

**Verbale della riunione del Consiglio del Corso di Studi di “Marketing e Management Internazionale” del giorno 08 SETTEMBRE 2025**

Il Consiglio di Corso di Studio in Marketing e Management Internazionale è convocato per il giorno **08 SETTEMBRE**, alle ore **14:00**, in aula **449B** e in collegamento utilizzando la piattaforma Microsoft TEAMS, per discutere i seguenti ordini del giorno:

- 1. Comunicazioni;**
- 2. Approvazione quadri B6, B7, C1, C2, C3 SUA-CdS A.A. 2024/2025**
- 3. Monitoraggio azioni AQ programmate**
- 4. Varie ed eventuali.**

Alle ore 14:00, il Presidente inizia l'appello per verificare le presenze e alle 14:03, verificato anche il numero legale ed il corretto collegamento di tutti, apre la discussione nominando il Prof. Andrea Caporuscio quale segretario verbalizzante.

Il Consiglio odierno risulta, quindi, così costituito:

| <b>DOCENTI DI RIFERIMENTO</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| CANESTRINO Rossella           | PRESENTE   |
| CANNAVALE Chiara              | PRESENTE   |
| CASTELLANO Rosalia            | PRESENTE   |
| LATTANZI Sarah                | PRESENTE   |
| PASQUINELLI Cecilia           | PRESENTE   |
| POPOLI Paolo                  | PRESENTE   |
| RIVIECCIO Giorgia             | GIUSTIFICA |
| SORRENTINO Annarita           | PRESENTE   |
| TRUNFIO Mariapina             | PRESENTE   |
| TUTORE Ilaria                 | PRESENTE   |
|                               |            |
| <b>ALTRI DOCENTI</b>          |            |
| ANDREOTTI Giulio              | ASSENTE    |
| BATTAGLIA Francesca           | ASSENTE    |
| CAIAZZA Rosa                  | ASSENTE    |
| CAPORUSCIO Andrea             | PRESENTE   |
| CAPUANO Valeria               | ASSENTE    |

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| CARPENTIERI Loredana           | PRESENTE  |
| CERCIELLO Massimiliano         | PRESENTE  |
| COZZA Claudio                  | ASSENTE   |
| FERRARA Maria                  | ASSENTE   |
| FERRETTI Marco                 | PRESENTE  |
| GRIMALDI Claudio               | ASSENTE   |
| MARSELLI Riccardo              | PRESENTE* |
| NAPOLITANO Maria Rosaria       | PRESENTE  |
| PARMENTOLA Adele               | PRESENTE  |
| QUADRI Susanna                 | PRESENTE  |
| RISITANO Marcello              | PRESENTE  |
| SARNO Debora                   | PRESENTE  |
| SCANDURRA Giuseppe             | PRESENTE  |
| SIMONI Michele                 | PRESENTE  |
| STELLA Gianpaolo               | ASSENTE   |
| <b>DOCENTI A CONTRATTO</b>     |           |
| PIZZO Raffaele                 | PRESENTE  |
| TACCARELLI Noemi               | ASSENTE   |
| TRAPANI Francesco              | ASSENTE   |
| <b>RAPPRESENTANTI STUDENTI</b> |           |
| IANNIELLO Maria                | ASSENTE   |
| VERDE Gennaro                  | PRESENTE  |

\* si connette alle 14:14

Con riferimento al punto 1) all'ordine del giorno "**Comunicazioni**",

1) *Relazione di Follow-up per il NdV.*

Il Coordinatore prende la parola ricordando ai membri del CDS di aver ricevuto la richiesta da parte del NdV di una relazione di follow-up ad un anno dall'audizione del 27 maggio 2024 per il 30 giugno 2025. Il gruppo AQ ha provveduto alla stesura del documento. La struttura della relazione parte dalle aree di miglioramento evidenziate nella relazione di Autovalutazione fornita per l'audizione, tiene conto delle osservazioni pervenute dal Nucleo di Valutazione e si articola secondo i Punti di Attenzione (PdA) individuati nel corso del colloquio, fornendo risposte motivate, evidenze sulle azioni già realizzate e prospettive di sviluppo in corso di definizione o attuazione. Il Coordinatore informa i membri del consiglio che in data 7 luglio ha ricevuto via mail il verbale del NdV che accoglie favorevolmente le azioni svolte, apprezzando il dettaglio della relazione e i riferimenti alle diverse adunanze.

2) *Internazionalizzazione*

- a) Il Coordinatore comunica ai membri del CDS che in data 30 giugno sono state chiuse le iscrizioni sul portale Univeritsaly per gli studenti Extra-EU. In particolare, tra le circa 900

domande pervenute sul portale e quelle ricevute dagli Uffici competenti, sono state valutate positivamente circa 200 istanze di iscrizione,

- b) Il Coordinatore comunica che ha partecipato come membro della commissione per l'assegnazione di "Borse di studio a vantaggio degli studenti palestinesi" nell'ambito del progetto "IUPALS - Italian Universities for Palestinian Students", promosso dalla CRUI – Conferenza dei Rettori delle Università Italiane. In particolare, è risultato vincitore di una borsa di studi uno studente che ha espresso la volontà di iscriversi al corso di Marketing e Management Internazionale.
- c) Il Coordinatore informa i membri del CDS che in data 12 giugno ha partecipato con la Prof. Parmentola, coordinatore del CDS di Economia Aziendale, agli ABU Rai Days , una conferenza sui temi dell'alfabetizzazione mediatica, educazione scientifica, coproduzioni internazionali, innovazioni tecniche e normative, con una particolare attenzione alla creatività e alle emozioni dei più piccoli nei media contemporanei dal "I bambini e i media: garantire la rilevanza dei media pubblici nel XXI secolo". Al convegno sono stati invitati gli studenti internazionali del CDS ed ha rappresentato un'occasione di promozione dell'offerta formativa dell'Ateneo.
- d) Il coordinatore comunica che con decreto rettorale n. 651 è stato assegnato un contributo per lo studente del CDS in mobilità Double Degree presso l'IAE di Bordeaux nel primo semestre del 24/25. Per quanto concerne i vincitori del bando 25/26, si comunica che due studenti, vincitori del bando, sono partiti in mobilità Double Degree per Bordeaux.
- e) Il coordinatore comunica è pervenuta dal prof. Sapio, la segnalazione del bando TNE-DeSK. In particolare, nell'ambito del progetto TNE-DeSK, sarà possibile svolgere periodi di mobilità di min 2 mesi, max 3 mesi (da effettuare non oltre marzo 2026) per sostenere esami o per lavorare sulla tesi, presso la Istanbul Kultur University. Il coordinatore ha già provveduto a diffondere le informazioni nella Community whatsapp e invita i rappresentanti a sensibilizzare i colleghi;
- f) Il coordinatore informa i membri del consiglio che, su segnalazione della Prof.ssa Petrillo, sono iniziate le interlocuzioni per l'attivazione di un nuovo accordo di Double Degree con università EUROMED del Marocco.

### 3) *Immatricolazioni e Orientamento in ingresso*

- a) Il coordinatore informa che dal giorno 28 luglio sono aperte le immatricolazioni del corso e al giorno odierno il numero di studenti che hanno presentato domanda è sostanzialmente in linea con quello degli anni precedenti;
- b) Il coordinatore ricorda ai rappresentanti studenti di sensibilizzare la possibilità di iscrizione in qualità di studenti part-time per gli studenti lavoratori
- c) Per quanto concerne l'orientamento in ingresso, oltre all'attività coordinata dal Prorettore all'Orientamento, sono state inoltre in programma un evento di promozione del corso nel mese di Ottobre, il cui programma è in corso di definizione con la Prof. Annarita Sorrentino
- d) In vista dell'inizio dei corsi, il Coordinatore informa che svolgerà personalmente l'accoglienza alle matricole, mostrando loro le principali caratteristiche del corso, sbocchi occupazionali

### 4) *Organizzazione*

Il Coordinatore informa i presenti che, a seguito delle elezioni per il Presidente SIEGi per il triennio 2025–2028, tenutesi in data 15 luglio, il nuovo Presidente della Scuola è il Prof. Gabriele

**Dipartimento di  
Studi Aziendali  
e Quantitativi**

Sampagnaro.

Comunica, inoltre, che le elezioni del nuovo Coordinatore del CdS si terranno il 15 ottobre; l'elettorato attivo sarà costituito dai nuovi docenti di riferimento per l'a.a. 2025/2026.

A tal proposito, il Coordinatore ricorda ai membri del CdS che dal 1° ottobre entreranno in vigore le nuove composizioni dei diversi organi e gruppi del CdS:

a. Docenti di riferimento:

| N. | DOCENTE                | QUALIFICA | PESO | DIPARTIMENTO                   |
|----|------------------------|-----------|------|--------------------------------|
| 1  | CERCIELLO Massimiliano | PA        | 1    | Studi Economici e Giuridici    |
| 2  | CANNAVALE Chiara       | PO        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 3  | CASTELLANO Rosalia     | PO        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 4  | CAPORUSCIO Andrea      | RTD B     | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 5  | CARPENTIERI Loredana   | PO        | 1    | Studi Economici e Giuridici    |
| 6  | POPOLI Paolo           | PA        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 7  | FIORILLO Paolo         | RTDB      | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 8  | RIVIECCIO Giorgia      | PA        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 9  | SIMONI Michele         | PO        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 10 | SORRENTINO Annarita    | PA        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 11 | TRUNFIO Mariapina      | PA        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |
| 12 | TUTORE Ilaria          | PA        | 1    | Studi Aziendali e Quantitativi |

b. Gruppo AQ:

DOCENTI: Prof. Paolo Popoli, Prof.ssa Giorgia Riviaccio, Prof.ssa Annarita Sorrentino

STUDENTI: Alessia Di Mattia

c. Rappresentanti Studenti

- Alessia Di Mattia;
- Raffaele De Simone;

d. Tutor del CDS

- Prof. CERCIELLO Massimiliano
- Prof. CAPORUSCIO Andrea

- Prof.ssa SORRENTINO Annarita
- Prof.ssa CANESTRINO Rossella

Chiuso il punto1) all'ODG, si passa alla discussione del punto 2) **quadri B6, B7, C1, C2, C3 SUA-CdS A.A. 2024/2025**

Il Coordinatore porta in approvazione i quadri della scheda SUA Cds – compilati con il supporto del gruppo AQ- in scadenza il 15 giugno ed anticipati via mail ai membri del consiglio (Allegato 1).

Il Coordinatore mostra ai presenti il contenuto dei quadri, in particolare:

#### **Quadro B6 – Opinioni studenti**

- Questionari compilati: **3.185** (in aumento rispetto ai 3.061 del 2023/24).
- Frequenza lezioni: leggera diminuzione (69,61% vs 69,94%); cresce il peso del lavoro come motivo di non frequenza (48,7%).
- Valutazioni complessive: media **7,91/10** (frequentanti), in calo rispetto a 8,08; non frequentanti 7,19.
- Interesse per gli argomenti: in crescita (**7,97** vs 7,89).
- Insegnamento: media **7,72**, con punteggi buoni su materiali (7,85) e modalità d'esame (7,91).
- Docenza: media **8,22** (in lieve calo), con valori più bassi rispetto al 2023 su chiarezza, motivazione e reperibilità.
- Spazi e servizi: media **7,35**, in leggera crescita.

Nel complesso emerge una maggiore partecipazione alla compilazione dei questionari. Diminuisce il numero dei frequentanti, sebbene in aumento il numero dei rispondenti che non frequenta per motivi di lavoro, e diminuisce quella che risponde "altro". La valutazione generale del CDS è più che sufficiente. In decrescita rispetto al 2023 ma lo scarto è del ca 2%. In controtendenza invece la valutazione degli studenti sugli spazi e servizi che è in crescita.

#### **Quadro B7 – Opinioni laureati (07/09/2025)**

- Indagine Almalaurea 2024, campione: **152 laureati**, tasso risposta 96,1%.
- Profilo: 61% donne, età media 26,2 anni. Aumentano studenti stranieri e con entrambi i genitori laureati.
- Percorsi: più laureati triennali "in corso" (54,8%), voto medio triennale 97,8; voto medio magistrale **109,1** (in crescita). Il 75% si laurea in corso (durata media 2,6 anni).
- Esperienze: Erasmus in calo (13,7%), tirocini curriculari in crescita (18,5% ma sotto la media nazionale).
- Lavoro durante gli studi: 71% (solo il 22% coerente col percorso).
- Soddisfazione: 65,8% molto soddisfatti del CdS, 30,8% abbastanza; rapporto docenti 95,2%, studenti 92,5%.
- Servizi: giudizi positivi per biblioteche (92,1%) e spazi studio (>85%); più critici su postazioni informatiche (46,3%).
- Futuro: solo il 12,3% intende proseguire con master, 4,8% con dottorato; 74% non intende proseguire.
- Re-iscrizione: 86,3% sceglierebbe di nuovo il corso (sopra media nazionale e Ateneo).

