



Università degli Studi "G. d'Annunzio"
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE

COMITATO DI INDIRIZZO

Laurea triennale L18 in Economia e Management
Laurea Magistrale LM77 in Economia e Management
Laurea Magistrale LM77 in Digital Marketing

VERBALE DELLA RIUNIONE TENUTA IL 5 MAGGIO 2021 ALLE ORE 09.30

Il giorno 5 maggio 2021, alle ore 09.30 si è riunito il Comitato di Indirizzo su piattaforma telematica Teams per presentare e discutere sull'offerta formativa 2021-22 dei cds triennale e magistrale in **Economia e Management** e del cds magistrale in **Digital Marketing**.

COMITATO DI INDIRIZZO			
AZIENDA	REFERENTE	PRESENTE	ASSENTE
Allbora	Valentino Grossi	x	
Aptar Spa	Sara Martignetti	x	
Azienda Agricola Ciccio Zaccagnini srl	Giuseppe Sozio Francesco Tamburrino	X x	
Banca del Fucino	Salvatore Verdissime	x	
Cantina Tollo	Daniela Zinni	x	
Confindustria CH-PE	Claudia Pelagatti	x	
Consulente Digital Marketing	Tommaso Sorchiotti	x	
Consulente Digital Marketing	Di Nisio Riccardo	x	
ESPRINET	Stefano Marzano Federica Barni	X x	
FASTWEB	Fabrizio Costantini	x	
FEDERMANAGER	Bruno Leombruni	x	
FIRA Spa	Eugenia Monti	x	
GADA SpA	Francesca D'Angelo	x	
GENERALI	Fabrizio Cardone	x	
Horizon Service	Russo Raffaella	x	
Hostingvirtuale	Gianluca Di Nino	x	
Il Bosso	Cristian Moscone	x	
Inno-valley	Federico Fioriti	x	
LegaCoop	Marisa Gismondi Luca Mazzali	X x	
Mediass Spa	Graziani Gianluca	x	
Ordine Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili Pescara	Giancarlo Grossi	x	
Pilkington Spa	Nicola Trapani	x	
POLO AGIRE	De Falcis Donatantonio	x	
Poste Italiane	D'Ambrosio Federica	x	
PWC	Ilenia Zappalà	x	

Direttore Dipartimento Economia Aziendale	Michelina Venditti	x	
Presidente Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management	Francesco De Luca	x	
Coordinatore Comitato di Indirizzo Presidente Corso di Laurea Magistrale in Digital Marketing	Armando Della Porta	x	
Presidente Corso di Laurea Triennale in Economia e Management	Lorenzo Lucianetti	x	
Commissione Didattica DEA	Ida Verna	x	
Commissione Orientamento DEA	Helen Chiapini	x	
Gruppo Assicurazione Qualità DEA	Stefano Za	x	

Il Prof. Della Porta ringrazia i presenti per aver accettato l'invito a partecipare ed invita la Prof.ssa Venditti, Direttrice del Dipartimento di Economia Aziendale a porgere un indirizzo di saluto. La Prof.ssa Venditti ricorda che la consultazione con gli stakeholder è un momento fondamentale per avviare un confronto costruttivo tra le parti allo scopo di rendere l'offerta formativa sempre più in linea con le attese degli studenti, delle loro famiglie e delle imprese del territorio alla luce degli incessanti cambiamenti che caratterizzano il mercato del lavoro. Quest'anno il Comitato di Indirizzo ha ampliato l'elenco dei partecipanti includendo aziende e consulenti che operano nell'economia digitale (tra tutti Fastweb ed Esprinet). Ringrazia i presenti e augura loro un proficuo proseguimento dei lavori.

Il Prof. Della Porta passa, a questo punto, la parola al Prof. Lucianetti, Presidente del Corso di Laurea triennale L18 in Economia e Management, e lo invita a presentare le principali novità del corso di laurea triennale in Economia e Management per l'anno accademico 2020-2021.

