

PIANO STRATEGICO DIPARTIMENTALE 2019-2021
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Sommario

1. INTRODUZIONE.....	3
2. LA VISIONE E LA MISSIONE.....	4
3. IL DIPARTIMENTO OGGI	5
3.1. LA DIDATTICA	5
3.2. LA RICERCA	11
3.3. LA TERZA MISSIONE	21
3.4. INTERNAZIONALIZZAZIONE	21
3.5. ANALISI DEL CONTESTO	23
4. Infrastrutture.....	27
5. Linee strategiche e programmazione del Dipartimento	29
5.1. Programmazione nell’ambito della didattica istituzionale	29
5.2 Programmazione nell’ambito della ricerca	41
5.3 Programmazione nell’ambito della terza missione	46
5.4 Programmazione nell’ambito dell’internazionalizzazione	51
6. Politiche per l’Assicurazione della Qualità	56
7. Monitoraggio delle politiche per l’assicurazione di qualità.....	57
ALLEGATI	58
Allegato 1 - Dottorato di ricerca in Economia e Management dell’Innovazione e della Sostenibilità (EMIS).	58
Allegato 2 – Azioni programmate per la ricerca.....	61
Allegato 3 – Procedure di certificazione.....	65
Allegato 4 – Progetto ristrutturazione aule di sezione	68
Allegato 5 – Elenco accordi tra Dipartimento e Università EU ed Extra EU – Overworld.....	69

PIANO STRATEGICO DIPARTIMENTALE 2019-2021
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

1. INTRODUZIONE

Il presente documento riformula la Programmazione triennale del Dipartimento di Scienze Economiche e aziendali 2018-2020, aggiornandola e allineandola al Piano Strategico di Ateneo 2019-2021. L'elaborazione di una programmazione triennale si inserisce in una tradizione consolidata nel Dipartimento, così come attestato, ad esempio, dalla programmazione triennale 2017-2019.

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali inizia la sua attività nell'anno accademico 1954-1955, allora con la denominazione Facoltà di Economia e Commercio. Pur nella sua breve storia, nella Facoltà di Economia, oggi Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, hanno insegnato molti docenti di fama nazionale e di spiccate abilità scientifiche come il Prof. Egidio Giannessi, il Prof. Lino Azzini, il prof. Carlo Masini, il Prof. Giovanni Ferrero, il Prof. Aldo Predetti, il prof. Luigi Guatri, il Prof. Roberto Ruozi, il Prof. Stefano Zamagni, il Prof. Aldo De Maddalena, il Prof. Gianguido Scalfi, il Prof. Piergiusto Jaeger, il Prof. Giuseppe B. Portale. Da non dimenticare, per valore e fedeltà al Dipartimento, il Prof. Eugenio Levi per l'area Matematica ed il Prof. Franco Feroldi per l'area dell'economia politica.

Negli ultimi anni, in particolare, il Dipartimento ha contribuito in modo significativo alla crescita e alla consistenza del numero di Studenti dell'Ateneo, sviluppando altresì importanti strategie nell'ambito dell'internazionalizzazione sotto il profilo della didattica, della ricerca e della terza missione. Il Dipartimento si è dunque affermato da tempo come una realtà nel panorama nazionale dei Dipartimenti di Economia per la didattica, la ricerca e per le attività di terza missione, proponendo rilevanti iniziative postlaurea oltre che un'intensa attività per conto terzi. Sotto il profilo delle attività di ricerca, il Dipartimento copre una vasta area multidisciplinare (ambiti economico, statistico-matematico, giuridico e storico), sviluppando sia gruppi e laboratori di ricerca, sia intense collaborazioni scientifiche internazionali.

Nel solco della tradizione e delle innovazioni sviluppate, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali intende continuare su questa traccia, potenziando le attività didattiche, di ricerca e di terza missione, tutte sviluppate con una prioritaria attenzione alla prospettiva internazionale.

Il Dipartimento si compone attualmente di 69 docenti ripartiti tra professori ordinari (25), associati (23) e ricercatori universitari (21), appartenenti a differenti settori scientifico disciplinari:

- AGR/01 ECONOMIA ED ESTIMO RURALE
- IUS/01 DIRITTO PRIVATO
- IUS/04 DIRITTO COMMERCIALE
- M-PSI/05 PSICOLOGIA SOCIALE
- M-PSI/06 PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI
- SECS-P/01 ECONOMIA POLITICA
- SECS P/02 POLITICA ECONOMICA
- SECS-P/03 SCIENZA DELLE FINANZE
- SECS-P/04 STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO
- SECS-P/06 ECONOMIA APPLICATA
- SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE
- SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
- SECS-P/11 ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI
- SECS-P/12 STORIA ECONOMICA
- SECS-P/13 SCIENZE MERCEOLOGICHE

- SECS-S/01 STATISTICA
- SECS-S/03 STATISTICA ECONOMICA
- SECS-S/06 METODI MATEMATICI DELL'ECONOMIA E DELLE SCIENZE ATTUARIALI E FINANZIARIE

Il modello organizzativo del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali si compone di:

- GIUNTA, composta da Direttore e Vice Direttore, Presidenti dei Corsi di Studio, Rappresentanti eletti, Responsabile Amministrativo Gestionale.
- COMITATO DI COORDINAMENTO ED INDIRIZZO, al quale sono attribuiti i compiti di progettazione e stesura della proposta di piano triennale di sviluppo, di condivisione delle priorità strategiche da perseguire, di individuazione delle modalità e dei processi per le decisioni inerenti ai ruoli di indirizzo (commissioni, giunta, sviluppo carriere, offerta formativa) e politiche di ricerca, analisi e supporto alla Direzione per la gestione dei processi di interfaccia con l'Ateneo.
- CORSI DI STUDIO E COMMISSIONE PARITETICA DOCENTI-STUDENTI.
- COMMISSIONI PERMANENTI DI INDIRIZZO, costituite da Commissione Istruttoria per la Didattica, Commissione Istruttoria per la Ricerca, Commissione Internazionalizzazione Erasmus e Scambi Didattici.
- COMMISSIONI DI GESTIONE DI PROCESSO rappresentate da Commissione SUA Terza Missione, Commissione SUA-RD, Commissione Orientamento in Entrata, Commissione Orientamento in Uscita, Commissione Biblioteca, Commissione Riaccredito, Commissione Web, Commissione Prevenzione e Sicurezza.
- REFERENTI DI PROCESSO: Tutorato, TFA, Idoneità-Abilità Linguistiche, Idoneità-Abilità Informatiche, Studenti con Disabilità, Progetti Corda-Idea, Presidio A. Q.

2. LA VISIONE E LA MISSIONE

MISSIONE:

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali intende essere un luogo di formazione e di progresso della conoscenza, orientato al miglioramento del benessere delle comunità e delle persone che ne fanno parte attraverso le attività di didattica, di ricerca e di terza missione.

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali è una comunità scientifica formata da docenti e ricercatori, parte integrante della comunità scientifica internazionale; un luogo di studio e di sviluppo degli individui.

Nello svolgimento delle proprie attività, il Dipartimento si ispira ai principi di: indipendenza meritocrazia, integrità, imparzialità, apertura, ascolto, dialogo, rispetto, sostenibilità.

In linea con quanto espresso dall'Ateneo di Parma nel Piano strategico 2019-2021, il Dipartimento promuove la creazione, il trasferimento e il progresso della conoscenza per rispondere ai bisogni di alta formazione e di ricerca della Società, sostenendone l'apertura anche a livello internazionale.

Il Dipartimento fa propri i valori dell'ateneo che possono essere così riassunti:¹

- Siamo una comunità di persone che pone al centro della propria azione il rispetto reciproco e la promozione delle potenzialità di ogni sua componente: studenti, docenti, ricercatori, personale tecnico e amministrativo.
- Siamo una comunità scientifica dalle antiche origini, formata da docenti e ricercatori e siamo parte integrante della comunità scientifica internazionale. Siamo una comunità indipendente, aperta e proiettata nel mondo e verso il futuro.

¹ Piano strategico Ateneo di Parma, 2019-2021, p. 9.

- Siamo un luogo di studio e di sviluppo degli individui. Abbiamo l'obiettivo di accompagnare e sostenere ogni studente a mettere a frutto le proprie potenzialità e a sviluppare la propria personalità.
- Siamo un luogo di progresso del sapere scientifico, e mettiamo a disposizione della collettività le conoscenze di base e gli strumenti operativi, per contribuire al progresso e al benessere della Società

VISIONE:

Attraverso una cura capillare dei servizi offerti, un'attenzione costante all'offerta formativa e un vigile monitoraggio dei percorsi intrapresi, il Dipartimento presta prioritaria attenzione agli studenti, alla loro formazione e alla loro crescita personale e professionale, con l'obiettivo di accompagnare e sostenere ogni studente nel percorso di sviluppo e realizzazione delle proprie potenzialità. Nei processi educativi e formativi il Dipartimento si impegna a garantire una formazione moderna e rigorosa, con una forte competenza professionale e a stimolare la capacità critica e l'attitudine alla riflessione e all'analisi basata su ragionamenti rigorosi e indipendenti. L'attività didattica si prefigge di promuovere la cultura, il sapere scientifico e l'acquisizione di nuove competenze. È prestata costante attenzione alla promozione dell'internazionalizzazione, attraverso una accresciuta penetrazione nelle reti internazionali della ricerca e della formazione.

Allo stesso tempo il Dipartimento intende essere un luogo di progresso del sapere scientifico, fornendo un solido contributo alla comunità internazionale degli studiosi e mettendo a disposizione della collettività le conoscenze di base e gli strumenti operativi, per contribuire al progresso e al benessere della società nel suo complesso.

Con una costante tensione all'innovazione e al miglioramento, attraverso l'ascolto e il dialogo con gli studenti e con le parti interessate, il Dipartimento si impegna per una crescente integrazione con il territorio perseguendo obiettivi di qualità e di sostenibilità con il fine ultimo di contribuire allo sviluppo culturale, sociale, civile ed economico del territorio e della nazione.

3. IL DIPARTIMENTO OGGI

3.1. LA DIDATTICA

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali è particolarmente impegnato sul fronte della didattica e del servizio agli studenti, proponendo un'offerta formativa ampia e differenziata, nell'ambito dei percorsi triennali come pure di quelli magistrali. In questo modo, esso è in grado di attrarre un numero di studenti consistente, rispondendo con efficacia agli interessi dei neodiplomati e laureati triennali. Complessivamente, i docenti del Dipartimento erogano una quota assai rilevante di CFU (1320), per circa la metà nei corsi di laurea triennale e per l'altra metà in quelli magistrali. In linea di massima, l'impegno didattico dei docenti è ulteriormente aggravato dalla numerosità delle aule (nei corsi triennali circa 250 studenti, tenendo conto che nel Corso di laurea in Economia e Management (CLEM) gli insegnamenti del primo anno sono triplicati); nei corsi magistrali circa un centinaio di studenti (con l'eccezione del corso Trade e consumer marketing (TRADE) dove il numero supera i 150). Tale numerosità è assai rilevante tenendo conto delle specificità della didattica nei corsi avanzati. Inoltre, è opportuno sottolineare come, all'interno dell'Ateneo di Parma, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali sia caratterizzato da un rapporto studenti per docente più elevato (44) rispetto alla media generale (23). Si tenga conto che vengono poi sviluppate una serie di attività di sostegno (orientamento, *placement*, laboratori, etc.) particolarmente onerose in termini di impegno in ragione della grande numerosità della popolazione studentesca (quasi 3.500 iscritti). Per gli studenti impegnati a tempo parziale, per i quali, partire dall'a.a. 2015/2016, l'Università di Parma ha introdotto uno specifico regolamento, ogni corso di laurea del Dipartimento propone un percorso formativo con un numero di crediti formativi universitari pari al 50% di quelli annualmente previsti.

In linea con le politiche di inclusività dell'Ateneo, il Dipartimento supporta gli studenti appartenenti alle cosiddette fasce deboli, con Disturbi Specifici dell'Apprendimento – DSA e con Bisogni Educativi Speciali – BES, con l'obiettivo di individuare e progettare i sostegni necessari per svolgere in modo efficace le attività didattiche. A tal fine il Dipartimento si coordina con il Servizio per studenti e studentesse disabili e fasce deboli, "Le Eli-Che", che opera all'interno della U.O. Contributi, Diritto allo Studio e Benessere Studentesco dell'Ateneo.

Infine, l'offerta formativa dei corsi erogati dal Dipartimento si coordina con i regolamenti di Ateneo per il riconoscimento dei crediti formativi (CFU) per le attività di libera partecipazione, ovvero attività svolte in ambito sportivo, culturale e sociale, dimostrando l'attenzione alla formazione della persona, non solo in quanto studente, e riaffermando il ruolo complementare delle competenze trasversali nell'ampio contesto educativo universitario.

In aggiunta ai percorsi triennali e magistrali (di seguito descritti nel dettaglio), si ricorda che il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali partecipa alla realizzazione di altri prodotti formativi, con l'erogazione di didattica da parte di propri docenti; si segnala, in particolare, il Corso di laurea triennale in Scienze politiche e delle relazioni internazionali e il Corso di laurea magistrale in Relazioni internazionali ed europee, entrambi incardinati nel Dipartimento di Giurisprudenza, Studi Politici e Internazionali. Il Dipartimento è, inoltre, tra i soggetti organizzatori del Dottorato di ricerca triennale in Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità (EMIS), corso organizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Ferrara. Infine, numerosi docenti del Dipartimento vengono coinvolti in attività didattica di Master e Corsi di Perfezionamento dell'Ateneo e di altri Atenei.

OFFERTA FORMATIVA DEL DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

Lauree triennali

Corso di laurea in Economia e Management (CLEM)

Si tratta del corso di laurea del Dipartimento, che, con denominazioni e specializzazioni differenti, rappresenta il core business del primo livello formativo. Al suo interno sono previsti 5 curricula, la cui scelta avviene al secondo anno di corso. Le materie fondamentali sono insegnate nei primi due anni di corso (economia aziendale, microeconomia e macroeconomia, contabilità e bilancio, storia economica, matematica generale e finanziaria, statistica, fondamenti del diritto privato e commerciale, economia degli intermediari finanziari, economia e gestione delle imprese). Al terzo anno sono previsti i curricula di specializzazione.

(i) Economia aziendale (CLEA): sviluppa temi relativi alle funzioni amministrative delle imprese; fornisce competenze specifiche per intraprendere la libera professione.

(ii) Economia e finanza (CLEF): sviluppa competenze relative all'intermediazione finanziaria e ai mercati finanziari (banche, assicurazioni, istituto di credito).

(iii) Economia e marketing (CLAM): fornisce strumenti concettuali utili a comprendere le esigenze dei clienti/consumatori e a proporre strategie operative per soddisfare tali esigenze (lancio di nuovi prodotti, gestione di una marca, sviluppo di campagne di comunicazione).

(iv) Economia dei mercati internazionali (CLEI): approfondisce temi caratteristici delle attività di import-export e di presenza nei mercati esteri, oltre alle problematiche tipiche delle istituzioni economico-politiche internazionali.

(v) Economia e nuove tecnologie digitali (CLED): fornisce conoscenze e competenze su un tema molto importante e dibattuto dei nostri giorni: l'impatto della digital economy sul modo di fare business, sull'economia tradizionale e più in generale sulla nostra società.

Corso di Laurea in Sistema Alimentare, Sostenibilità, Management e Tecnologie (FOOD)

Si tratta di un corso di laurea innovativo e inedito nel panorama universitario italiano, in cui la cultura manageriale si integra con le bioscienze e le tecnologie alimentari per formare figure manageriali dotate di competenze trasversali al sistema agroalimentare.

Il Corso si basa sulle esperienze di ricerca dei Dipartimenti coinvolti (Scienze Economiche e Aziendali, Scienze Chimiche, della Vita e della Sostenibilità Ambientale e Scienze degli Alimenti e del Farmaco) per formare laureati dotati di cultura innovativa in grado di collocarsi all'interno del variegato sistema agroalimentare italiano.

Gli studenti possono contare su alcune caratteristiche importanti: (i) un percorso di studi interdisciplinare basato su conoscenze specifiche e articolate; (ii) lo scambio continuo tra il mondo della produzione agroalimentare e quello della ricerca e della formazione universitaria; (iii) la possibilità di più filoni di specializzazione: il management, la sostenibilità ambientale e le tecnologie connesse alla produzione e conservazione degli alimenti.

Il corso di laurea prevede 3 curricula:

(i) Bioscienze; (ii) Scienze degli Alimenti; (iii) Bioeconomia

Questo nuovo corso di studio è stato progettato a seguito di un'attenta analisi delle esigenze e delle potenzialità di sviluppo dei settori di riferimento e ha registrato un'ottima attrattività.

Lauree magistrali

Amministrazione e direzione aziendale (ADA)

Il Corso LM ADA si propone di formare profili professionali capaci di operare in numerosi ambiti dell'attività aziendale, con particolare riferimento ai seguenti ambiti tematici: (i) metodologie e conoscenze necessarie all'amministrazione e al governo delle aziende; (ii) strumenti quantitativi ed economici per svolgere attività di ricerca utili alle scelte aziendali; (iii) modelli contabili nazionali e internazionali; (iv) diritto delle società e delle imprese; diritto tributario ed elementi di fiscalità internazionale; (v) interdisciplinarietà della capacità di analisi della realtà aziendale.

L'obiettivo è dunque di formare economisti d'azienda con adeguate competenze giuridiche e altrettanto approfondite conoscenze di metodo e di contenuto economico-aziendale e giuridico, capaci di affrontare ogni ambito dell'economia d'azienda. I profili professionali acquisiti dai laureati dell'ADA riguardano le funzioni direttive e amministrative d'azienda (pubblica e privata) e le professioni liberali riguardanti la consulenza aziendale (dottore commercialista, revisore legale, ecc.).

Finanza e risk management (FRIM)

Il Corso LM FRIM intende formare esperti nella gestione di prodotti e portafogli finanziari, nell'analisi e gestione dei rischi bancari e finanziari e, più in generale, dei rischi economici d'impresa, nel management di istituzioni finanziarie, nell'analisi e gestione dei rischi assicurativi. In particolare, i laureati del FRIM acquisiscono una conoscenza approfondita degli strumenti del calcolo matematico applicato all'economia dei prodotti e dei mercati finanziari, della finanza e delle assicurazioni, nonché delle conoscenze specialistiche dei modelli aziendali di analisi del rischio degli operatori bancari, finanziari e assicurativi; a questo si aggiunge una competenza statistica che lo rende in grado di procedere all'elaborazione di dati ed effettuare stime di relazioni economiche.

L'obiettivo è di formare professionisti capaci nell'ambito delle questioni finanziarie e assicurative. Le competenze acquisite dai laureati del FRIM riguardano, tra gli altri, i seguenti ambiti professionali: (i) società di gestione del risparmio, organi di vigilanza del sistema finanziario e società di valutazione del rating finanziario; (ii) uffici tecnici e uffici di programmazione delle organizzazioni e aziende del sistema finanziario; (iii) attività di consulenza nell'area finanziaria e assicurativo-previdenziale, della gestione dei rischi aziendali e dei processi assicurativi; (iv) professione di Broker e Agente assicurativo.

International business and development (IBD)

Il Corso LM IBD è insegnato interamente in lingua inglese e ha l'obiettivo di fornire accurate basi formative nell'ambito dell'economia internazionale e dei processi di sviluppo nell'età della globalizzazione. Nel primo anno di corso gli insegnamenti offrono una panoramica d'insieme – e quindi

generale – del campo di studi, mentre nel secondo anno l'attenzione è centrata su aspetti più specifici affrontando tematiche industriali, finanziarie e ambientali in un'ottica globale.

Per gli studenti che non possiedono sufficienti conoscenze economiche sono previsti – nel primo semestre di frequenza – corsi introduttivi di Economia e Statistica per omogeneizzare i livelli conoscitivi di studenti provenienti da una pluralità di percorsi accademici triennali.

Il Corso IBD incoraggia gli studenti a sfruttare gli accordi di collaborazione esistenti con altre Università svolgendo una parte della propria formazione all'estero.

L'obiettivo è di formare professionisti esperti in questioni economiche internazionali e capaci di divenire Manager di imprese, istituzioni pubbliche o del terzo settore. In particolare, i laureati IBD, all'interno dell'impresa privata, sono in grado di ricoprire mansioni che richiedono contatti con l'estero, conoscenza di paesi stranieri, andamento e conoscenza dei mercati internazionali. Analogamente, nell'ambito delle Istituzioni Pubbliche, essi possono svolgere funzioni che richiedono rapporti con Istituzioni di altri paesi e/o Istituzioni internazionali.

Trade e consumer marketing (TRADE)

Il Corso LM TRADE è organizzato in modo da fornire una preparazione culturale approfondita e interdisciplinare nel campo delle politiche di marketing e vendita dell'Industria di Marca, delle strategie di marketing distributivo e degli ambiti di frontiera del Consumer Marketing. Considerato che i criteri di ammissione prevedono una solida base di conoscenze nel campo del marketing e dell'economia e gestione delle imprese, gli insegnamenti possono sviluppare temi progrediti, argomenti di frontiera, innovativi e specialistici. In particolare, il percorso formativo integra alle discipline economico-aziendali le prospettive economiche, statistiche e del diritto per sviluppare, ad esempio, le seguenti conoscenze: channel management; retail marketing; brand management; understanding global economy; diritto per il marketing; economia e sviluppo dei sistemi distributivi; ecc.

Particolare importanza è poi assegnata ai metodi quantitativi di analisi dei dati per il marketing, al fine di dotare i laureati di competenze e relative capacità analitiche e di utilizzo di strumenti informatici di analisi e reporting diffusi nel mondo aziendale. Numerosi laboratori formano gli studenti con metodi innovativi, tra i quali Negoziazione e Retail Case Solving in inglese a Dublino.

Il laureato in TRADE può ricoprire posizioni di responsabilità nel governo delle aziende, in particolare in qualità di Manager ed esperti nelle aree: Marketing, Vendite, Acquisti e Ricerche di Mercato.

Gestione dei Sistemi Alimentari di Qualità e della Gastronomia

Il Corso LM Sistemi Alimentari di Qualità e della Gastronomia ha l'obiettivo di formare figure professionali che combinano, in modo interdisciplinare, conoscenze economiche delle filiere e del management delle imprese con competenze tecnologiche e chimiche relative alla conservazione dei prodotti agroalimentari, nonché alla sostenibilità ambientale. Si tratta di un corso LM interclasse (LM-77 + LM/GASTR) sviluppato con metodo integrato, traendo profitto dalla marcata vocazione del territorio di Parma in tema di qualità alimentare (sistema produttivo agro-alimentare; forte concentrazione di produzioni con Designazione di Origine; attribuzione del titolo di Città UNESCO creativa della Gastronomia).

Il Corso si propone di fornire metodi e strumenti necessari ad analizzare e gestire le strategie delle istituzioni operanti nella filiera agroalimentare – come imprese di produzione e trasformazione, imprese industriali e cooperative, consorzi di tutela, associazioni di produttori, distribuzione moderna, operatori dell'ho.re.ca, aziende di preparazione del cibo e degli enti che si occupano della promozione dell'alimentare in Italia e all'estero. L'articolazione prevede, dopo un percorso comune, due percorsi professionalizzanti: uno economico-gestionale e uno gastronomico.

I laureati del Corso avranno sbocchi differenziati a seconda della specializzazione prescelta: il percorso economico-gestionale consentirà ai laureati l'impiego in aziende del settore agroalimentare o in

organizzazioni di produttori e istituzioni pubbliche mentre i laureati con specializzazione in ambito gastronomico potranno assumere ruoli dirigenziali portando una visione d'insieme delle componenti tecniche e culturali legate alla gestione del prodotto alimentare di qualità, tipico o innovativo.

Dottorato di ricerca in Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità (EMIS).

Il corso, organizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Ferrara, intende formare dottori di ricerca che possiedano competenze di analisi economico-aziendale, economica teorica e quantitativa, integrando al contempo come specificità particolare del corso gli strumenti di *economics*, economia aziendale e statistica. Le tematiche di ricerca, ampie ma definite nelle loro interazioni e specificità, consentono di introdurre elementi sia di analisi dei sistemi informativi, dei processi di gestione ed organizzazione delle aziende sia di gestione della complessità di fenomeni socio-economici e di policy di livello regionale e macroeconomico. Accentuate sono le tematiche di carattere regionale, al fine di cooperare in modo efficace con imprese ed istituzioni locali, sempre in coerenza con i temi di ricerca e le competenze del corpo docente. La complementarità tra tematiche (tra *economics* e economia aziendale e dentro le linee che definiscono le suddette macro aree) e tra livelli di analisi (micro-macro, Imprese-istituzioni pubbliche) è finalizzata a formare competenze che possano trovare eccellente impiego nei mercati del lavoro regionale, italiano ed europeo (Allegato 1).

L'offerta formativa così delineata ha avuto indubbiamente un riscontro positivo nell'aumento del numero degli studenti iscritti passati dall'anno accademico 2015/2016 all'ultimo (2018/2019) da circa 1.170 a quasi 1.600. Indicatori che attestano, al di là di ogni ragionevole dubbio, che l'attrattività dei corsi di Economia di Parma, dopo una breve fase di appannamento, è tornato a essere molto elevato, con una tendenza alla crescita soprattutto nelle regioni del Centro-Sud.

ORIENTAMENTO IN ENTRATA

L'attività di Orientamento in entrata riveste un ruolo cruciale per il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, con particolare riferimento ai Corsi di Laurea Triennali, ma con ambiti di intervento anche su Corsi di Laurea Magistrale.

Ai fini dell'attività di orientamento in ingresso, nell'ambito del Dipartimento è stata costituita una Commissione per l'Orientamento con il compito di coordinare una serie di attività volte a favorire la conoscenza dei percorsi di Laurea Triennali e Magistrali presso gli studenti delle scuole superiori e gli studenti iscritti a corsi di laurea triennali.