Le opinioni dei laureati sono quelle risultanti dall'indagine Almalaurea riferita ai laureati in Marketing e Management Internazionale, anno di indagine 2024. I dati sono stati confrontati con le indagini svolte sui laureati del 2023 e con quelli dell'Ateneo e nazionali relativi alla medesima classe

**Dipartimento di  
Studi Aziendali  
e Quantitativi**

di laurea (LM-77). I dati del 2024 confermano una generale soddisfazione dei laureati nei confronti del corso di studio.

L'indagine ha riguardato 152 laureati LM-77, con un tasso di compilazione molto alto (96,1%), superiore al 2023. Il campione è composto per il 61,2% da donne, con età media di 26,2 anni, inferiore alle medie nazionale e di Ateneo. Si registra un aumento degli studenti stranieri e una lieve riduzione di quelli provenienti da altre province o regioni.

Dal punto di vista sociale, cresce la quota con entrambi i genitori laureati (8,2% contro 7,7% nel 2023), ma anche quella con genitori privi di titolo o con titoli professionali di base (24,7%). La classe media autonoma resta la componente prevalente (29,5%).

Sul percorso formativo, aumenta il numero di studenti che si laureano in corso alla triennale (54,8%), con voto medio più alto (97,8). Alla magistrale, il voto medio cresce a 109,1, superiore alla media nazionale, e il 75% si laurea in corso con durata media di 2,6 anni.

Il 71,2% ha svolto esperienze lavorative, ma solo il 22,1% coerenti con il percorso. Positivi i giudizi: il 65,8% è molto soddisfatto, il 95,2% valuta positivamente il rapporto con i docenti e il 92,5% con gli studenti.

Infine, il 86,3% si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso e cresce la dichiarazione di competenze linguistiche e digitali, specie in inglese scritto (64,4%).

Si segnala che i servizi di job placement sono stati utilizzati dal 76% dei laureati, con un livello di soddisfazione più basso rispetto agli altri servizi.

**Quadro C1 – Dati di ingresso, percorso e uscita (07/09/2025)**

- Iscritti 2024/25: **538** (+15% vs anno precedente).
- Primo anno in corso: 234; secondo anno in corso: 209.
- Fuori corso: 17,6% (in calo).
- Tasso abbandono: 5,7% (in forte calo vs 9,7%).
- Laureati: **152** (vs 115 del 2023), voto medio 108; 56% con 110 e lode.
- Provenienza: 34% da altro Ateneo, 10% da Ateneo straniero.
- Prevalenza L-18 (79%), in calo rispetto a 86%; L-33 in aumento (11%).

Le informazioni sui dati di ingresso, percorso e uscita del corso di studi di II livello in Marketing e Management Internazionale per l'anno accademico 2024/2025 sono stati forniti dagli Uffici preposti di Ateneo. Dall'esame dei dati emerge che il numero degli studenti iscritti è 538, quindi il 15% in più rispetto l'anno accademico precedente

Gli studenti iscritti al I anno fuori corso sono pari a 58 e risultano iscritti ai successivi anni fuori corso 37 studenti. La percentuale totale degli studenti fuori corso sugli iscritti è diminuita al 17,6% contro il 18,5% dell'anno precedente, sebbene in aumento. Tale indicatore continuerà ad essere monitorato con attenzione dal Gruppo AQ.

La stima del tasso di abbandono per l'a.a. in corso è pari al 5,7%, in calo rispetto al 9,7% dell'anno precedente e nettamente inferiore al livello registrato nell'a.a. 2020/21 (13,3% tra gli immatricolati al I anno).

**Quadro C2 – Efficacia esterna (05/09/2025)**

- Campione: **115 laureati**, 96 risposte (tasso 85%).
- Tasso occupazione: **79,2%** (+5 punti vs 2023; sopra media nazionale). Disoccupati 14,6%.

**Dipartimento di  
Studi Aziendali  
e Quantitativi**

- Tempo medio ingresso lavoro: 3,7 mesi.
- Contratti: 26,3% indeterminato; 21,1% determinato; 34,2% formativi. Part-time 11,8% (in aumento).
- Settori: 90,8% nei servizi (crescita), più nel commercio e finanza; meno in trasporti/comunicazione.
- Area geografica: 78,9% Sud Italia (in aumento), 5,3% Nord, 5,3% estero.
- Retribuzione media: **1.445 €** (in aumento). Gender pay gap: uomini 1.577 €, donne 1.346 € (divario in crescita).
- Adeguatezza titolo: 92% giudica laurea efficace; soddisfazione lavoro 7,7/10.

I dati sull'occupazione si riferiscono all'indagine Almalaurea relativa ai laureati in Marketing e Management Internazionale, anno di indagine 2024, a un anno dalla laurea. I dati sono stati confrontati con quelli rilevati nel 2023 e con le medie dell'Ateneo e nazionali per la stessa classe di laurea (LM-77). L'indagine ha coinvolto 115 laureati, con un tasso di risposta dell'85%, leggermente inferiore al 2023. Il campione è composto per il 58,3% da donne, con un'età media di laurea pari a 26,7 anni (in aumento). La durata media degli studi cresce a 2,6 anni e l'indice di ritardo peggiora a 0,29. Il voto medio di laurea scende a 107,8, pur restando sopra la media nazionale.

La formazione post-laurea coinvolge il 54,2% dei laureati, con prevalenza di stage in azienda (38,5%) e minore diffusione di master e dottorati.

Il dato più rilevante riguarda l'occupazione: a un anno dalla laurea il 79,2% lavora, in aumento rispetto al 74,3% del 2023 e oltre la media nazionale. Cala drasticamente la quota di inattivi (4,2% contro 11,9%), mentre il tasso di disoccupazione sale leggermente al 14,6%. Il tempo medio di ingresso nel lavoro cresce a 3,7 mesi.

Sul piano contrattuale, il tempo indeterminato è stabile (26,3%), il determinato cala (21,1%) e aumentano le forme formative (34,2%). Preoccupante il part-time involontario, al 10,5% contro il 4,9% del 2023.

La retribuzione media sale a 1.445 euro, ma il gender pay gap aumenta a 231 euro.

Laurea considerata efficace dal 92% dei laureati, con soddisfazione lavorativa stabile a 7,7/10.

**Quadro C3 – Opinioni enti e imprese (05/09/2025)**

- Tirocinanti 2024: 7, tutti completati.
- Nessuna compilazione del questionario da parte di enti/aziende ospitanti.

I quadri sono stati inviati al PQA entro la scadenza prevista. Non avendo ancora ricevuto feedback, si chiede al Consiglio la delega ad apportare eventuali modifiche non significative, qualora richieste dal PQA.

Non essendoci pareri contrari, il Consiglio approva all'unanimità la proposta di aggiornamento del Comitato di Indirizzo.

Chiuso il punto 2), il coordinatore passa alla discussione del punto **3) Monitoraggio azioni AQ programmate**

Il Coordinatore comunica al consiglio l'esito dell'attività di tutoraggio svolta dai tutor del corso, le

**Dipartimento di  
Studi Aziendali  
e Quantitativi**

prof.sse Canestrino, Pasquinelli e Sorrentino. Le colleghe hanno contattato gli studenti che nella fase di colloquio per l'iscrizione, necessario perché hanno conseguito un voto triennale inferiore a 94 per la verifica dell'adeguatezza della preparazione (art. 3 del Regolamento Didattico del CDS) è stato assegnato un tutor.

Dei 7 ragazzi contattati solo in 3 hanno risposto. Tali studenti si dichiarano al corso con gli esami ed uno di loro, lavoratore ha approfondito la possibilità di iscriversi part-time.

A tal proposito, il coordinatore comunica che è iniziata l'attività dei dottorandi vincitori dell'assegno per attività di tutorato (D.R. 229 del 07.03.2025: selezione Fondo Sostegno Giovani per attività di Tutorato svolte da dottorandi A.A. 2024/2025). In particolare, le Dott.sse Annaluce Mandiello e Letizia Saviano alle quali è stato fornito un primo set di dati forniti dall'ufficio preposto di Ateneo, in attesa di avere in nominativi dei fuoricorso.

Le dottorande hanno inoltre predisposto un questionario da somministrare agli studenti del primo e del secondo anno per identificare eventuali criticità connesse alla regolarità delle carriere.


Non essendoci pareri contrari, il Consiglio approva le attività svolte.

Chiuso il punto 3) e non essendoci **Varie ed eventuali**, il coordinatore

il Coordinatore alle ore 14:31 dichiara sciolta la riunione.

Letto approvato e sottoscritto.

Il Segretario  
(Prof.ssa Andrea Caporuscio)



Il Presidente  
(Prof.ssa Ilaria Tutore)





▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: regolamento MEMI

Link: <https://orienta.uniparthenope.it/laurea-magistrale/marketing-e-management-internazionale/>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://siegi.uniparthenope.it/>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://siegi.uniparthenope.it/>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://siegi.uniparthenope.it/>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

| N.  | Settori   | Anno di corso   | Insegnamento   | Cognome Nome           | Ruolo | Crediti | Ore | Docente di riferimento per corso |
|-----|-----------|-----------------|--|------------------------|-------|---------|-----|----------------------------------|
| 1.  | L-LIN/12  | Anno di corso 1 | ABILITÀ LINGUISTICHE IN LINGUA INGLESE <a href="#">link</a>  | AMIDEO EMILIO          | RD    | 6       | 48  |                                  |
| 2.  | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | CROSS CULTURAL MANAGEMENT (MOD.I) ( <i>modulo di CROSS-CULTURAL MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>            | CLAUDIO LORENZA        | RD    | 6       | 48  |                                  |
| 3.  | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | CROSS CULTURAL MANAGEMENT (MOD.II) ( <i>modulo di CROSS-CULTURAL MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>           | CANNAVALE CHIARA       | PO    | 3       | 24  | ✓                                |
| 4.  | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | CROSS-CULTURAL MANAGEMENT <a href="#">link</a>   |                        |       | 9       |     |                                  |
| 5.  | SECS-P/01 | Anno di corso 1 | ECONOMIA MONETARIA INTERNAZIONALE <a href="#">link</a>   | MARSELLI RICCARDO      | PO    | 9       | 72  |                                  |
| 6.  | SECS-P/02 | Anno di corso 1 | ECONOMIC POLICY AND INNOVATION <a href="#">link</a>  | CERCIELLO MASSIMILIANO | PA    | 6       | 48  | ✓                                |
| 7.  | SECS-P/11 | Anno di corso 1 | GESTIONE FINANZIARIA DELLE IMPRESE INTERNAZIONALI <a href="#">link</a>   | BATTAGLIA FRANCESCA    | PA    | 6       | 48  |                                  |
| 8.  | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | INNOVATION AND BUSINESS DESIGN <a href="#">link</a>  |                        |       | 9       |     |                                  |
| 9.  | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | INNOVATION AND BUSINESS DESIGN (I MOD) ( <i>modulo di INNOVATION AND BUSINESS DESIGN</i> ) <a href="#">link</a>  | SIMONI MICHELE         | PO    | 6       | 48  | ✓                                |
| 10. | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | INNOVATION AND BUSINESS DESIGN (II MOD) ( <i>modulo di INNOVATION AND BUSINESS DESIGN</i> ) <a href="#">link</a> | CAPORUSCIO ANDREA      | RD    | 3       | 24  | ✓                                |
| 11. | SECS-P/08 | Anno di corso 1 | INNOVATION AND BUSINESS DESIGN (MOD. I) ( <i>modulo di INNOVATION AND BUSINESS DESIGN</i> ) <a href="#">link</a> | CAPORUSCIO ANDREA      | RD    | 6       | 48  | ✓                                |
| 12. | SECS-     | Anno di         | INNOVATION AND BUSINESS DESIGN (MOD. II) ( <i>modulo di INNOVATION AND</i>                                       | SIMONI                 | PO    | 3       | 24  | ✓                                |