Prof. LUCIANETTI – CDS IN ECONOMIA E MANAGEMENT

Il Prof. Lucianetti ringrazia gli intervenuti per aver accettato il confronto e comunica che l'offerta formativa prevista per il nuovo anno accademico è sostanzialmente in linea con quella dell'anno precedente. Si conferma il potenziamento degli insegnamenti e dei moduli dedicati alle competenze digitali e alle soft skills così come suggerito più volte nei precedenti incontri del Comitato di Indirizzo. Ribadisce l'importanza di iniziative quali il "Career Day" che anche quest'anno registrano la partecipazione delle più importanti realtà produttive non solo regionali ma nazionali ed internazionali con le quali è in corso un proficuo interscambio di idee e di progettazione condivisa ed invita i presenti a fare osservazioni sull'offerta formativa del cds triennale in Economia e Management.

DOTT. LEOMBRUNI - FEDERMANAGER

Prende la parola il Dott. Leombruni di Federmanager per chiedere come mai non sono presenti insegnamenti dedicati alla leadership nel percorso della triennale. Suggestisce di dare maggiore peso a tale tematica perchè è alla base del vantaggio competitivo delle imprese. La competenza manageriale è sicuramente importante ma la leadership è decisiva. I futuri manager dovranno possedere non solo una formazione tecnica ma la capacità di entrare in relazione con gli altri e saper negoziare anche in presenza di opinioni divergenti.

PROF. LUCIANETTI

Il Prof. Lucianetti condivide appieno i suggerimenti del Dott. Leombruni e risponde che in realtà le tematiche citate sono inserite nell'insegnamento a scelta *Leadership e performance management*, che non è inserito nella brochure inviata nella convocazione.

DOTT. TRAPANI -PILKINGTON

Il Dott. Trapani ha tre suggerimenti da dare in merito al percorso triennale illustrato sinteticamente dal Prof. Lucianetti.

Per quanto riguarda il primo, premette che la Pilkington è una realtà complessa che fattura poco meno di mezzo miliardo di euro e che ha bisogno di laureati da inserire specialmente nell'area del controllo di gestione. Sottolinea infatti come, durante i colloqui per l'inserimento di nuove risorse in azienda, si trova spesso di fronte candidati con idee piuttosto generiche sulle tematiche del controllo di gestione. Il Dott. Trapani intende suggerire di inserire un altro insegnamento di controllo di gestione con focus più avanzato, rafforzando e potenziando quello di base già esistente inserendo in particolare moduli dedicati al controllo del flusso di cassa (cash flow), dei crediti commerciali, dei solleciti di pagamento, dei piani di rientro e più in generale l'approfondimento delle tematiche legate alla gestione dell'attivo circolante e al pagamento dei fornitori. Il controllo di gestione è anche controllo dell'attività commerciale e non solo industriale. Il corso di controllo di gestione di base è un insegnamento generalista ed introduttivo ma che va assolutamente potenziato con ulteriori moduli di insegnamento e approfondimenti sulle tematiche testè menzionate. Ciò anche perché le risorse umane con alto potenziale seguono sempre più percorsi di carriera in azienda incentrati sul controllo di gestione. Ad esempio, molti CFO hanno spesso ricoperto in passato le funzioni di controller. Considerando che la contabilità generale e la contabilità dei costi sono fondamentali per svolgere un buon controllo di gestione di base, vien da sé che l'insegnamento al percorso triennale di controllo di gestione vada ulteriormente sviluppato con moduli ulteriori specifici o l'inserimento di un insegnamento più avanzato anche al percorso triennale.

Per quanto riguarda il secondo messaggio, in un corso di laurea generalista che vuole formare laureati destinati ad entrare in azienda gli insegnamenti di macroeconomia e politica economica, ad esempio, sono spesso complicatissimi per via dell'utilizzo di modelli matematici. Sicuramente forniscono conoscenze e competenze economiche utili, magari, per entrare nei centri studi delle banche, ma non sono di interesse dell'azienda. Il dott. Trapani suggerisce quindi di depotenziare quegli insegnamenti, in particolare di economia, che non forniscono le conoscenze e le competenze che le aziende, invece, richiedono, quali quelle legate al controllo di gestione.