In particolare, l'attività di orientamento in ingresso del Dipartimento, svolta in collaborazione con gli uffici del servizio orientamento di Ateneo, si è concretizzata in una serie di iniziative quali:

1. il monitoraggio sistematico del profilo degli immatricolati ai CdS del Dipartimento, attraverso: (i) l'analisi dei flussi di provenienza delle matricole dalle diverse aree territoriali; (ii) l'evoluzione temporale delle tipologie di scuole/università di provenienza e del voto di maturità/di laurea triennale delle matricole; (iii) lo studio delle performance ottenute dalle aspiranti matricole nei test di ingresso ai corsi di studio a numero programmato;
2. la realizzazione di incontri di presentazione dell'offerta formativa del Dipartimento presso le principali Scuole Superiori (prevalentemente Licei e Istituti Tecnici Economici/Commerciali) della provincia di Parma e delle province limitrofe (Piacenza, Reggio Emilia, Cremona, Mantova, La Spezia, Massa-Carrara). Le presentazioni, a cura del Delegato alle attività di orientamento con il supporto di altri docenti e/o degli studenti-tutor del Dipartimento, è rivolta prevalentemente agli studenti delle classi V, prossimi alla scelta universitaria e si basa sia sulla spiegazione delle dimensioni più specifiche dello studio delle discipline economiche, che sull'evidenziazione delle aree di specializzazione tematica e di eccellenza didattica/di ricerca del Dipartimento. Nel corso dei tre precedenti anni accademici sono state realizzate 58 presentazioni dell'Offerta Formativa e le scuole superiori coinvolte sono risultate 28 in 8 province (PR, RE, PC, SP, CR, MN, LO, MS) In totale gli studenti coinvolti sono stati 2000;

3. lo svolgimento di cicli di lezioni/seminari su temi diversi delle discipline economiche, indirizzati agli studenti delle principali Scuole Superiori di Parma e provincia. I cicli di lezione, progettati insieme ai docenti delle stesse Scuole Superiori e tenute da Docenti appartenenti alle diverse Aree disciplinari del Dipartimento, si svolgono all'interno delle sedi delle Scuole e coinvolgono studenti di classi ed età differenti, interessati ad approfondire alcuni aspetti specifici dell'Economia ed a comprendere la multi-disciplinarietà degli studi in ambito economico. Nel corso del triennio precedente sono stati realizzati 55 seminari/ lezioni nei confronti degli studenti delle scuole superiori.
4. la gestione delle giornate di Open Day, organizzate dagli uffici di sede nel mese di Aprile di ogni aa per tutti i Dipartimenti dell'Ateneo. Si tratta di quattro giornate (tre per i corsi di laurea triennali e una per i corsi di laurea magistrali) durante le quali le strutture e il personale del Dipartimento sono completamente dedicati all'accoglienza delle future potenziali matricole. Tale accoglienza consiste: (i) nella realizzazione di incontri plenari di presentazione dell'offerta formativa; (ii) nell'allestimento e nel presidio di un desk informativo presso il quale fornire agli interessati le informazioni relative alle modalità di accesso ai corsi (scadenze, procedure, requisiti curriculari, contenuti dei test, etc.); (iii) nello svolgimento di visite guidate alle strutture di servizio del Dipartimento; (iv) nella distribuzione di materiali informativi. Nel 2018 i visitatori nelle quattro giornate di eventi dedicati sono stati complessivamente 7.700 oltre a 3.500 utenti che hanno assistito alle presentazioni dei corsi di laurea tramite le dirette streaming sul canale YouTube UNIPR;
5. lo svolgimento di incontri (nello scorso aa tre organizzati presso il Dipartimento) di confronto con i rappresentanti istituzionali (Dirigenti, Responsabili orientamento in uscita, etc.) delle principali scuole superiori di Parma e provincia. Tali incontri sono finalizzati ad ideare e progettare in modo condiviso iniziative formative/culturali "personalizzate" rivolte agli studenti e ai docenti delle singole Scuole Superiori del territorio.

Nel complesso, l'attività di Orientamento in entrata del Dipartimento si è articolata in una serie di iniziative di promozione in ingresso, finalizzate all'attrazione dei migliori "talenti" tra gli studenti delle scuole superiori e dei corsi di laurea triennale dei principali Atenei italiani.

ORIENTAMENTO IN USCITA

L'attività di Placement riveste un ruolo cruciale per il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, con particolare riferimento ai Corsi di Laurea Magistrali, ma può rappresentare un'occasione privilegiata anche per gli studenti del Corso di Laurea Triennale per entrare in contatto con il mondo delle aziende e prefigurarsi un progetto di vita professionale.

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali collabora da oltre tre anni al Job Day di Ateneo, che registra un numero crescente di aziende partecipanti. I dati presentati nel Piano strategico di Ateneo 2019-2021 evidenziano (XX Indagine AlmaLaurea sulla condizione occupazionale dei laureati) un tasso di occupazione, a distanza di un anno dalla laurea, pari al 49.3% per i laureati di primo livello, del 76.4% per i laureati Magistrali e del 71.3% per i laureati di Corsi Magistrali a Ciclo Unico. Il trend del tasso di occupazione per tutte le tipologie di corso registra una crescita rispetto alla XIX indagine, caratterizzata anch'essa da valori ampiamente superiori a quelli medi registrati a livello nazionale

Il Dipartimento ritiene che, parallelamente all'attività di Ateneo, sia fondamentale e strategico organizzare un momento di Placement specifico presso la sede del Dipartimento, in ragione sia delle specificità dei profili di uscita dai diversi Corsi di Laurea, sia delle richieste che pervengono da imprese ed Istituzioni. Nel corso degli ultimi anni, infatti, sono numerose le aziende che hanno contattato i singoli Referenti all'orientamento dei CdS o i singoli docenti, al fine di richiedere la segnalazione di profili di studenti da sottoporre all'iter selettivo previsto in una logica di programmazione di medio-lungo termine.

Occorre, inoltre, sottolineare che l'attività di Placement risulta fondamentale soprattutto per un Dipartimento che si caratterizza per 1600 immatricolati all'anno nei diversi Corsi di Studio e per circa 750 laureati che devono affrontare in modo efficace la ricerca e l'ingresso nel mondo del lavoro.

In questa prospettiva, appare di fondamentale rilevanza per il Dipartimento disporre di un'attività propria di orientamento e di inserimento volta ad accompagnare i laureati all'interno del contesto lavorativo. Pertanto i principali obiettivi di un'attività di Placement di Dipartimento sono duplici: contatto più mirato con le imprese al fine di raccogliere informazioni puntuali sul mutamento dei fabbisogni in termini di profili da un lato, e crescita personale degli studenti in ottica di auto orientamento al progetto lavorativo e preparazione alla fase della selezione.

Sin dal 2010 tale attività è stata svolta efficacemente con due finalità principali: anzitutto il coinvolgimento e sensibilizzazione degli *studenti* in tema di analisi delle opportunità di inserimento nel contesto lavorativo e di autovalutazione delle capacità/competenze richieste da *imprese o istituzioni*, oltre che con il potenziamento di rapporti continuativi con imprese e istituzioni sia nazionali (e locali) che internazionali, sbocco prioritario dei nostri laureati.

In concreto ciò si è tradotto in un'attività continuativa in cui sono state messe a disposizione degli studenti delle job opportunities che le imprese segnalavano sul portale del Placement (tenuto e curato dalle associazioni studentesche) e nelle specifiche giornate di previste per il Placement.

Contemporaneamente, è stato condotto un monitoraggio annuale attraverso un questionario sugli studenti per esaminare le fonti informative utilizzate per entrare nel mondo del lavoro, il percorso valutativo per scegliere tra le opportunità di lavoro, le competenze percepite come più importanti dalle imprese e, infine, possibili profili di studenti in ottica di potenziali applicant. I risultati di tali indagini sono sempre stati presentati durante le tavole rotonde dei Placement Day di Dipartimento come spunto di riflessione e confronto con le imprese invitate.

Dalle prime edizioni del 2010 si è registrato un trend crescente delle aziende coinvolte (che hanno superato la quota di 30 negli ultimi anni) e degli studenti (450 nel 2018) che vi hanno aderito. Mediamente il numero dei curricula presentati nel corso delle due giornate annuali programmate con le imprese hanno superato nell'aa 2016/17 le 900 unità. Va inoltre segnalata la "fidelizzazione" di alcune imprese che hanno negli anni partecipato alle giornate in oggetto come Parmalat, Ferrero, Kraft, Chiesi Group, Crédit Agricole, Banca Popolare dell'Emilia Romagna, Intesa San Paolo, Coca Cola, Unieuro, Deloitte & Touche, PWC, Ernest & Young, Kpmg, Coop, Danone, Esselunga.

L'iniziativa è stata in passato realizzata dal Comitato Placement del Dipartimento con la collaborazione attiva delle associazioni studentesche quali Junior Enterprise (ad esempio, nell'edizione 2016/17, la JE ha attivato 30 studenti per tutte le attività di accoglienza, ospitalità e segreteria) e Oikosmos (nel medesimo aa 15 studenti hanno realizzato la campagna social e video dell'evento). I singoli Cds hanno supportato il reclutamento di "studenti ambassador" che hanno reso più gradevole l'arrivo e la permanenza in Dipartimento dei manager delle imprese partecipanti, occupandosi di fornire un supporto nei processi logistici e di relazione con gli studenti interessati ai colloqui.

3.2. LA RICERCA

Le attività di ricerca del Dipartimento coprono una vasta area multidisciplinare, che spazia dall'ambito economico, declinato in una pluralità di approcci (scienze economiche, economia aziendale, economia degli intermediari finanziari e finanza, marketing, economia agroalimentare, geografia economica), agli ambiti statistico-matematico, giuridico e storico.

Il Dipartimento, in tema di ricerca, si ispira alle politiche definite dal Piano strategico di Ateneo e alle politiche europee, nazionali e regionali, volte a stimolare una ricerca orientata alla qualità, in dialogo costante con i territori e gli ambiti nazionale e internazionale.

In questi ultimi anni la valutazione della ricerca è diventata uno strumento strategico e di sempre maggior rilievo per la misurazione della qualità degli Atenei, incidendo in maniera rilevante sulla

distribuzione delle risorse e sull'assegnazione dei punti organico da parte del Ministero. L'Ateneo di Parma, pertanto, coordina le attività a sostegno della ricerca e della qualità della ricerca attraverso la determinazione di linee d'indirizzo e indicazioni operative, nonché promuovendo iniziative di formazione dedicate alla diffusione della cultura della qualità, monitorando e rendendo disponibili i dati di riferimento².

A livello di Ateneo, è operativa la Commissione di Ateneo per la Ricerca con funzioni di carattere propositivo e consultivo in merito alle strategie inerenti la ricerca scientifica, mentre in seno al Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali è istituita la Commissione ricerca. La commissione promuove e coordina le iniziative utili a favorire e incentivare le attività di Ricerca di Dipartimento, in accordo con il Direttore ed in stretta sinergia con il RAG e il Coordinatore/responsabile del servizio per la ricerca e la terza missione.

Nella propria attività di ricerca i docenti del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali si attengono alle "Linee Guida per la Buona Pratica Scientifica e la Disseminazione della Ricerca", recentemente elaborate dalla Commissione di Ateneo per la Ricerca con l'intento di assicurare che il personale e gli studenti dell'Università di Parma si attengano a solidi principi etici sia durante l'esecuzione della ricerca che al momento di pubblicarne i risultati.

Temi di ricerca:

- Diritto privato e diritto commerciale:
Gli organi di controllo delle società quotate. Le dimissioni dei sindaci. Le società a responsabilità limitata con capitale irrisorio. Le modifiche dell'atto costitutivo delle s.r.l. Aumento e riduzione del capitale di s.r.l. I titoli di debito delle s.r.l. Il pegno di azioni. I piani di stock option. Corporate Governance nella società chiuse. Intellectual Property. Il concordato di gruppo. Il diritto dei contratti italiano, comparato ed europeo. Il diritto dello sport italiano, comparato ed europeo. Il diritto europeo. Il diritto dei consumi italiano, comparato ed europeo. Il diritto bancario e del mercato finanziario italiano, comparato ed europeo. Il diritto europeo dei marchi, i brevetti e il design. Diritto di proprietà intellettuale e diritto d'autore nell'ambiente Internet. Il contratto di agenzia.
- Economia agroalimentare e scienze merceologiche:
Analisi del sistema agroalimentare e impatto delle politiche nazionali e comunitarie per l'agricoltura e l'agribusiness. In particolare: produzioni alimentari di qualità e organizzazione dell'offerta delle filiere agroalimentari; ruolo della qualità dei prodotti agro-alimentari nei rapporti di filiera; sviluppo rurale e locale nel contesto delle politiche europee; benessere animale e sue implicazioni per la qualità e la sicurezza alimentare; analisi del comportamento del consumatore nelle intenzioni e decisioni di acquisto di prodotti agroalimentari (innovativi, novel foods), anche attraverso l'uso di metodi sperimentali; sviluppo di modelli quantitativi, anche basati su tecniche sperimentali, per l'analisi dell'impatto delle riforme della politica agricola comunitaria a livello dell'azienda agricola, del territorio e del sistema agroalimentare; dinamica dei prezzi interni e internazionali delle commodities agricole; strumenti di gestione del rischio di prezzo nelle filiere agroalimentari; cambiamenti organizzativi e gestionali in atto nella produzione manifatturiera: open e transparent factory.
- Economia Aziendale:
Auditing e revisione aziendale: valutazione delle determinanti della qualità delle attività di controllo e di revisione. Ad esempio si stanno indagando gli effetti dei costi derivanti dalle sanzioni alle società di revisione, l'effetto dell'introduzione obbligatoria dei principi contabili internazionali sulla qualità della revisione, l'effetto della doppia rotazione del socio e della società di revisione sulla qualità dei bilanci. Aziende pubbliche e non-profit: bilanci delle aziende sanitarie, modalità di finanziamento dei musei diocesani, performances nelle università, strumenti di gestione per migliorare la qualità degli ospedali, riforma dei sistemi contabili degli

² Piano strategico di Ateneo 2019-2021, p. 24

enti locali, management delle aziende pubbliche, collaborazione tra organizzazioni profit e non-profit nella dottrina sociale della chiesa. Accounting History: sono state realizzate ricerche su Fabio Besta, sulla contabilità nel settore pubblico all'inizio del 20° secolo, sull'economicità e governance del Teatro Regio di Parma nel XIX° secolo, sul contributo di Carlo Masini e Lino Azzini allo sviluppo degli studi di accounting, sul Consorzio del Prosciutto di Parma in una prospettiva storica, su Giuseppe Verdi in una prospettiva di accounting history. Social, Environmental and integrated reporting: principio della materialità nei processi di accountability, corporate social responsibility in Italia, codice etico e responsabilità sociale di impresa, integrated reporting. Financial Accounting: valutazione delle determinanti della qualità dei bilanci e dei redditi. Ad esempio sono realizzate indagini sul Comprehensive Income, sui principi contabili internazionali, sulle determinanti della qualità dei bilanci e sui principali modelli empirici di apprezzamento di tale qualità. Management Accounting: approfondimenti sulla contabilità dei costi delle imprese e sul ruolo del controllo di gestione nel più ampio contesto del sistema dei controlli aziendali e dei sistemi di management delle imprese.

– Finanza, banche e assicurazioni:

Management delle istituzioni finanziarie e funzioni dei mercati finanziari. Tra i filoni di ricerca più significativi: l'evoluzione dei mercati finanziari e mobiliari; il management dei rischi finanziari della banca e degli operatori non bancari; la gestione delle politiche di mercato e di offerta delle banche; la gestione della governance e dei controlli interni delle istituzioni finanziarie; lo sviluppo delle regole di vigilanza; l'evoluzione della domanda di prodotti finanziari e assicurativi; le dinamiche del mercato del credito e del mercato assicurativo; la microfinanza e l'inclusione finanziaria; l'educazione finanziaria; il rapporto banca-impresa e le dinamiche creditizie caratterizzanti le PMI. Con riferimento ai mercati finanziari e mobiliari vengono approfonditi in particolare: i mercati delle commodity agricole, il ruolo degli operatori e della speculazione; l'instabilità politica e l'impatto sui mercati finanziari; la politica monetaria e l'impatto sui mercati finanziari. Con riferimento all'intermediazione assicurativa, alla previdenza complementare e al risparmio gestito, i principali temi oggetto di studio sono: l'impatto della normativa IDD sul sistema distributivo italiano di prodotti assicurativi; i rischi da interruzione dell'attività di esercizio analizzati in chiave assicurativa e l'impatto economico di uno stop produzione sull'attività di imprese quotate; le scelte comportamentali degli aderenti alle forme di previdenza complementare e il loro impatto in termini di profittabilità della partecipazione; gli investimenti finanziari dei fondi immobiliari e la relazione fra scelte di investimento, performance e governance; gli investimenti immobiliari nell'ambito degli investitori previdenziali. Con riferimento alla gestione bancaria, sono oggetto di studio in particolare: il rischio reputazionale; la struttura proprietaria delle banche e l'impatto sulle performance; la rendicontazione ESG e l'impatto sui mercati finanziari. Con riferimento alla microfinanza e all'inclusione finanziaria vengono studiati in particolare la microfinanza in Europa e il collegamento tra esclusione finanziaria ed esclusione sociale. Per quanto riguarda la financial education, è oggetto di studio in particolare il ruolo dell'atteggiamento verso la finanza come variabile esplicativa dei bassi livelli di conoscenza e competenza finanziaria di alcuni gruppi cosiddetti "vulnerabili" (ad es. donne e giovani).

– Marketing:

Retail marketing: strategie e politiche di marketing della distribuzione specializzata (nei diversi comparti) e despecializzata. Branding distributivo: modelli di interpretazione del ruolo della marca del distributore (MDD) in comparazione a quella industriale. In questo quadro le ricerche si sono concentrate sia sulle politiche di valorizzazione delle dimensioni intangibili della MDD che sulla percezione da parte del consumatore in ragione del grado di fedeltà all'insegna. Consumer Behaviour: analisi del processo decisionale di consumo e di acquisto dei consumatori, con particolare riferimento ai prodotti di largo e generale consumo (confezionati – drogheria alimentare, cura casa, igiene personale, pet food; freschi – gastronomia, carne, ortofrutta, pesce, pane). Channel management: integrazione verticale, metriche di canale, vertical branding,

fidelizzazione dei partner di canale, supply chain management e progetti di condivisione dell'offerta di categoria. E-commerce: analisi delle strategie adottate dalle aziende che presidiano il canale online e sull'analisi del profilo e del comportamento del consumatore. In particolare, l'attenzione è posta sul fenomeno della multi- e omni-canalità, ovvero sull'integrazione tra canale fisico e digitale. Innovative store promotion: modalità di gestione del volantino promozionale da parte dell'insegna distributiva, strategie di ottimizzazione della distribuzione dei volantini sul territorio e impatto delle caratteristiche del volantino sulla performance di punto vendita. Loyalty marketing e customer experience management: valutazione dell'efficacia della promozione nel retail (promozione di prezzo e non di prezzo) e del ruolo dei diversi punti di contatto (touchpoint) tra aziende e clienti per lo sviluppo della customer experience e della fedeltà della clientela. Neuromarketing: studio delle risposte cognitivo-emozionali del consumatore agli stimoli di marketing attraverso tecniche di neuroimaging (come la risonanza magnetica funzionale e l'elettroencefalogramma) e dell'affective computing (software di rilevazione delle emozioni attraverso l'analisi delle espressioni facciali). Marketing nutrizionale: proposta di cibi salutari in punto vendita e nelle vending machine, gestione dell'assortimento con prodotti antiobesità, comunicazione nutrizionale, orientamento degli acquisti attraverso la comunicazione in e out of store e ottimizzazione del display di categoria. Social media marketing: impatto dei social media sulle leve di marketing, sulle relazioni di canale, sulla gestione della reputazione e crisis management. Metodi matematici per la finanza, l'economia e le assicurazioni:

Probabilità e calcolo stocastico applicati all'economia e alla finanza: distribuzioni stabili e prezzi in un mercato finanziario; pricing di opzioni americane sotto ipotesi non standard (tasso di sconto negativo); analisi della relazione tra derivate di ordine diverso di funzioni utilità e applicazioni in ambito economico-finanziario (risparmi precauzionale, selezione del portafogli); problematiche legate alla modellazione dei mercati finanziari; funzionali di prezzo in un mercato finanziario; l'anatocismo bancario. Metodi numerici applicati alla finanza: stima della volatilità ed effetti di leverage con dati ad alta frequenza; effetti di microstruttura dei mercati; Pricing delle opzioni. Corporate finance: EVA; stima della probabilità di default in corporate finance. Assicurazioni vita e benefici pensionistici: progettazione di benefici pensionistici con meccanismi di partecipazione a utili o perdite derivanti dal longevity risk; gestione dei rischi finanziari e di longevità nei prodotti pensionistici privati.

– Scienze economiche:

Eterogeneità delle imprese manifatturiere e cambiamento strutturale; imprenditoria etnica: modelli di performance; le risorse intangibili nelle imprese italiane: effetti sulla sopravvivenza e sulla crescita; cambiamenti nelle imprese straniere in Italia e aspetti di differenziazione rispetto all'impresa autoctona; processi di comparazione, di cooperazione e di integrazione dei sistemi delle imprese di Germania, Italia ed Austria; catene globali del valore ed energie rinnovabili: il caso dell'energia fotovoltaica; cicli di catch-up e cambiamento di leadership in industrie globali: modelli e politiche; varietà di capitalismo e cambiamento istituzionale; preferenze sociali e avversione al controllo nelle organizzazioni; teoria delle decisioni in condizioni di incertezza; modelli di scelta finanziaria in presenza di rischio; scelte ottimali di prevenzione in ambito sanitario; frodi doganali e legge di Newcomb-Benford; analisi degli effetti dello sviluppo finanziario sulla crescita economica nell'area euro; dinamica delle esportazioni con una particolare attenzione al ruolo della Cina e delle altre economie asiatiche emergenti; la dinamica della quota lavoro; modelli di voto e politiche redistributive; i luoghi del commercio tra tradizione e innovazione; turismo culturale e paesaggio; cultural heritage and food; smart cities.

– Statistica e informatica:

Metodi statistici robusti e outlier detection per modelli multivariati e di regressione; analisi statistica dei valori estremi e sue applicazioni finanziarie; applicazioni dei metodi di Data mining in ambito aziendale; tecniche computazionali efficienti per l'analisi robusta dei dati e sviluppo del toolbox FSDA in Matlab; tecniche di machine learning e reti neurali per il riconoscimento facciale; metodi robusti per la predisposizione di segnali di allarme per la previsione degli Tsunami in

Europa; tecniche robuste per la geolocalizzazione resistenti alla presenza di interferenze; sviluppo di modelli robusti per il custom risk management e la gestione del portafoglio.

- Storia economica:
Storia dell'alimentazione e della tipicità (Europa, sec. XV-XXI); evoluzione storica del concetto di reputazione e di brand territoriale; strumenti di risk-management e decision-making dal XIII al XIX secolo; sviluppo del brand e tecniche di marketing tra Otto e Novecento; storia economica, culturale e finanziaria del colonialismo italiano; gestione delle risorse territoriali e annonarie in età moderna e contemporanea; distretti industriali in età moderna e contemporanea; cambiamento istituzionale ed evoluzione storica dei sistemi economici, con particolare riferimento alla storia delle istituzioni locali.

Progetti di ricerca / Gruppi di ricerca

- Diritto privato e diritto commerciale:
Sono stati sviluppati progetti di ricerca con il Centro di studi giuridici sui diritti dei consumatori del Polo di Terni dell'Università di Perugia sul sovraindebitamento del consumatore tra diritto interno e ordinamenti stranieri.
E' avviata una ricerca interdisciplinare di durata pluriennale con il Centro di ricerche sullo Sport (CERS) sugli enti di promozione sportiva, la prima in Italia. Sono in fase di progettazione altre iniziative in materia di sport e minori.
È in corso di progettazione una ricerca interdipartimentale, con la partecipazione di colleghi di altri Atenei italiani e stranieri, sul sistema ordinamentale europeo.
- Economia agroalimentare e scienze merceologiche:
Il gruppo di economia agroalimentare e scienze merceologiche è attualmente impegnato nello svolgere le attività previste nell'ambito del Progetto UE H2020 "Strengthening European Food Chain Sustainability by Quality and Procurement Policy" (Strength2Food - <https://www.strength2food.eu/>) finanziato con l'accordo No 678024, iniziato in Aprile 2016 e della durata complessiva di 5 anni. Nell'ambito di questo progetto il gruppo è impegnato nella coordinazione, vice coordinazione e svolgimento di una decina di attività di ricerca. Lo svolgimento delle attività legate al Progetto di Ricerca H2020 Strength2Food costituisce anche l'opportunità di essere parte di un gruppo di ricerca e pratica internazionale che conta – complessivamente – 30 partner, di cui almeno 2/3 non nazionali. Inoltre, essere parte di questo progetto permette di stabilire relazioni di ricerca e fiducia che portano al coinvolgimento del gruppo in altre proposte di collaborazioni di ricerca internazionale.
Il gruppo di economia agroalimentare e scienze merceologiche è anche coinvolto nello svolgimento delle attività previste da tre progetti di ricerca finanziati con fondi PSR dell'UE iniziati a fine 2016 e della durata di 3 anni: progetto "Uso del Biochar come filtro biologico per la depurazione delle acque: l'ammendante che depura l'ambiente" (RIFASA), in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Chimiche, della Vita, e della Sostenibilità Ambientale; progetto Parco Commestibile (Orti urbani), in collaborazione con il Centro Ricerche Produzioni Animali (CRPA); progetto Agricover, sempre svolto in collaborazione con il CRPA.
Ricerca condotta in collaborazione con Confconsumatori volta a indagare la percezione del consumatore italiano rispetto ad un *novel food*: la carne coltivata. Il progetto, della durata di circa un anno, ha avuto inizio nell'aprile 2017 e terminerà con la presentazione dei risultati al convegno "Nuovi Cibi e Nuovi Consumatori" organizzato, nell'ambito della fiera CIBUS, da Confconsumatori con il patrocinio dell'Università di Parma.
Membri del gruppo di economia agroalimentare sono attualmente coinvolti nello svolgimento di alcune attività di ricerca previste nell'ambito del Progetto "Measuring Microfinance Impact in the EU Policy Recommendations for Financial and Social Inclusion."
Altri gruppi di ricerca: SYAL (<http://syal.agropolis.fr/>), che promuove a livello europeo la ricerca sui sistemi locali agroalimentari; WELFARE QUALITY NETWORK

(<http://www.welfarequalitynetwork.net/network/44186/5/0/40>), che ha l'obiettivo di migliorare le tecniche di misura e valutazione del benessere animale; GRUPPO ORTOFRUTTA, organizzato dall'INEA, raccoglie ricercatori italiani ed europei, con l'obiettivo di studiare le dinamiche del settore ortofrutticolo; REECAP – Research Network on Economic Experiments for the Common Agricultural Policy (<https://sites.google.com/view/reecap/about>), che promuove il miglioramento delle politiche agricole europee attraverso la valutazione dei loro impatto utilizzando anche tecniche di analisi comportamentale e sperimentale.

– Economia Aziendale:

M. Ferretti M. e S. Fanelli sono membri del gruppo di lavoro SIDREA - Contabilità e bilancio degli Enti Locali (coordinatore Prof. Luca Bartocci). S. Azzali, L. Fornaciari, P.L. Marchini e V. Tibiletti sono membri del gruppo di lavoro SIDREA – Bilancio e principi contabili (coordinatore Prof. Stefano Adamo). La maggior parte di ricercatori realizzato l'attività in collaborazione con colleghi di Parma o di altri Atenei, in linea con l'attuale tendenza internazionale.