|     |                        |                 |   |                   |         |   |    |    |  |
|-----|------------------------|-----------------|---|-------------------|---------|---|----|----|--|
|     | P/08                   | corso 1         | BUSINESS DESIGN) <a href="#">link</a>   |                   | MICHELE |   |    |    |  |
| 13. | SECS-P/08              | Anno di corso 1 | INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 9  |    |  |
| 14. | SECS-P/08              | Anno di corso 1 | INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION MOD.I (modulo di INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION) <a href="#">link</a>          | CANNAVALE CHIARA  | PO      | 6 | 48 |    |  |
| 15. | SECS-P/08              | Anno di corso 1 | INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION MOD.II (modulo di INTERCULTURAL MARKETING & COMMUNICATION) <a href="#">link</a>         | CANNAVALE CHIARA  | PO      | 3 | 24 |    |  |
| 16. | SECS-P/01              | Anno di corso 1 | INTERNATIONAL MONETARY ECONOMICS <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 9  | 72 |  |
| 17. | SECS-P/08              | Anno di corso 1 | MARKETING STRATEGICO <a href="#">link</a>   | RISITANO MARCELLO | PA      | 9 | 72 |    |  |
| 18. | SECS-P/02              | Anno di corso 1 | POLITICA ECONOMICA E GLOBALIZZAZIONE <a href="#">link</a>   | COZZA CLAUDIO     | PA      | 6 | 48 |    |  |
| 19. | SECS-P/11              | Anno di corso 1 | RISK MANAGEMENT <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 20. | SECS-P/08              | Anno di corso 1 | STRATEGIC MANAGEMENT <a href="#">link</a>   | TUTORE ILARIA     | PA      | 9 | 72 |    |  |
| 21. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | ANALISI DEI DATI E AI PER IL MARKETING <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 9  | 72 |  |
| 22. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 9  |    |  |
| 23. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS (MOD.I) (modulo di BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS) <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 24. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS (MOD.II) (modulo di BIG DATA STATISTICS AND BUSINESS ANALYTICS) <a href="#">link</a> |                   |         |   | 3  | 24 |  |
| 25. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 9  |    |  |
| 26. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS (MOD.I) (modulo di BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS) <a href="#">link</a>                      |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 27. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS (MOD.II) (modulo di BIG DATA STATISTICS FOR BUSINESS) <a href="#">link</a>                     |                   |         |   | 3  | 24 |  |
| 28. | SECS-P/08<br>SECS-P/08 | Anno di corso 2 | BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 9  |    |  |
| 29. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT MOD. I (modulo di BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT) <a href="#">link</a>                       |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 30. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT MOD. II (modulo di BRAND & COMMUNICATION MANAGEMENT) <a href="#">link</a>                      |                   |         |   | 3  | 24 |  |
| 31. | IUS/01                 | Anno di corso 2 | BUSINESS LAW AND DATA PROTECTION <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 6  | 60 |  |
| 32. | IUS/01                 | Anno di corso 2 | BUSINESS LAW AND DATA PROTECTION <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 33. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | DIGITAL MARKETING <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 9  | 72 |  |
| 34. | IUS/14                 | Anno di corso 2 | DIRITTO DELL'UE DELLA CONCORRENZA <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 35. | IUS/13                 | Anno di corso 2 | DIRITTO INTERNAZIONALE DELL'ECONOMIA <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 36. | IUS/04                 | Anno di corso 2 | DIRITTO PER IL MARKETING <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 37. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 9  |    |  |
| 38. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY (MOD. I) (modulo di ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY) <a href="#">link</a>                       |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 39. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY (MOD. II) (modulo di ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY) <a href="#">link</a>                      |                   |         |   | 3  | 24 |  |
| 40. | IUS/14                 | Anno di corso 2 | EU LAW AND DIGITAL DATA <a href="#">link</a>  |                   |         |   | 6  | 48 |  |
| 41. | IUS/12                 | Anno di corso 2 | FISCALITA' DI IMPRESA MULTINAZIONALE <a href="#">link</a>   |                   |         |   | 6  | 48 |  |

|     |                        |                 |  |    |    |
|-----|------------------------|-----------------|--|----|----|
| 42. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | IMMERSIVE EXPERIENCE & SERVICE MARKETING <a href="#">link</a>  | 9  | 72 |
| 43. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | INTERNATIONAL INNOVATION NETWORK MOD I ( <i>modulo di INTERNATIONAL INNOVATION NETWORKS</i> ) <a href="#">link</a>                                     | 6  | 48 |
| 44. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | INTERNATIONAL INNOVATION NETWORK MOD II ( <i>modulo di INTERNATIONAL INNOVATION NETWORKS</i> ) <a href="#">link</a>                                    | 3  | 24 |
| 45. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | INTERNATIONAL INNOVATION NETWORKS <a href="#">link</a>   | 9  |    |
| 46. | SECS-P/08<br>SECS-P/08 | Anno di corso 2 | INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT <a href="#">link</a>  | 9  |    |
| 47. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT MOD.I ( <i>modulo di INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>                  | 6  | 48 |
| 48. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT MOD.II ( <i>modulo di INTERNATIONALIZATION AND EXPORT MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>                 | 3  | 24 |
| 49. | IUS/04                 | Anno di corso 2 | IP LAW <a href="#">link</a>  | 6  | 48 |
| 50. | SECS-S/06              | Anno di corso 2 | METODI MATEMATICI PER LE DECISIONI STRATEGICHE <a href="#">link</a>  | 9  | 72 |
| 51. | SECS-S/03              | Anno di corso 2 | MODELLI PER L'ANALISI STATISTICA <a href="#">link</a>  | 9  | 72 |
| 52. | IUS/04                 | Anno di corso 2 | PATENT LAW <a href="#">link</a>  | 6  | 48 |
| 53. | SECS-P/08<br>SECS-P/08 | Anno di corso 2 | PLANNING & DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING <a href="#">link</a>  | 9  |    |
| 54. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | PLANNING & DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING MOD.I ( <i>modulo di PLANNING &amp; DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING</i> ) <a href="#">link</a>  | 6  | 48 |
| 55. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | PLANNING & DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING MOD.II ( <i>modulo di PLANNING &amp; DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS VENTURING</i> ) <a href="#">link</a> | 3  | 24 |
| 56. | SECS-P/08<br>SECS-P/08 | Anno di corso 2 | PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION <a href="#">link</a>   | 9  |    |
| 57. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION MOD.I ( <i>modulo di PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION</i> ) <a href="#">link</a>                                    | 6  | 48 |
| 58. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION MOD.II ( <i>modulo di PROJECT MANAGEMENT FOR INNOVATION</i> ) <a href="#">link</a>                                   | 3  | 24 |
| 59. | PROFIN_S               | Anno di corso 2 | PROVA FINALE <a href="#">link</a>  | 15 |    |
| 60. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | RETAIL MANAGEMENT MOD.I ( <i>modulo di RETAIL MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>  | 6  | 48 |
| 61. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | RETAIL MANAGEMENT MOD.II ( <i>modulo di RETAIL MANAGEMENT</i> ) <a href="#">link</a>   | 3  | 24 |
| 62. | SECS-P/08<br>SECS-P/08 | Anno di corso 2 | RETAIL MANAGEMENT <a href="#">link</a>   | 9  |    |
| 63. | NN                     | Anno di corso 2 | STAGE <a href="#">link</a>   | 3  |    |
| 64. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | START-UP & BUSINESS CREATION <a href="#">link</a>  | 9  |    |
| 65. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | START-UP & BUSINESS CREATION MOD.I ( <i>modulo di START-UP &amp; BUSINESS CREATION</i> ) <a href="#">link</a>  | 6  | 48 |
| 66. | SECS-P/08              | Anno di corso 2 | START-UP & BUSINESS CREATION MOD.II ( <i>modulo di START-UP &amp; BUSINESS CREATION</i> ) <a href="#">link</a>   | 3  | 24 |

Link inserito: <https://siegi.uniparthenope.it/sedi-di-ateneo/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule per la didattica

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Sito SIEGI

Link inserito: <https://siegi.uniparthenope.it/servizi-agli-studenti/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule informatiche

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sito SIEGI

Link inserito: <https://siegi.uniparthenope.it/servizi-agli-studenti/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: servizi bibliotecari di ATENEO

Link inserito: <https://www.uniparthenope.it/Portale-Ateneo/Biblioteca-centrale>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: carta dei servizi ATENEO

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

26/05/2025

L'Ufficio Servizio Orientamento e Tutorato (SOT) è la struttura dell'Ateneo che con l'attivo coinvolgimento e la costante partecipazione dei CdS, dei Dipartimenti e della Scuola interdipartimentale di afferenza, sviluppa e organizza le attività di guida all'accesso agli studi universitari, di orientamento e tutorato in ingresso e in itinere, di consulenza ed informazione rivolte agli studenti delle scuole superiori ed agli immatricolati.

Le principali attività di orientamento in ingresso, organizzate per favorire scelte più consapevoli da parte dei potenziali futuri studenti, consistono in:

- 1) realizzazione e distribuzione di materiale informativo agli studenti ed alle Scuole della Regione Campania;
- 2) attività di "front office" e colloqui individuali svolti anche con l'ausilio di studenti in collaborazione part-time;
- 3) attività di consulenza e di indirizzo per le potenziali matricole, riguardanti informazioni sui piani di studio;
- 4) attività di divulgazione a mezzo stampa (quindicinali di informazione universitaria, quotidiani regionali e nazionali, guide informative dedicate all'orientamento universitario a carattere nazionale e locale, ecc.);
- 5) partecipazione alle principali manifestazioni nazionali sull'orientamento, a saloni e fiere per gli studenti, con propri stand e con l'ausilio di docenti per la presentazione dell'Ateneo e dell'offerta formativa;
- 6) incontri di presentazione agli allievi delle scuole superiori, presso le sedi degli Istituti scolastici e dell'Università (Open day), dell'Ateneo e delle sue funzioni con panoramica sull'offerta didattica, sulle modalità di ammissione, sugli sbocchi occupazionali, sui servizi agli studenti e sugli incentivi agli studi, ecc.;
- 7) pubblicazione sul sito nella sezione dedicata alle attività di orientamento di tutte le informazioni, iniziative e attività sul tema.

Le attività di cui ai punti 2), 5) e 6) nel periodo di riferimento si sono svolte sia in presenza che on line.

Sulla scia degli anni precedenti di emergenza pandemica, molte delle attività in programma hanno avuto luogo anche online venendo incontro alle esigenze degli Istituti Scolastici avviando subito un programma di attività "a distanza" rivolto alle platee interessate all'orientamento in ingresso, mettendo a disposizione una tecnologia efficiente e inventando nuovi stili di comunicazione e moderni meccanismi di interazione a distanza <https://orienta.uniparthenope.it/orientamento-scuole-superiori/>.

Tale adeguamento a distanza si è mosso principalmente verso le seguenti direzioni:

- Portale di orientamento
- Sportello di orientamento "on line"
- Organizzazione di Virtual Open day

Per facilitare da remoto le potenziali matricole e gli studenti iscritti, è stato prontamente implementato e continuamente aggiornato la sezione relativa alle attività di orientamento del Portale Parthenope Orienta <https://orienta.uniparthenope.it/>.

L'attività di "front office" e i colloqui individuali sono stati affiancati da uno sportello di orientamento "on line" sulla piattaforma Skype, gestito dal personale del SOT e dagli studenti senior in collaborazione part time.

Per proseguire negli incontri di presentazione dell'Ateneo e dell'offerta formativa, sono stati promossi Open day virtuali (Virtual Open Day), attraverso la Piattaforma Teams nei mesi di Gennaio, Febbraio, Marzo, Aprile, maggio, novembre, Dicembre 2024 e nei mesi di gennaio, febbraio, marzo, aprile 2025 finalizzati a garantire la possibilità ai futuri studenti di confrontarsi attraverso interventi live con i docenti universitari per informazioni sui corsi di studio e per conoscere in anteprima alcuni aspetti del mondo universitario (<https://orienta.uniparthenope.it/orientamento-scuole-superiori/>).

Di seguito sono elencati gli incontri a distanza su piattaforma mTeams per il periodo gennaio 2024 a maggio 2025.

