



I RISULTATI DEL QUESTIONARIO STAGE – GIUGNO 2023

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 e modificata nel 2020, rileva sia le opinioni dello/della stagista sia del/della tutor aziendale, focalizzando l'attenzione sull'analisi delle competenze in relazione alla figura professionale di riferimento.

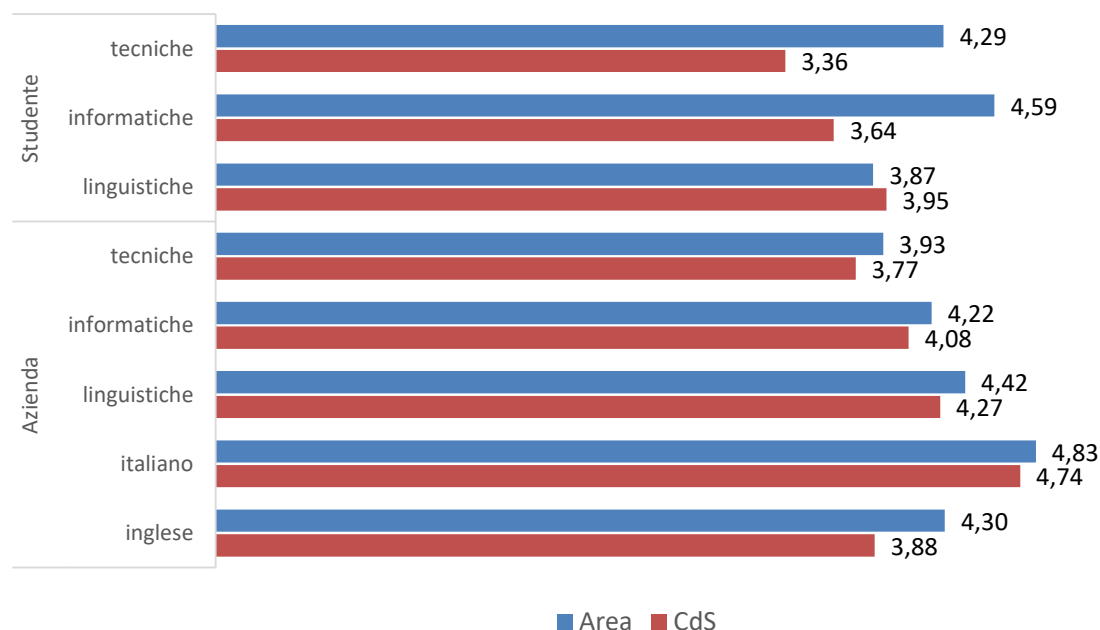
Le aree principali di indagine sono: conoscenze possedute all'avvio dello stage; competenze trasversali e specifiche della professione maturate durante lo stage; valutazione complessiva dell'esperienza. Al tutor aziendale è richiesta inoltre una valutazione delle competenze tecnico-professionali in uscita relative alla figura professionale di riferimento. Il giudizio espresso dagli studenti e dalle studentesse in una scala da 1 a 5 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 nell'anno solare 2022 dagli stagisti e dalle stagiste che appartengono a questo Corso di Studio e dei relativi/delle relative tutor aziendali. Viene inoltre riportata una lista delle principali aziende che hanno ospitato stage nel periodo considerato.

