



I RISULTATI DEL QUESTIONARIO STAGE – MAGGIO 2021

EM12- GLOBAL DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP AREA ECONOMICA

Ca' Foscari monitora l'andamento degli stage tramite la somministrazione di questionari on line da compilare alla fine dell'esperienza di stage. L'indagine, riprogettata dal 2018, rileva sia le opinioni dello stagista sia del tutor aziendale, focalizzando l'attenzione sull'analisi delle competenze in relazione alla figura professionale di riferimento.

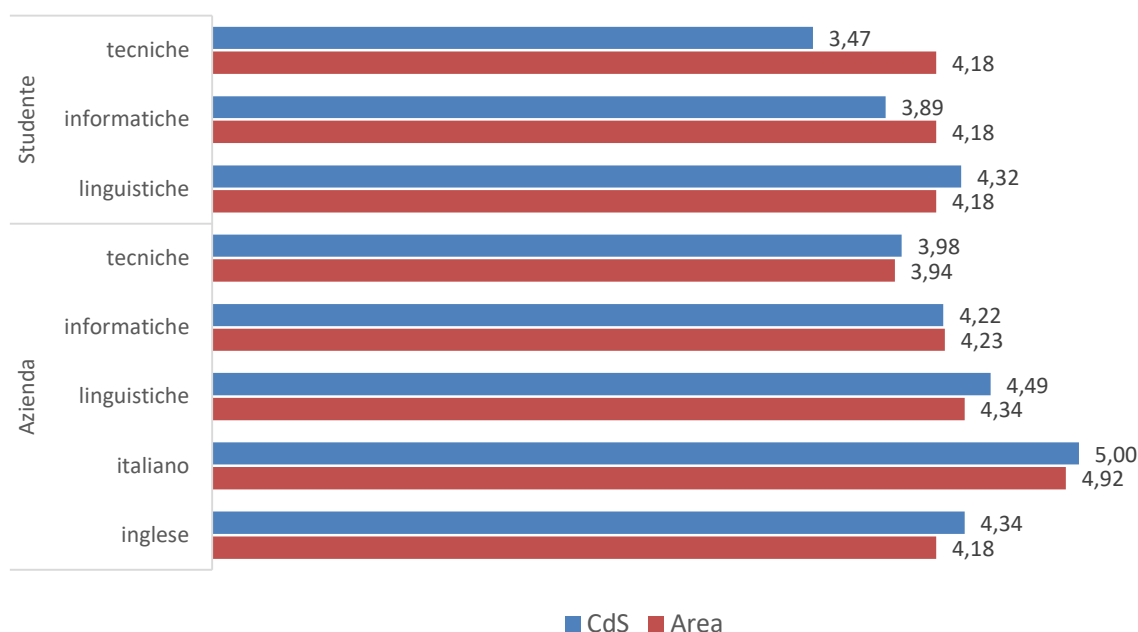
Le aree principali di indagine sono: conoscenze possedute all'avvio dello stage; competenze trasversali e specifiche della professione maturate durante lo stage; valutazione complessiva dell'esperienza. Al tutor aziendale è richiesta inoltre una valutazione delle competenze tecnico-professionali in uscita relative alla figura professionale di riferimento. Il giudizio espresso dagli studenti viene riportato a livello aggregato per Corso di Studio e in alcuni casi confrontato con il rispettivo dato a livello di area (economica, linguistica, scientifica e umanistica) calcolato rispetto alle risposte di tutti i CdS dell'Ateneo in tale area.

Questo report riporta in sintesi i risultati dei questionari compilati da gennaio 2020 a gennaio 2021 da parte degli studenti iscritti a questo Corso di Studio e dei relativi tutor aziendali. Viene inoltre riportata una lista delle principali aziende che hanno ospitato stage nel periodo considerato.