Virtual open day corsi di Studio II livello

- 16 Settembre 2024 per la presentazione di tutti i corsi di studio di secondo livello afferenti alla SIEGI e alla SIS
- 27 maggio 2025 per la presentazione di tutti i corsi di studio di secondo livello afferenti alla SIEGI e alla SIS

Manifestazioni e Saloni di orientamento

L' Ateneo ha partecipato ai principali saloni e manifestazioni di orientamento nazionali e cittadini:

1) Salone ORIENTASUD – Il Salone delle Opportunità dal 6 all'8 Novembre 2024 che ha raccolto la partecipazione di migliaia di studenti provenienti dalle Scuole della Campania e del basso Lazio. In particolare sono stati presentati i corsi di studio e forniti allo scopo: manifesti e locandine di presentazione dell'Ateneo, video di presentazione dell'Ateneo e dell'offerta formativa, gallerie di immagini dell'Ateneo e dell'offerta formativa (evidenza dell'attività al link <https://www.orientasud.it/cms/orientasud> ,

2) UNIVEXPO, il Salone dello studente organizzato dal giornale Ateneapoli dal 13, 14 e 15 novembre 2024 <https://www.univexpo.it/> presso il Complesso di Monte Sant'Angelo. Il salone ha previsto numerosi incontri di orientamento (repliche comprese), per offrire la massima visibilità ai Corsi di Laurea del territorio e per dare la possibilità a migliaia di studenti interessati ad un futuro percorso formativo universitario di relazionarsi con i docenti universitari.

Il SOT inoltre collabora con l'Ufficio Stampa e Comunicazione dell'Ateneo all'organizzazione di testimonial day, conferenze tematiche e incontri interattivi "on line" tra studenti (di scuola e dell'università) e docenti, esperti, volti noti del mondo accademico e della società.

Si è potenziato l'utilizzo quotidiano dei social media (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter), proseguendo un percorso già intrapreso, per la diffusione delle informazioni riguardanti l'offerta formativa, avvisi, eventi e per la creazione di gruppi tematici.

Inoltre, periodicamente si è provveduto a divulgare l'offerta formativa dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope, le modalità di accesso ai corsi, le attività di orientamento organizzate, ecc. sulle principali testate giornalistiche, guide informative dedicate all'orientamento universitario a carattere nazionale e locale, guide alla scelta dell'Università, ecc..

L'attività del SOT è affiancata dalle azioni svolte a livello di Dipartimento e di CDS, attraverso l'ausilio del referente Orientamento e Placement del CdS, la prof.ssa Sorrentino. In particolare, oltre alla partecipazione ai Virtual Open Day di Ateneo, sono state organizzate alcune attività per la promozione dell'offerta formativa:

- Sito web e social network del Dipartimento: ad inizio agosto è stata avviata una campagna per promuovere i corsi incardinati al dipartimento e una campagna del CdS in Marketing e Management Internazionale in cui alcuni Alumni del corso hanno testimoniato l'importanza del percorso formativo nel raggiungimento dell'attuale posizione lavorativa;

- Eventi DISAQ: presenza di materiale informativo sull'offerta formativa del Dipartimento e personale dedicato durante gli eventi del Dipartimento, come durante DISAQ DAY del 19 aprile 2024

- Eventi del corso: organizzazione di seminari e convegni che consentano la promozione delle professioni associate al percorso formativo del CdS. Ne sono un esempio l'evento "Professionisti del Futuro. Esperienze e opportunità sulle nuove professioni nel Marketing e Management Internazionale" dell'11 settembre 2024.

L'evento ha ospitato manager di imprese operanti nei settori che caratterizzano i diversi percorsi del corso che hanno illustrato le nuove professioni del futuro e le competenze necessarie per ricoprirle; sono state presentate le opportunità di formazione Post-Lauream offerte dal DISAQ (master MEIM e Dottorato in "Imprenditorialità ed Innovazione") e sono state ospitate le testimonianze degli Alumni del corso. Inoltre, l'11 marzo 2024 è stata ospitata la Finale Challenge Inter-Ateneo PMI Southern Italy Chapter in cui anche gli studenti del corso hanno avuto modo di competere.

- Inoltre, diversi incontri di valorizzazione del CDS sono stati realizzati anche in presenza per consentire una maggiore efficacia della comunicazione dell'offerta formativa.

Descrizione link: Ufficio Orientamento e Tutorato

Link inserito: <http://orienta.uniparthenope.it>

## ▶ QUADRO B5

### Orientamento e tutorato in itinere

26/05/2025

Le attività di Orientamento e tutorato in itinere sono organizzate di concerto con l'Ufficio Servizio di Orientamento e Tutorato (SOT). L'Ufficio orienta gli studenti ad ottimizzare il proprio percorso formativo, rendendoli partecipi delle scelte, rimuovendo gli ostacoli ad una proficua fruizione dei corsi e promuovendo iniziative che pongono in primo piano le loro necessità ed esigenze nell'ambito della loro vita universitaria.

Il servizio di orientamento in itinere informa, sostiene e assiste gli studenti modulando gli interventi in coerenza con il variare dei bisogni espressi dall'utenza.

In particolare, i servizi posti in essere riguardano:

- 1) realizzazione e distribuzione di materiale informativo;
- 2) attività di 'front office' e colloqui individuali svolti anche con l'ausilio di studenti in collaborazione part-time;
- 3) attività di informazione agli studenti iscritti relativa ai piani di studio;
- 4) attività di divulgazione a mezzo stampa (quindicinali di informazione universitaria, quotidiani regionali e nazionali, guide informative dedicate all'orientamento universitario a carattere nazionale e locale, ecc);
- 5) promozione e sostegno delle attività organizzate dall'ente preposto alla difesa e valorizzazione del diritto allo studio;
- 6) consulenza sulle procedure amministrative per l'accesso ai servizi e agli incentivi offerti dall'Ateneo.

Anche agli studenti già immatricolati sono state rivolte alcune delle attività descritte nella Sezione Orientamento in ingresso, svolte sia in presenza, sia a distanza, quali i Virtual Open Day del 16 Settembre 2024 e del 27 maggio 2025 (in programma), lo sportello di orientamento "on line" sulla piattaforma Skype, la casella di posta elettronica [orientamento.tutorato@uniparthenope.it](mailto:orientamento.tutorato@uniparthenope.it), i testimonial day, le conferenze tematiche e gli incontri interattivi "on line", l'utilizzo dei social media per dare informazioni e contatti; tutte con l'obiettivo di consentire agli studenti di operare scelte consapevoli per la valutazione del percorso magistrale e per sostenerli in questa fase del percorso di studi.

Come descritto nel documento di Programmazione delle Attività di Orientamento le azioni a sostegno degli studenti in itinere prevedono un potenziamento, tra le altre, delle attività di tutoraggio, di monitoraggio della carriera, di attività esercitative, di specifica dei saperi minimi per il conseguimento dell'esame, di svolgimento di prove in itinere, di attività di servizio agli studenti.

L'attività di orientamento in itinere del SOT è affiancata dalle azioni svolte a livello di CDS, periodicamente programmate dal coordinatore nelle aule del primo anno, in collaborazione con il referente dell'Orientamento e Placement del CdS, per consentire una scelta consapevole del percorso. Inoltre, è prevista la possibilità di avvalersi del supporto di studenti tutor – come i vincitori del bando DR 496 del 12/06/2023 destinato ai dottorandi di Ricerca dei Dipartimenti - per il reperimento di informazioni e per il superamento di eventuali barriere all'apprendimento.

Descrizione link: Ufficio Servizi orientamento e Tutorato

Link inserito: <http://orienta.uniparthenope.it>

## ▶ QUADRO B5

### Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno ( tirocini e stage)

30/05/2025

L'assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno ( tirocini e stage) rientra nei più ampi compiti istituzionali dell'Ufficio Placement di Ateneo, la cui mission è costruire un ponte tra Università e mondo del lavoro ed offrire a studenti e laureati migliori possibilità di inserimento professionale.

A tal fine l'Ufficio Placement eroga una molteplicità di servizi rivolti sia agli studenti e laureati sia alle aziende ed enti pubblici o privati che compongono la sua rete relazionale, svolgendo attività di natura amministrativa, organizzativa e promozionale. Rinviano alla successiva, dedicata sezione del Quadro B per tutto quanto attiene alla sfera di "accompagnamento al lavoro", si segnalano qui di seguito gli ambiti di attività ed i servizi specificatamente relativi alla funzione di "assistenza per lo svolgimento di tirocini e stage".

• L'Ufficio Placement eroga agli studenti e laureati una serie di servizi di informazione e di orientamento per ottimizzare i risultati legati all'esperienza di formazione extrauniversitaria. Mette a disposizione un sito web costantemente aggiornato – <https://orienta.uniparthenope.it/placement/> – in cui sono pubblicate offerte di tirocini curriculari, extracurriculari, nonché

quelli in collaborazione con la Fondazione Crui, insieme all'elenco delle aziende ed enti convenzionati con l'Ateneo.

Dal 2021 è attiva la sezione dedicata nel Navigatore PARTHENOPE ORIENTA, raggiungibile dalla homepage, che connette gli studenti alle opportunità di lavoro e tirocinio in Italia e all'estero, corsi di formazione, attività di recruiting e seminari. Le aziende possono registrarsi su AlmaLaurea e JobTeaser per consultare i CV degli studenti e pubblicare offerte.

- L'Ufficio Placement svolge funzione di consulenza e orientamento nella scelta dei percorsi formativi all'esterno più adeguati alle esigenze e obiettivi professionali degli studenti, supportandoli anche nella predisposizione del progetto formativo.

- Cura tutti gli aspetti amministrativi e organizzativi dei tirocini, dalla stipula della convenzione fino alla valutazione ex post dell'esperienza.

Il nuovo applicativo di Placement per la digitalizzazione delle procedure, iniziato nel 2021, consente la gestione digitalizzata delle convenzioni, firme, documentazione, elaborazioni statistiche e prenotazioni eventi.

- L'Ufficio è promotore di opportunità di formazione esterna, cercando costantemente occasioni di tirocinio e organizzando eventi di incontro tra studenti e aziende (Recruiting e Career Day, seminari tematici, workshop).

Nel 2024, si registra:

- L'attivazione di 225 nuove Convenzioni;

- La partecipazione alla Borsa del Placement 2024, durante la quale l'Ufficio ha incontrato 32 nuove aziende, con cui sono stati avviati contatti per tirocini e Recruiting Day;

L'intensificazione dell'utilizzo delle piattaforme AlmaLaurea e JobTeaser:

- 20 nuove aziende registrate (totale 841),

- 68 nuovi annunci di lavoro (totale 1884),

- 13.323 CV visualizzati dalle aziende,

- 31.144 studenti/laureati registrati;

La collaborazione con Sviluppo Lavoro Italia (ex ANPAL), attraverso una Manifestazione di interesse per accedere a servizi strategici: rafforzamento del placement, business intelligence per l'analisi occupazionale, percorsi formativi STEM, duali e inclusivi;

L'organizzazione di nuovi Recruiting e Coaching Day e seminari, tra cui:

- 25 gennaio: Recruiting Day con 20 aziende (Ingegneria, Scienze e Tecnologie – 70 studenti);

- 22 febbraio: Seminario Deloitte (Economia – 80 studenti);

- 11 marzo: Atlante del Lavoro (Sviluppo Lavoro Italia);

- 13-16 maggio: Ciclo "Orientamento al lavoro" con Fondazione Emblema in 4 sedi;

- 20 maggio: Recruiting Day con Deloitte (Economia e Giurisprudenza).

Alla sezione del sito [orienta.uniparthenope.it](https://orienta.uniparthenope.it) sono consultabili gli avvisi relativi a tirocini curriculari e extra-curriculari di cui è stata data evidenza agli studenti e neo-laureati dell'Ateneo (<https://orienta.uniparthenope.it/placement/>).

Per il CdS in esame è stata nominata la Prof. quale Referente di Corso di Studio la Dott.ssa Annarita Sorrentino e nel 2024 5 studenti immatricolati al corso hanno completato il tirocinio.

Descrizione link: Ufficio Placement

Link inserito: <https://orienta.uniparthenope.it/placement/>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

**i**

*In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".*

*Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.*

Gli studenti nell'ambito del Programma Erasmus+ Azione mobilità Individuale possono svolgere una parte del proprio percorso di studi presso Università di altri paesi Europei, convenzionate con l'Università Parthenope mediante la stipula degli Inter-Institutional Agreement. Il periodo va in media dai 4 ai 5 mesi, durante i quali lo studente:

- svolge esami concordati preventivamente, con il docente proponente lo scambio ed approvati dal Consiglio del Corso di Studio;

- effettua ricerche utili per la redazione della tesi di laurea.