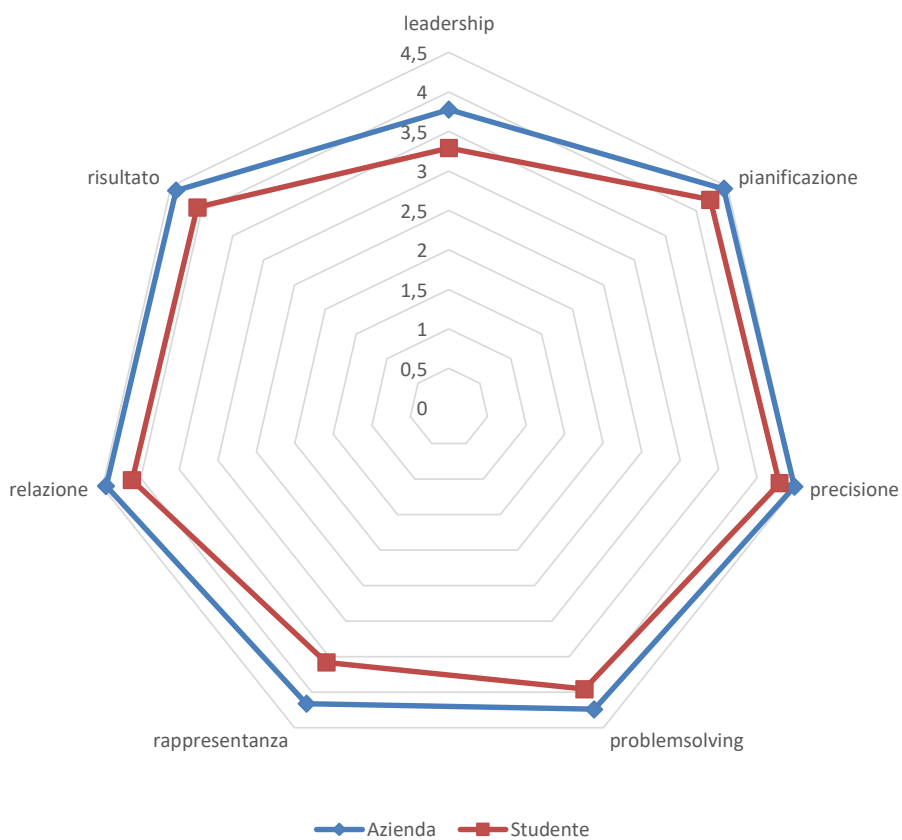
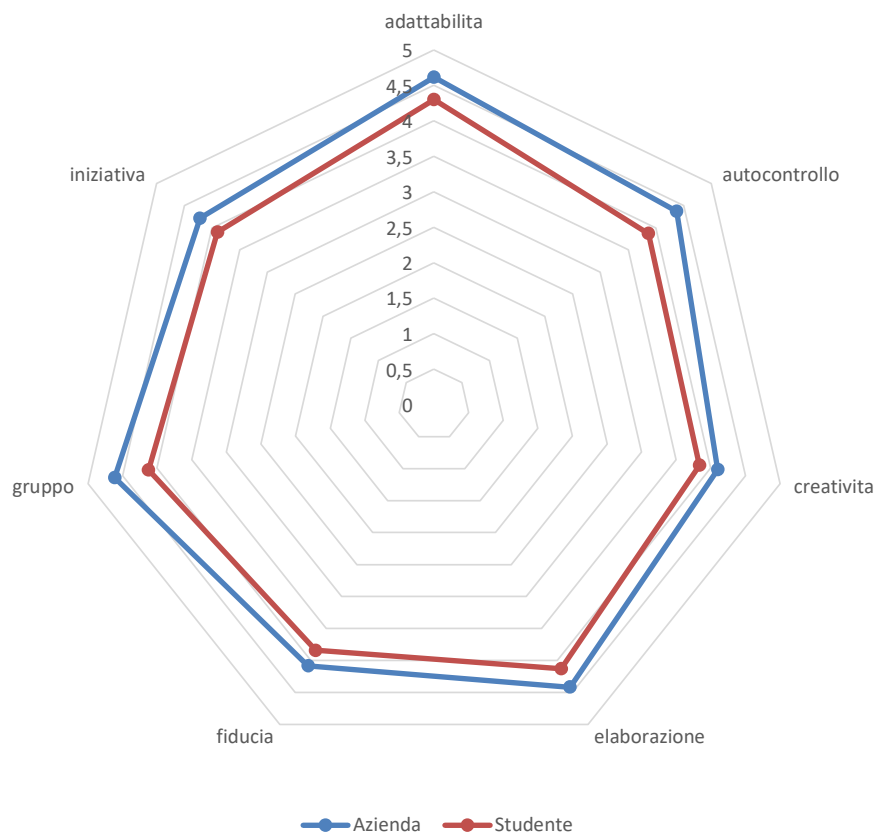
STAGE ATTIVATI

| Numero stage valutati | Di cui valutati anche dalle aziende | Di cui curricolari | Di cui attivati all'estero |
|-----------------------|-------------------------------------|--------------------|----------------------------|
| 70 | 60 | 67 | 7 |

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



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



VALUTAZIONE COMPLESSIVA dell'esperienza di stage

| valutazione stagista media CdS | valutazione stagista media Area | valutazione Azienda media CdS | valutazione Azienda media Area |
|-----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 4,33 | 4,47 | 4,58 | 4,59 |