– Finanza, banche e assicurazioni:

Progetto MeMI (Measuring Microfinance Impact in the EU - Policy Recommendations for Financial and Social Inclusion), finanziato dalla European Investment Bank (EIB) nell'ambito della EIB University Research Sponsorship (bando competitivo). Il progetto si svolge da ottobre 2016 a settembre 2019. Prevede la collaborazione tra 3 istituzioni di ricerca (Università Cattolica del Sacro Cuore, capofila del progetto, Università di Parma e Università di Genova) insieme a Microfinanza Srl e due partner di settore (European Microfinance Network e RITMI). Nell'ambito del progetto è attualmente attiva una collaborazione con l'Università Autonoma di Madrid per la raccolta di dati e lo studio della microfinanza in Spagna.

E' in corso un progetto di ricerca con le Università di Siena, di Roma Tor Vergata e del Salento, sul tema "Il contributo del settore finanziario agli obiettivi di sviluppo sostenibile: profili di governance, accounting e performance", focalizzato su strategie e politiche connesse agli SDG (Sustainable Development Goals) nel settore finanziario.

La maggior parte di ricercatori realizzato l'attività in collaborazione con colleghi di Parma o di altri Atenei, in linea con l'attuale tendenza internazionale.

– Marketing:

Multi- and omni- channel shopping in retail context: understanding what drives channel interaction choices (progetto di ricerca svolto in collaborazione con i Proff. Tammo Bijmolt e Peter Cornelis Verhoef del Dipartimento di Marketing, Università di Groningen, Paesi Bassi).

Brand fidelity in an omnichannel context (progetto di ricerca svolto in collaborazione con il Prof. Scott A. Neslin della Tuck School of Business, Dartmouth College, USA e AW LAB).

Nuovo modello di comunicazione della convenienza alla clientela: valutazione del percepito per singolo target (finanziato da Metro Italia). Implications of digitalization and omnichannel retailing for shopping processes (progetto triennale di Ricerca, finanziato dal Ministero dell'Economia, dell'Industria e della Competitività spagnolo - ECO2017-83051-R - in collaborazione con il Prof. Alejandro Mollà Descals, Università di Valencia, Spagna, e la Prof.ssa Marta Frasquet, Università di Valencia, Spagna). Omnichannel Loyalty (finanziato da Brand Loyalty, ECRM, Catalina, Comarch, Kettydo+, Sint). Loyalty e touchpoints (finanziato da Brand Loyalty, Doveconviene, ECRM, Epipoli, Valassis, Catalina, Comarch). I promotion intermediaries (finanziato da Dunnhumby, Valassis, Klikkapromo, Catalina, Comarch). Il Ruolo del Medium nella Comunicazione Promozionale (finanziato da Seven spa). Le preferenze degli italiani per gli strumenti loyalty tra carta e digitale (in collaborazione con Nielsen). Le avansasse controcorrente (finanziato da Fiere di Parma S.p.A). Category choice overload: il caso della 'pasticceria industriale' (finanziato da Fiere di Parma S.p.A). Il marketing nutrizionale di categoria (finanziato da Despar Italia). Le alternative di rappresentazione del prezzo promozionale (finanziato da Fiere di Parma S.p.A). Face-print (finanziato da Fiere di Parma S.p.A).

– Metodi matematici per la finanza, l'economia e le assicurazioni:

A. Olivieri è inclusa in due progetti di ricerca coordinati da Michael Sherris dell'UNSW di Sydney, finanziati rispettivamente dalla Society of Actuaries (USA) e dall'Australian Research Council, sui temi della gestione dei rischi nei prodotti pensionistici privati.

– Scienze economiche:

Alcuni membri dell'area sono impegnati in gruppi di ricerca e network informali quali: Consorzio interuniversitario EmiliaLab. ICTNET: progetto finanziato dalla Commissione Europea e coordinato dall'OECD. Oltre all'Università di Parma, includeva anche il Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) di Mannheim e l'Imperial College di Londra. Il progetto ha permesso di organizzare conferenze che hanno richiamato importanti ricercatori da tutto il mondo. I temi analizzati sono stati: ICT: productivity and growth; ICT and the intangibles; ICT-enabled innovation; ICT diffusion to the economy. Uomini e donne in medicina, bisogni di conciliazione lavoro/famiglia (con il coinvolgimento del responsabile di Terapia intensiva cardiocirurgica). Anamnesi psicosociale delle coppie in percorsi di procreazione medicalmente assistita (in convenzione con il Dipartimento Donna AUSL di Parma). Sguardi incrociati sulla maternità, diventare madri qui e altrove (con il coinvolgimento del Dipartimento Salute Donna AUSL di Parma). Nativi e migranti e si raccontano: storie di cibo e sovranità alimentare tra generi, generazioni e territori (in convenzione con l'Associazione "Cibo per tutti"). Donne e famiglie migranti: volano per un'educazione plurale (in convenzione con Kaleidos di Parma). Gruppo di ricerca Intesa S. Paolo.

– Statistica e informatica:

"Attività di sviluppo di procedure operative per la gestione efficace del Primo Soccorso negli ambienti di lavoro e di integrazione con i sistemi pubblici di prevenzione e di emergenza, finalizzate alla predisposizione di proposte di buone prassi al servizio di aziende e addetti ai lavori": il progetto è stato finanziato nell'ambito del Bando Ricerche in Collaborazione (BRiC) 2016 indetto da INAIL e finalizzato al raggiungimento degli obiettivi di ricerca programmati dall'Istituto e al consolidamento della rete scientifica in attuazione del Piano di Attività 2016-2018 – Ricerca Discrezionale. "Primefish": progetto di ricerca finanziato di H2020 che ha l'obiettivo di monitorare il mercato del prezzo del pesce nella Comunità Europea in modo da evitare potenziali fenomeni fraudolenti. "Dema": progetto di ricerca finanziato da ACER (Agency for the Cooperation of Energy Regulators) con l'obiettivo di costruire una rete di monitoraggio del prezzo dell'energia elettrica nel mercato libero. "AMT": progetto di ricerca finanziato dal Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea nell'ambito del programma Europeo Hercule III con l'obiettivo di individuare eventuali comportamenti fraudolenti nelle transazioni di commercio internazionale. "BD2Decide": progetto di ricerca finanziato di H2020 che ha l'obiettivo di fornire un supporto decisionale (semi)automatico per il detection del cancro alla testa oppure al collo. "TSUNAMI forecast": progetto di ricerca con il Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea per lo sviluppo di metodi e algoritmi robusti per la segnalazione tempestiva di cambiamenti repentini nel livello del mare. "ROBGEO": progetto di ricerca con il Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea per lo sviluppo di sistemi di geolocalizzazione robusta resistenti alla presenza di interferenze. "FSDA2R": progetto di ricerca con UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) ed il Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea (JRC) per rendere disponibili il toolbox FSDA sviluppato in MATLAB in ambiente open source R. Una prima release del software è scaricabile dall'indirizzo web <https://cran.r-project.org/web/packages/fsdaR/index.html>. "Mathematical statistics, multivariate analysis, robustness, mixture analysis, cluster analysis": progetto di ricerca di eccellenza finanziato dal governo Spagnolo in collaborazione con l'Università di Valladolid.

– Storia economica:

Nell'ambito della Food History si segnala che il Laboratorio Food Lab è tra i partner fondatori del programma di ricerca TERESMA 2016 - 2018 (*Produits des terroirs, espaces et marchés, hier et aujourd'hui* – <https://teresma.hypotheses.org/>), finanziato dalla regione Aquitania. Nell'ambito degli studi sul risk management si segnalano due progetti di ricerca: (i) "Risk and Fortune" (2016-

2018) del Davis Center for Historical Studies della Princeton University; (ii) ERC Consolidator Grant 2017-2022 “Average-Transaction Costs and Risk Management during the First Globalization (Sixteenth-Eighteenth Centuries)”. Nell’ambito della storia economica, culturale e finanziaria del colonialismo italiano si segnala la partecipazione al PRIN con il progetto *Monetary Transitions: the Introduction of Colonial Currencies in East Africa and their Impact on Indigenous Societies and Institutions*, di cui capofila nazionale è l’Università di Bologna (nr. 2015JXPLWF_001).

Laboratori e Centri di ricerca

- Diritto privato e scienze economiche:
Laboratorio sull’Economia delle Imprese di Italia, Germania ed Austria (LEIGIA; www.leigia.unipr.it).
- Diritto privato e economia aziendale:
Centro di ricerche sullo sport (CERS).
- Finanza, banche e assicurazioni:
Laboratorio di ricerca in Governance e Controlli Interni nelle banche. Istituito nel 2010 in collaborazione con il Dottorato in Banca e Finanza dell’Università di Roma, Tor Vergata.
- Marketing:
Retail-Lab (www.retail-lab.it).
Laboratorio di ricerca in Neuromarketing.
Osservatorio Fedeltà (www.osservatoriofedelta.it).
- Scienze economiche:
Laboratorio di ricerca in Economia Sperimentale.
- Statistica e informatica:
Centro Interdipartimentale “Robust Statistics Academy” (ROSA), che coinvolge circa 30 collaboratori da diversi Atenei Italiani ed Europei (<http://rosa.unipr.it>).
Laboratorio CEDACRI modelli di marketing strategico nelle banche.
- Storia economica:
Food Lab – Laboratorio di ricerca sulla storia dell’alimentazione (www.foodlabunipr.it). Istituito nel 2009 lavora in collaborazione con altre università estere (Tours, Bordeaux, San Pietroburgo) all’interno del network internazionale di ricerca FHNET (Food Heritage Network), che coinvolge l’Università di Parma, l’Università “Francois Rabelais” di Tours e l’Università Bordeaux 3 “Michel de Montaigne”.

Collaborazioni scientifiche internazionali

- Diritto privato e diritto commerciale:
Sono in corso collaborazioni in materia di diritto della banca e dei mercati finanziari e delle procedure concorsuali con ricercatori tedeschi (coordinatori) e di altri Paesi e collaborazioni in materia di diritto privato, responsabilità civile e consumo con ricercatori spagnoli (coordinatori) e di altri Paesi (in particolare, sudamericani).
- Economia agroalimentare e scienze merceologiche:
Le collaborazioni di ricerca internazionale in atto sono principalmente con partner del progetto H2020 e in particolare con le università di Wageningen, INRA-Dijon; INRA-Montpellier, INRA-Coorte; Salonicco, Boon, Newcastle, Edimburgo, CREDA- Barcellona.
- Economia Aziendale:
La maggior parte dei ricercatori collabora con colleghi di atenei esteri, sia per la raccolta e la formazione delle banche dati necessarie per realizzare le ricerche empiriche sia per la presentazione dei risultati preliminari in convegni internazionali e le successive fasi volte alla pubblicazione delle ricerche su riviste internazionali.

- Finanza, banche e assicurazioni:
Maria Gaia Soana collabora scientificamente con professori della Nottingham University Business School (UK), presso cui nel dicembre 2018 si è recata per tenere una guest lecture nel MSc in Risk Management.
- Marketing:
Collaborazione scientifica, attualmente in corso, con i Proff. Tammo Bijmolt e Peter Cornelis Verhoef (Dipartimento di Marketing, Università di Groningen, Paesi Bassi) per la realizzazione di uno studio sulle determinanti del comportamento omnichannel dei consumatori. Collaborazione scientifica, attualmente in corso, con il Prof. Scott A. Neslin (Tuck School of Business, Dartmouth College, USA) sull'impatto del comportamento omnichannel sulla fedeltà alla marca. Collaborazione scientifica con il Prof. Alejandro Mollà Descals (Università di Valencia, Spagna), e la Prof.ssa Marta Frasquet (Università di Valencia, Spagna) sul tema delle implicazioni della digitalizzazione e dell'omnicanalità su processi di acquisto e tipologie di punti vendita. Si tratta di un progetto triennale di ricerca, finanziato dal Ministero dell'Economia, dell'Industria e della Competitività spagnolo (ECO2017-83051-R) "Implications of digitalization and omnichannel retailing for shopping processes". Collaborazione scientifica con il Prof. Juan Carlos Gàzquez-Abad (Università di Almeria, Spagna) e la Dott.ssa Ida D'Attoma (Università di Bologna) per la realizzazione di un progetto, attualmente in corso, indirizzato alla valutazione dell'effetto dei volantini promozionali nel retail food sul comportamento di acquisto. Collaborazione scientifica con la Prof.ssa Chieko Minami (Università di Kobe, Giappone) per la realizzazione di un progetto, attualmente in corso, volto a comprendere in che modo le diverse generazioni di consumatori differiscono nell'esposizione ai vari punti di contatto delle aziende retail food e se le soglie usate dagli studi statunitensi e adottate in tutto il mondo per definire i segmenti generazionali possono essere estese anche ad altri continenti. Collaborazione scientifica con la Prof.ssa Marta Frasquet (Università di Valencia, Spagna) per la realizzazione di un progetto di ricerca sull'utilizzo dei diversi canali per le lamentele nel retail fashion. Collaborazione scientifica con il Prof. Steve Burt (Università di Stirling, Scozia) per la realizzazione di un progetto di ricerca volto a testare differenti display merceologici basati su criteri nutrizionali nel mercato inglese. Collaborazione scientifica con il Prof. Edmund o' Callaghan e il Prof. John Murray (Dublin Institute of Technology, Irlanda) per la realizzazione di un progetto di ricerca volto alla comprensione del concetto di branding e la sua evoluzione temporale in un contesto competitivo sempre più complesso e differente rispetto al passato.
- Metodi matematici per la finanza, l'economia e le assicurazioni:
S. Sanfelici collabora con professori della Ritsumeikan University, Shiga, Japan e con professori della Università di Wollongong, Australia.
A. Olivieri è Associate Investigator del CEPAR - ARC Centre of Excellence in Population Ageing Research, University of New South Wales, Sydney, dall'ottobre 2012.
M. De Donno collabora scientificamente con professori del Politecnico di Breslavia (Polonia), presso il quale ha trascorso un semestre (da febbraio a luglio 2017), in qualità di visiting professor.
- Scienze economiche:
Sono in corso collaborazioni con le seguenti istituzioni: IESEG business School Lille, France, Iowa State University, USA, Nanjing University, Cina su tematiche di teoria delle decisioni; Leeds University, Regno Unito, Smith College, USA, Seoul National University, Corea su tematiche di Economia industriale; JRC EU Commission su tematiche relative alle frodi doganali.
- Statistica e informatica:
Sono in corso collaborazioni con le seguenti istituzioni: Departamento de Estadística e Investigación Operativa Universidad de Valladolid, Spagna; Joint Research Centre della Commissione Europea, Ispra, Varese; London School of Economics, Londra, Regno Unito; Universitat Pompeu Fabra, Barcellona, Spagna; Lancaster University, Lancaster, Regno Unito;

United Nations Industrial Development Organization.

– Storia economica:

Il filone di ricerca sulla storia dell'alimentazione ha consolidato collaborazioni già iniziate in passato con università e istituzioni di ricerca sia europee che asiatiche (Università di Bordeaux, Tours, Hangzhou, San Pietroburgo; IEHCA - Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation e ASFC – Asian Food Study Conference). Il filone di ricerca sulla storia del risk management ha dato luogo a collaborazioni con Università Statunitensi ed europee e una stabile affiliazione con il “Centre for Maritime Historical Studies” dell’University of Exeter. Il filone di ricerca sulla storia economica, culturale e finanziaria del colonialismo italiano è alla base della collaborazione con l’Università di Costanza e la Columbia University di New York che ha in particolare permesso di ottenere il finanziamento PRIN sul progetto *Monetary Transitions: the Introduction of Colonial Currencies in East Africa and their Impact on Indigenous Societies and Institutions*.

Altre collaborazioni scientifiche

Dal 2011 il Dipartimento ha iniziato una collaborazione con i Dipartimenti di economia delle Università di Modena-Reggio Emilia, Ferrara, Bologna e Cattolica di Piacenza che si è tradotta nella costituzione del Centro Interuniversitario Emilia Lab. Il Centro rappresenta una esperienza avanzata (e per certi versi unica) di collaborazione interdipartimentale a livello regionale. Obiettivi di Emilia Lab sono quelli di instaurare un rapporto stabile, sistematico e strutturato di confronto, scambio di informazioni, coordinamento e collaborazione tra i Dipartimenti di Economia che operano nella Regione Emilia Romagna, con particolare riferimento ai seguenti ambiti: attività di ricerca scientifica; attività didattica (corsi di perfezionamento, master, triennali, magistrali, alta formazione, alto apprendistato, dottorati); attività di consulenza e/o formazione commissionate. Nell’ambito di Emilia Lab sono nati: il Dottorato EMIS, che coinvolge DiSEA e il Dipartimento di Economia di Ferrara, alcuni Master di primo e secondo livello e il progetto di ricerca “Trasformazioni organizzative e domanda di competenze nell’industria manifatturiera in Emilia Romagna” che vede la partecipazione di 14 ricercatori (dei quali 8 assegnisti di ricerca), con finanziamento della Regione Emilia Romagna e delle Fondazioni bancarie di Parma e Modena. Nel prossimo triennio è atteso un ulteriore rafforzamento delle iniziative comuni.

Adottando la classificazione ANVUR, la tipologia di prodotti della ricerca presentati in occasione della più recente VQR è riassunta nella tabella seguente. Si precisa che la tabella si riferisce all’Area 13 dell’Ateneo, che è quasi interamente costituita da docenti del Dipartimento (e nella quale confluiscono quasi tutti i docenti del Dipartimento; alcuni docenti del Dipartimento afferiscono, infatti, alle aree 7 e 12).

Tabella 3.2.1: Percentuale dei prodotti di ricerca per fascia di merito. VQR 2011-2014 – Area 13, Parma

Fascia	A	B	C	D	E	F
Quota %	12.5	14.8	21.1	26.6	17.2	7.8

E’ evidente che la performance del Dipartimento non è soddisfacente. Una delle cause può essere ricercata nel disomogeneo grado di internazionalizzazione dei prodotti di ricerca; alcuni prodotti che con i parametri tradizionali di valutazione di alcune aree disciplinari avrebbero ottenuto giudizi soddisfacenti, nel quadro dei criteri adottati in sede ANVUR sono invece valutati con giudizi modesti. Il Dipartimento è consapevole che l’approccio di valutazione dell’ANVUR può ormai essere considerato consolidato, ed è dunque impegnato nell’adottare azioni finalizzate ad un miglioramento della performance VQR. In particolare, si ritiene prioritario orientare l’attività di ricerca in modo da incrementare la percentuale di prodotti di ricerca classificati almeno B, secondo i criteri ANVUR.

3.3. LA TERZA MISSIONE

Accanto alle missioni tradizionali di insegnamento e ricerca, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali (SEA) ha sviluppato negli anni un intenso lavoro di networking all'esterno, finalizzato alla promozione e realizzazione di attività di "Terza Missione" (TM), intesa come apertura verso il contesto socio-economico mediante la valorizzazione e il trasferimento di conoscenze. Negli ultimi anni in particolare, il Dipartimento è attivo in un mix variegato di iniziative tramite le quali interagisce direttamente con il mondo esterno – la società civile, il tessuto imprenditoriale, la PA, gli organismi di ricerca privati e pubblici, gli investitori – offrendo servizi e facilities allo scopo di promuovere la crescita economica e sociale del territorio.

Queste attività investono diversi ambiti, tra cui il Public Engagement, la formazione continua, gli accordi e le collaborazioni con istituzioni pubbliche e private del territorio.

Le attività di Public Engagement avviate sono prevalentemente riconducibili alle seguenti categorie logiche/classi: partecipazione attiva a incontri pubblici organizzati da altri soggetti; organizzazione di eventi pubblici; pubblicazioni divulgative (non a carattere scientifico); post/video su siti web interattivi e/o divulgativi, blog; partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche; collaborazione con enti per progetti di valorizzazione del territorio per lo sviluppo sostenibile; promozione e divulgazione, attraverso Social Network; partecipazione a trasmissioni radiotelevisive; partecipazione alla formulazione di indirizzi utili alle politiche pubbliche. Inoltre, allo scopo di sensibilizzare gli studenti delle scuole superiori primarie e secondarie verso i temi del marketing e i diversi problemi dell'Economia, vengono da anni organizzate attività di interazione con le scuole superiori.

Le iniziative di Valorizzazione della ricerca intraprese dal Dipartimento hanno riguardato prevalentemente il collegamento con il territorio (progettazione e/o promozione di rapporti con imprese e istituzioni; iniziative di accompagnamento al mondo del lavoro di laureati; collaborazione con strutture e servizi d'Ateneo per la terza missione) e il conto terzi (Ricerca e Didattica non-istituzionale, attività di consulenza/servizi), mentre solo in misura ridotta ha riguardato l'avvio di spin-off accademici.

Tra le realtà radicate all'interno dell'area strategica di TM del Dipartimento, occupano un posto di rilievo anche i numerosi Laboratori, Attività Seminari, Osservatori e Centri Studi attivati in collaborazione con enti e professionisti del territorio. A titolo esemplificativo, si segnalano il Laboratorio di Simulazione d'Impresa, il Laboratorio di Negoziazione, e in particolare, per la sua importanza e longevità, la presenza oramai ventennale dell'Osservatorio Fedeltà, grazie al quale in questi anni è stata sistematicamente sviluppata ricerca scientifica sui temi del loyalty marketing, realizzata attività di consulenza, formazione e divulgazione a livello nazionale e internazionale sui temi di riferimento, attratti cospicui finanziamenti esterni. L'Osservatorio ha inoltre ottenuto negli anni numerosi riconoscimenti, anche a livello internazionale.

3.4. INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali ha acquisito nell'ambito delle politiche di internazionalizzazione una posizione altamente competitiva rispetto alle principali Università piccole e medie dell'Italia centro-settentrionale. Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali nell'Ateneo di Parma è il primo per numero di crediti ottenuti all'estero dagli studenti, così che il target fissato dall'Ateneo per i prossimi anni è già stato ampiamente conseguito.

La Commissione internazionalizzazione opera nel Dipartimento di Scienze economiche e aziendali dal 2014. La sua istituzionalizzazione è avvenuta nel 2017 in ottemperanza alle Linee Guida sulla mobilità degli studenti elaborate dall'Ateneo. Il Consiglio ha delegato la Commissione per alcune funzioni chiave relative alla formulazione dei Learning Agreement e all'accettazione degli studenti stranieri. Ogni componente della Commissione ha acquisito le competenze per concepire e gestire progetti e accordi internazionali.

Tra i risultati raggiunti occorre evidenziare: (i) sette doppi titoli; (ii) nuovi accordi di scambio per gli studenti in diverse parti del mondo; (iii) aumento del numero di studenti in entrata e in uscita; (iv) valutazioni estremamente positive dei nostri studenti al rientro; (v) creazione di reti di relazione con aree emergenti quali il Brasile e il Sud-Est asiatico; (vi) elaborazione di progetti complessi che prevedono la cooperazione con reti di Università europee ed extraeuropee; (vii) sviluppo di progetti di cooperazione allo sviluppo; (viii) prime positive esperienze nel campo dei Visiting Professor.

Di seguito i principali ambiti di intervento in cui si sviluppa l'attività di internazionalizzazione della didattica.

La gestione del Corso "International Business and Development"

Un primo ambito di internazionalizzazione coincide con la gestione del corso di laurea magistrale in International Business and Development. Questo Corso è stato la leva del processo d'internazionalizzazione dell'Ateneo in quanto ha creato una offerta formativa in inglese capace di attrarre studenti stranieri. Inoltre, un corso erogato in lingua inglese ha consentito di stringere rapporti bilaterali di scambio con Università di Paesi dove la lingua italiana non è conosciuta. Questo Corso conta oggi circa 120 studenti con una forte componente straniera. La sua gestione comporta problemi soprattutto per la selezione di studenti che vengono da Paesi stranieri dei cui sistemi accademici e di valutazione si ha scarsa conoscenza. Il Corso riceve inoltre un numero sproporzionato di domande di studenti stranieri rispetto al numero di studenti che poi effettivamente accettano di venire a Parma.

Gestione e sviluppo dei bandi Erasmus e Overworld

Un secondo ambito è stato lo sviluppo di un numero molto alto di nuovi accordi bilaterali con Paesi extraeuropei reso anche possibile dal lancio del Programma Overworld a livello di Ateneo. Questo programma ha comportato un allargamento radicale delle opportunità di soggiorni all'estero per i nostri studenti. In esso non solo sono stati inseriti i nuovi accordi ma sono stati riattivati tutti i vecchi accordi di scambio dormienti da anni. Il nostro Dipartimento ha partecipato in posizione di preminenza al bando Overworld. Per l'Azione 2, la componente maggioritaria di vincitori di borsa Overworld è costituita da studenti del nostro Dipartimento (l'80% nel primo bando Overworld) Per l'Azione 1, ogni anno sono stati finanziati e realizzati due progetti del nostro Dipartimento. Questo ambito d'azione richiede un'attività molto intensa di gestione dei flussi in uscita ed in entrata associati al bando Erasmus e al Bando Overworld in sintonia con U.O. Internazionalizzazione. Si scontano gravi carenze di risorse umane a fronte di un carico di lavoro fortemente cresciuto.

L'elenco degli accordi in essere tra il dipartimento e università europee ed extra EU – OVERWORLD è proposto in allegato (Allegato 5)

La politica dei doppi titoli

Un terzo ambito è stato il varo di una politica di doppi titoli.

Il primo doppio titolo è stato stipulato nel 2012 con la Facoltà di Economia dell'Università di Vilnius in Lituania. Questa politica è proseguita negli anni successivi con l'avvio di doppi titoli con l'Università di Pamukkale in Turchia, di Lyone in Francia, di Grenoble in Francia, di Bochum in Germania. Il doppio titolo di Pamukkale è al momento sospeso per le note ragioni politiche. Il doppio titolo con Lyon è stato invece cancellato per decisione del nostro partner (asimmetria nei flussi in entrata ed in uscita). Un nuovo doppio titolo con il Fecap di San Paolo in Brasile verrà introdotto nell'offerta formativa del prossimo anno accademico. La gestione dei doppi titoli, anch'essa molto impegnativa, ha subito una evoluzione normativa nel senso di una migliore regolazione e di una maggiore garanzia di qualità del prodotto formativo (Tabella 3.4.1).