L'USICL conduce una costante attività finalizzata ad incentivare e agevolare una maggiore partecipazione degli studenti al programma di mobilità internazionale. Inoltre, le/i referenti all'internazionalizzazione del Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi. (Prof. Paolo Mazzocchi), insieme con i docenti del CdS si attivano costantemente per ampliare il portafoglio delle università straniere e creare maggiori e proficui rapporti internazionali, fornendo informazioni e consulenza nella scelta delle sedi straniere e nell'individuazione degli esami da poter svolgere all'estero, offrendo un supporto costante agli studenti per partecipare al programma di mobilità internazionale.

La Coordinatrice/Il Coordinatore del CdS coadiuvata/o dai docenti del percorso formativo fornisce allo studente tutte le informazioni volte all'esecuzione delle mobilità all'estero.

Per incentivare la partecipazione al Programma Erasmus+ sono state introdotte dall'Ateneo anche ulteriori forme di sostegno finanziario oltre a quelle previste dalla Commissione Europea.

Il sostegno finanziario alla mobilità oltre che con la il contributo Erasmus+ (Borsa Erasmus+ per tutti gli studenti posizionati utilmente della graduatoria di merito, modulata in base al costo della vita dei Paesi di destinazione) potrebbe gravare o essere integrato, sulla base della possibile disponibilità di fondi, con le seguenti tipologie di borse:

a) Borsa di Ateneo, per gli studenti non assegnatari di una borsa di mobilità Erasmus +

c) Contributo integrativo MIUR (Fondo Sostegno Giovani);

- d) Contributo integrativo di Ateneo, basato su criteri di premialità;
- e) Borse Adisurc, attribuite con una procedura di selezione da parte dell'ente regionale;
- f) Borse Regione Campania.

Tutta la procedura di partecipazione (domanda, attribuzione e accettazione delle destinazioni, compilazione del Learning Agreement, ecc.) si svolge utilizzando il sistema Esse3. Le possibilità di mobilità internazionale offerte dal programma Erasmus+ per gli accordi attivi riguardano anche i docenti e il personale tecnico-amministrativo.

Tutte le informazioni relative al progetto Erasmus+, inclusa la lista degli Atenei in convenzione con indicazione della nazione, dell'Istituto e dell'ambito disciplinare dell'accordo, sono disponibili al seguente link di Ateneo: <https://internazionalelingue.uniparthenope.it/elenco-accordi-per-studio/>

Alle opportunità connesse alla partecipazione al programma Erasmus+, si aggiunge la possibilità per gli studenti del CDS di completare la propria preparazione con un percorso di Double Degree (DD) con Vilnius e dal 2022 con IAE Bordeaux. L'accordo con l'Università di Vilnius prevede la possibilità per gli studenti incoming di trascorrere il II semestre del secondo anno a Napoli, sostenendo gli esami necessari a rispettare la declaratoria dell'ordinamento del corso di studio. Gli studenti italiani, opportunamente selezionati, trascorreranno il III semestre di studi in Lituania e concorreranno all'ottenimento del doppio titolo (Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale e Master Degree in Marketing e Integrated Communication se iscritti al percorso Marketing; Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale e Master Degree in International Business Economics and Management se iscritti al percorso Management Internazionale). L'accordo con l'Université De Bordeaux – IAE Bordeaux prevede che gli studenti francesi possano ottenere il titolo di Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale dopo aver trascorso il II semestre del I e del II anno presso l'Università di Napoli Parthenope, sostenendo gli esami necessari a rispettare la declaratoria dell'ordinamento del corso di studio. Gli studenti italiani, invece, opportunamente selezionati, dopo aver trascorso il III semestre di studi presso l'IAE Bordeaux, al termine del percorso concorreranno al conseguimento del doppio titolo, Laurea Magistrale in Marketing e Management Internazionale e Master mention Management et Commerce International. Il Double Degree non solo costituisce un'opportunità importante per gli studenti meritevoli che, una volta selezionati, concorreranno all'ottenimento del doppio titolo, ma anche per gli studenti che restando in Italia accoglieranno i colleghi lituani e francesi avendo comunque la possibilità di frequentare con questi ultimi i corsi in lingua inglese.

L'ampio respiro internazionale del corso è dimostrato dal crescente numero di studenti immatricolati che hanno conseguito il titolo all'estero. Tale opportunità è facilitata dai curricula erogati in lingua inglese (Innovation Management e Entrepreneurship). Gli studenti del CDS in Marketing e Management Internazionale hanno inoltre la possibilità di cogliere le opportunità formative offerte dalle attività di scambio organizzate nell'ambito della Cattedra UNESCO "Innovation and Entrepreneurship Ecosystems in the Mediterranean and MENA Countries" presentata dal team DISAQ e Università degli Studi di Napoli "Parthenope" e diretta dal professore di Management Marco Ferreti. La Cattedra UNESCO consentirà a docenti e studiosi provenienti dai paesi del Mediterraneo e dell'area MENA di accedere a percorsi formativi e collaborativi innovativi nell'Università Parthenope, mirati allo sviluppo di sistemi locali di innovazione (LSI) e alla definizione di strategie che migliorino la competitività delle imprese e i livelli di occupazione nei loro paesi d'origine.

Gli studenti del CDS possono cogliere anche le opportunità formative offerte dalla partecipazione dell'ateneo al network di Università SEA-EU. Ne è un valido esempio l'attivazione di un BIP (Blended Intensive Programmes) con i partner dell'alleanza SEA-EU offerta a tutti gli studenti dell'Ateneo ed accolta con entusiasmo dagli studenti del CDS.

Nell'anno accademico gli studenti partiti in Erasmus sono stati 20, un numero sostanzialmente costante negli anni. Inoltre, uno studente del corso, vincitore del relativo bando, ha completato con successo le attività formative del III semestre presso l'IAE Bordeaux, propedeutiche al conseguimento del Doppio titolo.

Descrizione link: Sito Ufficio Servizi Internazionalizzazione e Comunicazione Linguistica  
Link inserito: <https://internazionalelingue.uniparthenope.it/elenco-accordi-per-studio/>

| n. | Nazione  | Ateneo in convenzione                | Codice EACEA | Data convenzione | Titolo |
|----|----------|--------------------------------------|--------------|------------------|--------|
| 1  | Francia  | IAE Bordeaux- Université de Bordeaux |              | 13/02/2023       | doppio |
| 2  | Lituania | Vilnius University                   |              | 20/02/2015       | doppio |

## ▶ QUADRO B5

### Accompagnamento al lavoro

27/05/2025

L'accompagnamento al lavoro costituisce la funzione qualificante dell'Ufficio Placement, consistente nella costruzione di un efficace raccordo tra università e mondo del lavoro. Nel corso degli anni, si è realizzato un percorso di progressivo sviluppo e potenziamento delle attività e dei servizi funzionali alla transizione università – mondo del lavoro, pervenendo, ad oggi, ad un'ampia gamma di attività e di servizi rivolti sia agli studenti e laureati sia alle aziende ed enti pubblici e privati, strutturati nel modo che segue:

Per gli studenti ed i laureati:

- orientamento sulle offerte di lavoro in Italia e all'estero;
- orientamento sulle metodologie da seguire per la ricerca attiva di lavoro;
- affiancamento nella individuazione degli obiettivi professionali e nella selezione delle offerte di lavoro;
- eventi di presentazione di realtà occupazionali e dei fabbisogni delle imprese (Recruiting day, Career day, seminari tematici e workshop).

Per le Aziende:

- intermediazione tra domanda e offerta di lavoro;
- consulenza e informazione sugli aspetti normativi in materia di tirocini e lavoro;
- pubblicazione delle offerte di lavoro sul portale dell'Ateneo;
- ricerca e preselezione dei curriculum dei candidati rispondenti ai profili professionali richiesti;
- eventi di presentazione di realtà occupazionali e dei fabbisogni delle imprese (Recruiting day, Career day, seminari tematici e workshop).

L'Ufficio Placement svolge sia attività e azioni che hanno un carattere continuativo nel tempo e che rappresentano, quindi, la sua attività ordinaria, sia attività e azioni che hanno un carattere di novità e di progettualità, in quanto scaturenti da opportunità da cogliere o da specifiche iniziative intraprese. Per quanto attiene specificatamente alle attività e alle azioni relative all'anno 2024, qui di seguito si illustra quanto realizzato in vista del perseguimento delle linee strategiche e dei relativi obiettivi formulati nella Programmazione delle Azioni di Placement per il triennio 2022-2025 in relazione al Piano Strategico di Ateneo 2022-2028:

1. Realizzazione di una sezione di placement del navigatore di orientamento online: I servizi di Placement si sono arricchiti della nuova piattaforma di Placement

(orienta.uniparthenope.it/placement) interamente dedicata a mettere gli studenti in collegamento con il mondo del lavoro.

## 2. Progetto di Assistenza Tecnica a cura dell'ANPAL Servizi S.p.A.:

E' proseguita l'attività di collaborazione con ANPAL Servizi che ha fornito regolarmente segnalazioni di opportunità di offerte di lavoro, di tirocinio, di premi di laurea, di seminari/convegni, di formazione specialistica, e informazioni e aggiornamenti sulle politiche attive del lavoro per i giovani. Le informative ricevute sono state diffuse agli studenti sia attraverso la sezione Placement del sito PARTHENOPE ORIENTA sia attraverso i social media, sia mediante invio di mail alle platee di studenti interessati. Tramite ANPAL Servizi è in atto l'avvio di una collaborazione con la RETE EURES (<https://www.anpal.gov.it/eures>). L'European Employment Services è la rete europea dei servizi per l'impiego coordinata dalla Commissione europea. L'Università Parthenope ha attivato una Convenzione con Anpal servizi e Interporto Cis di Nola e al fine di creare un collegamento diretto con la rete dei servizi pubblici del lavoro offerti dallo Sportello Spazio Lavoro Nola.

Nel 2025 Anpal è stata trasformata in Sviluppo lavoro Italia è l'ufficio Placement ha inviato Manifestazione d'interesse rivolta alle Università/Istituti dell'Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM) che prevede la possibilità di usufruire di:

- Sviluppo dei servizi di orientamento e placement (Career Service) e rafforzamento della comunità professionale, per l'efficace accompagnamento alle transizioni formative e lavorative;
- Analisi delle traiettorie occupazionali dei laureati nel mondo del lavoro, attraverso strumenti di Business Intelligence; • Rafforzamento delle sinergie tra Università e ITS Academy per meglio rispondere ai fabbisogni di competenze, in particolare green e digitali, del sistema produttivo;
- Co-progettazione e realizzazione di percorsi formativi per lo sviluppo delle competenze trasversali e STEM, oltre che su tematiche relative alla diversità e all'inclusione;
- Informazione e formazione sui settori economici, le professioni e le competenze richieste dal mercato del lavoro, anche con il supporto di strumenti di business intelligence. Le Università/AFAM anche in rete tra di loro e con altri soggetti del territorio potranno beneficiare, inoltre, di:
- Formazione e qualificazione degli operatori impegnati sulle tematiche dell'apprendimento in modalità duale (tirocini e apprendistato di III livello); • Assistenza per il rafforzamento delle reti territoriali e delle connessioni con il mercato del lavoro, per la realizzazione di percorsi in modalità duale;
- Assistenza per l'avvio, sviluppo e consolidamento dei percorsi di apprendistato di III Livello;
- Partecipazione a comunità professionali dedicate alle tematiche dell'apprendimento in modalità duale;

Nel 2024 sono state attivate n. 225 Convenzioni

## 3. Intensificazione dell'utilizzo della Piattaforma Placement di AlmaLaurea:

Nell'anno 2024 è proseguita l'attività di promozione della piattaforma AlmaLaurea per incrementare la numerosità delle aziende convenzionate con l'Università Parthenope registrate sul portale. Attraverso tale piattaforma informatica, attivata dall'Ufficio Placement sul portale di Ateneo da marzo 2015, le aziende registrate hanno la possibilità di visionare gratuitamente i curricula di tutti gli studenti e laureati dell'Ateneo, e di pubblicare, previa autorizzazione da parte dell'Ufficio Placement, offerte di lavoro e di tirocini curriculari e/o extracurriculari; gli studenti registrati hanno la possibilità di redigere il loro curriculum vitae sin dal momento della immatricolazione, di poterlo successivamente aggiornare o modificare, di visionare ogni tipo di annuncio che le aziende e gli enti registrati pubblicano sulla piattaforma. Nella sezione Placement del sito PARTHENOPE ORIENTA rivolta alle aziende (<https://orienta.uniparthenope.it/placement/aziende/>), sono stati inseriti link diretti alle piattaforme AlmaLaurea per agevolare il processo di registrazione. Inoltre, il personale dell'Ufficio Placement sta provvedendo a contattare tutte le aziende convenzionate con l'Università per stimolare e supportare la registrazione a entrambe le piattaforme.

