



## I RISULTATI DEL QUESTIONARIO STAGE – MAGGIO 2021

### EM7- MARKETING E COMUNICAZIONE 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.

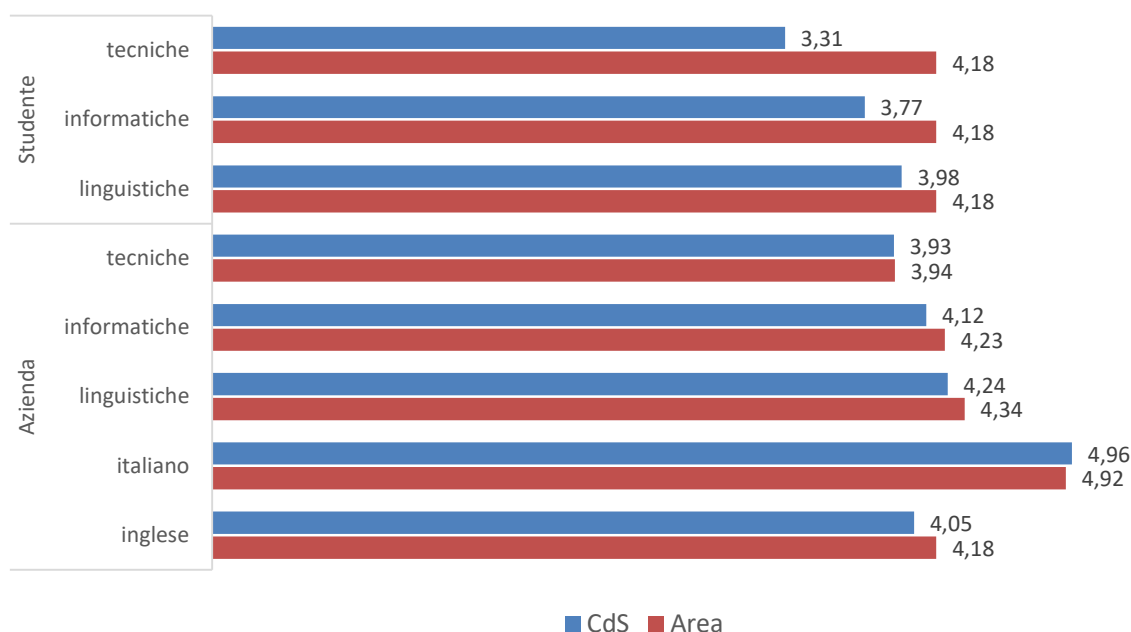
Le aree principali di indagine sono: conoscenze possedute all'avvio dello stage; competenze trasversali e specifiche della professione maturate durante lo stage; valutazione complessiva dell'esperienza. Al tutor aziendale è richiesta inoltre una valutazione delle competenze tecnico-professionali in uscita 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.

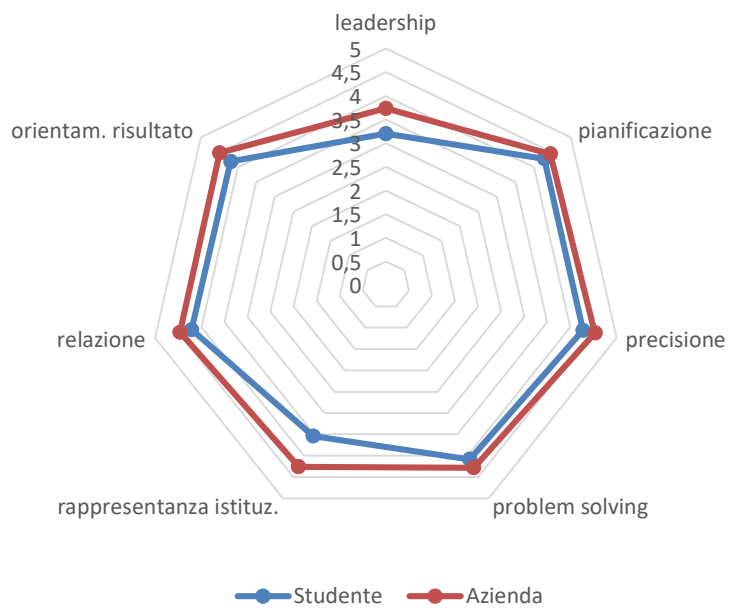
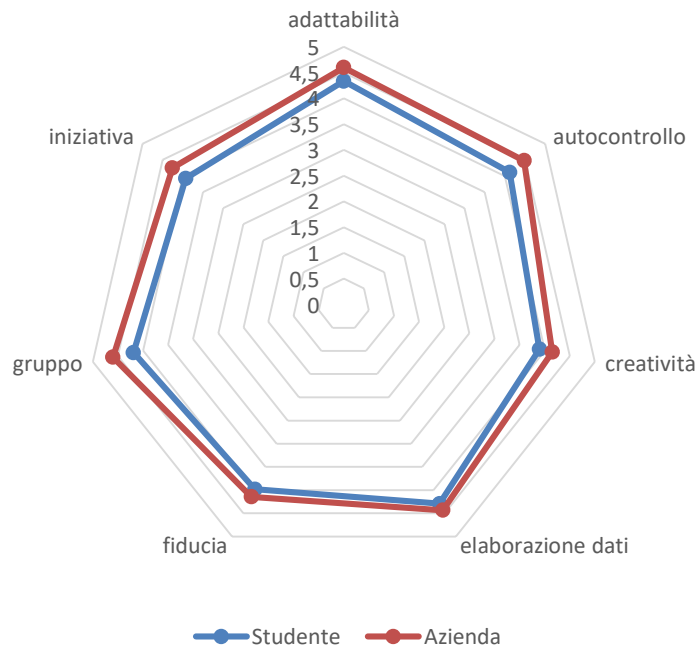
#### STAGE ATTIVATI