Tabella 3.4.1: Doppi titoli

DIPARTIMENTO DOPPI TITOLO	DI	SCIENZE	ECONOMICHE	E	AZIENDALI
ISTITUTO				PAESE	
Grenoble Ecole de Management				Francia	
Università di Vilnius, Facoltà di Economia				Lituania	
Università di Scienze Applicate di Bochum				Germania	
Fecap (Fundacao Escola de Comercio Alvares Penteado), San Paolo				Brasile	

Partecipazione a progetti complessi

Un ultimo ambito di azione è stato quello della partecipazione a bandi Erasmus di cooperazione con Paesi in via di sviluppo. Uno di questi progetti non è stato approvato nell'anno accademico 2016-17. Di un secondo progetto si attende l'esito. L'elaborazione di questi progetti è stata resa possibile dalla creazione di reti di Università partner in Paesi o aree territoriali.

3.5. ANALISI DEL CONTESTO

Dopo aver illustrato la situazione del Dipartimento con riferimento alle attività di Didattica, Ricerca, Terza Missione e Internazionalizzazione, in linea con il Piano strategico di Ateneo, si propone un'analisi del contesto, indirizzata a valutare i punti di forza (Strengths) e di debolezza (Weaknesses), nonché le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) derivanti dall'esterno. Tale analisi risponde all'esigenza di razionalizzazione dei processi decisionali e rappresenta una tappa fondamentale del processo di pianificazione, da cui partire per definire gli obiettivi strategici e le azioni per il loro raggiungimento.

Punti di forza

Didattica

Il Dipartimento presenta una offerta formativa ampia e differenziata nell'ambito sia delle lauree triennali che di quelle magistrali. Tra i punti di forza occorre segnalare:

1. L'offerta formativa è costantemente aggiornata ed innovata: negli scorsi anni sono stati istituiti un nuovo corso di studio triennale (Food System), progettato con altri Dipartimenti dell'Ateneo, nonché un nuovo corso di studio magistrale (Gestione dei sistemi alimentari di qualità e della gastronomia) volto ad assicurare continuità ai laureati sia provenienti dal Food System che da Scienze gastronomiche. Inoltre si è intervenuti a proporre un nuovo curriculum del CLEM in tema del management digitale.
2. Potenziamento dell'offerta formativa (triennale e magistrale) attraverso la proposta di laboratori di approfondimento e sperimentazione, nonché il miglioramento dei percorsi di laurea magistrale per rispondere volto a rispondere in modo adeguato ai nuovi fabbisogni provenienti dalla società e dal mondo economico.
3. Lo sviluppo nel numero degli immatricolati e degli iscritti nell'ultimo triennio (la crescita si attesta intorno al 70% a dimostrazione di una rilevante attrattività dell'offerta formativa soprattutto per gli studenti che provengono dalle regioni del centro e del sud Italia. Nel caso del IBD nell'ultimo anno gli iscritti appartengono a 16 diverse nazionalità.
4. Il livello di soddisfazione complessivo degli studenti è molto elevato (Questionari di valutazione degli studenti), ciò che conferma il trend già riscontrato negli anni precedenti. Gradimento che, in

molti punti oggetto di valutazione, si attesta intorno al 90% sia per gli aspetti organizzativi degli insegnamenti che per l'azione didattica.

5. Significativa l'attività di orientamento sia in entrata che in uscita sviluppato nel corso degli ultimi anni. Sul fronte dell'entrata, si è proceduto alla promozione di attività di informazione e sensibilizzazione nei confronti dei rappresentanti istituzionali delle scuole superiori, nonché alla partecipazione attiva alle giornate di Open day organizzate dall'Ateneo. Sul fronte dell'orientamento in uscita le attività svolte hanno rafforzato le opportunità di inserimento nel mondo del lavoro dei laureati del Dipartimento anche attraverso momenti di incontro con numerose aziende sia del territorio che presenti a livello nazionale. Il tasso occupazionale dopo il conseguimento della Laurea Magistrale è elevato a testimonianza della validità della formazione ricevuta dai giovani da parte del mondo del lavoro.

Ricerca

I temi di ricerca oggetto di studio da parte del Dipartimento sono coerenti rispetto agli ambiti disciplinari nei quali sono sviluppati. Gli argomenti sono infatti aggiornati e gli approcci metodologici presentano il necessario carattere di innovazione. In particolare:

1. Le ricerche sviluppate nell'ambito del Dipartimento sono riconosciute positivamente tanto da attrarre risorse sia pubbliche, a livello nazionale e europeo, che private.
2. Alcuni ricercatori raggiungono posizioni di spicco in termini di livello di impatto delle riviste su cui trovano collocazione i prodotti delle loro ricerche, nonché di numero di citazioni.
3. L'articolata composizione del Dipartimento consente di sviluppare ricerche di carattere multidisciplinare, come testimoniato da alcune collaborazioni scientifiche tra docenti di discipline diverse.

Terza missione

Le attività di terza missione hanno forte impulso presso il Dipartimento, con positivo ritorno di immagine e di rafforzamento del legame con il territorio. Tra i fattori distintivi occorre citare:

1. Nell'ambito delle attività di formazione continua, la presenza di un'offerta formativa postlaurea di elevata qualità che richiama partecipanti da tutto il Paese.
2. Con riferimento al Public Engagement, una consolidata attività di interazione con il contesto delle scuole superiori finalizzata alla sensibilizzazione verso i temi dell'economia e del management.
3. L'attivazione di numerosi Laboratori, Attività Seminari, Osservatori e Centri Studi in parte in collaborazione con istituzioni e professionisti presenti a livello territoriale.

Internazionalizzazione

Il Dipartimento ha acquisito nell'ambito delle politiche di internazionalizzazione una posizione di distintività nel contesto delle Università medie presenti nell'Italia centro-settentrionale. In questo senso:

1. Nell'ambito dell'Ateneo di Parma, il Dipartimento risulta il primo per numero di crediti ottenuti all'estero dagli studenti e il target fissato per i prossimi anni è già stato ampiamente conseguito.
2. Il corso di laurea magistrale in International Business and Development viene interamente erogato in lingua inglese e ciò rappresenta un'importante leva del processo d'internazionalizzazione dell'Ateneo in quanto favorisce lo scambio sia di studenti che di ricercatori stranieri.
3. Con riferimento al bando Overworld, relativamente all'azione 2, la componente maggioritaria (l'80% nel primo bando) di vincitori di borsa è costituita da studenti del Dipartimento.

4. Il Dipartimento opera con impegno nello sviluppo di doppi titoli. Sono al momento in essere doppi titoli con la Facoltà di Economia dell'Università di Vilnius in Lituania, di Grenoble in Francia, di Bochum in Germania e con l'Università di Fecap di San Paolo in Brasile.

Punti di debolezza

Didattica

Con riferimento alla Didattica le principali debolezze vertono su due aspetti.

1. In relazione all'ampliamento dell'offerta formativa e alla costante crescita del numero di iscritti ai corsi del Dipartimento, nonché agli effetti delle limitazioni al turn-over degli ultimi anni si riscontrano criticità sul versante del numero dei docenti "garanti" dei corsi di studio e più in generale alla sostenibilità in termini di requisiti di docenza.
2. Il tasso di abbandono degli studi e il ritardo nel conseguimento del titolo richiedono ulteriori sforzi in termini di ascolto, orientamento e sostegno agli studenti. In questo quadro, l'indicatore dei CFU conseguiti nel primo anno di corso pur presentando una situazione per molti versi positiva, richiede sforzi aggiuntivi al fine di incrementare progressivamente e costantemente il numero di studenti regolari.

Ricerca

Sul versante della ricerca due risultano i principali punti di debolezza.

1. Adottando la classificazione ANVUR, i risultati relativi alle pubblicazioni presentate in occasione della più recente VQR richiedono di essere migliorati. La percentuale di prodotti della ricerca classificata A e B è, infatti, inferiore rispetto alla media nazionale (nella stessa area scientifica). Questo penalizza il Dipartimento nei ranking locali e nazionali, con evidenti ricadute nelle possibilità di accesso ad alcune risorse competitive.
2. Con riguardo alla valorizzazione del capitale umano, fermo restando che le politiche di reclutamento dipendono da scelte fatte dall'Ateneo, non sono implementate forme di incentivo in grado di riconoscere adeguatamente la produzione scientifica di eccellenza.

Terza missione

Con riferimento alle attività di Terza missione, le aree di debolezza risultano le seguenti:

1. Alcune iniziative di Public Engagement, spesso lasciate all'intraprendenza del singolo, sono da rafforzare e da inquadrare in modo sistematico a livello di Dipartimento.
2. L'azione di monitoraggio delle attività di terza missione deve essere rafforzata, anche allo scopo di verificarne il valore per le imprese e la società nel complesso. In questo quadro, occorre rafforzare il grado di informazione all'esterno relativamente alle iniziative promosse anche per favorire nell'opinione pubblica una maggiore comprensione del ruolo sociale dell'Università.

Internazionalizzazione

Le aree di miglioramento relative all'internazionalizzazione risultano principalmente quattro.

1. Il numero delle Doppie Titolazioni, attivate con università straniere può essere incrementato.
2. I processi amministrativi di riconoscimento dei CFU esteri necessitano di una revisione sistematica in stretta sinergia con gli apparati amministrativi di Ateneo.

3. I servizi di formazione linguistica rivolti agli studenti e ai docenti in entrata e in uscita necessitano di un rafforzamento.
4. L'attività molto intensa di gestione dei flussi in uscita ed in entrata associati al bando Erasmus e al Bando Overworld impongono un carico di lavoro fortemente cresciuto in relazione al quale si scontano gravi carenze sotto il profilo delle risorse umane disponibili.

Opportunità

Didattica

Sul versante della Didattica si riscontrano alcune opportunità che vanno colte. In particolare:

1. I contatti con le realtà produttive a livello territoriale e nazionale favoriscono una costante azione di verifica e monitoraggio, finalizzata ad indirizzare e innovare l'offerta formativa proposta a livello di Dipartimento.
2. Le importanti relazioni scientifiche di livello nazionale ed internazionale dei docenti del Dipartimento può favorire l'arricchimento dei contenuti dell'offerta formativa.

Ricerca

Le potenzialità del Dipartimento nel campo della ricerca non sono espresse appropriatamente dal risultato della VQR. Si registrano opportunità:

1. nel grado di internazionalizzazione (seppur differenziata) dei vari gruppi disciplinari che afferiscono al Dipartimento. Infatti alcuni prodotti di ricerca che con i parametri tradizionali di valutazione di alcune aree disciplinari avrebbero ottenuto giudizi soddisfacenti, nel quadro dei criteri adottati in sede ANVUR sono invece valutati con giudizi modesti. In questo quadro Il Dipartimento, consapevole che l'approccio di valutazione dell'ANVUR può ormai essere considerato consolidato, risulta impegnato nell'adottare azioni finalizzate ad un miglioramento della performance VQR.

Terza missione

Le maggiori opportunità si registrano in tre ambiti particolari.

1. Il prestigioso riconoscimento alla città di Parma, quale capitale italiana della cultura 2020, costituisce un'opportunità unica per intraprendere politiche sinergiche ancor più strette con le istituzioni e le imprese del territorio, allo scopo di stabilire nuovi standard di diffusione della conoscenza che restino a riferimento negli anni futuri.
2. Il contesto geografico ed economico, con imprese delle filiere agroalimentari tra le maggiori del Paese, i solidi rapporti con le istituzioni e le parti sociali del territorio consentono di costruire una rete in grado di conferire valore a quest'ultimo nell'ambito di un processo di attrazione nazionale. In questo quadro, essere al centro della Food Valley, in una città riconosciuta come sede dell'Autorità Europea nell'ambito della sicurezza alimentare costituisce un costante stimolo per intraprendere politiche di public engagement sempre più sfidanti in tema di aspetti economici e manageriali inerenti il contesto agroalimentare.

Internazionalizzazione

Sul fronte dell'internazionalizzazione, le maggiori opportunità riguardano due aspetti.

1. La tendenza ad una globalizzazione della formazione superiore, manifestata anche da dinamiche migratorie importanti, può costituire un'opportunità significativa e una sfida.

2. Il potenziamento dell'offerta formativa in lingua inglese, sia nel corso IBD, che all'interno degli altri corsi triennali e magistrali favorisce la mobilità internazionale così come l'implementazione delle Doppie Titolazioni in collaborazione con Atenei stranieri.

Vincoli e minacce

Nel complesso, il quadro dei vincoli e delle minacce sono riconducibili a fattori in parte esogeni al Dipartimento stesso. In particolare:

1. Il trend crescente delle immatricolazioni in parte derivante da studenti proveniente da fuori regione richiede attenzione costante all'efficacia dei servizi offerti, in particolare per quanto riguarda gli alloggi, gli spazi per la didattica e per la vita all'interno dei plessi universitari.
2. L'elevato numero di studenti iscritti ai corsi di studio richiede un impegno rilevante ai docenti per l'attività didattica, con una possibile limitazione del tempo che può essere riservato all'attività di ricerca.
3. Anche l'accresciuta complessità delle procedure tecnico-organizzative con una conseguente richiesta di impegno per gli adempimenti burocratici, possono incidere negativamente sul tempo disponibile per l'attività di ricerca, per la preparazione delle lezioni e per le attività di terza missione. Inoltre l'estrema frammentazione normativa con cui il sistema universitario pubblico deve confrontarsi spesso si traduce in una limitazione alla sottoscrizione di contratti con imprese ed enti territoriali.
4. Relativamente alla valorizzazione del capitale umano, essenziale per una produzione scientifica di qualità, il Dipartimento si misura con vincoli stringenti, in quanto le sue scelte dipendono in larga parte dalle politiche di Ateneo e dalla disponibilità di risorse autonome, che risultano, per scelte operate a livello di programmazione nazionale, decrescenti nel tempo.

4. Infrastrutture

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, ubicato in via J. F. Kennedy n. 6, occupa attualmente i locali posti nel Palazzo Centrale e nella Palazzina Feroldi.

In ragione del numero dei Docenti e del personale amministrativo del Dipartimento in esso incardinati, è auspicabile il mantenimento dell'assegnazione dei medesimi locali; immutate inoltre sono le esigenze di aule più volte evidenziate, anzi sono accresciute in ragione della istituzione del nuovo corso di laurea in Sistema Alimentare: sostenibilità, management e tecnologie e, in previsione, della nuova LM in Food Quality.

Nel dettaglio, si tratta delle aule di seguito indicate:

- Aula Congressi (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 250
- Aula "L. Azzini" (primo piano della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 235
- Aula "B" (primo piano della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 50
- Aula "C" (primo piano della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 77
- Aula "D" (primo piano della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 70
- Aula "E" (Palazzina "F .Feroldi" situata nell'area di via Kennedy - accesso dall'esterno)- Posti n. 90
- Aula "F" (piano rialzato della Palazzina F. Feroldi" situata nell'area di via Kennedy) – Posti n. 45
- Aula "G" (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 42
- Aula "H" (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 36
- Aula "I" (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 96
- Aula "Lauree" (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 120

- Aula “M” (piano rialzato della Sede centrale del Dipartimento) - Posti n. 84
- Aula Sezione Verde – Sezione di Statistica – (terzo piano della Sede centrale del Dipartimento) – posti n. 25
- Aula Sezione Gialla - Sezione di Matematica – (terzo piano della Sede centrale del Dipartimento) – posti n. 25
- Aula Sezione Rossa – Sezione di Storia – (secondo piano della Sede centrale del Dipartimento) – posti 30
- Aula Sezione Blu – Sezione di Diritto – (secondo piano della Sede centrale del Dipartimento) – posti n. 25

- Aula K1 del Plesso Kennedy - seminterrato (ex Palestra) – Posti n. 98
- Aula K2 del Plesso Kennedy - seminterrato (ex Palestra) – Posti n. 98
- Aula K5 del Plesso Kennedy – primo piano (ex Palestra) – Posti n. 168
- Aula K6 del Plesso Kennedy – primo piano (ex Palestra) – Posti n. 168
- Aula K7 del Plesso Kennedy – primo piano (ex Palestra) – Posti n. 10
- Aula K8 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 167
- Aula K9 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 71
- Aula K10 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 55
- Aula K11 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 59
- Aula K12 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 173
- Aula K13 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 53
- Aula K14 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 54
- Aula K15 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 103
- Aula K16 del Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy (ex Gespar) – Posti n. 236

- Info A - Aula multimediale – Sede – piano seminterrato
- Info B - Aula multimediale – Sede Biblioteca

Tutte le aule indicate sono dotate di impianto audio video, pc e wi-fi.

Di recente è stata aumentata la capienza delle aule K12+K15 e K3+K4 tramite collegamento “videoconferenza”.

Nell’a.a. 2018-19, a fronte di un elevato numero di studenti immatricolati al CdS in Sistema Alimentare, sostenibilità e management, l’Ateneo ha stipulato con l’Amministrazione Provinciale una convenzione per l’utilizzo dell’Auditorium situato nel plesso dell’Istituto Bodoni di Parma nelle giornate di lunedì, martedì e mercoledì. Il Dipartimento, a sua volta, ha ceduto l’utilizzo delle aule G, H ed E per le esigenze del Bodoni stesso, dal lunedì al venerdì.

Nei diversi plessi in cui sono presenti le aule sono, inoltre, a disposizione degli studenti numerose postazioni studio.

È presente poi una biblioteca che offre 235 posti di lettura e 9 postazioni informatiche. Sono disponibili, inoltre, risorse web disciplinari sia riservate agli utenti dell’Ateneo, sia ad accesso libero, sia cui accedere con specifiche credenziali fornite in Biblioteca.

Al Dipartimento compete la responsabilità degli spazi della Sede Centrale, Palazzina Feroldi e Nuovo Polo Didattico di Via Kennedy.

I dati relativi alla provenienza delle strutture (acquisto, comodato, donazione, ecc.) e ai relativi costi di gestione (riscaldamento/raffrescamento, pulizie) sono in carico all’Ateneo.

5. Linee strategiche e programmazione del Dipartimento

I successivi paragrafi descrivono gli obiettivi e le finalità che il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali si propone di realizzare; gli obiettivi sono declinati per ciascuna attività dipartimentale. Le diverse linee di intervento sono illustrate individuando le principali direzioni di intervento, la metodologia di realizzazione e i principali risultati attesi. Le stesse scaturiscono dall'analisi del contesto riportata precedentemente.

Le linee strategiche delineate si inseriscono nel quadro di strategia individuato nel Piano strategico di Ateneo per il prossimo triennio, con prospettiva di sviluppo nel medio e lungo termine.

In particolare, il documento di Ateneo individua tre assi strategici di fondo che costituiscono imprescindibili punti di attenzione per l'intera struttura organizzativa dell'Ateneo e che pervadono l'insieme delle politiche programmate per il triennio 2019-2021: la centralità del capitale umano, la collaborazione e l'integrazione territoriale, i progetti trasversali.

Tali punti di attenzione si ritrovano, ancorché non specificatamente declinati, nelle linee di indirizzo strategico definite dal Dipartimento.

In particolare, le linee strategiche individuate si sviluppano in alcuni ambiti strategici coerentemente con quanto delineato nel Piano strategico di Ateneo:

- Ambito strategico Didattica
- Ambito strategico Ricerca
- Ambito strategico Terza Missione
- Ambito strategico Internazionalizzazione

Nei paragrafi che seguono, per ognuno degli ambiti strategici, sono individuati gli obiettivi strategici che il Dipartimento intende raggiungere tenuto conto delle risorse disponibili. Per favorire il conseguimento di tali obiettivi sono individuate le principali azioni strategiche e gli obiettivi operativi, nonché gli indicatori utili al loro monitoraggio, i target definiti per il triennio e le responsabilità politiche e gestionali.

5.1. Programmazione nell'ambito della didattica istituzionale

L'obiettivo di fondo della programmazione didattica del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali è rappresentato dalla costante ricerca di introdurre elementi di innovazione nella propria offerta formativa, tenendo conto sia dei progressi che avvengono nell'ambito della ricerca che sta alla base delle conoscenze insegnate nei corsi di laurea, sia dei sempre mutevoli bisogni che provengono dall'organizzazione produttiva. La capacità di mantenere elevata l'attrattività dell'OF è dunque un obiettivo di fondo del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, così come ugualmente rappresenta un fattore trainante la ricerca di aumentare la soddisfazione dei propri studenti, sia per la natura del percorso di studio prescelto, sia per la qualità dei metodi di insegnamento, come pure per la varietà dei servizi disponibili e delle opportunità offerte in termini di relazioni con istituzioni formative estere e con il sistema delle imprese (locali e non) per agevolare il futuro inserimento nel mercato del lavoro. L'insieme combinato di questi fattori rappresenta uno degli elementi principali che orientano gli studenti al momento di scegliere il tipo di percorso universitario e la sede nel quale svolgerlo.

Tra le attività con maggiore carica innovativa messe in atto nell'ultimo triennio per adeguare l'OF e allinearla a nuovi bisogni – inseguendo parallelamente l'obiettivo congiunto d'incrementare il numero degli studenti e, parallelamente, il loro grado di soddisfazione – si sottolineano le seguenti: (i) sviluppo di un nuovo corso di studio triennale (Food System), progettato con altri 2 dipartimenti dell'Ateneo, le cui attività didattiche sono iniziate nell'a.a. 2016-2017; (ii) sviluppo – nell'alveo della medesima progettualità cooperativa – di un nuovo corso di studio magistrale (Gestione dei sistemi alimentari di qualità e della gastronomia); (iii) progettazione e sviluppo di un nuovo curriculum del CLEM sul tema del

management digitale (CLED); (iv) potenziamento dell'offerta formativa (triennale e magistrale) attraverso la proposta di laboratori di approfondimento e sperimentazione, che sono risultati estremamente frequentati; (v) restyling e innovazione dei percorsi di laurea magistrale per rispondere in modo adeguato a nuovi fabbisogni e nuove domande provenienti dalla società come pure dal mondo economico.

Per quanto riguarda invece l'indicatore dei CFU conseguiti nel primo anno di corso – calcolato in 40 CFU alla scadenza del 31 dicembre dell'anno solare successivo a quello di iscrizione e oggetto peraltro di una specifica azione PRO3 della Programmazione Triennale 2016-2018 – occorre segnalare una situazione per molti versi positiva, anche se venata da alcuni chiaro-scuri. Il primo dato è che per tutti i corsi del primo anno si registrano un tasso di superamento superiore al 50%. Alcuni si attestano intorno al 60%, altri intorno all'80%, uno oltre il 90%. Ciò sta a significare che l'obiettivo di avere una quota di studenti capaci di conseguire un numero di CFU pari o superiore a 40 nell'arco del primo anno solare è sostanzialmente raggiunto. Certo, con la persistenza di alcuni asimmetrie che rappresenteranno l'obiettivo di future azioni.

L'ampliamento dell'offerta formativa, unita agli effetti delle limitazioni al turn-over degli ultimi anni, ha però creato la progressiva criticità sul versante del numero dei docenti "garanti" dei corsi di studio. Si tratta di una criticità che è doveroso segnalare per l'adozione di tutti i provvedimenti necessari per garantire un equilibrato sviluppo dell'offerta formativa del Dipartimento potendo contare su risorse strutturate. Già dall'a.a. 2016-2017 si registra un deficit di garanti destinato – col numero attuale di docenti e studenti – ad ampliarsi ancora nei prossimi anni (2016/17: – 1; 2017/18: – 6; 2018/19: – 5; 2019/20: – 6; 2020/21: – 9).

Queste considerazioni non possono non tenere conto dell'analisi dei Questionari di valutazione degli studenti, per verificare l'attuale livello di gradimento e definire le azioni correttive necessarie. In linea di massima, le valutazioni degli studenti attestano un livello di soddisfazione complessivo molto elevato, confermando trend già riscontrati negli anni precedenti. Gradimento che, in molti punti oggetto di valutazione, si attesta intorno al 90% sia per ciò che riguarda gli aspetti organizzativi degli insegnamenti che per l'azione didattica. In particolare gli studenti intervistati si dichiarano molto soddisfatti per: (i) rispondenza dell'insegnamento impartito a quanto comunicato via web; (ii) reperibilità del docente; (iii) chiarezza espositiva del docente; (iv) stimolo da parte del docente a compiere approfondimenti nell'ambito della materia insegnata; (v) rispetto degli orari di svolgimento delle lezioni e altre attività didattiche.

Il raggiungimento di un così elevato livello di gradimento mostra che le azioni correttive e le innovazioni introdotte negli anni precedenti – e in particolare nell'ultimo anno – hanno raggiunto gli effetti sperati, incrementando sia il livello di interesse degli studenti sia la loro soddisfazione.

Pare difficile ipotizzare un ulteriore incremento del livello di soddisfazione. Tuttavia, le azioni future dovranno mirare a consolidare un patrimonio così elevato, sia attraverso il costante monitoraggio dei feed-back, sia con la ricerca di sempre maggiori innovazioni nel campo delle modalità organizzative della didattica, continuando a porre con sempre maggiore convinzione l'accento sulla centralità del ruolo dello studente e sulla necessità che esso si senta coinvolto in prima persona nei processi dell'apprendimento.

OBIETTIVO STRATEGICO D1: MONITORAGGIO E SVILUPPO DELL'OFFERTA FORMATIVA E STABILIZZAZIONE DEL NUMERO DEGLI ISCRITTI ANNUALI

Motivazioni

La capacità di mantenere elevata l'attrattività dell'Offerta formativa rappresenta un obiettivo fondamentale del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali. A questo si accompagna l'attenzione alla soddisfazione dei propri studenti, sia per il percorso di studio intrapreso, sia per la qualità sia dell'insegnamento, sia dei servizi disponibili e delle opportunità offerte in termini di relazioni con le istituzioni e con il sistema delle imprese. La più immediata ricaduta di queste politiche sta in un dato

immediatamente misurabile, rappresentato dal numero degli studenti iscritti, ma anche nell'aumento del gradimento complessivo del percorso di studio frequentato: un indicatore che si può misurare con minore immediatezza, ma la cui misura può essere stimata con l'incrocio di altri elementi (ad esempio, tasso di iscrizione al secondo anno; numero dei CFU ottenuti alla fine del primo anno; numero di studenti che frequentano le attività d'insegnamento; questionari di valutazione; ecc.).

Il costante monitoraggio dell'OF avviene, altresì, prestando attenzione a quanto realizzato dagli altri Atenei e al cambiamento dei bisogni da parte del sistema produttivo e della domanda degli studenti. Tutto ciò sarà realizzato dal lavoro dei Consigli di Corso di Studio in stretta collaborazione con la Commissione Didattica e gli organi di governo del Dipartimento. Utili strumenti di analisi e programmazione saranno rappresentati dalle attività per il riesame periodico e dai questionari di rilevamento somministrati agli studenti.