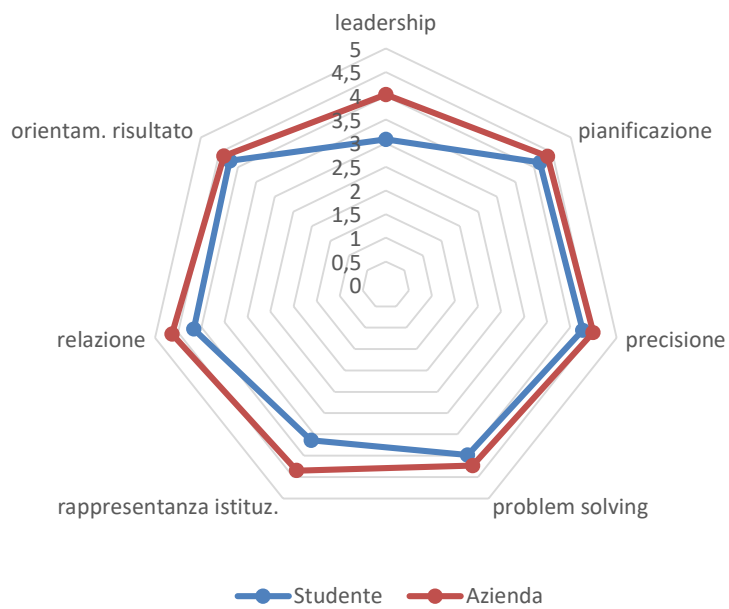
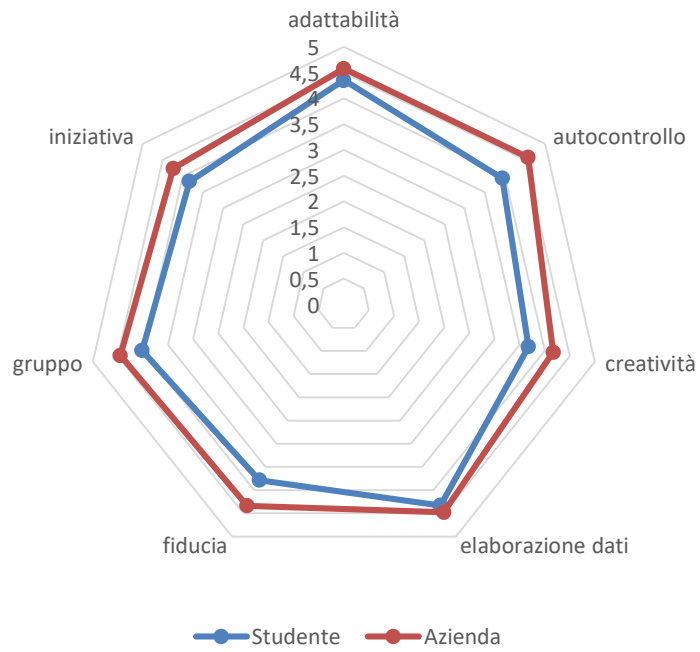
STAGE ATTIVATI

Numero stage valutati dagli studenti	Di cui valutati anche dalle aziende	Di cui curricolari	Di cui attivati all'estero
61	55	52	8

CONOSCENZE INIZIALI – Voti medi per CdS e Area (studente e azienda)



COMPETENZE TRASVERSALI - Voti medi per CdS (studente e azienda)



VALUTAZIONE COMPLESSIVA dell'esperienza di stage

valutazione Studente media CdS	valutazione Studente media Area	valutazione Azienda media CdS	valutazione Azienda media Area
4,43	4,18	4,51	4,60

