da conseguire**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC14	Percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC15	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 20 CFU all'anno**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC15bis	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 1/3 dei CFU previsti al I anno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC16	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 40 CFU all'anno	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC16bis	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC17	Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC18	Percentuale di laureati che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC19	Percentuale ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata	57,7%	1,0	56,5%	0,9	60,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC19bis	Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo B sul totale delle ore di docenza erogata	62,8%	1,0	63,2%	0,9	66,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC19ter	Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato e ricercatori a tempo determinato di tipo A e B sul totale delle ore di docenza	62,8%	0,9	67,2%	0,9	72,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC20	Rapporto tutor/studenti iscritti (per i corsi di studio prevalentemente o integralmente a distanza)	0,160	2,1	0,075	4,7	0,034	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Indicatori di approfondimento - Percorso di studio e regolarità delle carriere</b>																							
iC21	Percentuale di studenti che proseguono la carriera nel sistema universitario al II anno**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC22	Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano entro la durata normale dei corsi nella stessa classe di laurea**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC23	Percentuale di immatricolati (L, LM, LMCU) che proseguono la carriera al secondo anno in un differente CdS dell'Ateneo**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC24	Percentuale di abbandoni della classe di laurea dopo N+1 anni**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Indicatori di approfondimento - Soddisfazione e occupabilità</b>																							
iC25	Percentuale di laureanti complessivamente soddisfatti del CdS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC26	Percentuale di laureati occupati a un anno dal Titolo (LM, LMCU)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Indicatori di approfondimento - Consistenza e qualificazione del corpo docente</b>																							
iC27	Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo	7,1	0,3	23,5	0,3	24,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC28	Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno	7,1	0,5	15,5	0,4	16,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
iC29	Rapporto tutor in possesso di Dottorato di Ricerca /iscritti (per i corsi di studio prevalentemente o integralmente a distanza, dato disponibile dal 2016/2017)	0,120	2,1	0,057	8,0	0,015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\*\* Indicatori basati sugli Immatricolati per la prima volta al Sistema Universitario o iscritti per la prima volta a una LM  
Fonte: Elaborazioni Luiss su dati ANVUR



I KPI in bold sono quelli che concorrono alla percentuale media di raggiungimento del target per ciascuna Area di Impatto Prevalente

KPI	Area Impatto Prevalente	Indicatore	CONSUNTIVO 2022 (2021/22)	(a.a. TARGET 2022)	ACTUAL 2023 (2022/23)	TARGET 2023	Avanzamento % 2023 (Actual vs Target)
1	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s. - iC01</b>	nd		nd	84,0%	
2	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso - iC02</b>	nd		nd	nd	
4	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo - iC04</b>	nd		80,0%	50,0%	100,00
5	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>Tasso di attrattività LM (a.a. successivo) - prima scelta</b>	2,1			2,2	
7	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>Indice sintetico Valutazione della didattica</b>	nd		nd	90,0%	
8	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (ruolo e contratto)</b>				5	
9	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% Studenti che hanno svolto stage/tirocinio prima del conseguimento del titolo (anno prec.)/iscritti 1° anno</b>			0,0%		
9new	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% Studenti che hanno svolto stage/tirocinio nell'anno/ N. iscritti ai corsi di studio universitari</b>			0,0%		
10	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% di Laureati occupati a un anno dal Titolo (LM, LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.) - iC26</b>	nd	nd	nd	nd	
29	<b>Global Regional Engagement Strategy</b>	<b>N. application internazionali (prima scelta) - (a.a. successivo)</b>	209		25	50	
30	<b>Global Regional Engagement Strategy</b>	<b>% iscritti internazionali / application internazionali (a.a. successivo)</b>	nd			20,0%	
31	<b>Global Regional Engagement Strategy</b>	<b>% di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM, LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero - iC12</b>	nd		24,0%	24,0%	100,00
32	<b>Global Regional Engagement Strategy</b>	<b>% Studenti stranieri</b>			36,0%	36,0%	
35	<b>Global Regional Engagement Strategy</b>	<b>% Studenti outgoing (su iscritti al 1° anno trien e magis)</b>			0,0%	10,0%	0,00
46	<b>Sustainability "at large"</b>	<b>% di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS - iC25</b>	nd		nd		
55	<b>Luiss Uniqueness - II modello educativo</b>	<b>% di abbandoni del CdS dopo N+1 anni - iC24</b>	nd		nd		