Il numero degli iscritti annuali nell'ultimo biennio si può ritenere una soglia confortante, da confermare e stabilizzare. Tutto ciò, comporta ovviamente la necessità, di adeguare le risorse disponibili alle accresciute esigenze, sia in termini di risorse umane (docenti) sia in termini di infrastrutture (aule). La situazione attuale, infatti, mostra criticità non solo dal lato della docenza, ma anche da quello delle strutture in cui si svolgono le lezioni, come pure del sistema di servizi esistente (bagni, spazi di sosta e transito, e così via). Ulteriori criticità si riscontrano peraltro nel "comfort" delle aule, troppo spesso deficitarie in termini di qualità dell'illuminazione, dei sistemi audiovisivi, dell'accesso e del funzionamento della rete wi-fi, della comodità delle sedute, ecc. Sempre in tale direzione, è importante segnalare la necessità di un monitoraggio approfondito delle attuali dotazioni bibliografiche e di banche dati, sia per la ricerca scientifica di docenti e ricercatori, sia anche per lo studio degli studenti.

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
D1 MONITORAGGIO E SVILUPPO DELL'OFFERTA FORMATIVA	D1.1 Revisione e riqualificazione dell'offerta formativa in qualità	Ottimizzazione dei percorsi formativi delle lauree triennali e magistrali attraverso l'introduzione e la riprogettazione di curricula sulla base di un costante confronto con il contesto produttivo locale

Tabella 5.1.1 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico D1: Monitoraggio e sviluppo dell'offerta formativa

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico sono focalizzati in particolare a valutare l'efficacia delle azioni programmate sul grado di attrattività dei Corsi di Laurea Triennale e Magistrale.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
D1 MONITORAGGIO E SVILUPPO DELL'OFFERTA	Numero di immatricolati ai corsi di laurea triennale e magistrale	Numero complessivo di immatricolati alle lauree triennali non inferiore a	Numero complessivo di immatricolati alle lauree triennali non inferiore a	Numero complessivo di immatricolati alle lauree triennali non inferiore a	Direttore di Dipartimento Commissione di Coordinamento Presidenti di

FORMATIVA		1000	1000	1000	corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica
		Numero complessivo di studenti immatricolati alle lauree magistrali non inferiore a 400	Numero complessivo di studenti immatricolati alle lauree magistrali non inferiore a 400	Numero complessivo di studenti immatricolati alle lauree magistrali non inferiore a 400	

Tabella 5.1.2 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico D1: Monitoraggio e sviluppo dell'offerta formativa

OBIETTIVO STRATEGICO D2: POTENZIAMENTO DEI SERVIZI OFFERTI AGLI STUDENTI, ORIENTAMENTO IN ENTRATA E ORIENTAMENTO IN USCITA

Motivazioni

Il Dipartimento ritiene di fondamentale importanza per assicurare elevata l'attrattività dei corsi di studio offerta curare forme di intervento volte a garantire una serie di servizi che permettano di migliorare la qualità della vita universitaria e favorire il raggiungimento di risultati rilevanti. In primo luogo, il raggiungimento di tali finalità è subordinato al consolidamento delle attività di orientamento in ingresso e accoglienza e delle attività di orientamento in itinere e di placement.

Nel complesso, l'attività di Orientamento in entrata del Dipartimento si è articolata in una serie di iniziative di promozione in ingresso, finalizzate all'attrazione dei migliori "talenti" tra gli studenti delle scuole superiori e dei corsi di laurea triennale dei principali Atenei italiani.

Il Dipartimento propone al riguardo di sviluppare ulteriormente le attività fino ad ora realizzate.

In particolare, si propone:

- sviluppo di un pacchetto di lezioni/seminari su temi complementari delle discipline economiche, in grado di consentire agli stessi la maturazione di CFU validi e spendibili nell'eventuale successivo sviluppo degli studi universitari per i Corsi sviluppati dal Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali;
- consolidamento dei rapporti con i Dirigenti Scolastici e con docenti delle scuole superiori per meglio accrescere il grado di fiducia reciproca e individuare per tempo possibili bisogni e/o opportunità di collaborazione;
- promozione di un corso di formazione per docenti delle scuole secondarie superiori che si propongono di attivare la metodologia didattica della "Impresa Formativa Simulata" nell'ambito delle ore previste di Alternanza Scuola Lavoro. Nel corso degli anni l'esperienza condotta nel Dipartimento è stata visitata e studiata da diverse realtà italiane e straniere come le delegazione di Università cinesi, lituane, spagnole, polacche interessate a valutarne il funzionamento e l'introduzione della simulazione d'impresa nella loro offerta formativa. Le finalità del corso di formazione che il Dipartimento intende proporre sono quelle di fare acquisire ai docenti le competenze per progettare l'inserimento dell'IFS nei propri istituti. l'iniziativa potrebbe essere così organizzata mediante lezioni comuni tenute presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali di Parma con l'obiettivo di far conoscere la metodologia didattica della simulazione d'impresa, i suoi presupposti educativi e pedagogici, le modalità di inserimento nei percorsi di ASL e nella programmazione scolastica; lezioni per gruppi di lavoro, finalizzate alla conoscenza delle fasi di ideazione di una impresa simulata; lezioni dedicate all'elaborazione del progetto di introduzione dell'IFS finalizzata alla sua presentazione al primo collegio dei docenti dei rispettivi Istituti.

Con riferimento all'orientamento in uscita, alla luce di quanto realizzato nell'evento del Placement Day di Dipartimento dell'anno passato, dove sono stati coinvolti 31 aziende e 450 studenti, sono stati realizzati 1400 colloqui e sono state attivate una piattaforma del Dipartimento per tre anni (www.kennedysix.unipr.it) e una casella di posta dedicate (placementdsea@unipr.it), gli obiettivi del Progetto Placement del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali per il prossimo triennio risultano:

- Individuazione, selezione e rapporto continuativo con imprese interessate a selezionare laureati del Dipartimento per coprire posizioni vacanti all'interno delle diverse funzioni aziendali;
- Analisi e sviluppo di processo di auto valutazione delle capacità e competenze sul fronte dei laureandi e laureati in modo da facilitare loro un positivo accesso nel contesto lavorativo

Il primo obiettivo si traduce nel potenziamento dei contatti con nuove imprese e nell'ascolto costante delle richieste delle aziende che ricercano profili all'interno dei corsi del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, con lo scopo di costruire un evento che sia calato sulle loro richieste e possa rappresentare un'apertura verso nuove organizzazioni.

Lo crescita degli studenti è in ottica di prefigurazione di un progetto professionale grazie alla possibilità che verrà data loro di entrare in contatto con l'azienda prima e durante l'evento annuale. In questo senso, verranno affiancati nella costruzione del cv e nella preparazione al colloquio, attraverso incontri dedicati, che implicano un'autovalutazione rispetto alle proprie competenze. Verranno, inoltre, supportati nell'inserimento del cv sull'apposita Job Platform e potrebbe essere predisposta una newsletter online con informazioni sugli annunci di lavoro.

In tale prospettiva si ritiene di fondamentale rilevanza per la stessa valorizzazione della parte formativa la realizzazione nell'arco di ciascun aa di almeno una giornata di Placement con la partecipazione attiva delle imprese (indicativamente a settembre/ottobre e/o a aprile/maggio), da svolgersi presso le strutture del Dipartimento . Tali iniziative potranno essere realizzate solo dopo un confronto con la UO Didattica di Ateneo, al fine di disporre di un coordinamento con le attività analoghe sviluppate dall'Ateneo.

In tali occasioni, gli obiettivi specifici risultano:

- presentazione dell'offerta formativa del Dipartimento alle imprese e dei servizi a supporto;
- realizzazione di un seminario in plenaria a tema nell'ambito dei processi di inserimento e delle sfide presenti in termini di valore del capitale umano all'interno delle organizzazioni;
- predisposizione di colloqui conoscitivi da parte delle imprese nei confronti degli studenti che hanno inviato il proprio cv.

Per finalizzare le giornate in questione, appare propedeutico la realizzazione di una serie di attività nel corso dei mesi precedenti. In primo luogo, le aziende interessate vengono supportate nella creazione di un profilo presso una Job Platform (in passato utilizzata Meritocracy). Infatti, grazie alla Job Platform le candidature da parte dei potenziali applicant vengono mirate e successivamente filtrate dalle HR delle imprese attraverso l'attivazione di un Tag. Tale meccanismo in passato ha reso possibile convocare diversi candidati già nella giornata del Placement e presso i locali del Dipartimento per svolgere un colloquio conoscitivo approfondito.

Al fine di poter realizzare efficacemente l'intera attività di orientamento in uscita, la Commissione di Dipartimento delegata allo sviluppo delle attività di Orientamento in uscita, è sicuramente chiamata a coinvolgere attivamente:

- I Presidenti dei singoli Cds (al fine di contribuire all'individuazione delle aziende da coinvolgere, per la presentazione dei Cds alle aziende/istituzioni e per contribuire all'organizzazione delle due giornate);
- Le associazioni studentesche (Junior Enterprise, Oikosmos et altri) per gli aspetti gestionali, informatici ed organizzativi;

- Gli studenti delle LM (quali “ambassador”, ovvero accompagnatori delle singole aziende partecipanti nelle giornate di Placement);
- I docenti coinvolti nei singoli CdS per contribuire alla sensibilizzazione degli studenti all’attività di Orientamento ed ai processi di supporto previsti dal Dipartimento;
- 1 soggetto che gestisca la relazione informativa da e per le imprese al fine di assicurare un elevato numero di convenzioni nel corso di ciascun aa.

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
D2 POTENZIAMENTO DEI SERVIZI OFFERTI AGLI STUDENTI, ORIENTAMENTO IN ENTRATA E ORIENTAMENTO IN USCITA	D2.1 Consolidamento delle attività di orientamento in ingresso e accoglienza	D2.1.1 Consolidamento e potenziamento delle attività di orientamento in ingresso e dei rapporti strutturati con le scuole superiori e gli uffici scolastici D2.1.2 Promozione di un corso di formazione per docenti delle scuole secondarie superiori (“Impresa Formativa Simulata”)
	D2.2 Consolidamento delle attività di orientamento in itinere	D2.2.1 Implementazione di attività strutturate di tutorato didattico a favore degli studenti
	D2.3 Potenziamento e rafforzamento delle attività di placement	D.2.3.1 Incremento delle occasioni di incontro e dialogo con le aziende in tema di potenziamento del placement

Tabella 5.1.3 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell’obiettivo strategico D2: Potenziamento dei servizi offerti agli studenti, orientamento in entrata e orientamento in uscita

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell’obiettivo strategico sopra descritto sono indirizzati a misurare l’impatto delle azioni programmate sull’efficacia dell’azione didattica in particolare riguardo a:

- prosecuzione regolare degli studi nel passaggio dal primo al secondo anno dei Corsi di Laurea e Laurea Magistrale a Ciclo Unico, che è riconosciuto come uno snodo critico nello sviluppo delle carriere studenti;
- transizione dal mondo universitario al mondo del lavoro.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
D2 POTENZIAMENTO DEI SERVIZI OFFERTI AGLI STUDENTI,	Percentuale di studenti che si iscrivono al secondo anno dello stesso Corso di Laurea e Corso di Laurea	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Direttore di Dipartimento Commissione Didattica Presidenti di

ORIENTAMENTO IN ENTRATA E ORIENTAMENTO IN USCITA	Magistrale rispetto al totale degli immatricolati				corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica
	Tasso di occupazione ad un anno dalla laurea dei laureati magistrali	Non inferiore all'anno precedente	Non inferiore all'anno precedente	Non inferiore all'anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Commissione Orientamento in uscita Responsabile Servizio per la qualità della didattica

Tabella 5.1.4 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico D2: Potenziamento dei servizi offerti agli studenti, orientamento in entrata e orientamento in uscita

OBIETTIVO STRATEGICO D3: INCREMENTO DEL NUMERO DI “STUDENTI REGOLARI”

Motivazioni

Un ulteriore obiettivo riguarda l'incremento del numero di “studenti regolari secondo gli standard indicati dall'Ateneo, con particolare riferimento al numero di CFU conseguiti nel primo anno dei corsi triennali sul totale dei CFU da conseguire. L'attuale livello non è del tutto negativo, ma lascia aperte molte possibilità di ulteriore miglioramento, concorrendo peraltro all'abbattimento del dato degli studenti inattivi. Particolare attenzione, poi, dovrebbe essere dedicata alle pratiche da istituire per suggerire agli studenti del primo anno come pianificare al meglio il proprio percorso di studi, evitando sovrapposizioni e inefficienze che finiscono per incidere negativamente sulle performance accademiche. In questa direzione, già molto importante è l'azione dei tutor didattici, che, in prospettiva, potrebbe essere resa ancora più efficace da un vero e proprio sistema di “counselling”.

Le modalità concrete con cui dare luogo a tale azione di consolidamento e miglioramento della performance degli studenti riguardante il raggiungimento, entro la fine dell'anno solare successivo a quello dell'immatricolazione, del numero di 40 CFU saranno definite dai singoli Corsi di Studio del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali.

Sicuramente una azione imprescindibile in tale direzione riguarda le modalità di insegnamento. Già da anni, nel Dipartimento si è assistito a significativi cambiamenti delle modalità d'insegnamento, basati sulla presa d'atto dei limiti sempre maggiori della tradizionale lezione *ex cathedra*. Per questo motivo, sempre più frequente è la messa in pratica di forme didattiche differenti, che spaziano dai teamwork ai laboratori e ai project work. Strumenti e modalità differenti – differenze che sono motivate anche dalle diversità delle singole materie – che hanno tuttavia l'obiettivo generale di stimolare l'“apprendimento attivo”, mantenendo sempre elevato il livello dell'innovazione didattica contenuta nei diversi corsi di laurea. Si tratta di innovazioni certamente più semplici da realizzare nei corsi magistrali; tuttavia, le esperienze si stanno diffondendo con successo anche nei percorsi triennali. A tale riguardo, si può citare l'esempio del Laboratorio di Negoziazione istituito nell'a.a. 2013-2014 e inserito stabilmente nell'offerta formativa della LM TRADE.

L'attenzione del Dipartimento per l'innovazione didattica è stata e sarà molto elevata, nella consapevolezza che il grado di attrattività dei propri percorsi formativi dipende dalla capacità d'introdurre elementi innovativi in misura sempre maggiore, non dimenticando peraltro l'opportunità di irrobustire il titolo di studio accademico con certificazioni aggiuntive, riconosciute a livello nazionale o internazionale, che attestino il possesso di conoscenze e competenze utili in particolari ambiti di applicazione. È questo il caso, ad esempio, della certificazione FEDMA per il corso LM TRADE e per il curriculum triennale CLED. Si tratta di un'esperienza importante, che crea una connessione ulteriore tra il titolo di studio conseguito e un sempre più articolato – e internazionalizzato – mercato del lavoro (Allegato 3)

Un ulteriore ambito ritenuto strategico si riferisce alle risorse dedicate alla presenza di testimoni, seminari, approfondimenti, coerenti con i singoli corsi: da quelli economici a quelli aziendali. Attualmente tale possibilità è fortemente limitata e soprattutto limitante, impedendo agli studenti di interagire con le realtà istituzionali ed imprenditoriali che costituiscono il naturale sbocco sul mercato del lavoro.

Accanto a queste, devono essere previste risorse per il sostegno della mobilità studentesca nell'ambito della didattica erogata: visite didattiche; trasferte legate ad attività di laboratori, a competizioni e a premi universitari; partecipazione a convegni; attività dedicate al placement.

Dal punto di vista delle infrastrutture, (aule, strumentazioni etc.) va rilevato in primo luogo l'urgente bisogno, condiviso con il DUSIC, di avere a disposizione ulteriori aule per la didattica.

Oltre a questo, si reputano importanti anche gli interventi sulle Aule assegnate al Dipartimento di seguito riportati:

- 1) ammodernamento dei proiettori e dei computer presenti nelle Aule, là dove risultino oramai obsoleti e non in grado di funzionare in modo efficiente, anche in relazione ai nuovi software e all'evoluzione dei computer (ad es., che siano dotati di prese HDMI);
- 2) miglioramento (in molti casi) del sistema di illuminazione, possibilmente creando la possibilità che lo schermo su cui si proiettano le slide non sia illuminato;
- 3) miglioramento dei sistemi di amplificazione con la dotazione di microfoni wireless che consentono di fare lezione in modo più dinamico e adeguato alla didattica innovativa;
- 4) miglioramento delle sedute e degli strapuntini per prendere appunti. Sono vecchi, sporchi e scomodi.
- 5) Installazione di prese di corrente in aule prescelte, giacché molti studenti usano tablet o laptop per prendere appunti e non sanno come alimentarli quando la batteria si scarica.
- 6) Interventi di ristrutturazione delle aule di sezione con modifica delle postazioni ai fini di svolgere attività didattica innovativa e laboratoriali (si veda allegato progetto di riqualificazioni già inviato da Ateneo – Allegato 4)

La seguente tabella riassume gli interventi previsti per aule, strumentazioni e supporti alla didattica:

Intervento	Note
Incremento dell'attività di internazionalizzazione	Annuale
Corsi di aggiornamento per la didattica in lingua	Annuale
Banche dati e abbonamenti	Annuale
Testimonianze, seminari, workshop	Annuale
Mobilità studentesca nell'ambito della didattica erogata	Annuale
Dotazione aule:	

<ul style="list-style-type: none"> - ammodernamento dei proiettori e dei computer presenti nelle aule; - miglioramento del sistema di illuminazione; - miglioramento dei sistemi di amplificazione (microfoni wireless); - miglioramento delle sedute e degli strapuntini; - installazione di prese di corrente in aule prescelte; - ristrutturazione delle aule di sezione per attività laboratoriali 	
--	--

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
D3 INCREMENTO DEL NUMERO DI "STUDENTI REGOLARI"	D3.1 Monitoraggio della carriera degli studenti	D3.1.1 Sviluppo di procedure sistematizzate per l'estrazione dei dati di carriera significativi
	D3.2 Valorizzazione e potenziamento di metodologie didattiche innovative	D3.2.1 Sviluppo e potenziamento delle strutture disponibili per la realizzazione di metodologie didattiche innovative

Tabella 5.1.5 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico D3: Incremento del numero di "studenti regolari"

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico sopra descritto misurano l'impatto delle azioni programmate su:

- regolarità degli studenti in relazione alla progressione della carriera;
- performance in termini di laureati in corso.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target per il triennio			Responsabilità Politica E Gestionale
		2019	2020	2021	
D3 INCREMENTO DEL NUMERO DI "STUDENTI REGOLARI"	Numero "studenti regolari"	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno precedente	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno precedente	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica Commissione didattica
	Numero laureati in corso	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno	Incremento >= 1% rispetto alla percentuale dell'anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile

		precedente	precedente		Servizio per la qualità della didattica Commissione didattica
--	--	------------	------------	--	--

Tabella 5.1.6 – Indicatori e target dell’obiettivo strategico D3: incremento del numero di “studenti regolari”

OBIETTIVO STRATEGICO D4: INCREMENTO PROGETTO ERASMUS E CREDITI FORMATIVI OTTENUTI CON ATTIVITÀ DI TIROCINIO

Motivazioni

Un altro fronte di impegno riguarda l’obiettivo di aumentare il numero degli studenti in uscita e in entrata con il progetto Erasmus, innalzando parallelamente il numero dei CFU ottenuti all’estero, dato che può ragionevolmente essere incrementato anche con una migliore pianificazione preventiva. Si tratta di un’attività didattica che s’inscrive peraltro nelle azioni di internazionalizzazione descritte altrove.

I singoli corsi di studio, insieme alla Commissione per l’internazionalizzazione, consolideranno la politica che ha permesso di attivare numerose forme di collaborazione con Università estere, estendendo, ove possibile, la rete degli accordi. Si prevede che, annualmente, il Consiglio di Dipartimento venga informato in modo esaustivo dello stato complessivo degli accordi di cooperazione esistenti.

L’incremento dell’attività di internazionalizzazione si ritiene prioritario nell’ambito alle lauree magistrali. Ciò significa, in primo luogo, stipulare accordi di doppio titolo con un’Università straniera. In secondo luogo, avendo i CdS istituito corsi o interi semestri erogati in lingua inglese, i docenti dovrebbero potere partecipare a corsi di aggiornamento per la didattica in lingua. In terzo luogo, si ritiene strategico potere provvedere ad un allargamento dell’offerta formativa dei corsi in inglese opzionali, attualmente ancora limitati.

Un ulteriore obiettivo riguarda il miglioramento della percentuale di crediti formativi ottenuti dagli studenti nelle attività di tirocinio formativo svolte presso imprese o istituzioni.

Il Dipartimento progetta, infine, di valutare la possibilità di prevedere di introdurre precorsi didattici in materia di Industria 4.0.

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
D4 INCREMENTO PROGETTO ERASMUS E CREDITI FORMATIVI OTTENUTI CON ATTIVITÀ DI TIROCINIO	D4.1 Incremento conoscenza in merito alle opportunità Erasmus per studenti e docenti	D4.1.1 Sviluppo di incontri formativi per le opportunità in uscita
	D4.2 Incremento conoscenza in merito alle opportunità di tirocinio	D4.2.1 Sviluppo di procedure sistematizzate per l’analisi delle opportunità di tirocinio

Tabella 5.1.7 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell’obiettivo strategico D4: Incremento progetto Erasmus e crediti formativi ottenuti con attività di tirocinio

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell’obiettivo strategico sopra descritto sono focalizzati in particolare a misurare l’impatto delle azioni programmate su:

- studenti partecipanti al progetto Erasmus e Overworld;
- esperienze di tirocini.

OBIETTIVO STRATEGICO	INDICATORI	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
D4 INCREMENTO PROGETTO ERASMUS E OVERWORLD E CREDITI FORMATIVI OTTENUTI CON ATTIVITÀ DI TIROCINIO NEI CORSI MAGISTRALI	Percentuale di “studenti Erasmus in uscita”	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica Commissione internazionalizzazione
	Percentuale di “studenti Erasmus in entrata”	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica Commissione internazionalizzazione
	Percentuale di “studenti Overworld in uscita”	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica Commissione internazionalizzazione
	Numero “CFU per attività di tirocinio” nei Corsi magistrali	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Non inferiore all’anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Responsabile Servizio per la qualità della didattica Commissione Orientamento in

					uscita
--	--	--	--	--	--------

Tabella 5.1.8 – Indicatori e target dell’obiettivo strategico D4: Incremento progetto Erasmus e crediti formativi ottenuti con attività di tirocinio

OBIETTIVO STRATEGICO D5: POTENZIAMENTO BANCHE DATI

Motivazioni

Un ulteriore ambito di intervento riguarda le risorse dedicate alle banche dati. Si ritiene strategico mantenere le banche dati per le quali, ad oggi, il Dipartimento ha sottoscritto contratti di abbonamento (Aida, Datastream, Planet Retail). Sarebbe inoltre auspicabile un ulteriore investimento sulla sottoscrizione di abbonamenti ad alcuni database specifici, utili per l'attività di didattica e l'elaborazione di tesi magistrali, che consentano la raccolta di dati su intermediari finanziari (Orbis, Orbis Financial Institution, Zephyr).

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
D5 POTENZIAMENTO BANCHE DATI	D5.1 Formazione dei laureandi in materia di banche dati	D5.1.1 Sviluppo di incontri formativi per le opportunità di utilizzo delle banche dati

Tabella 5.1.9 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell’obiettivo strategico D5: Potenziamento banche dati

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell’obiettivo strategico sopra descritto sono focalizzati in particolare a misurare l’impatto delle azioni programmate su:

- produttività e regolarità degli studenti in relazione alla progressione della carriera;
- performance in termini di laureati in corso.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target Per il Triennio			Responsabilità Politica e Gestionale
		2019	2020	2021	
D5 POTENZIAMENTO BANCHE DATI	Numero incontri di formazione erogati	>= anno precedente	>= anno precedente	>= anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Commissione Biblioteca
	Percentuale di studenti partecipanti	>= anno precedente	>= anno precedente	>= anno precedente	Direttore di Dipartimento Presidenti di corso di studio Commissione Biblioteca

5.2 Programmazione nell’ambito della ricerca

Premessa

Il Dipartimento persegue il continuo miglioramento delle attività di ricerca, con particolare attenzione alla visibilità internazionale dei risultati e ai giudizi conseguibili in sede di valutazione ministeriale della qualità della ricerca.

Gli obiettivi descritti nel presente documento costituiscono una revisione e aggiornamento di quelli descritti nel documento “Iniziative di Dipartimento finalizzate al miglioramento della valutazione VQR” (approvato nella riunione del Consiglio di Dipartimento del 6 luglio 2017) e nel documento “Obiettivi e strategie di ricerca del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali – Triennio 2018-2020” (approvato nella riunione del Consiglio di Dipartimento del 20 giugno 2018). La revisione e l’aggiornamento sono stati formulati alla luce della Valutazione interna della ricerca del Dipartimento, effettuata dalla Commissione Ricerca nel dicembre 2018, e dalla pubblicazione del Piano Strategico 2019-2021 dell’Ateneo, pubblicato a fine ottobre 2018.

OBBIETTIVO STRATEGICO R1: RAFFORZAMENTO DEL CAPITALE UMANO

Motivazioni

La ricerca, ad ogni livello, necessita di personale preparato, intraprendente e motivato. E’ dunque fondamentale il rafforzamento del capitale umano, inteso in particolare come reclutamento di nuovi ricercatori. E’ evidente che le politiche di Dipartimento discendono da quelle dell’Ateneo, che relativamente al triennio 2019-2021 devono ancora essere definite; in questa sede, non è dunque possibile formulare in dettaglio obiettivi operativi e target annuali per il triennio 2019-2021. E’ tuttavia doveroso segnalare che il rafforzamento del capitale umano è un obiettivo strategico primario non solo a livello di Ateneo, ma anche a livello di Dipartimento.

Obiettivo strategico	Azioni strategiche	Obiettivi operativi
R1 RAFFORZAMENTO DEL CAPITALE UMANO	R1.1 Aumento del personale addetto alla ricerca, in particolare dei ricercatori di tipo A e B, compatibilmente con le risorse assegnate dall’Ateneo	R1.1.1 Presentazione delle richieste all’Ateneo

Tabella 5.2.1 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell’obiettivo strategico R1 Rafforzamento del capitale umano

Indicatori

L’indicatore individuato per monitorare il raggiungimento dell’obiettivo strategico R1 sono:

- Numero di RTDA e RTDB reclutati.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target Per il Triennio			Responsabilità Politica e Gestionale
		2019	2020	2021	
R1 RAFFORZAMENTO DEL CAPITALE	Numero RTDA e RTDB reclutati per anno	>=3	>=3	>=3	Ateneo Direttore Dipartimento

UMANO					Dipartimento Consiglio Dipartimento Commissione di Coordinamento
-------	--	--	--	--	--

Tabella 5.2.2 – Indicatori e target dell’obiettivo strategico R1

OBIETTIVO STRATEGICO R2: MIGLIORAMENTO DELL’IMPATTO E VISIBILITÀ DELLA PRODUZIONE SCIENTIFICA DEL DIPARTIMENTO

Motivazioni

Pur tenendo conto della diversità dei tradizionali parametri di valutazione adottati dai vari gruppi disciplinari, il Dipartimento è consapevole che l’approccio di valutazione dell’ANVUR può ormai essere considerato consolidato, ed è dunque impegnato nell’orientare l’attività di ricerca in modo da incrementare la percentuale di prodotti di ricerca classificati almeno B, secondo i criteri ANVUR. A tale proposito è bene ricordare che l’attività di ricerca richiede innanzitutto l’impegno dei singoli. Poter reclutare e promuovere personale preparato e intraprendente è dunque un passaggio fondamentale ai fini della realizzazione dell’obiettivo.