Il terzo suggerimento è quello di dedicare maggiore spazio alle tematiche legate alla valutazione degli investimenti, al capital planning, al discounted cash flow, al payback, oltre alle tradizionali conoscenze contabili sui costi e ricavi. Anche in questo caso si tratta di competenze di cui le aziende hanno assoluto bisogno.

In sintesi, il Dott. Trapani suggerisce di potenziare l'area del controllo di gestione, e contestualmente di porre meno enfasi su insegnamenti che non forniscono quelle conoscenze e competenze che le imprese, invece, richiedono in quanto immediatamente spendibili e di ampliare la formazione con i temi relativi, ad esempio, anche alla valutazione degli investimenti sul capitale investito.

PROF. LUCIANETTI

Il Prof. Lucianetti ringrazia il Dott. Trapani per i preziosi suggerimenti forniti. Il percorso triennale prevede una terna di insegnamenti di base, contabilità e bilancio, contabilità e bilancio avanzato e controllo di gestione che sono stati pensati con contenuti introduttivi e non eccessivamente specialistici. Gli approfondimenti sul cash flow, sul capital budgeting, sulla gestione dei crediti ecc., sono sicuramente utili ed andrebbero effettivamente inseriti come moduli in altri insegnamenti oppure aggiungendo altri insegnamenti specifici. E' una riflessione che sicuramente sarà fatta con i colleghi del corso allo scopo di trovare una soluzione adeguata. Per quanto riguarda la ulteriore ripermetrazione del percorso triennale quasi esclusivamente intorno ad un "core content" economico aziendale, la cosa non è realizzabile esistendo un ordinamento ministeriale del corso di studi che disciplina anche la presenza minimale degli insegnamenti economici (Microeconomia e Macroeconomia e Politica Economica). Il prof. Lucianetti tuttavia sottolinea che tale operazione sia stata già fatta in passato proprio per rispettare le indicazioni ed i suggerimenti provenienti da precedenti riunioni del comitato di indirizzo riducendo tali insegnamenti al minimo dell'ordinamento ministeriale. Anche in questo caso le osservazioni del Dott. Trapani saranno oggetto di approfondita riflessione all'interno dei prossimi consigli di corso di Studio allo scopo di verificare se sarà possibile dedicare ulteriori spazi alle discipline economico aziendali per approfondire quei contenuti che le aziende ritengono sempre più utili per la formazione dei laureati.

DOTT. SOZIO - ZACCAGNINI

Anche il dott. Sozio condivide le osservazioni del Dott. Trapani. Se è vero che in generale una triennale generalista e ad ampio raggio può andare bene, dall'altro non nasconde la necessità di rifocalizzare meglio i contenuti del controllo di gestione. Le aziende hanno bisogno di un controllo di gestione attento, mirato e veloce. Servono laureati che sappiano elaborare rapidamente scenari alternativi visti i tempi di crisi, che conoscano le tematiche di production manufacturing, che sappiano redigere report direzionali e operativi adeguati a supportare le scelte direzionali, a valutare il payback e i flussi di cassa. Tra i moduli da inserire il dott. Sozio suggerisce quelli dedicati al risk management. Occorre potenziare la formazione sulla gestione dei rischi aziendali.

PROF. LUCIANETTI

Il Prof. Lucianetti sposa in pieno le osservazioni del Dott. Sozio. Il controllo strategico, la reportistica direzionale e il risk management sono altrettanto importanti ma su tali tematiche lo spazio occorrerebbe trovarlo più su un percorso magistrale che su uno triennale. Potrebbe essere opportuno procedere con dei cenni nel percorso triennale da approfondire successivamente in quello magistrale.

