

Verbale di sintesi delle consultazioni con alcuni membri del Comitato di programmazione e indirizzo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale per la LM59 – Organizzazione e Marketing per la comunicazione d'impresa.

In data 19 luglio 2021 è stata effettuata la consultazione finalizzata a ragionare sulla revisione dell'ordinamento del Cds in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa.

Hanno partecipato:

- Giuseppe Maria Ardizzone - Direttore e Strategic Planner Gruppo Roncaglia
- Marilea Biancorosso - Digital Strategist e Communication Manager dell'agenzia Wengage
- Francesco Catarinozzi - Multichannel specialist e digital project manager per Merck Serono
- Alberto Contri - past president di Pubblicità Progresso.
- Francesco Mancuso – Direttore marketing McarthurGlen
- Giada Susca - ELIS - Senior HR & Communication Specialist - #GalateoLinkedIn founder
- Daniele Tantari – Connexion Partner per Havas Media
- Paolo Zocconali - Area Marketing Manager TAP Air Portugal

Il presidente, il team qualità e l'osservatorio della didattica del Cds – rappresentati dalle prof.sse Paola Panarese, Francesca Comunello e Fabiola Sfodera e dagli studenti del cds, Tina Capobianco e Giulia Grilli - hanno presentato gli interventi realizzati in merito ai contenuti dell'offerta formativa, mentre è stato ritenuto prematuro, valutare l'introduzione dell'accesso programmato e della modalità blended, in quanto, specie quest'ultima, è ancora in una fase di sperimentazione.

In merito ai contenuti dell'offerta formativa, i membri del Comitato di programmazione e di indirizzo hanno convenuto sul valore della formazione erogata nell'ambito della comunicazione e del marketing, hanno apprezzato il potenziamento dell'erogazione di conoscenze relative ai metodi di raccolta e analisi dei dati, di aver introdotto un insegnamento di Business English e di curare l'erogazione di competenze nell'ambito del digitale e dei social media. Hanno ritenuto, inoltre, che uno dei punti di forza del Cds è dato dalla capacità di fornire abilità trasversali e di creare un buon collegamento con il mondo del lavoro. Al contrario, hanno evidenziato la necessità di potenziare maggiormente alcune abilità come il public speaking. Un suggerimento importante è stato quello di puntare sull'aggiornamento costante dei contenuti degli insegnamenti, specie nel marketing, dove l'accelerazione tecnologica, da una parte, e, la riscoperta della dimensione umanistica del marketing stesso, dall'altra parte, stanno determinando cambiamenti profondi nelle attività di branding, posizionamento e sviluppo strategico di impresa.

Nel complesso, al netto di qualche preoccupazione su un biennio ritenuto molto ricco e completo in termini contenutistici - ma per questo anche un po' troppo eterogeneo rispetto alle esigenze di specializzazione richiesti dal mercato - il corso è ritenuto rispondente alle attese e professionalizzante e dunque capace di preparare nuove leve da immettere nel mercato del lavoro.

Roma 20 luglio 2021

Il presidente