UTILITA' DELLO STAGE

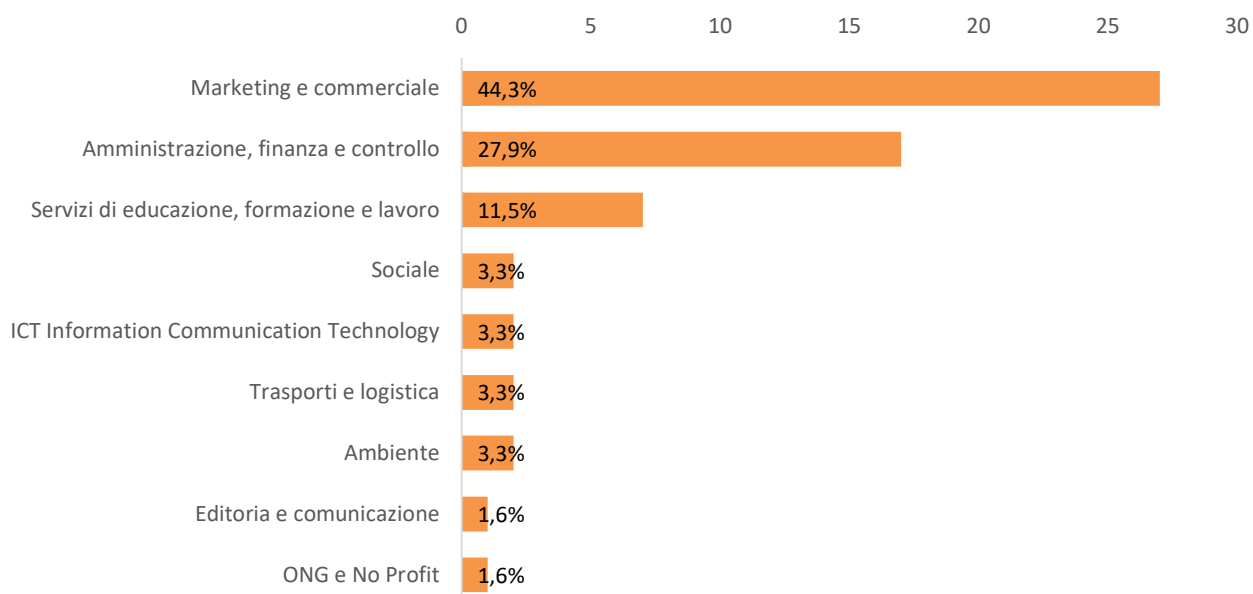
Valutazione dello studente

	N assoluto	%
TOTALE GIUDIZI POSITIVI	59	96,7%
- Di cui: Favorisce lo sviluppo di competenze trasversali	13	21,3%
- Di cui: Permette di costruire una rete di relazioni professionali	7	11,5%
- Di cui: Permette la conoscenza delle dinamiche proprie del mondo del lavoro	28	45,9%
- Di cui: Rende più efficace e completa la preparazione universitaria	11	18,0%
- Di cui: Altro	0	0,0%
TOTALE GIUDIZI NEGATIVI	2	3,3%
- Di cui: La durata dello stage è troppo breve	1	1,6%
- Di cui: Non permette la reale acquisizione di competenze spendibili nel mondo del lavoro	1	1,6%
- Di cui: Ritarda il termine degli studi/l'inserimento nel mondo del lavoro	0	0,0%
- Di cui: Altro	0	0,0%

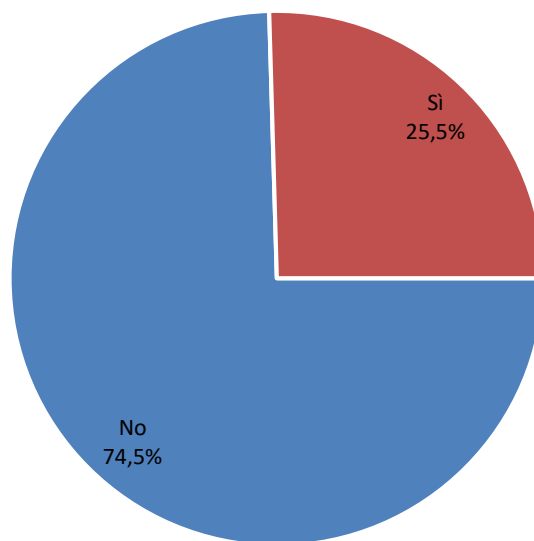
Valutazione dell'azienda

	N assoluto	%
TOTALE GIUDIZI POSITIVI	55	100,0%
- Di cui: Favorisce lo sviluppo di progetti specifici	17	30,9%
- Di cui: Migliora l'attività organizzativa nelle aree di attività di inserimento dello stagista	13	23,6%
- Di cui: Permette la valutazione della persona ai fini di un eventuale inserimento lavorativo	23	41,8%
- Di cui: Altro	2	3,6%
TOTALE GIUDIZI NEGATIVI	0	0,0%
- Di cui: La durata dello stage è troppo breve	0	0,0%
- Di cui: Richiede l'impiego di troppo tempo e risorse per l'affiancamento e la formazione dello stagista	0	0,0%
- Di cui: Altro	0	0,0%