DOTT. GROSSI – ALLBORA

Il Dott. Grossi suggerisce di dedicare attenzione non solo alla figura del manager ma anche a quella dell'imprenditore e del consulente. La formazione aziendale non deve ridursi a formare solo figure di dipendenti, magari con conoscenze di elevata professionalità, ma anche consulenti e imprenditori, in particolare di *start-upper*. La formazione in aula dovrebbe includere anche l'analisi di business plan autentici, l'inserimento di tematiche quali la lean manufacturing. Occorre in sintesi riconfigurare l'attività formativa intorno alla nuova realtà d'impresa, che è fatta di start-up. Qualche credito

formativo in più su questo fronte sarebbe opportuno perché la realtà è cambiata: consulenti e imprenditori sono sempre più gli sbocchi seguiti dagli studenti.

PROF. LUCIANETTI

Il Prof. Lucianetti condivide pienamente le osservazioni fatte. In passato era presente anche al percorso triennale un insegnamento a scelta denominato *Risorse umane e start up*, i cui contenuti essendo molto specifici e relativi all'imprenditorialità, sono adesso stati più opportunamente collocati nel percorso magistrale, all'indirizzo management. Tuttavia, il Prof Lucianetti sottolinea come il tema delle start up è affrontato anche con iniziative autonome da parte degli stessi studenti, come ad esempio, nell'evento denominato "*Start-Up Weekend*". Non mancano, quindi esperienze, di questo tipo all'interno del percorso formativo che è fatto non solo di moduli e insegnamenti ma anche di attività esperienziali e laboratoriali gestite in autonomia dagli stessi studenti attraverso i loro rappresentanti in CDS.

Tuttavia, si conclude come, in generale, non sussistono difficoltà a reinserire nel percorso triennale anche cenni introduttivi di business plan e di start up nella logica suggerita dal Dott. Grossi.

DOTT.SSA D'ANGELO - GADA

La Dott.ssa D'Angelo è una ex studentessa e testimonial dell'efficacia e della spendibilità del titolo triennale in Economia e Management. Premettendo la centralità delle competenze digitali nell'attuale momento storico chiede se negli insegnamenti della triennale é previsto il potenziamento nell'utilizzo del pacchetto office di Excel e dei software gestionali che sono sempre più utilizzati dalle imprese e richiesti ai neolaureati. La Dott.ssa D'Angelo chiede in sostanza se, oltre alla teoria, esiste uno spazio dedicato alla pratica dell'utilizzo degli strumenti digitali all'interno della triennale.

PROF. LUCIANETTI

Il Prof. Lucianetti ringrazia la Dott.ssa D'Angelo per la domanda. Il tema è importante e già nelle precedenti riunioni del comitato d'indirizzo era stato sollevato quando alcuni componenti si lamentavano che alcuni laureati non sapessero utilizzare bene il pacchetto Office ed in particolare un foglio Excel. Dopo tali condivisibili critiche è stato inserito nel percorso triennale l'insegnamento di *Informatica aziendale* focalizzato molto sull'utilizzo di Excel come strumento a supporto delle decisioni del manager. Inoltre, alla luce delle richieste legate alla trasformazione digitale è stato eliminato l'insegnamento di *Metodi matematici per la finanza* ed inserito un insegnamento completamente nuovo di *Digital Transformation* che si focalizza in particolare sull'informatizzazione digitale nei nuovi contesti organizzativi. Il Dipartimento di Economia Aziendale sta cercando di dare forte enfasi alla digitalizzazione all'interno della sua offerta formativa. Per quanto riguarda nello specifico i software gestionali il discorso non è semplice vista la numerosità degli iscritti totali (1300 circa) e dei nuovi immatricolati che oscillano tra i 350 e i 430 all'anno. Per problemi logistici, sia di licenza dei software che di gestione degli spazi per la fruizione delle relative attrezzature informatiche, non risulta ancora agevole organizzare laboratori dedicati esclusivamente alla conoscenza e all'applicazione dei software gestionali utilizzati negli studi professionali e nelle imprese.