La predetta attività di promozione della piattaforma da parte dell'Ufficio Placement si è concretizzata, nel periodo qui in esame, in:

- n. 20 nuove registrazioni di aziende ed enti per un totale di 841
- n. 31144 registrazioni di studenti e laureati;
- n. 68 annunci di lavoro pubblicati da aziende per un totale di 1884
- n. 13323 curriculum vitae "scaricati" dalle aziende ed enti.

Al fine di estendere la rete relazionale di soggetti aziendali ed operatori professionali del mercato del lavoro con i quali intrattenere forme di collaborazione, il personale dell'Ufficio Placement ha partecipato, a giugno 2024, alla "Borsa del Placement", organizzata annualmente dalla Fondazione Emblema, svoltasi in modalità online nei giorni. Tale partecipazione rappresenta una importante opportunità per partecipare a momenti di dibattito sui temi dell'occupazione giovanile e delle specifiche politiche attive praticate e praticabili da parte di soggetti di varia natura, nonché per incontrare ed invitare nuove aziende a forme di collaborazione con il nostro Ateneo. Nel corso dell'evento l'Ufficio ha incontrato n. 32 aziende con le quali ha intrapreso una collaborazione sia per l'attivazione di tirocini sia per la realizzazione di Recruiting Day.

## 4. Organizzazione di eventi di Placement:

L'Ufficio Placement nel corso dell'anno 2024 ha organizzato giornate di "Recruiting Day" e di Coaching day per offrire ai laureati e studenti maggiori occasioni di incontro diretto, sono stati organizzati i seguenti incontri.

25-gen Recruiting day centro direzionale corsi di studio del dipartimento di ingegneria e di scienze e tecnologie con 20 aziende ospiti - 70 studenti: Spindox; CGM Consulting; Gesfor agenzia per il lavoro; Gruppo Lutech; ENG info; Avanaide; Ph Shop Service; Graded; Accenture; Kelyon; EPM Servizi; IKOS Consulting; Software business; Generali; Leroy Merlin; Man Power Group; Smart engineering; Bc Soft; Smart Industry; TDS Space; Beyondit

22-feb Seminario Deloitte 1 CFU studenti dei Corsi di Studio in Economia 80 studenti

11-mar Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni - sviluppo Lavoro Italia (ANPAL) presso l'aula Magna del Centro Direzionale

18-apr Le trasformazioni del mercato del lavoro e la digitalizzazione'

a cura del prof. Francesco Seghezzi, Presidente di Fondazione ADAPT e Associazione ADAPT

13-mag Orientamento al lavoro - Fondazione Emblema Scienze motorie

14-mag Orientamento al lavoro - Fondazione Emblema Centro direzionale

15-mag Orientamento al lavoro - Fondazione Emblema Palazzo Pacanowski

16-mag Orientamento al lavoro - Fondazione Emblema sede di Nola

20-mag Recruiting day Deloitte Economia e Giurisprudenza

13 14 15 16 maggio Career Hub: dalle 10.00 alle 16.00 per Scienze Motorie; Centro direzionale; Palazzo Pacanowski e sede di Nola (online)

27-mag Recruiting day 9 aziende Economia e Giurisprudenza: IGB Consulting; EY; PHS Health Service; G Jordan; Alleanza Assicurazioni; PWC; Generali; Oniverse; Grimaldi Group.

12-giu Virtual recruiting day ONIVERSE

13 14 15 16 giugno Career Hub: dalle 10.00 alle 16.00 per scienze motorie; Centro direzionale; Palazzo Pacanowski e sede di Nola (online)

05-dic Recruiting day con 15 aziende: Gruppo Bcc - Banca Iccrea; Avvocato Giuliano Palma; Gjordan; Eagle ETSP Micromobilità per le imprese; BNL - BNP PARIBAS; Generali; Assirevi \_ Associazione Italiana delle Società di Revisione Legale; Brandon Group; Antony Morato; 20Seconds; Man Power; EY.

## 5. Interazione con potenziali datori di lavoro:

Nell'anno 2024 è proseguita l'attività di incontro e interazione del Prorettore e del personale dell'Ufficio Placement con potenziali datori di lavoro per attività di Placement.

## 6. Monitoraggio dei destini professionali dei laureati:

La fonte di informazioni principale per il monitoraggio e l'analisi degli sbocchi occupazionali dei laureati dell'Ateneo Parthenope è il noto report annuale predisposto dal Consorzio AlmaLaurea, strumento consolidato e attendibile per la conoscenza degli esiti occupazionali a uno, tre e cinque anni. Accanto alla predetta principale fonte informativa, l'Ufficio Placement ha predisposto alcuni strumenti aggiuntivi per la conoscenza degli esiti occupazionali scaturenti o da attività di tirocinio degli studenti e laureati, o da colloqui effettuati dalle aziende a margine dei Recruiting Day organizzati in Ateneo, quali:

- Questionario di Valutazione del Tirocinio da parte degli studenti
- Questionario di Valutazione dei curriculum da parte delle aziende.

I questionari possono essere compilati online, accedendo direttamente tramite il sito dell'Ateneo. I tirocinanti compilano il Questionario al termine dell'attività formativa. L'Ufficio Placement provvede, inoltre, ad inviare il Questionario alle aziende a cadenze trimestrali. Allo stato attuale, nonostante i solleciti, si riscontra un basso tasso di risposta da parte delle aziende.

Nel 2024 è stata anche intensificata la comunicazione attraverso l'utilizzo dei Social. Attualmente risultano iscritti n. 1600 studenti e/o laureati alle pagine di Instagram dell'Ufficio

## Placement.

Nello stesso anno è stato pubblicato REGOLAMENTO GENERALE DEI TIROCINI DI FORMAZIONE E DI ORIENTAMENTO al fine di uniformare le diverse procedure utilizzate per l'attivazione dei tirocini in Ateneo.

E' stata, inoltre, creata la pagina LinkedIn così da poter accedere ai contatti con le aziende.

Si conferma Nel corso dell'anno 2024 è stata confermata la nomina del "Referente di Scuola per il Placement" per ciascuna Scuola Interdipartimentale, nella persona della Prof.ssa Alessandra Lardo per la Scuola SIEGI e del Prof. Antonio Forcina per la Scuola SIS portando così a compimento l'assetto organizzativo che era stato proposto nelle attività di Programmazione delle azioni di Orientamento e Placement 2022-2028.

A livello del CDS, la Prof. Annarita Sorrentino ha operato in stretta sinergia con il coordinatore del corso e i singoli docenti ad esso afferenti, allo scopo di curare, gestire e promuovere opportunità di tirocinio e placement con riferimento alle specifiche connotazioni ed esigenze del corso di laurea.

Tra le attività del CDS per l'accompagnamento al lavoro sono state portate avanti alcune iniziative, come la possibilità di far partecipare gli studenti di MEMI al corso Junior Consulting (a seguito della convenzione tra il DiSAQ e il Consorzio ELIS) - al quale hanno partecipato 2 studenti- e la possibilità offerta agli studenti dei corsi di Project Management e Project Management for Innovation di ottenere un attestato che consenta l'accesso all'esame di certificazione da junior project manager (CAPM), utile per poter svolgere tale professione a diversi livelli, in diversi contesti e settori e la convenzione con Assoreti, firmata dal Dipartimento di Studi aziendali e quantitativi e che prevede per un triennio alcuni riconoscimenti anche monetari per studenti e laureandi che volessero redigere brevi tesi (10000 battute come target) legati al vasto perimetro delle attività svolte dai Consulenti Finanziari abilitati all'offerta fuori sede di strumenti e servizi finanziari.

Tra le attività svolte a livello del CDS:

- Giornata di Orientamento giorno 11 settembre 2024. Professionisti del Futuro Esperienze e opportunità sulle nuove professioni nel Marketing e Management Internazionale
- Invio di 30 CV a 10 Aziende (ICCA srl, Amina Rubinacci, Murano srl, Blueberry srl, Hotel La Palma, E-farma, XCC, Inside Marketing, We Hub, NetCaring srl).
- 4 posizioni attivate, 2 studentesse assunte dopo lo stage
- XCC Recruiting day
- Interlocuzione con IBM per attivazione convenzione.

Descrizione link: Ufficio Placement

Link inserito: <https://orienta.uniparthenope.it/placement/>

## ▶ QUADRO B5

### Eventuali altre iniziative

29/05/2025

Per studenti con esigenze specifiche (ad es. studenti fuori sede, studenti lavoratori, ...) sono previste, tra le altre, le seguenti iniziative:

- all'atto dell'immatricolazione, lo studente può chiedere di essere iscritto al Corso di Laurea con la qualifica di 'studente non a tempo pieno'. Lo studente non a tempo pieno può conseguire ogni anno un numero di crediti massimo pari a 34;
- lo studente può chiedere di essere iscritto al Corso di laurea con la qualifica di "studente- atleta" da cui consegue:
  - la possibilità di iscrizione in regime di tempo parziale;
  - il riconoscimento di crediti universitari formativi sulla base dell'attività agonistica svolta;
  - la deroga per la partecipazione alle lezioni a frequenza obbligatoria, con possibilità di concordare modalità di recupero dell'assenza;
  - la possibilità di concordare con il docente del corso date d'esame ad hoc;
  - l'assegnazione di un tutor didattico per ciascuno studente-atleta;
- per facilitare l'apprendimento anche ai non frequentanti, sulla piattaforma eLearning, lo studente può accedere al materiale integrativo di ogni insegnamento del Corso di Laurea.

L'Ateneo offre, inoltre, una serie di servizi agli studenti diversamente abili e con DSA:

- Esonero totale dal pagamento delle tasse universitarie per gli studenti con una invalidità superiore al 66%;
- Servizio di trasporto casa-università per studenti con disabilità motoria e visiva; detto servizio per l'a.a. 2019-2020 è stato appaltato alla ditta Gesco;
- servizio di interpretariato LIS per studenti udipoiesi; detto servizio per l'anno in corso è stato appaltato alla ditta San-tec S.R.L.;
- servizio di ascolto e tutoraggio per studenti con DSA gestito in collaborazione con l'AID (Associazione Italiana Dislessia);
- servizi di consulenza ad personam per l'individuazione dei libri di testo in formato accessibile, organizzato in collaborazione con la Biblioteca di Ateneo, con l'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti e con la Biblioteca Italiana per i Ciechi Regina Margherita.

Alla segnalazione da parte degli uffici competenti di studenti con esigenze specifiche, i docenti autorizzano gli studenti ad impiegare strumenti compensativi e dispensativi (es. esonero dalla prova scritta, utilizzo di mappe concettuali etc.).

L'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" mette a disposizione di tutti gli studenti che vivono situazioni di disagio psicologico, che si ripercuotono anche nella propria attività di studio, di ricerca o di lavoro, un supporto gratuito che prevede brevi cicli di incontri, della durata di circa 45 minuti, in presenza o da remoto tramite Skype, a seconda della scelta della persona e sempre nel massimo rispetto della privacy.

Tutte le aule disponibili per il Corso di Laurea sono, inoltre, dotate di rampe di accesso per diversamente abili.

A seguito dell'aumento del numero di studenti stranieri, per favorire opportunamente l'integrazione e colmare l'evidente fabbisogno informativo è stato attivato un canale Teams e una community Whatsapp dedicati per organizzare eventi di accoglienza ed incontri periodici informativi per favorire la loro integrazione.

Tra le iniziative implementate a livello di Dipartimento, si segnala la recente collaborazione con i fondatori dell'Associazione Università Inclusiva (<https://universitainclusiva.it/>).

A supporto dei bisogni educativi degli studenti, i docenti del CdS utilizzano le piattaforme digitali per caricare il materiale didattico integrativo (es. moodle o teams), nonché il ricorso a metodologie innovative in grado di compensare eventuali esigenze specifiche (project work, design thinking, business game).

Sono, inoltre, partire le attività dell'acceleratore sviluppato nel Progetto del Dipartimento di Eccellenza.

Il Knowtrack è un acceleratore di idee volto a rafforzare la capacità di innovazione degli studenti stimolandoli ad ideare e a trasformare idee astratte in percorsi di business

- un acceleratore di imprese volto a favorire la crescita delle attività imprenditoriali esistenti attraverso il matching con il mercato finale e quello finanziario.

