



Piano triennale

Anni accademici 2013/2015

IDEE PER L'ATENEO

Indice

- Premessa
- Parte I – I servizi agli studenti: l'orientamento in entrata
APPENDICE I: Schede progetto sui servizi in entrata
- Parte II – I servizi agli studenti: i servizi in itinere
APPENDICE II: Schede progetto sui servizi in itinere
- Parte III – I servizi agli studenti: il placement e l'accompagnamento al lavoro
APPENDICE III: Schede progetto sui servizi in uscita
- Parte IV – L'offerta formativa in lingue straniere e i servizi per la mobilità internazionale degli studenti – Lo stato dell'arte
- Parte V – Il potenziamento dell'offerta formativa internazionale – I progetti
APPENDICE IV: Schede progetto sul potenziamento dell'offerta formativa internazionale
- Parte VI – I servizi per la mobilità internazionale degli studenti – I progetti
APPENDICE V: Schede progetto sulla mobilità internazionale degli studenti
- Parte VII – La dimensione internazionale della ricerca
- Parte VIII – Altre idee:

Premessa

Il documento proposto di seguito accoglie la proposta di *costruzione dal basso* delle proposte per il piano Triennale 2013-15 avanzata dal Rettore in sede di Conferenza dei Direttori e di Senato Accademico.

In questo spirito, con particolare riferimento all'insieme delle azioni che riguardano il miglioramento del sistema universitario, ciascuna sezione del documento si articola in due parti distinte. Nella prima si passa in rassegna lo stato dell'arte del dipartimento sull'insieme delle procedure che riguardano i servizi agli studenti, evidenziando quelle che possono essere considerate buone pratiche. Nella seconda, privilegiando i progetti più recenti, articolati e che, a nostro avviso, sono suscettibili di implementazione per l'Ateneo, vengono proposte delle schede progetto che seguono, per quanto possibile, il *format* proposto dalla amministrazione.

Occorrono alcune precisazione.

In questo documento non si forniscono informazioni sullo stato della didattica, della ricerca e delle azioni di terza missione del DEMB. Queste informazioni sono disponibili e possono essere fornite molto rapidamente qualora lo si desidera, ma verranno proposte e discusse in modo articolato soltanto nel documento che riguarda la specifica programmazione triennale del dipartimento.

La seconda precisazione riguarda il fatto che il cronoprogramma e piano finanziario non sono stati forniti in modo sistematico: la ragione è che, lo schema "per progetti" è stato reso esplicito troppo di recente per consentire una articolazione della tempistica pienamente meditata e una credibile valutazione dei costi, non essendo neppure chiaro se essa dovesse includere i costi impliciti o anche i costi opportunità (cosa che, ovviamente, è di particolare rilievo per il personale – docente e non – coinvolto nella realizzazione dei progetti. Quasi sempre si è fornita almeno una indicazione laddove la scala del progetto (dipartimentale, interdipartimentale, ateneo) fosse chiara.

La terza è che non si sono indicati i responsabili dei progetti (e delle singole azioni ad essi associate): ciascuno progetto nasce da un gruppo di lavoro facilmente identificabile e coinvolto nella stesura del documento, ma tutti hanno origine o nel DEMB o in una collaborazione interdipartimentale. Qualora l'Ateneo scelga di fare propri alcuni dei progetti/iniziativae proposti, il contributo specifico, il personale assegnato e le responsabilità del DEMB saranno rese esplicite.

La quarta, infine, è che si sottolineano le azioni e i progetti condivisi e discussi, seppure in via preliminare, con altri dipartimenti.

Il documento non contiene progetti sull'asse B indicato dal decreto sulla programmazione (DM 15/010/2013 N. 827).

I progetti proposti sono, in totale dieci (di cui due condivisi con il DIFE e uno con DCE); segue una proposta sulla partecipazione di Unimore a Expo 2015.