PROF. DE LUCA – CDS MAGISTRALE IN ECONOMIA E MANAGEMENT

Il Prof. De Luca premette che per avere una visione complessiva occorre guardare all'intero percorso fatto di triennale e magistrale. Condivide le considerazioni a livello di competenze trasversali e precisa che tutti i corsi hanno aderito a iniziative collaterali che si aggiungono all'offerta formativa standard. Infatti, sia il Cds triennale che quelli magistrali aderito ad iniziative come *Impresa in Accademia* con Confindustria dove le imprese indirizzano gli studenti sugli aspetti più trasversali delle relazioni manageriali o come i vari *Innovation Hackathon* dove i ragazzi sono coinvolti in iniziative innovative, si mettono in gioco, realizzano un progetto imprenditoriale e sono valutati da una giuria. Si tratta di iniziative collaterali che mancano nella brochure, ma che toccano tutti i temi rilevanti affrontati sinora, che generano convinta adesione da parte degli studenti. Si pensi ai seminari dedicati alla scrittura del curriculum che rappresenta il primo passo per l'ingresso nel mondo del lavoro o a quelli dedicati alle modalità di effettuazione di un colloquio di lavoro e all'utilizzo dei social nel mondo del lavoro.

Il cds magistrale in Economia e Management è articolato su tre curriculum per consentire agli studenti di individuare il percorso che sentono più vicino. Mentre quello triennale è chiaramente un percorso di base e a connotazione più tradizionale, il cds magistrale realizza un percorso di specializzazione. Ovviamente, tutti e tre i curricula appartengono al medesimo percorso di formazione spiccatamente aziendalistico.

Nell'ambito del curriculum di finanza aziendale l'attenzione è posta sugli aspetti più quantitativi, sui principi contabili internazionali, sulla gestione delle crisi d'azienda, sul controllo e sulla valutazione della performance, sulla valutazione d'azienda più tutte le tematiche di economia della concorrenza strategica, dei metodi quantitativi della finanza in precedenza richiamati. Per quanto riguarda le altre discipline vale quanto detto sinora e cioè che ogni corso di studio deve rispettare delle tabelle ministeriali inderogabili.

Quello dedicato al management è un percorso più qualitativo, più soft dove troviamo gli insegnamenti di marketing, di entrepreneurship e venture capital, di management of innovation, di internazionalizzazione delle imprese, di sostenibilità, di reporting, di diritto del lavoro, di management della complessità, di human resource management e/o di management della complessità. In ognuno dei tre indirizzi abbiamo 6 cfu dedicati a stage, tirocini e ad altre attività collaterali che sono di fatto obbligatori e che vanno a saturare e completare la formazione cosiddetta più tradizionale. Anche negli insegnamenti tradizionali intervengono testimoni privilegiati. Il delegato della PWC, ad esempio, è stato coinvolto con seminari su tematiche pratiche in tema di principi contabili internazionali. Il corso di Strategie di internazionalizzazione e digital Innovation ha previsto progetti e business game con importanti realtà del territorio (Fater SpA) con relativa premiazione finale.

La stessa logica la troviamo infine nel terzo percorso dedicato alla professione e consulenza aziendale con insegnamenti ad hoc per rispondere alle esigenze di intrapresa di una carriera autonoma. A questi percorsi stiamo pensando di affiancarne un quarto, tutto in inglese, di cui vi parlerà più diffusamente il Prof. Za.

PROF. STEFANO ZA

Il progetto di quarto percorso tutto in inglese punta ad realizzare un percorso di double degree con l'Università di Neu-Ulm in Germania. Durante il percorso i nostri studenti andranno in Germania e gli studenti tedeschi verranno da noi per sfruttare al meglio la cooperazione con le due università.

