



**CORSO DI STUDI “ECONOMIA E MANAGEMENT”
FACOLTÀ DI ECONOMIA “G. FUÀ” – DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT**

**VERBALE DI CONSULTAZIONE CON LE ORGANIZZAZIONI RAPPRESENTATIVE DELLA PRODUZIONE
DEI BENI E SERVIZI E DELLE PROFESSIONI E/O REFERENTI DI CICLI DI STUDI SUPERIORI**

Il giorno 18/03/2023, alle ore 16.45, in modalità telematica, si è tenuto l’incontro di consultazione tra i responsabili del Corso di Studi “Economia e Management” (da qui in poi, CdS) e le organizzazioni rappresentative della produzione dei beni e servizi e delle professioni, di riferimento.

All’incontro sono presenti:

per il CdS:

- **prof. Alberto Manelli (Presidente)**

per le organizzazioni rappresentative della produzione dei beni e servizi e delle professioni/referenti di cicli di studi superiori:

- **dott. Gabriele Micozzi, Presidente dell’associazione “Marketing Associati: Comunicazione, Vendite, Strategie”.**

L’associazione ha per fini di: favorire la migliore conoscenza tra professionisti, studiosi, esperti, dirigenti della Pubblica Amministrazione, di Organizzazioni e di imprese private e pubbliche, che a vario titolo sono interessati al marketing, alle vendite, alla comunicazione ed alle tecnologie digital e dell’ICT; promuovere, in ambito sia nazionale sia internazionale, iniziative di studio, sperimentazione, progettazione, ricerca ed indagine, insegnamento, aggiornamento e formazione che abbiano attinenza con attività di marketing, comunicazione e sales anche in collaborazione con istituzioni, università, associazioni, enti ed imprese; promuovere, organizzare e realizzare attività, eventi, visite e viaggi volti alla formazione ed alla qualificazione professionale delle nuove generazioni nell’area del marketing, comunicazione, sales; mettere a disposizione dei soci convenzioni per l’acquisizione di informazioni, studi, ricerche, tools, servizi specifici; promuovere valori etici e sostenibili del marketing, comunicazione, e vendite nel rispetto dei diritti inviolabili della persona umana e della correttezza dell’informazione. L’Associazione è autonoma ed afferma la sua indipendenza da ogni espressione economica, politica e sindacale. Ogni altra informazione è reperibile dal sito internet dell’associazione. [<https://www.marketingassociati.com/>]

L’associazione è, per il corso di studi, parte interessata relativamente, in particolare, allo sbocco professionale costituito da: “responsabile dell’area commerciale”.

La discussione ha preso in esame:

1. la denominazione del corso di studi;
2. i profili professionali e gli sbocchi professionali e occupazionali previsti per i laureati;
3. gli obiettivi formativi specifici del corso di studi;
4. i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative.

Durante l’incontro, con specifico riferimento al curriculum “Marketing”, è emerso quanto segue:

Denominazione del CdS	Relativamente al profilo professionale di riferimento il dott. Micozzi ritiene che la denominazione del CdS sia adeguata. Allo stesso tempo, il dott. Micozzi suggerisce una rivisitazione della denominazione del curriculum. Egli, infatti, evidenzia come, nel corso degli ultimi anni, si sia assistito alla progressiva affermazione della figura del
-----------------------	--



	<p>sales manager, cioè il Responsabile delle vendite, che si è andato ad affiancare, all'interno di diverse realtà aziendali, al Responsabile marketing, o Marketing Manager. Il dott. Micozzi evidenzia che la forte ascesa della figura del sales manager renderebbe opportuno un richiamo allo stesso anche nella denominazione del curriculum che, così facendo, rifletterebbe meglio l'evoluzione conosciuta dall'area marketing e commerciale e delle relative funzioni in tempi recenti.</p>
Profili professionali e sbocchi professionali e occupazionali previsti per i laureati	<p>Relativamente al profilo professionale di riferimento e ai connessi sbocchi professionali e occupazionali previsti per i laureati, il dott. Micozzi rileva che il CdS forma profili professionali che sono allineati alle richieste provenienti dal mondo delle aziende.</p> <p>Un'efficace gestione delle politiche di marketing e di vendita rappresenta oggi una condicio sine qua non per la sopravvivenza delle aziende in contesti di mercato sempre più dinamici e caratterizzati da elevati livelli di concorrenza. Il dott. Micozzi rileva come la domanda di Responsabili dell'area Marketing e di Sales Manager sia in forte crescita anche in contesti aziendali di piccole o medie dimensioni dove, fino a qualche anno fa, tali figure professionali non venivano percepite come fondamentali. Pertanto, la formazione di profili professionali verticali su queste tematiche assicura una perfetta rispondenza tra offerta e domanda del mondo del lavoro.</p>
Obiettivi formativi specifici del CdS	<p>Relativamente al profilo professionale di riferimento, il dott. Micozzi rileva che il curriculum presenta degli obiettivi formativi che si caratterizzano per un adeguato livello di specificità rispetto alle figure professionali che il CdS intende formare. Gli obiettivi, infatti, risultano coerenti con la figura di Responsabile dell'area marketing. Il dott. Micozzi, però, rileva, anche alla luce della forte ascesa della figura del sales manager, che gli obiettivi formativi dovrebbero essere parzialmente aggiornati per tenere in considerazione le peculiarità distintive di tale figura professionale in termini di competenze, ruoli e funzioni all'interno dei moderni contesti organizzativi.</p>
Risultati di apprendimento attesi e quadro delle attività formative	<p>Relativamente al profilo professionale di riferimento, il dott. Micozzi sostiene che i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative siano sostanzialmente coerenti con la figura professionale che il curriculum intende formare. Due aspetti vengono evidenziati dal dott. Micozzi come particolarmente degni di nota.</p> <p>Il primo attiene all'esigenza di integrare il quadro delle attività formative con degli insegnamenti che assicurino alle studentesse e agli studenti competenze relazionali, le quali risultano centrali per chi opera in azienda come marketing o sales manager. Il dott. Micozzi, in particolare, evidenzia come all'interno delle realtà aziendali sia sempre più importante saper lavorare in team e, specie per gli addetti dell'area marketing, sviluppare capacità di</p>



	<p>public speaking. In questo senso, viene suggerita un'integrazione dell'attuale offerta formativa.</p> <p>Allo stesso tempo, il dott. Micozzi sottolinea l'importanza di fornire a chi opera all'interno dell'area marketing le competenze necessarie per elaborare e per comprendere i contenuti del business plan aziendale, rispetto alla predisposizione del quale il ruolo del marketing o del sales manager risulta centrale.</p> <p>Infine, il dott. Micozzi suggerisce un potenziamento dell'offerta formativa con riferimento ai processi di vendita e all'impatto che le nuove tecnologie digitali stanno avendo sugli stessi. L'importanza acquisita dai processi di vendita, e quindi dal sales manager, unita all'importante evoluzione dei nuovi canali di vendita, come l'e-commerce, richiedono competenze nuove che chi opera nell'area marketing deve necessariamente possedere. In questo senso, una parziale rivisitazione dell'offerta formativa, con l'inserimento di insegnamenti ad hoc, viene fortemente caldeggiata dal dott. Micozzi.</p>
--	--

L'incontro si conclude alle ore 18.00.

FIRME