- **Parte I – I servizi agli studenti: l'orientamento in entrata**

Il Dipartimento di Economia Marco Biagi pone particolare attenzione nella predisposizione, attuazione e sviluppo di progetti e attività di orientamento che siano in grado di supportare lo studente lungo l'intero percorso di studi per consentirgli di fare scelte consapevoli e portare a termine la carriera universitaria in modo efficace ed efficiente. In particolare, a questo riguardo, sono diversi i servizi e le attività del DEMB che contribuiscono al miglioramento della qualità dei servizi rivolti agli studenti e che possono essere considerati punti di forza del Dipartimento stesso.

Per quanto riguarda l'orientamento in entrata si vuole richiamare l'attenzione su un progetto sperimentale finalizzato all'analisi dei dati disponibili sugli studenti in ingresso avendo quali obiettivi la verifica della efficacia dei test di ingresso e le azioni di orientamento verso le scuole.

L'obiettivo del progetto è quello di impostare un'analisi approfondita sulle caratteristiche degli studenti che sostengono il test d'ingresso e quindi si immatricolano ai corsi di laurea triennali studiando il loro curriculum prima dell'ingresso, nel percorso universitario, nell'uscita dai percorsi di primo livello. I principali aspetti che vengono considerati ai fini della costruzione di servizi di orientamento sono: scuola superiore di provenienza, voto di diploma, risultato test ingresso nelle sue singole parti, scelta di percorso di laurea, andamento della carriera, tempo di laurea, voto di laurea, eventuale prosecuzione degli studi o inserimento lavorativo ecc.

Una prima analisi pilota che è stata avviata all'interno del Dipartimento ha consentito alcune prime valutazioni sulla correlazione tra punteggio del test d'ingresso e tempo di conclusione del percorso universitario.

In Italia una analisi analoga nell'area delle discipline economiche è stata attivata soltanto a Pisa. Questo progetto è estensibile a tutti i Dipartimenti che abbiano test di ingresso. Può essere, inoltre, pensato su una scala di rilevanza nazionale che coinvolga vari consorzi e istituzioni (es. Cisia, Alma Mater e Cineca). A nostra conoscenza una proposta simile è all'attenzione del Ministro. Ben si comprende che un progetto di questa natura, che ha effetti ovvii sull'orientamento in entrata, ha in realtà anche ricadute importanti su tutti i servizi di orientamento e di accompagnamento in uscita.

Allo stato attuale di prima formulazione da parte del DEMB il progetto è stato discusso e condiviso con il Dief (Dipartimento di ingegneria Enzo Ferrari), che come il DEMB utilizza i servizi del consorzio Cisia per i test di accesso, e con il Centro Interdipartimentale Softech. Questi tre soggetti sono, di fatto, co-proponenti. Infatti, la proposta – denominata UnimoreGate – può essere considerata parte integrante del "Progetto STUDIO ORA" – "Servizi, Tecnologie e Strumenti Documentali, Informativi ed Orientativi per l'Orientamento di Ateneo", presentato dal Dief. Si ricorda che STUDIO ORA (Servizi, Tecnologie e Strumenti Documentali, Informativi ed Orientativi per l'Orientamento di Ateneo) vuole essere un progetto pilota ed integrato di "service innovation" per i servizi di orientamento di ateneo, impiegando le nuove generazioni di tecnologie informatiche, analisi statistiche e sociali, infrastrutture multimediali, strumenti per la documentazione delle strutture, dei beni materiali ed immateriali dell'Ateneo; si articola in diversi sotto-progetti ed azioni modulari che verranno realizzate e sperimentate presso UNIMORE, per essere messe a fattor comune con altri atenei Italiani e consorzi che stanno sviluppando soluzioni simili e complementari per una migliore documentazione, informazione e orientamento dei giovani verso le strutture universitarie.