UTILITA' DELLO STAGE

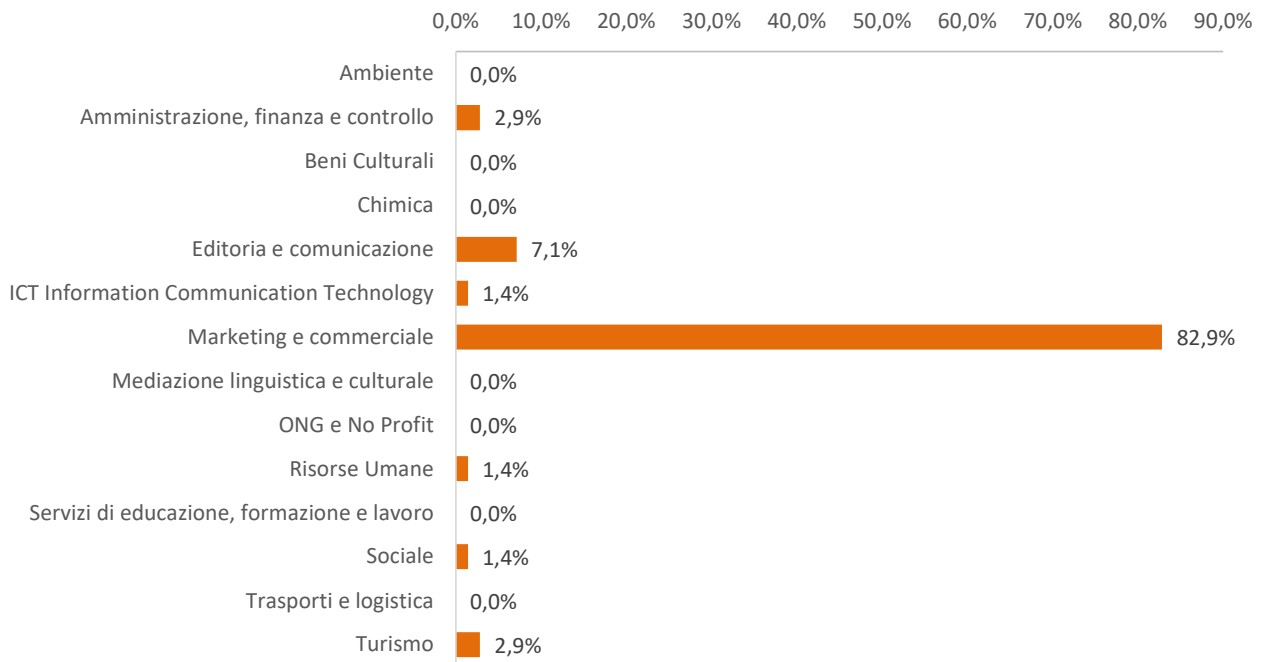
Valutazione dello studente/della studentessa

| | N assoluto | % |
|--|------------|--------------|
| TOTALE GIUDIZI POSITIVI | 66 | 94,3% |
| - Di cui: Favorisce lo sviluppo di competenze trasversali | 12 | 17,1% |
| - Di cui: Permette di costruire una rete di relazioni professionali | 6 | 8,6% |
| - Di cui: Permette la conoscenza delle dinamiche proprie del mondo del lavoro | 37 | 52,9% |
| - Di cui: Rende più efficace e completa la preparazione universitaria | 11 | 15,7% |
| - Di cui: Altro | 0 | 0,0% |
| TOTALE GIUDIZI NEGATIVI | 4 | 5,7% |
| - 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 | 1 | 1,4% |
| - Di cui: Ritarda il termine degli studi/l'inserimento nel mondo del lavoro | 2 | 2,9% |
| - Di cui: Altro | 1 | 1,4% |

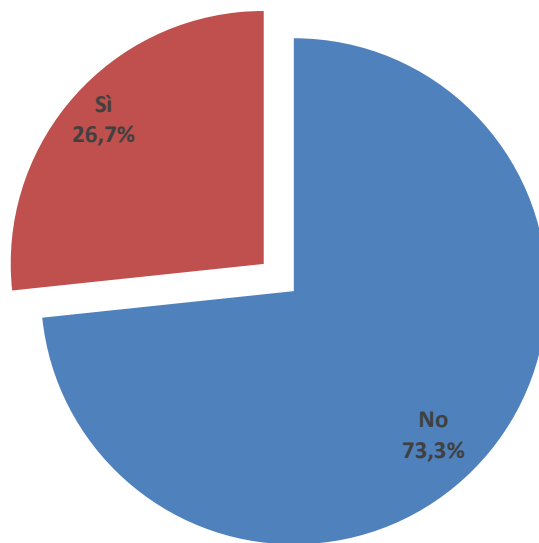
Valutazione dell'azienda

| | N assoluto | % |
|---|------------|---------------|
| TOTALE GIUDIZI POSITIVI | 60 | 100,0% |
| - Di cui: Favorisce lo sviluppo di progetti specifici | 22 | 36,7% |
| - Di cui: Migliora l'attività organizzativa nelle aree di attività di inserimento dello stagista | 12 | 20,0% |
| - Di cui: Permette la valutazione della persona ai fini di un eventuale inserimento lavorativo | 23 | 38,3% |
| - Di cui: Altro | 3 | 5,0% |
| 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/della stagista | 0 | 0,0% |
| - Di cui: Altro | 0 | 0,0% |