Obiettivo strategico	Azioni strategiche	Obiettivo operativo
R2 MIGLIORAMENTO DELL’IMPATTO E VISIBILITÀ DELLA PRODUZIONE SCIENTIFICA DEL DIPARTIMENTO	R2.1 Requisiti minimi di produttività scientifica per i ricercatori a tempo determinato	R2.1.1 Applicazione dei requisiti minimi ai ricercatori reclutati
	R2.2 Linee guida per favorire l’aumento della visibilità delle pubblicazioni, in particolare nei database internazionali della ricerca	R2.2.1 Preparazione di un breve vademecum e/o tutorial
	R2.3 Requisiti minimi all’ingresso per i ricercatori a tempo determinato	R2.3.1 Sollecitare l’Ateneo ad assumere un orientamento che ne consenta l’inserimento nei bandi
		R2.3.2 Inserimento dei requisiti minimi nei bandi di nuova emanazione, non appena sarà consentito dalla normativa
	R2.4 Requisiti minimi all’ingresso per i ruoli di professore (associato e ordinario)	R2.4.1 Sollecitare l’Ateneo ad assumere un orientamento che ne consenta l’inserimento nei bandi
		R2.4.2 Inserimento dei requisiti minimi nei bandi di nuova emanazione, non appena sarà consentito dalla normativa

Tabella 5.2.3 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell’obiettivo strategico R2: miglioramento

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il miglioramento dell'impatto e visibilità della produzione scientifica del Dipartimento sono:

- Numero di articoli pubblicati su riviste nazionali e internazionali di alto impatto;
- Numero di pubblicazioni censite nei database internazionali di ricerca.

Obiettivo strategico	Indicatori	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
R2 MIGLIORAMENTO DELL'IMPATTO E VISIBILITÀ DELLA PRODUZIONE SCIENTIFICA DEL DIPARTIMENTO	Numero di articoli di ricerca su riviste nazionali e internazionali nelle prime due classi (A,B) della VQR.	Almeno in una classe (A,B) miglioramento su base triennale del numero medio per docente (triennio 2017-2019 vs triennio 2014-2016)	Almeno in una classe (A,B) miglioramento su base triennale del numero medio per docente (triennio 2018-2020 vs triennio 2015-2017)	Almeno in una classe (A,B) miglioramento su base triennale del numero medio per docente (triennio 2019-2021 vs triennio 2016-2018)	Direttore Dipartimento Consiglio Dipartimento
	Numero di pubblicazioni di personale docente e ricercatore del Dipartimento censite nei database internazionali della ricerca	Su base triennale, numero medio per docente di articoli censiti su Scopus maggiore o uguale al triennio precedente (triennio 2017-2019 vs triennio 2014-2016)	Su base triennale, numero medio per docente di articoli censiti su Scopus maggiore o uguale al triennio precedente (triennio 2018-2020 vs triennio 2015-2017)	Su base triennale, numero medio per docente di articoli censiti su Scopus maggiore o uguale al triennio precedente (triennio 2019-2021 vs triennio 2016-2018)	Commissione Ricerca Commissione di Coordinamento PQD

Tabella 5.2.4 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico R2

Per completezza, i requisiti minimi per i bandi e gli obiettivi di produttività scientifica per ricercatori a tempo determinato (tipo A e tipo B) stabiliti dal Dipartimento sono riportati in allegato (Allegato n. 3.1). Sono altresì allegati i requisiti minimi stabiliti dal Dipartimento per i bandi per professori associati e ordinari (Allegato n. 3.2).

OBIETTIVO STRATEGICO R3: VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO

Motivazioni

Come già richiamato, la ricerca necessita di personale motivato. E' opportuno dare il giusto rilievo alla

migliore produzione scientifica, in particolare individuando meccanismi di premialità per chi produce pubblicazioni di alto impatto e trovando forme di divulgazione dei risultati ottenuti, in modo da aumentarne la visibilità, anche al di fuori della comunità scientifica di riferimento. Data la difficoltà di accesso a forme di finanziamento pubbliche (al momento scarse), è però anche opportuno supportare la crescita dei docenti e ricercatori. Inoltre, stimolare la collaborazione scientifica all'interno del Dipartimento potrebbe consentire di ridurre a livelli fisiologici la quota di docenti inattivi nella ricerca.

Obiettivo strategico	Azione strategica	Obiettivo operativo
R3 VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO	R3.1 Disponibilità di un budget di Dipartimento per fondi premiali individuali	R3.1.1 Attivazione delle procedure per l'assegnazione dei fondi
	R3.2 Disponibilità di un budget di Dipartimento per fondi per il sostegno di attività seminariale (relatori esterni) e percorsi di formazione e networking del personale docente	R3.2.1 Attivazione delle procedure per l'assegnazione dei fondi
	R3.3 Disponibilità di un budget di Dipartimento per progetti di ricerca di gruppo	R3.2.1 Attivazione delle procedure per l'assegnazione dei fondi
	R3.4 Valorizzazione dei prodotti della ricerca	R3.4.1 Raccolta dati riguardo all'attività di pubblicazione nel Dipartimento
	R3.5 Divulgazione interna ed esterna della migliore ricerca del Dipartimento	R3.5.1 Creazione di una newsletter nel sito del Dipartimento, in cui dare notizie sulle ricerche di maggior successo e per far conoscere i ricercatori che le conducono

Tabella 5.2.5 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo R3 Valorizzazione del capitale umano

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico R3 consistono nell'ammontare dei fondi dipartimentali assegnati al personale docente sulla base di criteri di premialità. Tali importi possono essere utilizzati per attività seminariale, percorsi di formazione e networking del personale docente, oppure per finanziare ricerche di gruppo.

Obiettivo strategico	Indicatore	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
R3 VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO	Ammontare del budget di Dipartimento per fondi premiali individuali	Almeno 10.000 euro	Almeno 10.000 euro	Almeno 10.000 euro	Direttore Dipartimento Commissione di Coordinamento
	Ammontare del budget di Dipartimento per fondi per il sostegno di attività seminariale	Almeno 5.000 euro	Almeno 5.000 euro	Almeno 5.000 euro	Consiglio Dipartimento Commissione Ricerca

	(relatori esterni) e percorsi di formazione e networking del personale docente				
	Ammontare del budget di Dipartimento per progetti di ricerca di gruppo	Almeno 30.000 euro in un anno, nel triennio	Almeno 30.000 euro in un anno, nel triennio	Almeno 30.000 euro in un anno, nel triennio	

Tabella 5.2.6 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico R3

Per completezza, i dettagli sui fondi relativi all'obiettivo strategico R3 sono forniti in allegato (Allegato n. 3).

OBIETTIVO STRATEGICO R4: FAVORIRE LA PARTECIPAZIONE A BANDI COMPETITIVI DI FINANZIAMENTO NAZIONALI, INTERNAZIONALI E DI ATENEO

Motivazioni

L'attività di ricerca deve essere supportata da adeguati finanziamenti. Nell'ambito di un Ateneo pubblico, le fonti primarie di finanziamento devono essere quelle pubbliche, nazionali o internazionali. Mentre le risorse sono scarse, le procedure amministrative per la presentazione delle domande sono sempre più complesse. Il Dipartimento si impegna, anche con il supporto dell'Ateneo, a mettere a disposizione in modo continuativo informazioni relative ai bandi e alle modalità di partecipazione.

Obiettivo strategico	Azione strategica	Obiettivo operativo
R4 FAVORIRE LA PARTECIPAZIONE A BANDI COMPETITIVI DI FINANZIAMENTO NAZIONALI, INTERNAZIONALI E DI ATENEO	R4.1 Fornire informazioni sulle iniziative disponibili	R4.1.1 Organizzare incontri di informazione / formazione, anche con il supporto dell'Ateneo
		R4.1.2 Segnalare iniziative di informazione/formazione organizzate dall'Ateneo

Tabella 5.2.7 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico R4: Favorire la partecipazione a bandi competitivi di finanziamento nazionali, internazionali e di Ateneo

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico R4 sono:

- Numero di incontri di informazione/formazione su bandi competitivi;
- Numero di segnalazioni su iniziative organizzate a livello di Ateneo.

Obiettivo strategico	Indicatore	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
R4 Favorire la partecipazione a bandi competitivi di finanziamento nazionali,	Numero di incontri informativi/formativi su bandi competitivi nazionali, internazionali e di Ateneo	Almeno 2	Almeno 2	Almeno 2	Direttore Dipartimento Commissione Ricerca

internazionali e di Ateneo	Numero di segnalazioni su iniziative di informazione/formazione organizzate dall'Ateneo	100%	100%	100%	
----------------------------	---	------	------	------	--

Tabella 5.2.8 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico R4

5.3 Programmazione nell'ambito della terza missione

Premessa

Il contesto geografico, socio-economico e culturale in cui è inserita l'Università di Parma costituisce una rilevante opportunità per rafforzare i legami col territorio ed intraprendere politiche sinergiche ancor più strette con gli enti e le istituzioni del territorio, sia in tema di diffusione della conoscenza che di valorizzazione della ricerca.

Le iniziative di terza missione avviate appaiono nel complesso sostanzialmente orientate a rispondere a bisogni sociali concreti e risultano fundamentalmente coerenti rispetto al profilo di ricerca e di insegnamento del Dipartimento nel quale sono sviluppate. Esiste un buon numero di collaborazioni in conto terzi, varie partnership con soggetti pubblici e privati e una consolidata attività di formazione continua, anche in collaborazione con enti pubblici e imprese. All'interno del DiSEA si rileva inoltre la presenza di gruppi di ricerca affermati nel ruolo di supporto scientifico alla progettazione ed alla decisione dei policy makers, nonché numerosi Osservatori e Laboratori che fungono sia da volano per stringere e consolidare collaborazioni, sia rappresentano l'occasione per raccogliere, valorizzare e trasferire conoscenza (al riguardo si citano, a titolo puramente esemplificativo, l'Osservatorio Fedeltà, il Laboratorio di Simulazione d'Impresa e il Laboratorio di Negoziazione). Ciò nondimeno, il Dipartimento persegue il continuo miglioramento delle attività di terza missione affinché le conoscenze, l'expertise, le idee presenti al proprio interno possano essere sempre meglio valorizzate anche all'esterno dell'Accademia, divenendo strumentali all'ottenimento di output produttivi di valore per la collettività. Nell'anno 2017 si è per la prima volta introdotto un processo di raccolta e tracciamento delle attività avviate a sostegno dello sviluppo economico e sociale del territorio.

In quell'occasione si è chiaramente palesata l'esigenza di promuovere più attivamente una cultura della terza missione all'interno del DiSEA, così da consolidare e potenziare nel tempo l'entità delle risorse ad essa dedicate. Inoltre, durante la ricognizione è anche nitidamente emerso che i progetti di Public Engagement continuano tendenzialmente ad essere avviati dai singoli docenti in modo abbastanza "frammentato" e su base talora spontaneistica, mentre in prospettiva si intende arrivare a una gestione più strutturata di tali attività così da realizzare un più armonico allineamento – da un lato – delle iniziative individuali dei docenti con la complessiva strategia dipartimentale e – dall'altro – un più efficace coordinamento tra le azioni di Terza Missione intraprese a livello dipartimentale con la strategia di Ateneo.

Gli obiettivi strategici che il Dipartimento si propone per il triennio 2019-2021 sono dunque formulati lungo le linee degli obiettivi strategici riportati nel Piano Strategico di Ateneo, ma declinati in maniera coerente rispetto al profilo di ricerca e di insegnamento del Dipartimento SEA e alle competenze professionali dei suoi componenti.

I target per il triennio 2019-2021 sono basati sui risultati degli anni 2017-2018, poiché proprio nel 2017 è stato avviato per la prima volta un processo di monitoraggio e valutazione delle attività di Terza Missione del Dipartimento SEA.

Una delle criticità emerse nell'analisi delle iniziative di Terza Missione del Dipartimento, con particolare riferimento alle attività di Public Engagement, è stata la difficoltà di monitorare con sistematicità iniziative personali e collettive dei docenti. Questa dovrebbe essere superata dall'introduzione a livello di Ateneo, presumibilmente entro fine anno, di un nuovo applicativo capace di interagire e integrarsi con altre banche dati nazionali (IRIS-RM). La prossima installazione del modulo RM estenderà l'ambito di utilizzo di IRIS – tradizionalmente usato come catalogo delle pubblicazioni scientifiche – anche a progetti,

competenze e strumentazioni di Terza Missione. Esso consentirà di meglio mappare le iniziative di Public Engagement svolte da ciascun docente. In vista di tale innovazione, la Commissione Terza Missione si impegna a fornire linee guida e organizzare brevi tutorial che dovessero rendersi utili per supportare i docenti del Dipartimento nel corretto inserimento delle schede attività relative alle iniziative di Public Engagement avviate e sensibilizzarli al diffuso utilizzo di tale strumento, che faciliterà il monitoraggio omogeneo delle attività di ricerca e terza missione dei docenti.

OBIETTIVO STRATEGICO TM1: DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA

Motivazione

Il Dipartimento, in linea con l'Ateneo, intende incentivare ulteriormente il processo di condivisione della cultura. La nomina di Parma quale Capitale della Cultura 2020 rappresenta un'opportunità per il nostro Dipartimento che potrebbe contribuire al programma di eventi offerti in questa occasione.

Premesso che l'avvio di progetti di Public Engagement continuerà a dipendere almeno in parte dall'iniziativa autonoma e individuale dei singoli docenti e ricercatori, il Dipartimento ritiene ciò nondimeno sempre più importante porre in essere azioni atte a promuovere una ricca progettualità in tema di terza missione che possa essere di reale valore per la collettività ed essere contemporaneamente coerente con obiettivi, azioni ed indicatori riportati nel Piano Strategico di Ateneo.

Per questo motivo, si ritiene che un primo passo importante possa venire da un'azione di sensibilizzazione dei docenti del Dipartimento a maturare una più fondata consapevolezza circa la portata, l'efficienza e l'efficacia della propria azione sociale, per poi accrescerla nel tempo. Nel mese di giugno 2018, è stata sviluppata una apposita sezione del sito web del Dipartimento dedicata alla pubblicizzazione delle attività di public engagement avviate. Collegandosi al link <https://sea.unipr.it/it/dipartimento/qualita-della-ricerca>, i docenti organizzatori di progetti di Public Engagement possono ora reperire la scheda di rilevazione delle suddette iniziative. In occasione di ogni evento, dovranno compilarla e inviarla tempestivamente alla Responsabile del Servizio per la Ricerca e la Terza Missione, dott.ssa Chiara Ferrari, che provvederà ad assemblare le schede pervenute e pubblicarle sul sito di Dipartimento. Tutto ciò in accordo naturalmente con il Direttore, il Coordinatore del PQD e il Delegato Referente per la Terza Missione. Tale azione risponde all'esigenza di una più efficace trasparenza circa le iniziative intraprese, così da agevolare anche una più profonda comprensione del ruolo sociale del Dipartimento presso l'opinione pubblica. Inoltre, intende facilitare il censimento e l'analisi delle attività di Public Engagement realizzate, in linea con quanto indicato dal PQA nel documento di Ateneo "Linee Guida per il monitoraggio delle attività di Public Engagement": https://www.unipr.it/www.unipr.it/AQ/architetturaAQ/documenti_ricerca.

Uno strumento di diffusione della conoscenza è sicuramente costituito dalla organizzazione di eventi divulgativi nonché dalla istituzione di una calendarizzazione di seminari divulgativi, tenuti nei medesimi luoghi e agli stessi orari.

Infine, è oramai una consolidata attività del dipartimento la pianificazione di incontri con studenti delle scuole superiori al fine di diffondere la cultura dell'importanza delle tematiche economiche tra i giovani e di svolgere opera di orientamento nel loro percorso di crescita culturale e professionale.

Obiettivo strategico	Azioni strategiche	Obiettivi operativi
TM1 DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA	TM1.1 Sensibilizzare i Componenti del Dipartimento SEA alle tematiche connesse alla terza missione e aumentare la visibilità delle iniziative di Public Engagement avviate	TM1.1.1 Organizzazione di uno spazio di confronto e chiarificazione sulla Strategia di Terza Missione Dipartimentale con i componenti del Dipartimento TM1.1.2 Pubblicizzazione su un'apposita sezione del sito web del Dipartimento delle attività di public engagement avviate
	TM1.2 Istituire un programma di eventi divulgativi diffusi	TM1.2.1 Organizzazione di conferenze a carattere scientifico divulgativo su tematiche di maggior interesse per la cittadinanza TM1.2.2 Calendarizzazione di seminari a carattere scientifico divulgativo, con periodicità costante, presso il Dipartimento SEA
	TM1.3 Accrescere la consapevolezza della realtà universitaria nei giovani	TM1.3.1 Incontri presso le scuole superiori con studenti, docenti e dirigenti scolastici TM1.3.2 Organizzazione di lezioni/seminari indirizzati agli studenti delle Scuole Superiori di Parma e provincia

Tabella 5.3.1-Azioni strategiche e obiettivi operativi nell'ambito dell'obiettivo strategico TM1

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico sopra descritto sono finalizzati a valutare l'efficacia delle azioni programmate su:

- Sensibilizzazione dei Componenti del Dipartimento SEA alle tematiche connesse alla terza missione e aumento della visibilità delle iniziative di Public Engagement avviate
- Attrattività degli eventi di public engagement organizzati dal Dipartimento SEA
- Consolidamento delle azioni di interazione con le scuole superiori

Obiettivo strategico	Indicatore	Target per il triennio	Responsabilità politica e
-----------------------------	-------------------	-------------------------------	----------------------------------

					gestionale
		2019	2020	2021	
TM1 DIFFUSIONE DELLA CONOSCENZA	ITM11 Realizzazione di incontri informativi con i componenti del Dipartimento sulle iniziative e sulla strategia di Terza Missione	Almeno 1	Almeno 1	Almeno 1	Direttore del Dipartimento Commissione Terza Missione Presidenti dei Corsi di Studio Commissione Orientamento in entrata
	ITM12 Pubblicazione di un report annuale delle più significative iniziative di PE avviate (SI/NO)	SI	SI	SI	Commissione orientamento in uscita
	ITM13 Numero di eventi divulgativi organizzati dal Dipartimento	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	
	ITM14 Numero di scuole coinvolte	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	
	ITM15 Numero di seminari su temi di Economia rivolti agli studenti delle	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	

	scuole superiori				
--	------------------	--	--	--	--

Tabella 5.3.2-Indicatori, tempistica e target dell'obiettivo strategico TM1

OBBIETTIVO STRATEGICO TM2: INTERAZIONE CON IL TESSUTO PRODUTTIVO TERRITORIALE

Motivazione

Il Dipartimento SEA da diversi anni interagisce con il mondo esterno e in particolare con il tessuto produttivo territoriale nella progettazione e/o promozione di rapporti con imprese e istituzioni, attività di consulenza e servizi, Ricerca e Didattica non-istituzionale e iniziative di accompagnamento al mondo del lavoro di laureati.

Le attività conto terzi perseguono l'obiettivo dell'Ateneo di potenziare il proprio legame con il territorio, offrendo servizi di qualità che valorizzino le competenze accademiche sia nell'ambito della didattica, sia della ricerca e risultano uno sbocco naturale per le competenze professionali dei componenti del Dipartimento.

I sempre più frequenti cambiamenti nel mondo del lavoro producono nei lavoratori la necessità di aggiornare continuamente le proprie abilità e competenze al fine di migliorare l'ingresso e la progressione nel mercato del lavoro, facilitare le transizioni tra le fasi lavorative e di apprendimento, promuovere la mobilità geografica e professionale.

Per questo motivo il Dipartimento ritiene obiettivo fondamentale l'investimento nel settore della Formazione Continua e nell'organizzazione di eventi che favoriscano l'incontro tra aziende e studenti neolaureati al fine di favorire la conoscenza da parte dei giovani delle realtà lavorative del settore e il conseguente ingresso nel mondo del lavoro.

Obiettivo strategico	Azioni strategiche	Obiettivi operativi
TM2 INTERAZIONE CON IL TESSUTO PRODUTTIVO TERRITORIALE	TM2.1 Monitorare e promuovere le attività per conto terzi	TM2.1.1 Promuovere nuove iniziative
	TM2.2 Potenziare le attività finalizzate alla formazione continua	TM2.2.1 Istituzione di corsi di perfezionamento, di aggiornamento professionale
	TM2.3 Massimizzare le opportunità di impiego	TM2.3.1 Progettazione e realizzazione del Placement Day di Dipartimento

Tabella 5.3.3 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico TM2: Interazione con il tessuto produttivo territoriale

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico sopra descritto sono finalizzati a valutare l'efficacia delle azioni programmate su:

- Aumento delle attività per conto terzi
- Potenziamento delle attività di formazione continua

- Consolidamento delle azioni di orientamento in uscita.

Obiettivo strategico	Indicatore	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
TM2 Interazione con il tessuto produttivo territoriale	ITM21 Numero di Contratti di ricerca/consulenza con committenza esterna, Convenzioni, Accordi avviati	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	Direttore del Dipartimento Commissione Terza Missione
	ITM22 Numero di giornate sviluppate in programmi di formazione continua	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	Presidenti dei Corsi di Studio Commissione Orientamento in uscita
	ITM23 Numero di colloqui di recruitment realizzati da imprese ed istituzioni partners del Dipartimento	Maggiore o uguale della media del biennio 2017-18	Maggiore o uguale della media del triennio 2017-2019	Mantenimento dei risultati dell'anno precedente	

Tabella 5.3.4-Indicatori, tempistica e target dell'obiettivo strategico TM2

5.4 Programmazione nell'ambito dell'internazionalizzazione

Premessa

Negli ultimi decenni la formazione superiore si è sempre più indirizzata verso una dimensione europea e mondiale, caratterizzata anche da una importante dinamica migratoria, costituendo al tempo stesso una sfida e un'opportunità senza precedenti per l'università italiana.

Per rispondere a una domanda di formazione proveniente dai Paesi esteri e dare ulteriore impulso alla mobilità internazionale degli studenti, il Dipartimento, così come l'ateneo, considera prioritari alcuni obiettivi strategici sintetizzabili in:

- Miglioramento dell'attrattività internazionale del Dipartimento, attraverso la creazione di percorsi didattici e di ricerca di respiro internazionale;
- Consolidamento e sviluppo della mobilità internazionale di studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo, mediante i principali Programmi di scambio e di collaborazione internazionale;
- Miglioramento della competenza linguistica degli studenti in uscita e in entrata;
- Miglioramento delle condizioni di accoglienza di studenti e docenti stranieri, attraverso lo sviluppo della qualità dei servizi ad essa correlati.

OBIETTIVO STRATEGICO INT1: MIGLIORAMENTO DELL'ATTRATTIVITÀ INTERNAZIONALE DEL DIPARTIMENTO

Motivazioni

La gestione dei bandi Erasmus è ormai collaudata da anni di esperienze. Si sono tuttavia verificati problemi nella gestione parallela delle borse Erasmus ed Overworld con molti casi di rinunce tardive e conseguente perdita di borse. Questi problemi vanno risolti con una gestione congiunta e contemporanea dei due bandi che costringa gli studenti alla scelta della sede di destinazione in tempi brevissimi.

La politica di trasformare alcuni accordi bilaterali in doppio titolo va proseguita in modo selettivo. Il doppio titolo rappresenta un piccolo miglioramento qualitativo dal punto di vista didattico rispetto al semplice scambio in quanto assicura una maggiore coerenza del piano di studi. Il Joint Degree rappresenta uno strumento ancora superiore ma presuppone l'avvio di nuovi corsi di laurea per i quali bisogna reperire nuove risorse in Ateneo. E' un obiettivo ambizioso ma che è meritevole di essere perseguito.

La politica di estensione degli accordi bilaterali va approfondita e qualificata puntando alla creazione di reti territorialmente concentrate. Questa nuova strategia è in via di applicazione in Brasile e nel Sud Est Asiatico. In Brasile grazie all'accordo con il "Gruppo di Coimbra" (un network di Università brasiliane) il Dipartimento è entrato in rete con decine di Università brasiliane con le quali si stanno sviluppando rapporti di scambio. Nel Sud Est asiatico si hanno rapporti con cinque università vietnamite, due università thailandesi ed una università cambogiana. Si sta tentando di fare la stessa cosa in Russia con diverse Università di Mosca e San Pietroburgo. La creazione di reti è funzionale alla realizzazione di forme di cooperazione internazionale che vanno al di là degli scambi studenti. In particolare le reti sono il presupposto necessario di progetti più complessi di trasferimento di conoscenza e di progetti di ricerca congiunta da presentare nel mercato internazionale della ricerca.

La crescita esponenziale dell'offerta di opportunità di studi all'estero extra-UE, ha comportato difficoltà di gestione dei flussi in uscita. L'informazione sulle diverse opportunità è parziale, i rapporti con i partner non sempre facili, il marketing dell'offerta inadeguato, le risorse umane insufficienti. Per questo il Dipartimento ha avviato un progetto di compilazione di schede per ogni università partner sia a scopo informativo che di marketing con l'ausilio dei due tutor internazionali forniti dall'Ateneo. Una operazione di marketing più complessa è la promozione di una Summer School internazionale che il nostro Dipartimento potrebbe realizzare in collaborazione con altri Dipartimenti.