APPENDICE I: Schede progetto sui servizi in entrata

A.1.1.) Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro

Titolo del progetto: UnimoreGate
Dipartimento proponente: DEMB
Co-promotori: DIEF, SOFTECH

Punti di debolezza del Dipartimento/i	La mancanza di risorse per offrire un servizio di orientamento in ingresso più mirato rispetto alle politiche di dipartimento, differenziato a seconda dei target individuati e con la possibilità di ampliare le occasioni d'incontro con gli studenti rispetto agli attuali due tradizionali appuntamenti organizzati in collaborazione con l'Ateneo (Unimore Orienta e Mi piace Unimore).
Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	<p>Scopo principale del progetto è l'osservazione e l'analisi della tipologia di studenti che si sono dapprima iscritti al test di ingresso per accedere alla laurea triennale si sono poi immatricolati ed infine laureati. L'analisi cerca di trovare possibili interrelazioni esistenti tra la scuola media superiore di provenienza, il risultato del test di ingresso e soprattutto il voto finale di laurea. Oltre a ciò ci si ripropone di identificare le eventuali cause che possono essere di ostacolo al normale percorso di studi universitari, cercando così, nel medio termine, di diminuire il numero di abbandoni e ridurre il tempo occorrente per il conseguimento della laurea. I risultati delle analisi permetteranno di poter meglio interagire con le scuole medie superiori dalle quali proviene la maggior parte degli studenti che poi si iscriveranno ai corsi di laurea triennali, costruendo un rapporto che renda meno problematico il passaggio tra la formazione secondaria e quella universitaria.</p> <p>Ci si propone di formulare una proposta e condivisa a livello di Ateneo di analisi contenente gli studi di variabili e le loro relazioni in grado di dare informazioni importanti rispetto al rapporto esistente tra le competenze degli studenti in ingresso, la provenienza scolastica, la performance in itinere, il voto di uscita dal sistema universitario e l'ingresso nel mondo del lavoro. In particolare, le competenze acquisite e/o i rendimenti conseguiti si modelleranno con i sistemi di equazioni, anche con sistemi apparentemente non correlati, mentre i cambiamenti di stato si analizzeranno con i modelli logistici o di durata. Realizzazione o acquisizione di programmi statistici-econometrici a supporto delle analisi.</p>