Il percorso formativo dovrebbe puntare a produrre profili con competenze per operare nei sistemi organizzativi con la consapevolezza delle implicazioni derivanti dalle tecnologie digitali. Il profilo in uscita prevede figure che hanno a che fare con la gestione di progetti IT, con la consulenza e con tutte le aree di management digitalizzate. I corsi erogati dai partner tedeschi avranno una forte focalizzazione sull'IT management, sul consulting, sullo strategic management più tre insegnamenti focalizzati sulla business intelligence, sul data management e sul Platform management per comprendere l'utilizzo delle piattaforme. La parte iniziale prevede corsi erogati a Pescara con un taglio più gestionale e manageriale mentre nella seconda parte l'attenzione sarà maggiore sulla parte IT management. Alcuni di questi corsi sono già presenti negli indirizzi attuali mentre altri sono specifici come Enterprise Modeling e International Law che consentiranno di operare in ambiti internazionali.

DOTT SOZIO - ZACCAGNINI

Il Dott. Sozio ritiene il corso molto interessante e focalizzato sul digitale e sull'informatizzazione delle aziende.

DOTT. LEOMBRUNI - FEDERMANAGER

Il Dott. Leombruni ringrazia per la presentazione del quarto percorso. Ritiene che sia una grandissima opportunità avere un percorso tutto in inglese e con attività in comune con una università straniera. Con la pandemia è aumentata l'opportunità di lavorare da casa e con questo indirizzo si aumenta il valore di un potenziale laureato che si pone sul mercato e che può lavorare con una qualsiasi azienda del mondo da casa. Non necessariamente occorre studiare in presenza. L'importante è l'apertura all'inglese che rappresenta una grandissima opportunità.

DOTT. VERDIRRAME - BANCA DEL FUCINO

Il Dott. Verdirrame ringrazia dell'opportunità di essere presente a questo incontro. Pensa in particolare a che a cosa si può fare per il territorio. Propone due riflessioni. La prima sull'importanza di un approccio diverso per sviluppare percorsi di studio che richiedono una maggiore capacità di programmazione. La seconda riguarda la richiesta di corsi di studio che coinvolgano le aziende, con casi pratici da applicare in modo che gli studenti arrivino più preparati nel mondo del lavoro. In particolare, suggerisce di sviluppare e potenziare il filone legato alla finanza.

DOTT.SSA PELAGATTI - CONFINDUSTRIA

La Dott.ssa Pelagatti ricorda che con il Prof. De Luca Confindustria ha svolto tante iniziative. Per esempio, nella nuova edizione di Impresa in Accademia metà degli studenti provenivano dai corsi di laurea del Dipartimento di Economia Aziendale. E anche in occasione di Innovation Hackathon che si svolgerà il 12 e il 13 novembre si affronteranno i temi presenti nel quarto percorso di laurea, i temi

della digital transformation, con presentazione dei casi in lingua inglese. Confindustria è favorevole e fa i complimenti per questa capacità di anticipare i cambiamenti. Il giudizio è molto positivo.

DOTT. TRAPANI - PILKINGTON

Il Dott. Trapani ritiene che tutti e tre i percorsi di laurea siano belli e che fanno venire la voglia di ritornare a studiare e fornisce due suggerimenti. Per quanto riguarda il primo è d'accordo sull'enfasi data ai principi contabili internazionali. La Pilkington è disposta anche a dare una mano su queste tematiche, a collaborare sugli IFRS che oramai sono più diffusi rispetto a quelli italiani. Ritiene quindi utile utilizzare quest'ottica internazionale visto che le aziende hanno e avranno sempre di più a che fare con l'estero.

Per quanto riguarda l'indirizzo "professione e consulenza aziendale" il Dott. Trapani segnala l'esigenza di strutturare all'interno dei percorsi di studio un "diritto tributario avanzato", capace di approfondire le tematiche relative al transfer pricing e all'ottimizzazione dei carichi fiscali. Sarebbe opportuno che tali tematiche fossero approfondite nell'ambito del diritto tributario internazionale.

PROF. DE LUCA

Il Prof. De Luca condivide appieno quanto affermato. Il tema è già affrontato ma solleciterà ulteriormente il docente per dare seguito ai suggerimenti.