L'acceleratore si rivolge:

- Agli studenti: per aiutarli a 'ideare'
- Agli ideatori: per aiutarli a sviluppare l'impresa
- Alle start-up: per aiutarle a crescere

Nell'ambito delle attività del Knowtrack rientrano: Entrepreneurial Bootcamp, servizi di mentoring, supporto da parte di esperti per attività quali redazione di business plan, supporto alla brevettazione, supporto alla partecipazione di bandi pubblici, servizi di accompagnamento al mercato, matching con il mercato finanziario.

Agli studenti del CDS è inoltre offerta la possibilità di partecipare al corso Junior Consulting (a seguito della convenzione tra il DiSAQ e il Consorzio ELIS) e per coloro i quali

frequentano i corsi di Project Management e Project Management for Innovation di ottenere un attestato che consente l'accesso all'esame di certificazione da junior project manager (CAPM), utile per poter svolgere tale professione a diversi livelli, in diversi contesti e settori.

Descrizione link: Knowtrack

Link inserito: <https://www.disag.uniparthenope.it/knowtrack/>

## QUADRO B6

### Opinioni studenti

07/09/2025

I questionari compilati dagli studenti nell'anno accademico 2024/25 sono 3.185, in aumento rispetto ai 3.061 dell'anno precedente. Sul totale dei partecipanti, la percentuale di studenti che segue le lezioni è leggermente diminuita rispetto all'anno precedente (dal 69,94% del 23/24 al 69,61% di questo anno), da un lato, confermando un trend decrescente ma, dall'altro, mostrando variazioni del quadro complessivo dei motivi che vanno giudicate positivamente. Difatti: gli studenti che non hanno seguito i corsi indicano tra i motivi principali il lavoro (48,76%), in aumento rispetto al valore dell'anno precedente (41,41%); si conferma in diminuzione la percentuale degli studenti che hanno frequentato meno del 50% delle lezioni in quanto impegnati in altri insegnamenti (18,18% nel 24/25 contro il 19,6% dell'anno precedente); si riduce sensibilmente la percentuale sia di chi ritiene la frequenza poco utile (3,72% nel 24/25 contro il 4,5% circa dell'anno precedente), sia di chi indica "Altro" come principale motivazione (28,20% nel 24/25 contro il 34,89% nel 23/24).

I giudizi complessivi del CDS sono positivi, seppur in diminuzione rispetto all'anno accademico precedente, attestandosi su una media di 7,91/10 (rispetto al valore di 8,08 del 2023) con un valore minimo di 6,625 (in aumento rispetto al 5,94 del 2023) e uno massimo di 9,28 (pari al valore del 2023) per gli studenti frequentanti. Per quanto riguarda i non frequentanti, il punteggio medio per il corso è di 7,19 (in diminuzione rispetto al 7,38 del 2023). Il grado di interesse per gli argomenti trattati nel corso si attesta a 7,97, in aumento rispetto al valore di 7,89 dell'anno precedente.

I giudizi sulla sezione insegnamento sono sostanzialmente positivi: sui 3.185 questionari analizzati si rileva una votazione media pari a 7,72, con valori leggermente inferiori a quelli dell'anno precedente. In particolare, i quesiti relativi al carico di studio proporzionato ai crediti dell'insegnamento registrano un valore medio pari a 7,68; il quesito "Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?" registra un valore di 7,85 e sulla chiarezza della definizione delle modalità di esame un valore pari a 7,91. Anche con riferimento alla sezione docenza i giudizi sono positivi, con una votazione media pari a 8,22 su 10 per i 2.217 studenti che hanno frequentato più del 50% delle lezioni (in lieve diminuzione rispetto al valore dell'anno precedente). In particolare, gli studenti esprimono giudizi positivi rispetto a: "Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?" (8,31 - nell'a.a. precedente era 8,57), "Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina?" (8,17 nell'a.a. precedente era 8,42), "Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?" (8,21 - nell'a.a. precedente era 8,48), "Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc.) sono utili all'apprendimento della materia?" (8,03), "L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?" (8,31) e "Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?" (8,29 - nell'a.a. precedente era 8,6). Il quesito relativo alla reperibilità del docente per chiarimenti e spiegazioni è disponibile anche per gli studenti che non hanno frequentato le lezioni: su 968 osservazioni, si registra un dato pari a 7,35, in leggera diminuzione rispetto al 7,71 dell'anno precedente.

Per la sezione relativa agli Spazi e Servizi, il corso registra un valore medio di 7,35, in leggera crescita rispetto al 7,33 dell'anno precedente. In particolare, gli studenti giudicano positivamente: "le aule e gli spazi utilizzati per l'attività formativa erano adeguati (si vedeva, si sentiva, si trovava posto)" (7,54), "gli spazi utilizzati per l'attività di ricerca erano adeguati (dimensioni, luminosità, livello di sicurezza, etc.)" (7,54); "i servizi bibliotecari erano adeguati alle mie necessità" (7,16); "le attrezzature informatiche e le connessioni erano adeguate per tutte le attività svolte" (7,33) e "Sono soddisfatto del supporto fornito dagli uffici di segreteria" (7,20).

Descrizione link: Rilevazioni studenti

Link inserito: <https://uniparthenope.bi.u-gov.it/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: OPIS 2025

## QUADRO B7

### Opinioni dei laureati

07/09/2025

Le opinioni dei laureati sono quelle risultanti dall'indagine Almalaurea riferita ai laureati in Marketing e Management Internazionale, anno di indagine 2024. I dati sono stati confrontati con le indagini svolte sui laureati del 2023 e con quelli dell'Ateneo e nazionali relativi alla medesima classe di laurea (LM-77). I dati del 2024 confermano una generale soddisfazione dei laureati nei confronti del corso di studio. Si evidenzia che nel questionario Almalaurea 2024 sono stati introdotti nuovi quesiti, i cui risultati vengono opportunamente segnalati e commentati nei paragrafi seguenti.

L'indagine ha coinvolto un collettivo di 152 laureati, pari al 57% dei laureati della classe LM-77 dell'Ateneo, con un tasso di compilazione del 96,1%, in crescita rispetto al 90,4% del 2023. Il campione è costituito per il 38,8% da uomini e per il 61,2% da donne, percentuale superiore alla media di Ateneo (57,5 %) e nazionale (52,4%), con un'età media alla laurea pari a 26,2 anni, inferiore al valore nazionale e di Ateneo

Rispetto all'indagine 2023, con riferimento alla composizione del campione, si conferma l'aumento della percentuale di studenti stranieri ed una lieve diminuzione dei laureati provenienti da un'altra provincia o regione. Con riferimento all'origine sociale, il 20,5 % dichiara di avere almeno un genitore laureato, in calo percentuale inferiore alla media nazionale della classe LM-77 e a quella di Ateneo; in aumento rispetto al valore registrato nel 2023 (7,7%), la percentuale di quanti dichiarano di avere entrambi i genitori laureati (8,2%). Si registra un aumento della percentuale di studenti con genitori privi di titolo o con titolo professionale di base, che passa dal 22,1% al 24,7%, al di sopra della media nazionale, ma inferiore a quella di Ateneo. Sebbene il collettivo risulti distribuito in modo piuttosto uniforme tra le varie classi sociali individuate dall'indagine, anche nel 2024 la percentuale dei laureati provenienti dalla classe media autonoma (29,5 %) è la più elevata tra le quattro categorie previste.

Con riferimento agli studi secondari, si registra una diminuzione della percentuale di studenti in possesso di un diploma liceale (dal 67% del 2023 al 65,8% del 2024). Si modifica anche la composizione interna: aumenta la percentuale di diplomati da licei linguistici, mentre diminuisce quella dei provenienti da licei scientifici o classici, in linea con le tendenze rilevate a livello nazionale e di Ateneo nella classe LM-77.

A differenza del 2023 in cui la totalità dei laureati che ha partecipato all'indagine ha conseguito il titolo triennale in Italia, nel 2024 il 3,4% dei laureati ha conseguito il titolo all'estero. La percentuale di laureati che ha conseguito la magistrale nello stesso Ateneo in cui ha ottenuto la triennale si attesta al 79%, inferiore rispetto al dato di Ateneo, ma superiore alla media nazionale. Il 98,6 % di questi studenti ha mantenuto lo stesso gruppo disciplinare della laurea magistrale

Nel 2024 si registra un sensibile aumento della percentuale di laureati che hanno conseguito la triennale "in corso" (54,8% rispetto al 40,8% del 2023). Parallelamente, il voto medio di laurea triennale aumenta, passando da 95,3 a 97,8. Per quanto riguarda la magistrale, il punteggio medio degli esami è 27,5, mentre il voto finale medio di laurea è 109,1 (dato Memi 2024), in aumento rispetto al 107,8 dell'anno precedente e superiore alla media nazionale per la LM-77. In aumento anche la percentuale di studenti che si iscrive regolarmente o con

un solo anno di ritardo (dal 52,2% del 2023 al 65,8 % nel 2024), mentre il 75% si laurea in corso, con una durata media di 2,6 anni, con un indice di ritardo pari a 0,3 , inferiore sia alla media nazionale, sia alla media di Ateneo.

In diminuzione la percentuale di studenti che ha frequentato più del 75% degli insegnamenti previsti (65,8 % nel 2024), ma in aumento la percentuale di laureati che ha beneficiato di borse di studio (39,7%). Sebbene sia diminuita la quota di coloro che hanno svolto periodi di studio all'estero nel corso della laurea magistrale (dal 17,3% nel 2023 al 13,7% nel 2024 %), è aumentata in modo rilevante la percentuale di studenti che ha svolto tirocini curriculari o attività lavorative riconosciute (dal 16,3% del 2023 al 18,5 % del 2024); si tratta, tuttavia, di un dato sensibilmente inferiore alla media nazionale della classe LM-77 (53,2 %). La durata media per la stesura della tesi è pari a 5,3 mesi.

Il 71,2 % degli studenti dichiara di aver avuto esperienze lavorative durante gli studi; per il 22,1 % di essi tali esperienze sono state coerenti con il percorso formativo. Questo valore è in diminuzione rispetto al 2023 (30,1%) ed inferiore alla media nazionale.

I giudizi sull'esperienza universitaria si confermano positivi: il 65,8 % è decisamente soddisfatto (in aumento rispetto al valore dell'anno precedente) e il 30,8% lo è "più sì che no". Solo il 4,6% ha espresso un giudizio decisamente negativo sul corso. Nel dettaglio, il 95,2% del collettivo è soddisfatto del rapporto con i docenti (in linea con il 2023) ed il 92,5% esprime una valutazione positiva sul rapporto con gli altri studenti (92,4 % nel 2023).

Il 98,6 % dei laureati ha utilizzato le aule, giudicate complessivamente adeguate dal 91%. Le postazioni informatiche sono state utilizzate dal 93,2 % degli studenti e giudicate adeguate dal 46,3 %, in sensibile calo rispetto al dato dell'anno precedente. Il 77,4 % ha usufruito dei servizi bibliotecari, che hanno ricevuto un giudizio positivo dal 92,1 % dei fruitori . L'89,7% degli studenti ha utilizzato sia i laboratori, sia gli spazi per lo studio individuale, entrambi in crescita rispetto al 2023 e con un livello di soddisfazione superiore all'85%.

In lieve calo la percentuale di laureati che ha usufruito dei servizi di orientamento post-laurea (78,1 % nel 2024 contro 80,8% nel 2023), così come il relativo livello di soddisfazione (63,2% nel 2024 contro il 67,8 % del 2023). Diminuisce anche la fruizione dei servizi di supporto alla ricerca del lavoro (dal 78,8% del 2023 al 76,7% del 2024), con un grado di soddisfazione del 63,2 % I servizi di job placement sono stati utilizzati dal 76% dei laureati, con un livello di soddisfazione pari al 63,9 %.

Il 97,9% dei laureati ha utilizzato la segreteria studenti, con un livello di soddisfazione del 66,5% (sommando "decisamente sì" e "più sì che no"). Il 52,7 % ha giudicato l'organizzazione degli esami sempre o quasi sempre soddisfacente.

Resta stabile la percentuale di studenti che si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso magistrale presso il medesimo Ateneo (86,3%), dato superiore sia alla media di Ateneo che a quella nazionale. Il 95,2 % dei laureati ritiene adeguato il carico di studio rispetto alla durata del corso, e nessuno lo considera inadeguato.