	<p>Il progetto, una volta terminato, permetterà di avere riscontri immediati circa i risultati derivanti dalle azioni che verranno messe in atto a livello di orientamento, collaborazione con le scuole medie superiori e attivazioni di servizi di tutoraggio.</p> <p>Il progetto richiede necessariamente il coinvolgimento di Cisia (Consorzio Interuniversitario Sistemi Integrati per l'Accesso), e sarebbe notevolmente facilitato e potenziato nei risultati con il coinvolgimento di Alma laurea e di Cineca con i quali sono già stati avviati i primi contatti. In questo quadro Unimore potrebbe proporsi come sede di sperimentazione per un progetto di rilevanza nazionale.</p> <p>Richiede, inoltre, per essere realizzato pienamente, una molteplicità di competenza: statistici, informatici, esperti di formazione: le competenze richieste devono consentire analisi longitudinali multivariate di vario tipo, implementazione di piattaforme informativa, valutazione del contributo in sede di selezione/orientamento delle diverse sezioni dei test (matematica, logica, comprensione verbale).</p>
<p>Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:</p>	
<p>Nome iniziativa/progetto:</p>	<p>UnimoreGate</p>
<p>Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:</p>	<p>Coordinamento del progetto: DEMB e DIEF</p> <p>Azione 1: Costruzione del gruppo di lavoro e prima definizione del progetto analizzando le possibili forme di raccordo tra i dati individuali provenienti dalle banche dati di Cisia, con quelli disponibili in Ateneo. Il risultato ottimale sarebbe il raccordo tra le tre banche dati Cisia (test di accesso), Cineca (carriera studente), AlmaLaurea (ingresso nel mercato del lavoro).</p> <p>Personale: 1 rappresentante: Cisia, Cineca, Alma Laurea, DEMB, DIEF, CEA, Uff. orientamento. Questo è il gruppo di direzione del progetto che né è responsabile per tutta la sua durata.</p> <p>Azione 2: Approfondimento della analisi pilota del DEMB (eventuale allargamento della base dati esplorativa con estensione al DIEF e coinvolgimento degli altri dipartimenti dell'Ateneo) al fine di individuare idonei modelli di analisi dei dati, proporre indicatori di particolare interesse, pervenire alla costruzione di piattaforme integrate e simili.</p> <p>Personale: 3. ricercatori coinvolti: 2 statistici, 1 informatico ed 1 esperto di orientamento.</p> <p>Azione 3: Implementazione dei modelli e delle piattaforme individuate e valutazione della appropriatezza e della efficacia dei metodi di selezione/orientamento in ingresso utilizzati. Per portare a termine queste azioni sarà preziosa la esperienza in ambito datawarehouse e big data del DBgroup del DIEF.</p> <p>Personale: 5 ricercatori coinvolti: 2 statistici, 2 informatici ed 1 esperto di orientamento</p> <p>Azione 4: Organizzazione di momenti di confronto con gli istituti medi superiori del territorio per presentare i dati elaborati e proporre nuove modalità di collaborazione e dialogo per favorire il passaggio scuola superiore-università.</p> <p>Personale: Dip.ti coinvolti, ufficio orientamento, esperti in ambito formativi</p> <p>Azione 5: Sperimentazione di azioni e attività di co-progettazione didattica in collaborazione con gli insegnanti delle scuole medie superiori del territorio da cui proviene il maggior numero di studenti che ha evidenziato più distanza nella preparazione rispetto requisiti richiesti per l'accesso ai diversi corsi di laurea.</p>

	<p>Personale: Dip.ti coinvolti, ufficio orientamento, esperti in ambito formativo. Azione 6: Progettazione, organizzazione e attivazione di iniziative di orientamento da realizzare con le scuole e nelle scuole (la presentazione in aula con il coinvolgimento degli studenti, analisi dei comportamenti, analisi di casi aziendali da discutere attraverso lavori di gruppo, <i>cooperative learning</i> guidati da docenti, ecc., realizzazione di uno specifico <i>orientation day</i>.) Personale: Dip.ti coinvolti, ufficio orientamento, esperti in ambito formativo. Azione 7: Validazione e implementazione delle piattaforme informative e loro integrazione nel sistema informativo dell'Ateneo Personale: Dip.ti coinvolti coordinati dal DIF.</p> <p>NB: Le attività di orientamento verso le scuole sono pienamente integrabili con i corsi in modalità Moocs rivolti alle scuole medie superiori di cui si dice nella proposta del CEA.</p>
<p>Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento</p>	<p>Pensato su scala di Ateneo, il progetto richiede un impegno considerevole delle strutture centrali e periferiche. Per ciascuna delle persone coinvolte in amministrazione non sono pensabili meno di 35-45 gg. di lavoro in un progetto di durata biennale; Ai ricercatori coinvolti è richiesto un impegno simile. I costi diretti personale sono quindi calcolabili su questa base. A questi costi andranno gli altri costi diretti. Il tutto senza considerare i costi opportunità per il personale e ricercatori impegnati.</p>