Numero stage valutati dagli studenti	Di cui valutati anche dalle aziende	Di cui curricolari	Di cui attivati all'estero
98	93	83	4

#### 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
4,47	4,18	4,61	4,60

## UTILITA' DELLO STAGE

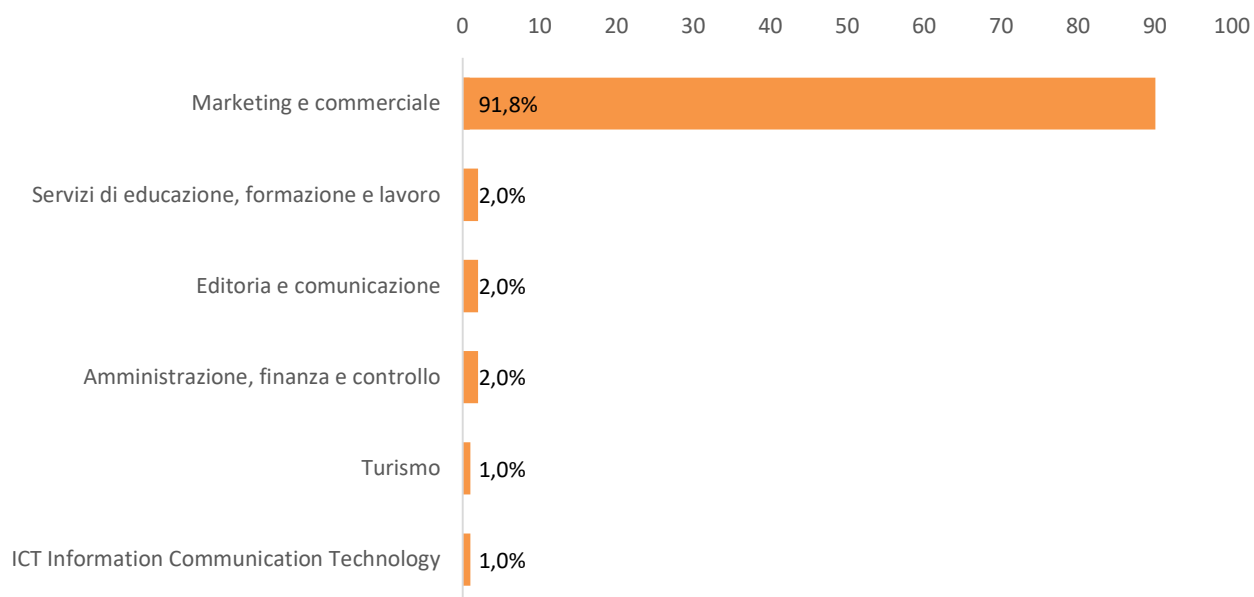
### Valutazione dello studente

	N assoluto	%
<b>TOTALE GIUDIZI POSITIVI</b>	<b>95</b>	<b>96,9%</b>
- Di cui: Favorisce lo sviluppo di competenze trasversali	20	20,4%
- Di cui: Permette di costruire una rete di relazioni professionali	8	8,2%
- Di cui: Permette la conoscenza delle dinamiche proprie del mondo del lavoro	47	48,0%
- Di cui: Rende più efficace e completa la preparazione universitaria	18	18,4%
- Di cui: Altro	2	2,0%
<b>TOTALE GIUDIZI NEGATIVI</b>	<b>3</b>	<b>3,1%</b>
- Di cui: La durata dello stage è troppo breve	0	0,0%
- Di cui: Non permette la reale acquisizione di competenze spendibili nel mondo del lavoro	2	2,0%
- Di cui: Ritarda il termine degli studi/l'inserimento nel mondo del lavoro	1	1,0%
- Di cui: Altro	0	0,0%