AREA LAVORATIVA



INSERIMENTO LAVORO



VALUTAZIONE COMPETENZE PROFESSIONALI e figure prevalenti

Gruppo professionale prevalente 1

Raggruppamento/professione	N Stage
2.5.1.5- Specialisti nei rapporti con il mercato	6
Marketing e Commerciale - Ricercatore di mercato	6

Valutazione media competenze

2.5.1.5- Specialisti nei rapporti con il mercato

Capacità valutata	Voto medio
Effettuare la progettazione di una ricerca di mercato	4,00
Effettuare la restituzione al cliente (interno/esterno) dei risultati di una ricerca di mercato	4,17
Predisporre la documentazione per la partecipazione a gare d'appalto	5,00
Effettuare la messa a punto degli strumenti per la rilevazione/raccolta dei dati per indagini di mercato	4,00
Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix	4,00
Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing	4,00
Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi	3,67

Gruppo professionale prevalente 2

Raggruppamento/professione	N Stage
2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate	5
Marketing e Commerciale - Social Media Manager	4
Marketing e Commerciale - Responsabile della comunicazione	1

Valutazione media competenze

2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

Capacità valutata	Voto medio
Curare la realizzazione/gestione dei canali social aziendali per la promozione e comunicazione di attività aziendali	4,40
Curare l'immagine aziendale	4,80
Pianificare le fasi operative per la realizzazione e controllo del Piano di Comunicazione	4,75
Supportare le attività di un Ufficio stampa, nel rispetto delle linee strategiche definite nel piano di comunicazione aziendale	4,25
Realizzare il Piano di Comunicazione interno ed esterno nell'ambito della strategia di immagine aziendale	4,75
Predisporre il documento di rendicontazione dei risultati sociali dell'azienda	4,67

Gruppo professionale prevalente 3

Raggruppamento/professione	N Stage
2.5.1.2.0 - Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private	5
Amministrazione Finanza e Controllo - Project Manager	1
Ambiente - Project Manager	1
Information Communication Technology (ICT) - Project Manager	1
Marketing e Commerciale - Project Manager	1
Servizi di educazione, formazione e lavoro - Project Manager	1

Valutazione media competenze

2.5.1.2.0 - Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private

<i>Capacità valutata</i>	<i>Voto medio</i>
<i>Implementare soluzioni economicamente sostenibili per rendere le prestazioni aziendali maggiormente efficienti sotto i profili della produttività, della gestione e dei costi di produzione</i>	<i>4,50</i>
<i>Definire un piano di progetto</i>	<i>4,33</i>
<i>Pianificare e programmare le diverse fasi del ciclo di produzione, tenendo conto degli ordinativi e della capacità produttiva dell'azienda/reparto</i>	<i>5,00</i>
<i>Gestire il controllo sull'attuazione del progetto</i>	<i>4,00</i>

AZIENDE CHE HANNO OSPITATO PIÙ STAGE

<i>Nome Azienda</i>	<i>Numero di stage</i>
Università Ca' Foscari Venezia	7
ICHAM - Italian Chamber of Commerce in Vietnam	2

AZIENDE CHE HANNO ASSUNTO

<i>Nome Azienda</i>	<i>Numero di stage</i>
L-INVESTMENT	1
Unicapital LTD	1
Nuovo Pignone International Srl	1
Accenture Spa	1
Virevi Srl	1
Automobili Lamborghini Spa	1
Mars Wrigley Confectionary	1
Calzedonia Spa	1
Tiquadra SRL	1
Dallan SPA	1
Uniflair S.p.a (Gruppo Schneider Electric)	1
Diadora Sport Srl	1
"MQS" LTD	1
ICHAM - Italian Chamber of Commerce in Vietnam	1