57	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza) - iC27	nd	7,1		
58	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b) - iC05	nd	2,5		
59	Luiss Uniqueness - II modello educativo	% ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata - iC19		57,7%		
60	Luiss Uniqueness - II modello educativo	% dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico-disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L, LMCU, LM), di cui sono docenti di riferimento - iC08	nd	75,0%		
61	Luiss Uniqueness - II modello educativo	% di Laureati occupati a tre anni dal Titolo (LM, LMCU) - Laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa o di formazione retribuita (es. dottorato con borsa, specializzazione in medicina, ecc.) - iC07	nd	nd		
62	Global Regional Engagement Strategy	% di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso - iC10	nd	nd		
63	Global Regional Engagement Strategy	% di laureati (L, LM, LMCU) entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero - iC11	nd	nd		
64	Sustainability "at large"	% di laureandi che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio - iC18	nd	nd		
74	Luiss Uniqueness - II modello educativo	% Docenti stranieri (strutturati e contratto)				
79	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire - iC13T		nd		
80	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio - iC14T	nd	nd		
81	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno - iC16Tbis		nd		
82	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio - iC17T				
83	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso - iC22T		nd		
84	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di iscritti inattivi - iC30T				
85	Luiss Uniqueness - II modello educativo	Percentuale di iscritti inattivi o poco produttivi - iC30Tbis				
103	Luiss Uniqueness - II modello educativo	N. iscritti ai corsi di studio universitari		25		



	modello educativo					
105	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. iscritti al 1° anno LM		25		
106	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	Posti disponibili generali LM a.a. successivo	100	50		
108	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	% di immatricolati (L, LM, LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio - iCI7	nd	nd		
109	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	% di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio - iCI4	nd	nd		
111	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	Voto medio di ingresso degli studenti LM iscritti		87,7		
112	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	Indice sintetico di valutazione della didattica Corsi di lingua (Domanda "sei complessivamente soddisfatto")	nd	3,6		
113	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	Media delle risposte alla domanda "Sei complessivamente soddisfatto dell'esperienza svolta dal tirocinante?" (Questionario Tutor del tirocinante)	0	0		
114	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. studenti iscritti ai corsi "Exam Workout" ed "Intensive Exam Workout" di Academic Gym	0	0		
117	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. totale docenti				
119	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. totale docenti a contratto				
124	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. totale docenti strutturati (ordinari, associati, ricercatori a, ricercatori b, straordinari, lecturer, POP, AP)				
125	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	N. totale docenti strutturati (ordinari, associati, ricercatori a, ricercatori b, straordinari, lecturer, POP, AP) donne				
127	LuiSS Uniqueness - II modello educativo	Retribuzione a 1 anno dal titolo (euro)	nd	nd		
141	Global Engagement Strategy	% Insegnamenti in inglese		100,0%		
144	Global Engagement Strategy	% Studenti stranieri "di prossimità" (su stud. stranieri)		55,6%		
145	Global Engagement Strategy	N. docenti strutturati (ordinari, associati, ricercatori a, ricercatori b, straordinari, lecturer, POP, AP) stranieri				
147	Global Engagement Strategy	N. totale docenti stranieri		4		
148	Global Engagement Strategy	N. docenti a contratto stranieri (è un di cui dei docenti a contratto totali)		4		



153	Global Engagement Strategy	Regional Joint Programs	0	0
156	Global Engagement Strategy	Regional Structured Exchanges Program	0	0
166	Sustainability "at large"	Alumni reputation positive alla domanda di nuovo o consigliere di iscrizione alla Luiss")	(% risposte positive alla domanda "ti iscriveresti di nuovo o consiglieresti iscrizione alla Luiss")	nd