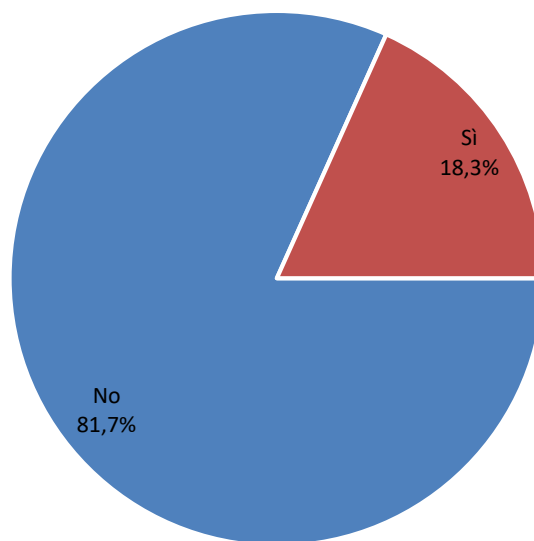
### Valutazione dell'azienda

	N assoluto	%
<b>TOTALE GIUDIZI POSITIVI</b>	<b>92</b>	<b>98,9%</b>
- Di cui: Favorisce lo sviluppo di progetti specifici	22	23,7%
- Di cui: Migliora l'attività organizzativa nelle aree di attività di inserimento dello stagista	21	22,6%
- Di cui: Permette la valutazione della persona ai fini di un eventuale inserimento lavorativo	36	38,7%
- Di cui: Altro	13	14,0%
<b>TOTALE GIUDIZI NEGATIVI</b>	<b>1</b>	<b>1,1%</b>
- Di cui: La durata dello stage è troppo breve	1	1,1%
- 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
<b>2.5.1.5 - Specialisti nei rapporti con il mercato</b>	<b>22</b>
Marketing e Commerciale - Ricercatore di mercato	3
Marketing e Commerciale - Responsabile marketing	19

#### 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	4,11
Effettuare la restituzione al cliente (interno/esterno) dei risultati di una ricerca di mercato	3,95
Predisporre la documentazione per la partecipazione a gare d'appalto	4,00
Effettuare la messa a punto degli strumenti per la rilevazione/raccolta dei dati per indagini di mercato	3,93
Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix	4,25
Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing	4,16
Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi	3,95

### Gruppo professionale prevalente 2

Raggruppamento/professione	N Stage
<b>2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate</b>	<b>19</b>
Marketing e Commerciale - Social Media Manager	11
Marketing e Commerciale - Responsabile della comunicazione	8

#### 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	4,26
Curare l'immagine aziendale	4,06
Pianificare le fasi operative per la realizzazione e controllo del Piano di Comunicazione	4,21
Supportare le attività di un Ufficio stampa, nel rispetto delle linee strategiche definite nel piano di comunicazione aziendale	3,94
Realizzare il Piano di Comunicazione interno ed esterno nell'ambito della strategia di immagine aziendale	4,05
Predisporre il documento di rendicontazione dei risultati sociali dell'azienda	3,45

### Gruppo professionale prevalente 3

Raggruppamento/professione	N Stage
<b>3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing</b>	<b>13</b>
Marketing e Commerciale - Esperto in web marketing	8
Marketing e Commerciale - Brand manager	5

## Valutazione media competenze

### 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

Capacità valutata	Voto medio
Monitorare la reputazione online di aziende e/o privati al fine di implementare la strategia aziendale legata alla promozione e diffusione del brand	4,36
Definire il piano di web marketing	4,36
Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata	4,30

### AZIENDE CHE HANNO OSPITATO PIÙ STAGE

Nome Azienda	Numero di stage
Pam Panorama Spa	2
Lagardere Food Services Srl	2
Italian-South African Chamber of Trade & Industries	2
Acqua Minerale San Benedetto Spa	2
Aspiag Service SRL	2
Ovation Srl	2

### AZIENDE CHE HANNO ASSUNTO

Nome Azienda	Numero di stage
Aspiag Service Srl	2
Almacube Srl	1
Salone d'Impresa Spa	1
OTB Spa	1
ALU Spa.	1
ToSlang Srl	1
KBLUE	1
Lago Spa	1
Mas-Tech Srl	1
Associazione Ca' Foscari Alumni	1
PriceWaterhouseCoopers Advisory Spa	1
BASF Construction Chemicals Italia Spa	1
Studio Caruzzo & associati	1
Compar Spa	1
Acqua Minerale San Benedetto Spa	1
F.A.I.V Federazione Artigiani Imprenditori Vicentini	1