Nel 2024, tra i nuovi quesiti introdotti nel questionario Almalaurea, sono state rilevate anche le competenze linguistiche e digitali dichiarate. In sensibile aumento la percentuale di studenti che dichiara competenze di inglese scritto (64,4 %, rispetto al 55,8% del 2023), superiore al dato di Ateneo, ma inferiore alla media nazionale (57,8%). In aumento anche la percentuale di studenti che possiede competenze in altre lingue, così come le conoscenze di strumenti informatici.

Per quanto riguarda le prospettive di studio, diminuisce la percentuale di laureati che intende proseguire con un master universitario (12,3 % rispetto al 14,4% del 2023 e al 20,5% del 2022), mentre rimane stabile quella di chi intende intraprendere un dottorato di ricerca (4,8 %). Il 74 % non intende proseguire, dato in crescita rispetto al 65,4% rilevato nel 2023.

In riferimento alle preferenze lavorative, si conferma il peso rilevante attribuito alla possibilità di carriera e di guadagno, alla professionalizzazione e alla stabilità occupazionale. In diminuzione la percentuale di studenti orientata verso il settore pubblico, valore lievemente superiore che al dato di Ateneo e del 15,4% sopra la media nazionale. Rimane stabile la disponibilità a lavorare a tempo pieno (91,1 % nel 2024). Rispetto all'anno precedente, diminuiscono sia la disponibilità ad effettuare trasferite di lavoro ( 79,5% nel 2024), con o senza cambi di residenza, sia la disponibilità a lavorare all'estero o al Nord.

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?>

[anno=2024&corstipo=L.S&ateneo=70041&facolta=tutti&gruppo=tutti&livello=2&area4=tutti&pa=70041&classe=11084&postcorso=0630207307800004&isstella=0&presiu=tutti&disaggre](https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2024&corstipo=L.S&ateneo=70041&facolta=tutti&gruppo=tutti&livello=2&area4=tutti&pa=70041&classe=11084&postcorso=0630207307800004&isstella=0&presiu=tutti&disaggre)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: almalaurea laureati



## QUADRO C1

### Dati di ingresso, di percorso e di uscita

07/09/2025

Le informazioni sui dati di ingresso, percorso e uscita del corso di studi di II livello in Marketing e Management Internazionale per l'anno accademico 2024/2025 sono state fornite dagli Uffici preposti di Ateneo.

Dall'esame dei dati emerge che il numero degli studenti iscritti è 538, quindi il 15% in più rispetto l'anno accademico precedente, continuando la tendenza positiva già evidenziata negli ultimi anni. In particolare, risultano iscritti al primo anno in corso 234 studenti e al secondo anno in corso 209 studenti.

Gli studenti iscritti al I anno fuori corso sono pari a 58 e risultano iscritti ai successivi anni fuori corso 37 studenti. La percentuale totale degli studenti fuori corso sugli iscritti è diminuita al 17,6% contro il 18,5% dell'anno precedente. Tale indicatore continuerà ad essere monitorato con attenzione dal Gruppo AQ.

La stima del tasso di abbandono per l'a.a. in corso è pari al 5,7%, in calo rispetto al 9,7% dell'anno precedente e nettamente inferiore al livello registrato nell'a.a. 2020/21 (13,3% tra gli immatricolati al I anno).

Nell'anno accademico 2024/2025 hanno conseguito il titolo 152 studenti, ovvero i 115 dell'a.a. precedente, con un punteggio medio di ca 108. La percentuale degli studenti che hanno conseguito un voto di laurea di II livello pari a 110 e Lode è del 56% in aumento rispetto gli anni precedenti, pur a seguito del recente riesame dei punteggi del sistema di premialità. A tale percentuale si aggiunge un altro 26% che ha avuto un voto compreso tra 105 e 110.

Si conferma stabile anche il numero degli studenti iscritti che proviene da altro Ateneo (circa il 34,2% degli immatricolati). In aumento il numero degli studenti che hanno conseguito il titolo in un Ateneo straniero - un totale di 23 pari a circa il 10% degli iscritti (in diminuzione rispetto l'anno precedente).

Per quanto riguarda la provenienza delle lauree di I livello, il 79% degli iscritti proviene da una L-18, mentre l'anno precedente era dell' circa dell' 86%. Sono in aumento gli iscritti provenienti dalla laurea classe L-33 (ca 11%).

L'11% degli studenti iscritti al primo anno hanno conseguito 110 e Lode come voto di laurea triennale (dato in aumento rispetto agli anni accademici precedenti), il 12,6% un voto superiore a 105 (dato in diminuzione).

Tali dati sono stati calcolati enucleando dal totale degli iscritti, i soli studenti che hanno conseguito un titolo di I livello in un Ateneo italiano.

Link inserito: <http://>

## QUADRO C2

### Efficacia Esterna

05/09/2025

I dati sull'occupazione si riferiscono all'indagine Almalaurea relativa ai laureati in Marketing e Management Internazionale, anno di indagine 2024, a un anno dalla laurea. I dati sono stati confrontati con quelli rilevati nel 2023 e con le medie dell'Ateneo e nazionali per la stessa classe di laurea (LM-77). Si evidenzia che nel questionario Almalaurea 2024 sono stati introdotti nuovi quesiti relativi alla condizione occupazionale, i cui esiti sono stati integrati nella presente analisi. I dati del 2024 confermano una generale efficacia del corso di studio. L'elaborazione si basa su un collettivo di 115 laureati (132 nel 2023), di cui 96 hanno risposto al questionario, con un tasso di risposta dell'85% sui laureati contattabili, in lieve flessione rispetto all'85,8% registrato l'anno precedente.

Il campione è composto per il 58,3% da donne, dato identico al 2023, con un'età media alla laurea pari a 26,7 anni, in aumento rispetto ai 26,1 anni rilevati nell'indagine precedente. La durata media degli studi è pari a 2,6 anni, in crescita rispetto ai 2,4 anni del 2023, mentre l'indice di ritardo si attesta a 0,29, in peggioramento rispetto allo 0,22 dell'anno precedente. Il voto medio di laurea è pari a 107,8, in flessione rispetto al 109,9 del 2023, ma ancora superiore al dato medio nazionale per la stessa classe di laurea.

La percentuale di laureati che ha partecipato ad almeno un'attività di formazione post-laurea si attesta al 54,2%, in lieve calo rispetto al 56% dell'anno precedente. Si conferma una prevalenza di esperienze pratiche come gli stage in azienda (38,5%), seguiti da master non universitari (10,4%). Risultano più contenute le partecipazioni a master universitari di primo e secondo livello (3,1% e 4,2% rispettivamente), a scuole di specializzazione (3,1%) e a dottorati di ricerca (3,1%). Le attività sostenute da borse di studio non risultano rilevate nell'indagine 2024, e il questionario non riporta dati sulla distinzione tra formazione blended e in presenza.

Il tasso di occupazione a un anno dalla laurea è pari al 79,2%, in crescita rispetto al 74,3% rilevato nel 2023 e superiore al dato nazionale (73,4%). Diminuisce sensibilmente la percentuale di laureati che non lavorano e non cercano (4,2% nel 2024 contro l'11,9% dell'anno precedente), mentre il tasso di disoccupazione si attesta al 14,6%, in lieve aumento rispetto al 13,8% del 2023.

L'indagine sull'ingresso nel mercato del lavoro ha riguardato 76 occupati. Il 14,5% di essi (13,6% nel 2023) ha proseguito l'attività iniziata prima della laurea magistrale, mentre il 68,4% ha iniziato a lavorare dopo il conseguimento del titolo (64,2% nel 2023). Il tempo medio tra la laurea e l'inizio della ricerca del primo impiego è pari a 0,6 mesi; servono in media altri 3,1 mesi per trovare il primo lavoro, con un tempo complessivo di ingresso nel mondo del lavoro pari a 3,7 mesi, in aumento rispetto ai 3 mesi rilevati nel 2023.

Con riferimento alla tipologia contrattuale, il 26,3% degli occupati ha un contratto a tempo indeterminato, valore pressoché stabile rispetto al 25,9% del 2023. La quota di contratti a tempo determinato si attesta al 21,1%, in calo rispetto al 25% dell'anno precedente. Cresce la diffusione delle forme contrattuali formative (34,2%), mentre nessun laureato risulta occupato senza contratto. Il lavoro part-time riguarda l'11,8% degli occupati (9,9% nel 2023), di cui il 10,5% in forma involontaria, dato in sensibile aumento rispetto al 4,9% dell'anno precedente e più elevato della media nazionale (2,8%) e di Ateneo (4,1%).

La diffusione dello smart working rimane elevata: il 43,4% dei laureati dichiara di svolgere almeno parte del proprio lavoro in modalità agile, valore in linea con il 43,2% del 2023. La media delle ore lavorative settimanali è pari a 39,9, in crescita rispetto alle 38,1 ore dell'anno precedente.

Il 88,2% degli occupati lavora nel settore privato, in calo rispetto al 97,5% del 2023, mentre cresce la quota di occupati nel settore pubblico (11,8%, contro il 2,5% stimato nel 2023). I servizi rappresentano il principale ambito di impiego (90,8% contro 77,8% nel 2023), con una lieve riduzione dell'area trasporti, comunicazione e pubblicità (14,5% nel 2024 contro il 34,6% del 2023), compensata da una maggiore presenza nei settori del commercio (18,4%), credito e assicurazioni (15,8%) e informatica (7,9%).

Dal punto di vista geografico, il 78,9% dei laureati occupati lavora nel Sud Italia, in aumento rispetto al 64,2% del 2023, a fronte di una diminuzione della quota di chi lavora al Nord (5,3% contro il 23,4% dell'anno precedente). Cresce anche la percentuale di laureati che lavora all'estero, passando al 5,3% rispetto al 3,7% del 2023.

La retribuzione mensile netta media è pari a 1.445 euro, in aumento rispetto ai 1.342 euro dell'anno precedente. Tuttavia, il gender pay gap continua a crescere: gli uomini percepiscono in media 1.577 euro, contro i 1.346 euro delle donne, con un divario di 231 euro, superiore sia a quello registrato nel 2023 (183 euro) che alle medie di Ateneo (175 euro) e nazionale (158 euro).

Tra i laureati che hanno proseguito il lavoro precedente alla laurea, il 54,5% riferisce un miglioramento riconducibile al conseguimento del titolo, in particolare nelle competenze professionali, nelle mansioni e nella posizione lavorativa (33,3% per ciascun ambito). L'utilizzo delle competenze acquisite durante il percorso di studi è ritenuto "elevato" dal 38,2% degli intervistati (in calo rispetto al 40,7% del 2023), mentre solo il 7,9% dichiara di non utilizzarle affatto (7,2% nel 2023). Cresce la percezione di adeguatezza della formazione universitaria: il 67,1% dei laureati la ritiene molto adeguata (59,3% nel 2023), mentre il 35,5% afferma che il titolo, pur non richiesto, sia necessario per lo svolgimento dell'attività lavorativa (44,4% nel 2023).

Complessivamente, il 92% dei laureati giudica la laurea efficace rispetto al lavoro svolto, includendo chi la considera molto efficace, efficace o abbastanza efficace. In dettaglio, il 45,3% la considera molto efficace o efficace, in linea con il 45,6% del 2023. La soddisfazione per il lavoro svolto si attesta a 7,7 su una scala da 1 a 10, dato identico a quello dell'anno precedente.

Descrizione link: ALMALAUREA-CONDIZIONE OCCUPATI

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi.php/universita/statistiche/visualizza.php?>

[anno=2024&corstipo=L.S&ateneo=70041&facolta=tutti&gruppo=tutti&livello=tutti&area4=2&pa=70041&classe=11084&postcorso=0630207307800004&isstella=0&annolau=1&condocc=](https://www2.almalaurea.it/cgi.php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2024&corstipo=L.S&ateneo=70041&facolta=tutti&gruppo=tutti&livello=tutti&area4=2&pa=70041&classe=11084&postcorso=0630207307800004&isstella=0&annolau=1&condocc=)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: almalaurea condiiione occupati

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

I dati relativi all'anno accademico 2024/2025 che riguardano le opinioni degli Enti e delle Imprese sono di competenza dell'Ufficio Placement e forniti dagli Uffici preposti di Ateneo. Il <sup>05/09/2025</sup> numero di tirocinanti nel 2024 del corso di Marketing e Management Internazionale è stato pari a 7, tutti completati.

Le imprese e gli enti ospitanti degli studenti dell'Ateneo, per stage e/o tirocini, non hanno tuttavia provveduto a compilare il questionario di valutazione.

Link inserito: <http://>