AREA LAVORATIVA



INSERIMENTO LAVORO



VALUTAZIONE COMPETENZE PROFESSIONALI

CdS EM7 - Gruppo professionale prevalente 1

| Codice e gruppo professionale | Numero stage |
|---|--------------|
| 2.5.1.6.0 - Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate | 18 |
| <i>Figure professionali: Responsabile della comunicazione, Digital Marketing Strategist, Social Media Manager, Esperto di pubbliche relazioni</i> | |

Valutazione media competenze

| Capacità valutata | Voto medio |
|---|------------|
| Curare la realizzazione/gestione dei canali social aziendali per la promozione e comunicazione di attività aziendali | 4,41 |
| Curare l'immagine aziendale | 4,28 |
| Pianificare le fasi operative per la realizzazione e controllo del Piano di Comunicazione | 4,50 |
| Supportare le attività di un Ufficio stampa, nel rispetto delle linee strategiche definite nel piano di comunicazione aziendale | 3,79 |
| Realizzare il Piano di Comunicazione interno ed esterno nell'ambito della strategia di immagine aziendale | 4,13 |
| Predisporre il documento di rendicontazione dei risultati sociali dell'azienda | 3,80 |

CdS EM7 - Gruppo professionale prevalente 2

| Codice e gruppo professionale | Numero stage |
|--|--------------|
| 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing | 15 |
| <i>Figure professionali: Esperto di marketing, Esperto in web marketing, Brand manager</i> | |

Valutazione media competenze

| 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 | 4,21 |
| Definire il piano di web marketing | 4,00 |
| Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata | 4,23 |

CdS EM7 - Gruppo professionale prevalente 3

| Codice e gruppo professionale | Numero stage |
|--|--------------|
| 2.5.1.5 - Specialisti nei rapporti con il mercato | 9 |
| <i>Figure professionali: Ricercatore di mercato, Responsabile marketing, Product manager</i> | |

Valutazione media competenze

| Capacità valutata | Voto medio |
|--|------------|
| Effettuare la progettazione di una ricerca di mercato | 3,33 |
| Effettuare la restituzione al cliente (interno/esterno) dei risultati di una ricerca di mercato | 3,56 |
| 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 | 3,67 |
| Predisporre il piano marketing e le leve del brand mix | 4,33 |
| Effettuare il controllo dell'implementazione del piano di marketing | 4,14 |
| Definire il posizionamento di mercato di prodotti/servizi | 4,14 |

CdS EM7 - Gruppo professionale prevalente 4

| Codice e gruppo professionale | Numero stage |
|--|---------------------|
| 2.5.1.2.0 - Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private | 6 |
| <i>Figure professionali: Project Manager</i> | |

Valutazione media competenze

| Capacità valutata | Voto medio |
|--|-------------------|
| <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> | 4,67 |
| <i>Definire un piano di progetto</i> | 4,50 |
| <i>Pianificare e programmare le diverse fasi del ciclo di produzione, tenendo conto degli ordinativi e della capacità produttiva dell'azienda/reparto</i> | 4,67 |
| <i>Gestire il controllo sull'attuazione del progetto</i> | 4,33 |

AZIENDE CHE HANNO OSPITATO PIÙ STAGE

| <i>Nome Azienda</i> | <i>Numero di stage</i> |
|--|------------------------|
| irsap spa - (sede legale a arqua' polesine) | 2 |
| università ca' foscari venezia - (sede legale a venezia) | 2 |

AZIENDE CHE HANNO ASSUNTO

| <i>Nome Azienda</i> | <i>Numero di stage</i> |
|---|------------------------|
| SAMA S.P.A. | 1 |
| OFF SRL | 1 |
| flat bag s.r.l - (sede legale a camposampiero) | 1 |
| Luxottica group spa | 1 |
| bat s.p.a. - (sede legale a noventa di piave) | 1 |
| STIGA Spa | 1 |
| manifattura valcison spa - (sede legale a fonzaso) | 1 |
| carel industries spa - (sede legale a brugine) | 1 |
| SUPERMERCATI VISOTTO S.R.L. | 1 |
| MAISONS DU MONDE FRANCE | 1 |
| venice mark srl - (sede legale a marcon) | 1 |
| Diesel SpA | 1 |
| dobla b.v. - (sede legale a heerhugowaard) | 1 |
| pricewaterhousecoopers business services srl - (sede legale a milano) | 1 |
| De' Longhi Appliances srl | 1 |
| marketing arena s.p.a. - (sede legale a rovigo) | 1 |