DOTT. SSA MONTI - FIRA

La Dott.ssa Monti ritiene l'offerta formativa presentata di altissimo livello. Nell'esperienza specifica di FIRA segnala che si è avvertita una forte carenza per quanto riguarda la gestione della società dal punto di vista delle assemblee. Suggerisce di sviluppare laboratori pratici che sviluppino gli aspetti gestionali e di governance societaria soprattutto per chi ha interesse alla creazione di impresa.

PROF. DE LUCA

Anche in questo caso il Prof. De Luca ringrazia la Dot.ssa Monti per i preziosi consigli cui darà seguito all'interno del corso di studi.

PROF. DELLA PORTA - CDS MAGISTRALE IN DIGITAL MARKETING

Il Prof. Della Porta passa a illustrare il cds magistrale in Digital Marketing che rappresenta il terzo corso che va completare l'offerta formativa più squisitamente aziendale del DEA. Parte da una constatazione ovvia. Il mondo è cambiato e anche l'università deve cambiare/aggiornare la sua offerta formativa per rispondere in modo adeguato ai cambiamenti. I cambiamenti cui si fa riferimento sono quelli della cosiddetta trasformazione digitale che hanno coinvolto tutti gli aspetti dell'agire d'impresa. Tra questi quello più visibile riguarda la figura del consumatore e, in particolare, le sue mutate abitudini di acquisto che si sono trasferite dai negozi fisici a quelli virtuali della rete. Se prima la creazione di valore passava per la stampa, per la radio, per la televisione, per i giornali e le riviste ora passa per il web, per i social media e per le mail.

Alla luce dei nuovi comportamenti di acquisto che vedono la rete come protagonista, le imprese hanno la necessità di comprendere più a fondo come elaborare le strategie di marketing, come costruirsi una solida reputazione, come attrarre i clienti, come incrementare le vendite. In sintesi, come crescere nel

nuovo ecosistema digitale. Ciò detto l'obiettivo del Corso di Laurea Magistrale in Digital Marketing è quello di affrontare, da un punto di vista manageriale, le problematiche connesse a questo spostamento dei processi di creazione di valore dal mondo fisico al web. Il profilo che il Corso intende formare è quello del Digital Marketing Manager, una figura attualmente molto richiesta dalle imprese. La strategia formativa è quella di fondere gli aspetti manageriali con quelli più tecnico-quantitativi. Gli aspetti manageriali prendono corpo negli insegnamenti di Digital Marketing Principles, di Digital Business Organization, di Management of Innovation, di Business and Social Media Strategies e di Performance Management. Quelli più tecnico-quantitativi prendono corpo negli insegnamenti di Applied Data Analytics, di Marketing Statistics and Metrics, di Technology and Business Intelligence, di Digital Marketing User Experience. Completano l'offerta formativa gli insegnamenti di Economics of Online Markets, di Economics of Strategic Competition, di Digital Law e di Advanced English. Per sintetizzare il corso intende fornire agli studenti logiche e strumenti utili per leggere il cambiamento allo scopo di consentire loro di elaborare adeguate strategie di marketing. Per rendere più efficace gli insegnamenti si fa largo uso del metodo dei casi per rendere la formazione ancora più laboratoriale e operativa.

DOTT. FIORITI - INNO-VALLEY

Il Dott. Fioriti trova molto interessante il Corso e suggerisce di dare spazio al suo interno alle tematiche di Open Innovation e allo Start-up management prevedendo magari un secondo percorso. Si tratta di temi molto attuali che sono rivolti non solo ai manager ma anche ai futuri imprenditori e innovatori del mondo digitale. All'interno del Corso di Digital Marketing questa prospettiva potrebbe essere molto interessante.

PROF. DELLA PORTA

Il prof. Della Porta ringrazia e accoglie il suggerimento di avviare una riflessione con i colleghi per valutare la possibilità di aprire un percorso specifico dedicato all'Open innovation.