Internazionalizzazione non significa solo studenti in uscita ma anche studenti in entrata. I benefici dei flussi *outcoming* sono benefici individuali per gli studenti che partono. I benefici dei flussi *incoming* sono benefici diffusi che si estendono a tutti gli studenti di Parma e all'intero ambiente accademico. Per questo sono cruciali per l'internazionalizzazione culturale dell'ateneo. Su questo versante ci sono stati progressi importanti ma del tutto inadeguati rispetto alle potenzialità. I progressi riguardano sia il numero di studenti stranieri in entrata con i programmi Erasmus e Overworld (che trascorrono in genere un semestre a Parma) sia il numero di studenti in entrata nel corso d'inglese IBD (che invece trascorrono due anni a Parma). Il numero e la rappresentatività geografica di questi ultimi sono molto cresciuti negli anni scorsi, facendo di questo Corso un vero Corso Internazionale. Ma è ovvio che un singolo Corso di Laurea non può sostenere da solo la pressione di una domanda da parte di studenti stranieri che cresce a ritmi impressionanti. L'assenza di Corsi in inglese rappresenta un collo di bottiglia per l'attrazione di studenti stranieri. Un altro collo di bottiglia su cui il Dipartimento non ha possibilità di incidere è relativo alla drammatica carenza di alloggi a prezzi moderati che ha creato situazioni di grave disagio per gli studenti in arrivo.

Quel che segue è l'insieme di azioni programmate per rafforzare il processo di internazionalizzazione. Alcune sono state promosse dalla Commissione Internazionalizzazione, sono già in corso e se ne prevede un esito positivo. Altre dipendono da scelte di Dipartimento soprattutto in materia di offerta formativa. Altre dipendono dal sostegno dell'Ateneo e dalle sue scelte strategiche in materia di internazionalizzazione.

- 1) Rafforzamento dell'offerta formativa in lingua inglese attraverso:
 - Rafforzamento dei corsi in lingua inglese nelle magistrali diverse dall'IBD
 - Completamento dell'offerta in lingua inglese di un indirizzo della triennale (tutte le materie di indirizzo in tempi brevi e un intero corso in tempi medi)
 - Miglioramento della qualità della docenza in inglese attraverso corsi di formazione specifici per i docenti che insegnano in inglese (con il sostegno dell'Ateneo)
 - Rafforzamento dei corsi d'inglese rivolti agli studenti e azioni d'incentivo anche finanziario rivolte agli studenti per l'acquisizione di certificazioni internazionali (con il sostegno dell'Ateneo)
- 2) Creazione di nuovi accordi di scambio territorialmente concentrati in una logica di rete
- 3) Creazione di nuovi accordi bilaterali funzionali all'internazionalizzazione del Corso di laurea triennale in "Sistema Alimentare, Sostenibilità, Management e Tecnologie (Food)" e del nuovo Corso di laurea magistrale ad esso associato
- 4) Trasformazione di alcuni accordi bilaterali in accordi di doppio titolo allo scopo di avere almeno un Accordo di Doppio titolo per ogni magistrale
- 5) Creazione di un Joint degree magistrale chiedendo nuove risorse all'Ateneo.

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
INT1 MIGLIORAMENTO DELL'ATTRATTIVITÀ INTERNAZIONALE DEL DIPARTIMENTO	INT1.1 Rafforzamento dei corsi in lingua inglese in tutti i corsi di laurea magistrali	INT1.1.1 Rafforzamento dei corsi in lingua inglese in tutti i corsi di laurea magistrali INT1.1.2 Completamento dell'offerta in lingua inglese di un indirizzo della triennale INT1.1.3 Miglioramento della qualità della docenza in inglese attraverso corsi di formazione per i docenti INT1.1.4 Rafforzamento dei corsi d'inglese rivolti agli studenti
	INT1.2 Progettazione di percorsi didattici e di ricerca internazionali	INT1.2.1 Trasformazione di alcuni accordi bilaterali in accordi di doppio titolo INT1.2.2 Creazione di nuovi accordi bilaterali (funzionali all'internazionalizzazione del Corso di laurea triennale in Food e del nuovo Corso di laurea magistrale ad esso associato) INT1.2.3 Creazione di nuovi accordi bilaterali, funzionali all'internazionalizzazione del corso di laurea triennale CLEM e dei corsi di laurea magistrali ADA, FRIM, IBD e TRADE.

Tabella 5.4.1 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico INT1: Miglioramento dell'attrattività internazionale del dipartimento

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico INT1 sono focalizzati in particolare a misurare l'impatto delle azioni programmate sul numero percentuale di studenti iscritti al primo anno dei corsi di laurea che hanno conseguito il titolo di accesso all'estero.

Obiettivo Strategico	Indicatori	Target per il triennio			Responsabilità Politica e Gestionale
		2019	2020	2021	
INT1 MIGLIORAMENTO DELL'ATTRATTIVITÀ INTERNAZIONALE DEL DIPARTIMENTO	Numero di accordi bilaterali internazionali	Attivazione di 1 nuovo accordo bilaterale	Attivazione di nuovi e/o rinnovo di 2 accordi bilaterale	Attivazione di nuovi e/o rinnovo di 2 accordi bilaterale	Direttore del Dipartimento Commissione Internazionalizzazione

Tabella 5.4.2 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico INT1: Miglioramento dell'attrattività internazionale del dipartimento

OBIETTIVO STRATEGICO INT2: INCREMENTO DELLA MOBILITÀ INTERNAZIONALE DI STUDENTI, DOCENTI E PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO

Motivazioni

Per quanto attiene alla mobilità degli studenti l'obiettivo INT2 si allinea con l'obiettivo strategico D4 che si propone l'incremento della mobilità nell'ambito del progetto Erasmus e dei crediti formativi ottenuti all'estero. Sul punto si riprendono quindi azioni, obiettivi specifici, indicatori e target e si rimanda a quanto già trattato nell'ambito della programmazione dell'attività didattica.

Per ciò che riguarda la mobilità docenti e personale tecnico-amministrativo, occorre una importante attività di incentivazione e promozione. La mobilità docenti rappresenta uno strumento utilissimo per rafforzare i rapporti bilaterali oltre a fornire una esperienza accademicamente significativa per il docente stesso. Per ciò che riguarda i docenti in entrata, l'iniziativa dell'Ateneo di finanziare un visiting professor per ciascun Dipartimento rappresenta un passo nella giusta direzione. Il passo successivo è però che questa innovazione venga stabilizzata in modo che il corso del visiting professor entri a far parte dell'offerta formativa standard.

In linea con le quanto già evidenziato anche a livello di Ateneo nel Piano strategico 2019-2021, è opportuno potenziare le competenze linguistiche del personale docente e tecnico amministrativo. Il Dipartimento ritiene di poter sviluppare tali competenze in collaborazione con le strutture già preposte a livello di Ateneo che ha provveduto alla creazione di un polo linguistico di Ateneo e alla costituzione di un Gruppo di Lavoro sulle Lingue, composto da Docenti Unipr con specifiche competenze. Il nuovo polo linguistico di Ateneo si avvarrà della collaborazione della U.O. Abilità Linguistiche e del Centro E-Learning, per fornire agli studenti le competenze linguistiche necessarie all'acquisizione dei CFU esteri, e per potenziare ulteriormente l'Offerta Formativa in lingua inglese, anche mediante pacchetti di lezioni on-line. Presso il polo linguistico saranno attivati, in collaborazione con il Centro E-learning, corsi di lingua italiana, destinati a preparare anche a distanza gli studenti in entrata.

OBIETTIVO STRATEGICO	AZIONI STRATEGICHE	OBIETTIVI OPERATIVI
-----------------------------	---------------------------	----------------------------

INT2 INCREMENTO DELLA MOBILITÀ INTERNAZIONALE DI STUDENTI, DOCENTI E PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO	INT2.1 Incremento conoscenza in merito alle opportunità Erasmus per studenti e docenti	INT2.1.1 Sviluppo di incontri formativi per le opportunità in uscita
	INT2.2 Elevare la competenza linguistica di studenti, docenti e personale tecnico amministrativo	<p>INT2.2.1 Promozione dei percorsi formativi di Ateneo finalizzati a fornire agli studenti le competenze linguistiche, atte ad affrontare esperienze di studio e tirocinio all'estero</p> <p>INT2.2.2 Promozione dei percorsi formativi in lingua italiana, per l'apprendimento dell'italiano da parte di studenti stranieri in entrata</p> <p>INT2.2.3 Potenziamento delle competenze linguistiche dei Docenti dell'Ateneo, attraverso la promozione di corsi di lingua inglese proposti dall'Ateneo</p> <p>INT2.2.4 Promozione di percorsi formativi in lingua inglese proposti dall'Ateneo a vantaggio del personale tecnico amministrativo, impegnato in attività di accoglienza e gestione delle carriere internazionali degli studenti</p>

Tabella 5.4.3 - Azioni strategiche e obiettivi operativi dell'obiettivo strategico INT2: incremento della mobilità internazionale di studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo

Indicatori

Gli indicatori individuati per monitorare il raggiungimento dell'obiettivo strategico sopra descritto riprendono quelli già individuati per l'obiettivo strategico D4 per la parte relativa all'incremento del progetto Erasmus integrati da:

- percentuale di laureati entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero;
- percentuale di personale docente e tecnico amministrativo che conclude la frequenza al corso di inglese organizzato dall'Ateneo

OBIETTIVO STRATEGICO	INDICATORI	Target per il triennio			Responsabilità politica e gestionale
		2019	2020	2021	
INT2 INCREMENT	Percentuale di laureati entro la durata normale	Non inferiore rispetto all'anno	Non inferiore rispetto all'anno	Non inferiore rispetto all'anno	

O DELLA MOBILITÀ INTERNAZIONALE DI STUDENTI, DOCENTI E PERSONALE TECNICO-AMMINISTRATIVO	del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero	precedente	precedente	precedente	Direttore del Dipartimento Commissione Internazionalizzazione Presidenti dei Corsi di studio
	Numero "studenti Erasmus in uscita"	Non inferiore percentualmente rispetto all'anno precedente	Non inferiore percentualmente rispetto all'anno precedente	Non inferiore percentualmente rispetto all'anno precedente	
	Numero "studenti Erasmus in entrata"	Non inferiore rispetto all'anno precedente	Non inferiore rispetto all'anno precedente	Non inferiore rispetto all'anno precedente	
	Percentuale di personale docente e tecnico amministrativo che conclude la frequenza al corso di inglese organizzato dall'Ateneo	Non inferiore rispetto all'anno precedente	Non inferiore rispetto all'anno precedente	Non inferiore rispetto all'anno precedente	

Tabella 5.4.4 – Indicatori e target dell'obiettivo strategico INT2: incremento della mobilità internazionale di studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo

6. Politiche per l'Assicurazione della Qualità

Le politiche per l'Assicurazione della Qualità (AQ) del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali definiscono le responsabilità e le modalità operative attraverso le quali il Dipartimento persegue, mette in atto e monitora la qualità della didattica, della ricerca e della terza missione.

Le politiche per l'AQ del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali sono formulate in modo coerente con le indicazioni del documento sulle "Politiche della Qualità dell'Ateneo di Parma" ([http://www.unipr.it/sites/default/files/allegatiparagrafo/09-06-2017/politica della qualita - unipr - firmato 0.pdf](http://www.unipr.it/sites/default/files/allegatiparagrafo/09-06-2017/politica_della_qualita_-_unipr_-_firmato_0.pdf)) e gli obiettivi dell'AQ sono perseguiti attraverso gli strumenti descritti in tale documento.

In particolare, il Dipartimento promuove e assicura la qualità della didattica, della ricerca e della terza missione attraverso:

- la raccolta sistematica di dati e informazioni sull'attività svolta, sugli obiettivi perseguiti, sulle risorse impiegate, sulla soddisfazione di studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo;
- l'attuazione e il mantenimento di un modello di AQ per le strutture di supporto alla didattica, alla ricerca e alla terza missione, che comprende procedure, ruoli e responsabilità in materia di qualità della formazione e della ricerca;
- la partecipazione e il contributo di tutte le componenti del Dipartimento (studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo) alla gestione della qualità della didattica, della ricerca, della terza missione e dei servizi;

RESPONSABILITÀ

Per quanto riguarda l'AQ, la struttura organizzativa del Dipartimento è costituita dai seguenti soggetti, le cui funzioni e competenze sono descritte nel Regolamento di Dipartimento:

- Direttore di Dipartimento e Commissione di Coordinamento ed Indirizzo (art.6 Regolamento)
- Consiglio di Dipartimento (art.8 Regolamento)
- Giunta di Dipartimento (art.10 Regolamento)
- Commissione Paritetica Docenti-Studenti (CPDS) (art.13 Regolamento)
- Presidenti dei CdS
- Consigli di CdS
- Commissione Didattica (art.14 Regolamento)
- Commissione Ricerca (art.14 Regolamento)
- Commissione Internazionalizzazione (art.14 Regolamento)
- Laboratori di Ricerca (art.17 Regolamento)
- Presidio di Assicurazione della Qualità del Dipartimento (PQD) (art.15 Regolamento)
- Personale docente
- Altro personale tecnico amministrativo

DOCUMENTI DEL SISTEMA DI GESTIONE AQ DEL DIPARTIMENTO

I documenti del sistema di gestione di AQ del Dipartimento sono:

- Documento di organizzazione interna personale amministrativo
- Documento di organizzazione interna personale tecnico
- Procedure relative alle attività di gestione del supporto delle attività didattiche
- Scheda Unica Annuale dei Corsi di Studio (SUA-CdS)
- Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) dei Corsi di Studio
- Rapporto di Riesame Ciclico (RRC) per i Corsi di Studio
- Scheda Unica Annuale della Ricerca del Dipartimento (SUA-RD)
- Documento sul Sistema di Gestione dell'Assicurazione della Qualità dei Corsi di Studio
- Questionari di valutazione delle attività formative
- Questionari di valutazione delle attività di tirocinio
- Relazione annuale della Commissione Paritetica Docenti-Studenti (CPDS)
- Relazione annuale del Nucleo di Valutazione (NdV) di Ateneo
- Relazione annuale del Presidio di Qualità del Dipartimento

7. Monitoraggio delle politiche per l'assicurazione di qualità

Le attività di monitoraggio sono indispensabili al processo di AQ. A questo scopo il Dipartimento favorisce l'azione del Presidio della Qualità Dipartimentale (PQD) per la raccolta di documentazione statistica, per il monitoraggio della rilevazione delle opinioni degli studenti e per la predisposizione di un rapporto annuale sulla AQ, contribuendo alla verifica della realizzazione di quanto programmato.

In particolare, il PQD (art.15 Regolamento):

- a) assicura il monitoraggio dei processi, degli inter-processi e delle procedure di Assicurazione della Qualità, di autovalutazione, riesame e miglioramento dei Corsi di Studio, di Ricerca e di Terza Missione a livello di Dipartimento;
- b) assicura il corretto flusso informativo da e verso il Presidio di Assicurazione della qualità, il Nucleo di Valutazione e le Commissioni paritetiche Docenti-Studenti del Dipartimento;
- c) propone al Presidio di Assicurazione della Qualità l'adozione di strumenti comuni per l'Assicurazione della qualità e l'erogazione di attività formative ai fini della loro applicazione;
- d) fornisce supporto ai corsi di studio, ai RAQ, ai GAV dei Corsi di Studio per le attività proprie dell'Assicurazione Qualità.

Per il prossimo triennio l'attività del Presidio della Qualità Dipartimentale (PQD) sarà concentrata in larga misura sul consolidamento delle iniziative per l'adeguamento del sistema AQ di Dipartimento ad AVA 2. In secondo luogo, per il PQD saranno considerate ad elevata priorità anche le azioni indirizzate ad una formazione specifica e aggiornata di tutti gli attori (docenti, studenti e personale tecnico e amministrativo) impegnati nei processi di AQ del Dipartimento. Infine, come attività istituzionali periodiche il PQD proseguirà l'opera di monitoraggio orientata alle attività dei Corsi di Studio, al funzionamento del Comitato di Indirizzo e alle iniziative della Commissione Paritetica Docenti Studenti.

ALLEGATI

Allegato 1 - Dottorato di ricerca in Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità (EMIS).

Dottorato di Ricerca in ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE E DELLA SOSTENIBILITÀ (EMIS)		
Ciclo	XXXIII	
Durata	3 anni	
Coordinatore	Prof. Stefano Azzali – Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali email: stefano.azzali@unipr.it	
	AREE TEMATICHE	Principali contenuti
1	Aspetti regolativi ed effetti delle politiche agricole e agro-alimentari	La ricerca ha come focus l'impatto dei Regolamenti Comunitari in tema di politiche agricole-alimentari sulle strategie produttive delle aziende agricole e delle filiere alimentari oltre che la valutazione delle ricadute sul territorio di produzione in termini di sostenibilità. La ricerca, in particolare, si concentrerà sulla valutazione della riforma PAC e sulle nuove regole europee sui sistemi alimentari di qualità e sulle filiere corte
2	Determinazione e comunicazione del valore nelle aziende	Nell'ambito di tale Area tematica vengono sviluppati differenti filoni di studio attinenti il Financial reporting e la Financial analysis, con particolare riferimento ai metodi e ai sistemi di rilevazione nella contabilità generale, nonché ai principi contabili nazionali e internazionali, l'Auditing, con particolare riferimento ai sistemi di controllo (internal auditing, compliance normativa e regolamentare, controlli interni ed esterni), la Corporate Governance e gli ambiti attinenti la Responsabilità Sociale d'impresa e l'informativa non financial.
3	Economia ambientale e risorse naturali	Analisi dei drivers e degli effetti sulle performance economiche (produttività, occupazione) dei processi innovativi ambientali diffusi in settori ed imprese, con enfasi sul ruolo delle politiche e dei fenomeni spaziali. Analisi dell'efficienza e dell'efficacia delle politiche ambientali europee (EU ETS, Circular economy package, Waste framework directive, etc..), con enfasi sugli effetti di innovazione e invenzione (brevetti verdi)
4	Economia della conoscenza, organizzazione, capitale umano e lavoro	L'area tematica ha carattere interdisciplinare e focalizza l'attenzione sulla conoscenza e sul capitale umano quali fattori determinanti per sviluppo economico, tecnologico e sociale. La sinergia tra prospettive collocate a livelli di analisi diversi viene valorizzata al fine di comprendere il legame tra le scelte relative a politiche per lo sviluppo economico per l'innovazione, le scelte strategiche e organizzative da parte di sistemi, reti

		o singole organizzazioni, e le scelte relative alla gestione delle persone e del lavoro nelle imprese.
5	Economia della cultura: management e politiche	Al termine del percorso, i dottorandi saranno in grado di comprendere gli aspetti fondamentali che connotano gli studi sull'economia ed il management delle istituzioni culturali, ed in particolare: la strategia, i profili finanziari e di sviluppo, le relazioni con gli interlocutori sociali, i metodi e strumenti di programmazione e di rilevazione contabile. Inoltre, i partecipanti potranno discutere casi internazionali, oltre che le tendenze in atto nella teoria e nella pratica dell'economia e del management delle istituzioni culturali
6	Economia e politica industriale e dello sviluppo	Ci si riferisce ai temi dell'Economia applicata facendo particolare riferimento all'analisi delle dinamiche industriali, dello sviluppo, del territorio, dei processi d'internazionalizzazione, dei comportamenti d'impresa. In questo quadro, approfondimenti particolari sono rivolti allo studio, in un'ottica comparata, delle strategie d'impresa e delle politiche pubbliche per l'industria e lo sviluppo. Particolare attenzione viene rivolta agli studi e alle analisi dedicate al caso Italiano, alle realtà europee, americane ed asiatiche.
7	Economia e Management Pubblico	Negli ultimi anni, a fronte della crisi economica, il debito pubblico è fortemente aumentato in tutti i paesi, allo stesso tempo è aumentata la disuguaglianza di reddito e del possesso di ricchezza nei paesi sviluppati. Che gettito e che distorsioni causerebbe una ragionevole imposta progressiva sul patrimonio per finanziare il rientro dal debito? L'Europa negli ultimi anni è stata oggetto di rilevanti flussi migratori. Come dovrà essere ridisegnato un nuovo welfare state europeo? In tale ambito verranno anche affrontati i temi del management pubblico, indagando quali siano a livello nazionale ed internazionale gli approcci più interessanti ed innovativi alla gestione delle aziende ed amministrazioni pubbliche. In tal senso, saranno analizzati sia i profili organizzativi sia i principi, metodi e strumenti della programmazione e controllo.
8	Finanza e risk management	L'area di ricerca in Finanza e Risk Management si concentra sullo studio degli intermediari finanziari ed assicurativi in un'ottica di analisi, valutazione e gestione dei rischi ai quali essi sono esposti. I temi di ricerca includono, ma non sono limitati a: - il ruolo degli indici di sostenibilità nella valutazione del rischio di credito; - la relazione tra orientamento alla sostenibilità e risk-taking di banche e assicurazioni; - la relazione tra corporate governance e risk-taking di banche e assicurazioni; - gli impatti reputazionali dei principali rischi bancari ed assicurativi.
9	Health Care e Management della Salute	L'area tematica intende principalmente sviluppare abilità di ricerca nei seguenti ambiti: Valutazione economica in sanità, con particolare riferimento ai percorsi clinici e assistenziali; Sistemi di misurazione della qualità e di misurazione della performance

		<p>clinica;</p> <p>Sistemi di programmazione e controllo, valutazione dei costi e loro impatto sui processi decisionali;</p> <p>il management nelle organizzazioni sanitarie e i processi di innovazione e sostenibilità.</p>
10	Marca e creazione di valore	<p>Nel corso del tempo il ruolo e le funzioni assunte dalla marca hanno subito importanti cambiamenti a fronte delle evoluzioni sociali ed economiche dei mercati che hanno aumentato la complessità dello scenario.</p> <p>Il presente progetto intende indagare i fattori che qualificano il ruolo della marca nei sistemi economici e sociali più avanzati. In particolare, l'attenzione sarà rivolta a quei fattori che negli ultimi anni sono divenuti sempre più rilevanti sia per il consumatore finale sia per le aziende produttive e distributive, quali la sostenibilità, l'etica e la certificazione. L'analisi sarà prevalentemente concentrata sul lato dell'offerta.</p>
11	Misurazione della Performance, Analisi di Bilancio, Controllo di Gestione	<p>L'obiettivo consiste nel condurre gli Studenti di dottorato ad acquisire una conoscenza critica e compiuta padronanza delle logiche e degli strumenti più evoluti utilizzati a supporto dei processi manageriali aziendali, e le loro implicazioni organizzative. L'analisi non si limiterà alla sola dimensione economico-finanziaria della gestione, ma porterà a valorizzare anche dimensioni di natura più qualitativa, per meglio orientare e supportare la progettazione, realizzazione e revisione delle strategie aziendali.</p>
12	Nuove imprenditorialità, Strategie d'impresa e sviluppo manageriale	<p>L'area tematica pone la centralità dell'oggetto di indagine nella formula imprenditoriale, nella relazione tra caratteristiche imprenditoriali e successo d'impresa, con riferimento sia alle companies che alle PMI. In tal senso i temi connessi alla costruzione dell'orientamento strategico e allo sviluppo del management vengono altresì affrontati.</p>
13	Risorse intangibili, sistemi di management e valutazione e reporting in chiave finanziaria e non-finanziaria	<p>L'obiettivo consiste nel centrare l'attività di ricerca sugli aspetti maggiormente originali connessi all'analisi e alle per i sistemi di management derivanti dalle risorse intangibili e dal capitale intellettuale. In tal senso, saranno esplorati gli aspetti connessi al reporting e alla sua funzionalità per i sistemi decisionali con riferimento ad imprese e altre organizzazioni, sia nel contesto nazionale, sia in quello internazionale.</p>
14	Scelte economiche in presenza di rischi	<p>Le decisioni economiche sono normalmente prese in un contesto in cui i decisori si confrontano con la presenza di rischio. Ciò ha molte importanti implicazioni per il comportamento dei decisori che è diverso quando si tiene conto del rischio o quando non se ne tiene conto. Alla luce di questo, lo scopo di questo progetto di ricerca è duplice. Da un lato, si vuole studiare come alcune scelte di un decisore siano influenzate dalla presenza di uno o più rischi, con particolare riferimento alle scelte di consumo e risparmio/investimento. Dall'altro lato, si analizza come l'uso di alcuni strumenti utilizzati per fronteggiare il rischio (ad esempio la prevenzione o l'assicurazione) cambi al variare delle preferenze del decisore e, in particolare, al variare della sua funzione di utilità.</p>
15	Comportamento del consumatore e	<p>Il tema del branding ha ricevuto rilevante attenzione nella letteratura di marketing management. Recentemente, si è assistito al tentativo di</p>

	marketing management	applicare i costrutti del brand a prodotti non tradizionali quali i territori (città, destinazioni turistiche, nazioni, ...). L'obiettivo del progetto è investigare come le teorie del branding possano essere applicate ai luoghi. Nello specifico esso mira a una adeguata concettualizzazione del brand dei luoghi impiegando diversi approcci di misurazione per i suoi diversi elementi costitutivi. In tale contesto, si terrà conto che le identità dei diversi luoghi spesso si sovrappongono, si contraddicono o si complementano tra loro, prescindendo dai confini amministrativi.
16	Sistemi regionali e territoriali	Ricerche e studi relativi 1) alla competitività di città, territori e sistemi regionali, 2) alla loro capacità di attrazione di imprese e talenti creativi, al livello e qualità delle dotazioni territoriali, in termini di attrezzature, servizi e centri di ricerca e sviluppo, 3) alla capacità di promuovere comunità resilienti e politiche per l'adattamento degli eco-sistemi umani al cambiamento climatico.
17	Sviluppo di un New Business Model sostenibile nelle società di brokeraggio assicurativo attraverso l'analisi dell'Intellectual Capital	In considerazione del ruolo crescente che le imprese operanti nel settore brokeraggio assicurativo hanno assunto nel contest economico, il tema di ricerca intende promuovere un'analisi del modello di business di queste, nonché l'individuazione dei driver di innovazione del modello di business, esplorando la misura in cui il capitale intellettuale e lo sviluppo sostenibile possano svolgere un'azione innovatrice

Allegato 2 – Azioni programmate per la ricerca

Allegato n. 2.1

Documento sui requisiti minimi per i bandi e sugli obiettivi di produttività scientifica per ricercatori a tempo determinato (di tipo A e di tipo B) istituiti dalla Legge 240/2010

1. Premessa

Coerentemente con quanto richiesto dalla Legge 240/2010 e dall'articolo 6 comma 2 lettera c) del Regolamento di Ateneo emanato con D.R. 849/2012, il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali definisce con il presente documento alcuni requisiti minimi sulla produzione scientifica pregressa da inserire nei bandi da ricercatore a tempo determinato e gli obiettivi di produttività scientifica per vincitori dei contratti derivanti dai bandi medesimi.

Con riferimento ai requisiti minimi sulla produzione scientifica da inserire nei bandi, si segnala che nella definizione dei singoli bandi essi possono essere rafforzati, anche tenendo conto del settore scientifico-disciplinare in cui il contratto viene bandito. Si sottolinea altresì che i requisiti definiti di seguito devono essere integrati con le indicazioni previste dalla normativa vigente in merito alle pubblicazioni da presentare per i posti da ricercatore a tempo determinato e, ovviamente, non si sostituiscono alle stesse.