DOTT. MARZANO - ESPRINET

Il Dott. Marzano trova il percorso di Digital Marketing illustrato dal Prof. Della Porta molto interessante e afferma che corsi di laurea come questi servono. Trova che il corso sia ben strutturato e propone due considerazioni. La prima riguarda la figura del Data scientist. Tale figura è molto importante ed è fondamentale nelle imprese. Nel piano di studi è collocata nell'insegnamento opzionale di Data Science e Technology intelligence. Il Dott. Marzano constata che le aziende sono diventate ormai data driven e devono assolutamente disporre di laureati in grado di analizzare i dati. Pertanto, ritiene fondamentale potenziare ulteriormente questo fronte. Inoltre, suggerisce di prendere maggiormente in considerazione le logiche del Project Management perché affrontare una strategia digitale è un progetto complesso che necessita di una pianificazione molto attenta, che coinvolge spesso più gruppi, che mette tante figure insieme (inclusi i fornitori esterni). In tal senso le competenze di project management sono fondamentali. Senza questo Know-how difficilmente si riuscirebbero a mettere insieme i vari pezzi del mosaico (social media, campagne di advertising). Occorre, in sintesi, disporre di una visione unitaria della complessa attività del digital marketing manager. Come ultimo punto, il Dott. Marzano, ricorda che il digital marketing manager deve poi fare affidamento su un CRM strutturato che possa dare informazioni affidabili sugli utenti già acquisiti.

PROF. DELLA PORTA

Il prof. Della Porta è assolutamente d'accordo con le considerazioni appena svolte. Nel piano di studi dal prossimo anno accademico è stato previsto l'insegnamento di Applied Data Analytics proprio per venire incontro a tali esigenze. Per quanto riguarda il Project Management, tale tematica potrebbe essere inserita come modulo all'interno dell'insegnamento di Digital Business Organization del Prof. Za, già presente nel corso di studi.

DOTT. TAMBURRINO - ZACCAGNINI

Il Dott. Tamburrino racconta la sua esperienza visto che, nel 2021, la proprietà ha deciso di aprire un ufficio di Digital Marketing. Ha notato che i software sono il tallone d'Achille di tale attività visto che sono molto costosi. Chiede se nell'ambito del Corso di Studi si utilizzano software open source o licenziati e quali social sono prevalentemente analizzati visto che, ad esempio in oriente e in Cina, ne esistono altri e differenti dai noti Facebook e Instagram usati prevalentemente in occidente.

PROF. DELLA PORTA

Il Prof. Della Porta ringrazia per le domande poste. Per quanto riguarda i software riferisce che, all'interno dell'insegnamento di Digital Marketing User Experience, il docente, prof. Fabrizio Barbarossa, usa un software, da lui stesso brevettato. Per quanto riguarda i social media nel nuovo insegnamento attivato da quest'anno, *Social media analytics*, sono stati analizzati i dati rivenienti dai social media più diffusi, quali quelli citati.

In conclusione, e visti i tempi stretti legati all'inizio del Career Day, oltre a ringraziare ulteriormente i presenti per i preziosi suggerimenti forniti, il prof. Della Porta cede la parola alla prof.ssa Verna per presentare un innovativo progetto formativo denominato l'Ascolto che vede coinvolti come corsi pilota i due corsi magistrali di Economia e Management e Digital Marketing.

PROF.SSA VERNA

La Prof.ssa Verna riferisce che il progetto l'Ascolto mira, in breve, ad innovare la didattica perché mette in relazione i bisogni degli stakeholder con quelli degli studenti per tradurli in obiettivi formativi adeguati alle figure previste dai Corsi di Studio. Particolare attenzione, infine, è dedicata alle competenze trasversali che sono sviluppate all'interno dei singoli insegnamenti con strategie didattiche che fanno largo uso di case studies, di role playing ecc.,.

Il Prof. Della Porta ringrazia i presenti per i preziosi suggerimenti e non essendovi null'altro da discutere alle ore 11.30 dichiara chiusa la seduta.

Il Coordinatore del Comitato di Indirizzo

Prof. Armando Della Porta