Con riferimento agli obiettivi di produttività, si sottolinea che il raggiungimento degli stessi è condizione necessaria ma non sufficiente per la proposta di rinnovo (biennale) del contratto di ricerca di tipo A e per la valutazione positiva dell'attività svolta nel contratto di tipo B. La proposta di rinnovo e la valutazione positiva sono, infatti, determinati dalla valutazione complessiva del Dipartimento, che riguarda anche l'attività didattica e istituzionale svolta dal ricercatore. Il rinnovo del contratto di tipo A dipende, infine, anche dalla disponibilità di fondi.

I presenti criteri sono oggetto di revisione periodica da parte del Dipartimento, fatta salva la validità di

quelli in vigore al momento della stipula del contratto per i contratti in essere.

2. Requisiti minimi di accesso da inserire nel bando

Fatti salvi i vincoli di legge e la possibilità di inserire requisiti più stringenti, nei bandi per nuovi contratti RTD sia di tipo A sia di tipo B si richiede un requisito minimo con riferimento alle pubblicazioni pregresse per cui nel triennio precedente alla data di pubblicazione del bando devono essere presenti almeno 2 articoli su rivista di fascia non inferiore a C (fascia A, B o C) per gli RTD di tipo A e almeno 2 articoli su rivista di fascia non inferiore a B (fascia A o B) per gli RTD di tipo B. Per la classificazione delle riviste, si fa riferimento alla versione più recente disponibile del ranking delle riviste dell'ANVUR-GEV 13 per VQR.

Si precisa che:

1) Gli articoli possono essere a più autori.

2) L'ultima versione disponibile del ranking delle riviste dell'ANVUR-GEV 13 è quello predisposto per la VQR 2011-2014, disponibile alla pagina web:

[http://www.anvur.it/index.php?option=com_content&view=article&id=856:area-13-scienze-economiche-e-statistiche-2011-2014&catid=2:non-categorizzato&Itemid=616&lang=it.](http://www.anvur.it/index.php?option=com_content&view=article&id=856:area-13-scienze-economiche-e-statistiche-2011-2014&catid=2:non-categorizzato&Itemid=616&lang=it)

Il riferimento utilizzato è soggetto ad aggiornamento in ogni occasione in cui il ranking venga modificato.

3) Per i ricercatori che afferiscono ad aree diverse dall'Area 13, si richiede il medesimo requisito (2 articoli almeno in fascia C per gli RTD di tipo A e 2 articoli almeno in fascia B per gli RTD di tipo B), definendo caso per caso il riferimento per determinare la classificazione delle riviste, sulla base dei criteri della VQR del GEV di riferimento.

3. Obiettivi di produttività scientifica

Si richiede di pubblicare nel corso del triennio di durata del contratto, almeno 1 articolo su rivista di fascia non inferiore a B (fascia A o B) e 1 articolo su rivista di fascia non inferiore a C (fascia A, B o C) della versione più recente disponibile del ranking delle riviste del ANVUR-GEV 13 per VQR.

Si precisa che:

1) Gli articoli possono essere a più autori.

2) L'ultima versione disponibile del ranking delle riviste del ANVUR-GEV 13 è quello predisposto VQR 2011-2014, disponibile alla pagina web:

[http://www.anvur.it/index.php?option=com_content&view=article&id=856:area-13-scienze-economiche-e-statistiche-2011-2014&catid=2:non-categorizzato&Itemid=616&lang=it.](http://www.anvur.it/index.php?option=com_content&view=article&id=856:area-13-scienze-economiche-e-statistiche-2011-2014&catid=2:non-categorizzato&Itemid=616&lang=it)

3) Per i ricercatori che afferiscono ad aree diverse dall'Area 13, si richiede il medesimo requisito (1 articolo almeno in fascia B e 1 articolo almeno in fascia C) definendo caso per caso il riferimento per determinare la classificazione delle riviste, sulla base dei criteri della VQR del GEV di riferimento.

4) Gli articoli per cui si è ricevuta una formale "lettera di accettazione" da parte della rivista sono da considerarsi pubblicati, anche se il lavoro non è ancora stato assegnato ad un numero della rivista o non è ancora stato pubblicato on line della medesima.

5) In caso di congedo per malattia superiore ai sei mesi e inferiore a 1 anno o di congedo per maternità, i criteri precedenti sono modificati nel modo seguente: almeno 1 articolo in fascia B o almeno 2 articoli di fascia C. In caso di congedo per malattia superiore all'anno si effettuerà una valutazione specifica della produttività del ricercatore.

Allegato n. 2.2

Requisiti minimi per i bandi “aperti” per professori associati e ordinari

Fatti salvi i vincoli di legge e la possibilità di inserire requisiti più stringenti, nei bandi aperti per professori associati e ordinari si richiede un requisito minimo con riferimento alle pubblicazioni pregresse per cui nel triennio precedente alla data di pubblicazione del bando devono essere presenti almeno 2 articoli su riviste che valutati con criteri VQR ottengano un punteggio complessivo pari almeno a 1.4. Per la classificazione delle riviste, si fa riferimento alla versione più recente disponibile del ranking delle riviste dell'ANVUR-GEV 13 per VQR, adeguatamente aggiornata.

Si precisa che:

- 1) Gli articoli possono essere a più autori.
- 2) L'ultima versione disponibile del ranking delle riviste del ANVUR-GEV 13 è quello predisposto VQR 2011-2014, disponibile alla pagina web:

http://www.anvur.it/index.php?option=com_content&view=article&id=856:area-13-scienze-economiche-e-statistiche-2011-2014&catid=2:non-categorizzato&Itemid=616&lang=it.

Il riferimento utilizzato è soggetto ad aggiornamento in ogni occasione in cui il ranking venga modificato.

- 3) Per i professori che afferiscono ad aree diverse dall'area 13, si richiede il medesimo requisito (2 articoli su riviste che valutati con criteri VQR ottengano un punteggio complessivo pari almeno a 1.4), definendo caso per caso il riferimento per determinare la classificazione delle riviste, sulla base dei criteri della VQR del GEV di riferimento.

Allegato n. 2.3

Fondi di ricerca di Dipartimento

Si propone di istituire le seguenti forme di finanziamento, elencate in ordine di priorità:

- A) Fondi premiali individuali;
- B) Fondi per il sostegno di attività seminariale (relatori esterni) e percorsi di formazione e networking del personale docente;
- C) Fondi per progetti di ricerca di gruppo.

La finalità e i criteri di attribuzione dei tre fondi sono rispettivamente descritti negli allegati n. 2.3.1, 2.3.2, 2.3.3.

Si chiede al Dipartimento di assegnare (ove ci siano risorse disponibili):

- a) Fino a 10,000 euro all'anno al fondo A;
- b) Se nell'anno sono stati assegnati 10,000 euro al fondo A, fino a 5,000 euro all'anno al fondo B;
- c) Se nell'anno sono stati assegnati 15,000 euro ai fondi A e B, fino a 30,000 euro all'anno al fondo C.

Allegato n. 2.3.1 – Fondi premiali individuali

- a) Finalità: assegnare un supporto finanziario alla ricerca di eccellenza (secondo i parametri VQR) svolta nel Dipartimento.
- b) L'assegnazione è individuale e la partecipazione è a richiesta.
- c) Sono previste due categorie di assegnazioni:
 - Gruppo I: basata sulla valutazione di due prodotti di ricerca del triennio precedente; i due prodotti sono valutati con criteri VQR.

- Gruppo II: come I, ma corretto con un coefficiente che misura il miglioramento del giudizio ottenuto in occasione delle due ultime VQR. Il docente / ricercatore che intende avvalersi di tale fattore correttivo deve comunicare alla Commissione la valutazione ottenuta in occasione delle due ultime VQR.
- d) Al gruppo I è assegnato l'80% delle risorse disponibili, mentre al gruppo II il 20%. Il numero di assegnazioni viene stabilito una volta noto l'importo di risorse complessivamente disponibile. Nel caso in cui le richieste per uno dei due gruppi sia insufficiente rispetto alla disponibilità, le risorse residue sono assegnate all'altro gruppo. Se anche per l'altro gruppo il numero di richieste è inferiore alla disponibilità, le quote individuali vengono rideterminate in modo da esaurire le risorse disponibili. In ogni caso, la quota di assegnazione individuale non può essere superiore a 1,000 euro. Le eventuali risorse residue restano a disposizione del Dipartimento, per usi diversi.
- e) In caso di prodotti in collaborazione, se il prodotto è presentato da più autori, a ciascuno degli autori che lo presenta è accreditato il punteggio VQR del prodotto, diviso per il numero degli autori che lo presentano.
- f) Per entrambi i gruppi si considera il punteggio complessivo, ottenuto nel modo seguente.
- Gruppo I: somma dei punteggi dei due prodotti;
 - Gruppo II: somma dei punteggi dei due prodotti + fattore correttivo relativo al miglioramento VQR, così definito:
 - Voto normalizzato VQR 2006-2010: $I_1 = \frac{VQR\ 2006-2010}{3}$;
 - Voto normalizzato VQR 2011-2014: $I_2 = \frac{VQR\ 2011-2014}{2}$;
 - Fattore correttivo: $C = 0.50 \times \frac{I_2}{I_1}$.
 - Il punteggio massimo attribuibile a ciascun docente / ricercatore è ovviamente 2.
- g) In ciascun gruppo, a parità di punteggio, è data priorità a chi è più giovane d'età e, in subordine, a chi ha minore anzianità nei ruoli universitari.

Allegato n. 2.3.2 – Fondi per il sostegno di attività seminariale (relatori esteri) e percorsi di formazione e networking del personale docente

- a) Finalità:
- incentivare l'attività seminariale del Dipartimento, in particolare supportando la partecipazione di relatori esterni qualificati;
 - favorire la formazione specialistica, in particolare interdisciplinare, di docenti e ricercatori, nonché la partecipazione a incontri scientifici qualificati.
- b) Criteri di assegnazione: Stabiliti dalla Commissione di valutazione, che in particolare dovrà tenere conto
- Per i relatori esterni, del profilo scientifico del relatore;
 - Per gli altri progetti, del presumibile impatto sull'attività di ricerca dei richiedenti.
- c) Di norma, ad ogni richiesta non possono essere assegnati più di 1,000 euro.

Allegato n. 2.3.3 – Fondi per progetti di ricerca di gruppo

- a) Finalità: sostenere iniziative di ricerca che coinvolgano più docenti, possibilmente appartenenti ad ambiti disciplinari diversi.
- b) Deve essere presentato un progetto di ricerca, rispettando un template che sarà predisposto dalla Commissione di valutazione. In ogni caso, il progetto di ricerca deve prevedere la figura di un coordinatore.

- c) Criteri di assegnazione: stabiliti dalla Commissione di valutazione, che in particolare dovrà tenere conto:
- Dei risultati di ricerca già ottenuti dal Coordinatore del gruppo, misurati considerando il punteggio assegnato secondo criteri VQR a due suoi prodotti della ricerca (selezionati dal coordinatore stesso) dell'ultimo triennio;
 - Dei risultati di ricerca già ottenuti dai componenti del gruppo, misurati considerando il punteggio medio assegnato secondo criteri VQR ai prodotti di ricerca dei componenti del gruppo. A tale scopo, per ciascun componente sono considerati due prodotti (selezionati dallo stesso componente) dell'ultimo triennio. I lavori in collaborazione se presentati da più componenti saranno valutati (per ciascun componente) dividendo il punteggio VQR per il numero di autori che lo presentano e moltiplicandolo per 1.5;
 - La qualità del progetto di ricerca;
 - Il carattere di interdisciplinarietà del progetto.
- d) Di norma, a ciascun progetto sono assegnati fino a 1,000 euro per componente, con un massimo di 5,000 euro per l'intero progetto.

Allegato 3 – Procedure di certificazione

Il sistema di valutazione della qualità dell'offerta formativa pone particolare attenzione alla presenza, nei Corsi di Studio, di attività curriculari e di supporto che utilizzano metodi innovativi come percorsi di approfondimento, corsi "honors", realizzazione di percorsi dedicati a studenti particolarmente dediti e motivati e, più in generale, all'introduzione da parte dei CdS di iniziative di accompagnamento al mondo del lavoro, oltre che alla rispondenza più in generale degli obiettivi del CdS alle esigenze del mondo del lavoro stesso.

In quest'ottica, risulta importante riflettere sull'introduzione della possibilità per gli studenti di conseguire, oltre al titolo di studio proprio del Corso di Studio prescelto (triennale o magistrale) certificazioni riconosciute a livello nazionale o internazionale che attestino il possesso di conoscenze e competenze utili in particolari ambiti di applicazione.

Si tratterebbe di una ulteriore qualificazione del nostro laureato nel mercato del lavoro e di un motivo di attrazione di potenziali studenti verso i nostri corsi di studio.

A tal proposito, è emersa l'opportunità di conseguire per il Corso magistrale TRADE e il Curriculum Digitale della Triennale (CLED) la certificazione FEDMA.

FEDMA è la federazione europea delle Associazioni nazionali dedicate al Direct Marketing (DMA), le quali raggruppano, in ciascun paese europeo, le aziende che, a vario titolo, svolgono attività di "data driven marketing", ecommerce, CRM, servizi di marketing diretto e interattivo, vendita a distanza e altro. E' una delle più rispettate organizzazioni. Il Data-driven marketing è un'area vitale dell'economia europea che ammonta con un giro di affari di miliardi di euro all'anno tra i vari paesi europei. Le aziende tra diversi settori utilizzano il data-driven marketing per contattare direttamente a clienti attuali e potenziali per promuovere prodotti e servizi. Ciò consente loro di raggiungere i clienti con messaggi personalizzati ed è un modo cost-effective di generare fatturato, costruire relazioni di lungo periodo con i clienti e aumentare la conoscenza del brand.

FEDMA, per contribuire ad aiutare l'attività economica europea ad essere maggiormente competitiva in un ecosistema che è sempre in maggior misura interattivo, digitale e governato dai dati, ha costituito oltre 15 anni fa un comitato, in seno al progetto Leonardo dell'Unione Europea, denominato PEEAC (Pan-European Evaluation and Accreditation Committee), che aspira a conseguire la sua missione attraverso la ricerca, la selezione e la certificazione di programma di corsi di laurea che chiaramente contribuiscono allo sviluppo professionale di studenti, professionisti ed imprese e che danno loro gli strumenti utili per avere successo in questo nuovo scenario. Gli obiettivi della Certificazione PEEAC sono:

- Promuovere ed incoraggiare la creazione di corsi di studio nelle discipline del marketing diretto, digitale e data driven da parte di Università di consolidata reputazione, business school ed enti di formazione che si distinguono attraverso un alto livello di rilevanza manageriale e di applicabilità al business e che concepiscono la propria offerta formativa in costante dialogo con le imprese
- Aiutare gli studenti, i professionisti e le imprese Europee a trovare e selezionare questi corsi di studio
- Aiutare a dare visibilità alle Università, alle business school e agli enti di formazione che offrono questo tipo di corsi di studio.

La Prof.ssa Cristina Ziliani è stato membro del PEAAC dal 2001 al 2006. In quegli anni, il Dipartimento di Economia aveva conseguito la certificazione PEAAC per il Master in Marketing Analysis che si era svolto per due anni, per poi essere sostituito dalla nuova offerta formativa e da TRADE in particolare. E' oggi possibile riattivare tali contatti, poiché vi è stata l'introduzione nei suddetti corsi di studio dei contenuti specifici legati all'economia digitale. Dopo avere verificato che gli insegnamenti impartiti in ambito di e-commerce, e-business, web marketing, CRM and Customer analytics, Digital and Loyalty Marketing, Data Science for Marketing, Statistics for Management e altri, impartiti nel Corso di Laurea Triennale in Economia e Management, Curriculum Digitale (CLED) e nella Laurea Magistrale in Trade e Consumer Marketing (TRADE), coprono i requisiti di contenuto stabiliti da FEDMA per un Certificate (120 ore minimo) e un Diploma (360 ore minimo), si potrebbero candidare presso FEDMA i seguenti corsi di Laurea del per i rispettivi riconoscimenti europei:

- Corso di Laurea Triennale in Economia e Management, Curriculum Digitale (CLED): "European Certificate of Digital Business"
- Corso di Laurea Magistrale in Trade e Consumer Marketing (TRADE): "European Diploma in Customer Management".

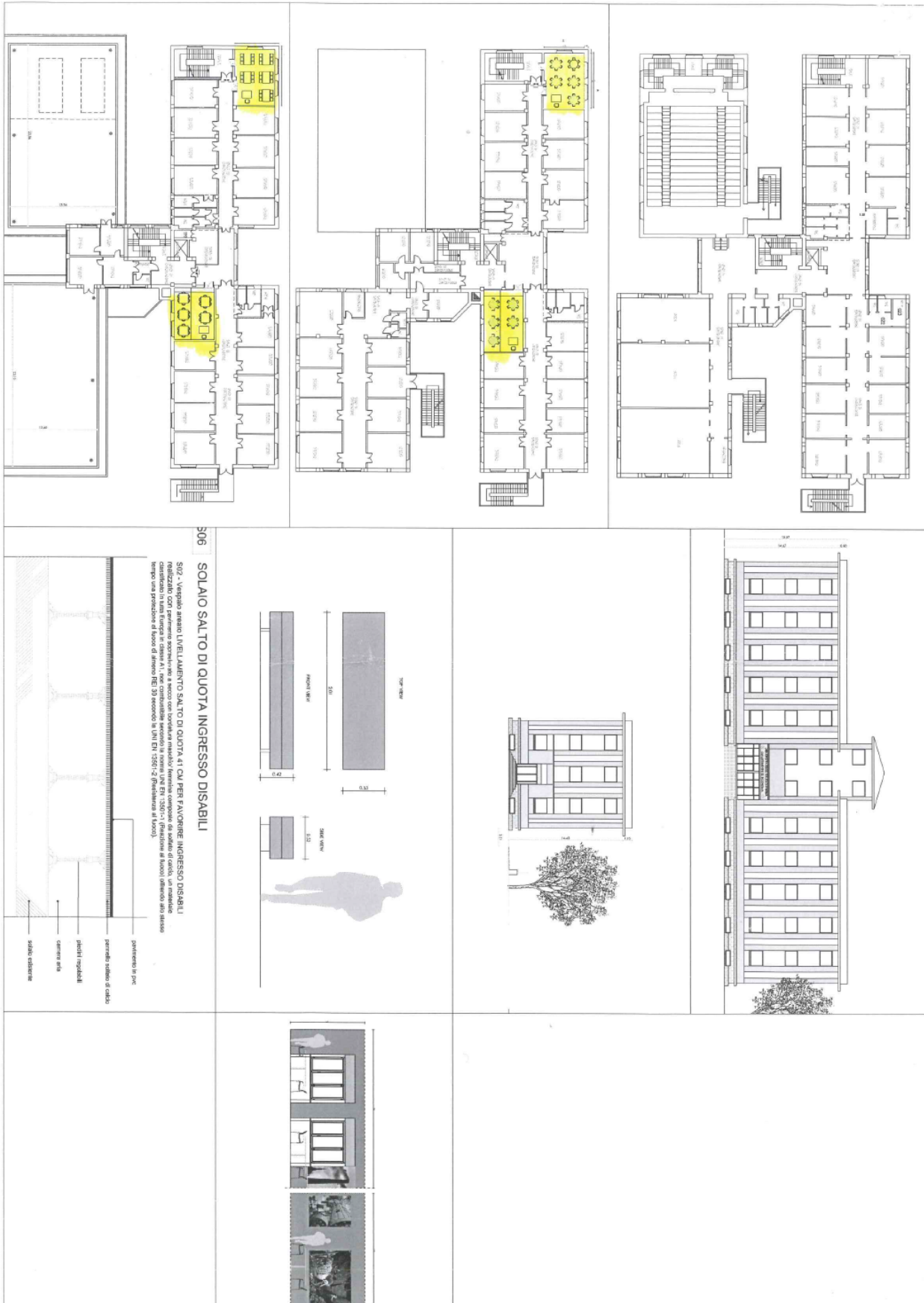
Al termine del percorso di studi (triennale o magistrale, rispettivamente), il laureato riceverà da FEDMA il relativo Certificato/Diploma. Sarà possibile organizzare una cerimonia di conferimento ad hoc, con la partecipazione di delegati FEDMA e/o DMA Italia.

Si riepilogano qui sotto i benefici:

- **Per le istituzioni che offrono questi corsi di studio:**
 - Un attrattivo elemento di differenziazione
 - Offerta formative adattata ai bisogni degli studenti interessati alle loro future opportunità di carriera
 - Accrescimento del livello di competitività
 - Espansione della propria audience di riferimento al di là dei confini nazionali
- **Benefici per gli studenti e per coloro che frequentano i corsi:**
 - Fiducia nella rilevanza e nella applicabilità al business di quanto appreso.
 - Conseguimento di un vantaggio competitivo per le opportunità di impiego
 - Certificazione riconosciuta a livello internazionale e maggiori possibilità di trovare impiego in altri paesi europei
 - Implicazione futura: gli alumni con certificazione FEDMA potranno beneficiare dei servizi di placement offerti da FEDMA stessa
- **Benefici per FEDMA e per l'Economia Europea:**
 - L'Istruzione dovrebbe essere la missione principale di qualsiasi associazione che aspiri a promuovere il successo e la crescita economica
 - Una ampia schiera di professionisti formati accuratamente nelle discipline del direct, digital e data-driven marketing è un pre-requisito per la crescita di qualsiasi attività economica
 - Una certificazione valida tra i diversi paesi Europei che possa aiutare le attività economiche europee ed espandersi e a facilitare la transizione verso la globalizzazione.

La procedura di certificazione, che comprende la produzione e l'invio dei diplomi da consegnare agli studenti al momento (o successivamente) alla laurea, ha un costo di 500 euro annui per ogni Corso di Studio (nel caso in esame, due corsi, uno triennale e uno magistrale).

Allegato 4 – Progetto ristrutturazione aule di sezione



Allegato 5 – Elenco accordi tra Dipartimento e Università EU ed Extra EU – Overworld

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI	
ELENCO ACCORDI CON UNIVERSITÀ EU	
ISTITUTO	PAESE
Katholieke Universiteit Leuven	BE
Panepistimio Kyprou	CY
Univerzita Pardubice	CZ
Fachhochschule Bielefeld	DE
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg	DE
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg	DE
Fachhochschule Köln	DE
Universität Passau	DE
Hochschule Trier	DE
Bayerische Julius-Maximilians-Universität Würzburg	DE
Universidad de Almería	ES
Universidad de Extremadura	ES
Universidad de Córdoba	ES
Universidad de Granada	ES
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	ES
Universidad de León	ES
Universitat de Lleida	ES
Universidad Pontificia de Salamanca	ES
Universitat Rovira i Virgili	ES
Universitat de València	ES
Universidad Politécnica de Valencia	ES
Universidad de Valladolid	ES
ESA - Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers	FR
Kedge Business School	FR
Université de Caen Basse-Normandie	FR
Grenoble Ecole de Management	FR
Université Grénoble Alpes	FR
Université Claude Bernard Lyon 1	FR
Université Jean Moulin (Lyon III)	FR
Institut de Recherche et d'Action Commerciale (IDRAC) de Lyon	FR
Université de Lorraine	FR
Novancia Business School Paris	FR
Université François Rabelais (Tours)	FR
University of West Attica	GR
Panepistimio Piraeos	GR
Vilniaus Universitetas	LT
Goce Delcev University	MK
Universitetet i Tromsø	NO
Avans Hogeschool	NL

Universidade do Minho	PT
POLITECNICO DE COIMBRA ISAC: Coimbra Business School	PT
Instituto Superior de Gestão	PT
Universidade Portucalense Infante D. Henrique	PT
Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży	PL
Politechnika Radomska Im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu	PL
“VASILE ALECSANDRI” UNIVERSITY OF BACAU	RO
Universitatea 'Transilvania' din Brasov	RO
Universitatea 'Alexandru Ioan Cuza'	RO
Universitatea 'Stefan Cel Mare' din Suceava	RO
Universitatea Polithnica Timisoara	RO
Univerzitet u Beogradu	RS
Högskolan Dalarna	SE
Helsingin Yliopisto	SF
Satakunnan Ammattikorkeakoulu	SF
Catholic Institute, Faculty of Business Studies	SI
Ekonomická Univerzita v Bratislave	SK
Ankara Üniversitesi	TR
Pamukkale Üniversitesi	TR
Istanbul Üniversitesi	TR
Marmara Üniversitesi	TR
Yıldız Teknik Üniversitesi	TR
Istanbul Ticaret Üniversitesi	TR
T.C. Dogus Üniversitesi Istanbul	TR

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI ELENCO ACCORDI EXTRA EU - OVERWORLD	
ISTITUTO	PAESE
Universidad Argentina de la Empresa (UADE)	ARGENTINA
Universidad de Buenos Aires	ARGENTINA
Universidad Nacional del Litoral	ARGENTINA
Universidad Nacional de Rosario	ARGENTINA
Universidad Argentina “John Fitzgerald Kennedy”	ARGENTINA
Universidade de Ribeirão Preto	BRASILE
Universidade de São Paulo	BRASILE
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP)	BRASILE
Grupo COIMBRA	BRASILE
Universidade de Brasilia	BRASILE
Beijing Institute of Technology	CINA
University of Nottingham Ningbo	CINA
Yunnan University	CINA

Universidad Tecnica de Ambato	EQUADOR
Iliia State University	GEORGIA
Kobe University	GIAPPONE
Kwansei Gakuin University	GIAPPONE
Rajagiri College of Social Sciences	INDIA
Universitè Mohammed V	MAROCCO
INES-Ruhengeri Institute of Applied Sciences	RUANDA
Higher School Of Economics	RUSSIA
Russian Presidential Academy Of National Economic And Public Administration (Ranepa)	RUSSIA
Webster University	TAILANDIA
Rangsit University Pathum Thani	TAILANDIA
Saint Francis University	USA
Saint Joseph University	USA
Boston College	USA
Pitzer College	USA
University of Florida	USA
Hanoi Foreign Trade University	VIETNAM
University of Da Nang	VIETNAM
University of Hanoi	VIETNAM
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: Cochin - Kelara</i>	<i>INDIA</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: Dakar e St. Louis</i>	<i>SENEGAL</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: Financial Univerisity</i>	<i>RUSSIA</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: San Pietroburgo e Samara</i>	<i>RUSSIA</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: Yokohama University</i>	<i>GIAPPONE</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: SHIZUOKA UNIVERSITY</i>	<i>GIAPPONE</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO: University of Camberra</i>	<i>AUSTRALIA</i>
<i>PERFEZIONAMENTO IN CORSO</i>	<i>MOLDAVIA</i>