<p>Cronoprogramma <i>(eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</i></p>	<p>Si propone la seguente tempistica:</p> <table border="1" data-bbox="506 962 1879 1310"> <thead> <tr> <th>Azioni</th> <th>Descrizione</th> <th>Tempi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Azione 1</td> <td>Attivazione progetto</td> <td>Gennaio 2014 – Marzo 2014</td> </tr> <tr> <td>Azione 2</td> <td>Analisi pilota su dati economia/(ingegneria)</td> <td>Gennaio 2014 – Maggio 2014</td> </tr> <tr> <td>Azione 3</td> <td>Definizione dei modelli di analisi dei dati e delle piattaforme informative</td> <td>Marzo 2014 – Luglio 2014</td> </tr> <tr> <td>Azione 4</td> <td>Presentazione dei risultati alle scuole superiori</td> <td>Settembre 2014 – Dicembre 2014</td> </tr> <tr> <td>Azione 5</td> <td>Co-progettazione didattica con le scuole</td> <td>Gennaio 2015 – Giugno 2015</td> </tr> <tr> <td>Azione 6</td> <td>Sperimentazione di attività di orientamento ad hoc nelle scuole e in Ateneo (es.orientation day)</td> <td>Luglio 2015 – Dicembre 2015</td> </tr> <tr> <td>Azione 7</td> <td>Validazione e implementazione delle piattaforme</td> <td>Luglio 2015 – Dicembre 2015</td> </tr> </tbody> </table>	Azioni	Descrizione	Tempi	Azione 1	Attivazione progetto	Gennaio 2014 – Marzo 2014	Azione 2	Analisi pilota su dati economia/(ingegneria)	Gennaio 2014 – Maggio 2014	Azione 3	Definizione dei modelli di analisi dei dati e delle piattaforme informative	Marzo 2014 – Luglio 2014	Azione 4	Presentazione dei risultati alle scuole superiori	Settembre 2014 – Dicembre 2014	Azione 5	Co-progettazione didattica con le scuole	Gennaio 2015 – Giugno 2015	Azione 6	Sperimentazione di attività di orientamento ad hoc nelle scuole e in Ateneo (es.orientation day)	Luglio 2015 – Dicembre 2015	Azione 7	Validazione e implementazione delle piattaforme	Luglio 2015 – Dicembre 2015
Azioni	Descrizione	Tempi																							
Azione 1	Attivazione progetto	Gennaio 2014 – Marzo 2014																							
Azione 2	Analisi pilota su dati economia/(ingegneria)	Gennaio 2014 – Maggio 2014																							
Azione 3	Definizione dei modelli di analisi dei dati e delle piattaforme informative	Marzo 2014 – Luglio 2014																							
Azione 4	Presentazione dei risultati alle scuole superiori	Settembre 2014 – Dicembre 2014																							
Azione 5	Co-progettazione didattica con le scuole	Gennaio 2015 – Giugno 2015																							
Azione 6	Sperimentazione di attività di orientamento ad hoc nelle scuole e in Ateneo (es.orientation day)	Luglio 2015 – Dicembre 2015																							
Azione 7	Validazione e implementazione delle piattaforme	Luglio 2015 – Dicembre 2015																							

Parte II – I servizi agli studenti: i servizi in itinere

In questa sezione, come nella precedente, si procede ad un esame dei servizi interni agli studenti con contenuto innovativo per poi avanzare idee e proposte generalizzabili a livello di Ateneo

Al di là dei servizi usuali, nel Dipartimento sono attivi importanti servizi in itinere volti al contenimento della dispersione e al sostegno alla didattica. Tra i servizi alla didattica ne vanno ricordati in particolare due..

- ✓ L' utilizzo della **piattaforma Dolly** come strumento on-line di supporto alla didattica, sia per la pubblicazione di materiale didattico da parte dei docenti del Dipartimento che per la somministrazione di test di valutazione e appelli on-line, come strumento di “information literacy”, avvio di discussioni fra studenti e confronto anche con docenti su temi d'interesse economico e non solo.
- ✓ L'attivazione di un progetto sperimentale, nato nel secondo semestre dell'a.a. 2011/12 in collaborazione con il centro E-learning d'Ateneo, che prevede l'utilizzo di nuove attrezzature informatiche per lo svolgimento delle attività didattiche. Al progetto, che inizialmente riguardava un solo insegnamento, hanno aderito via via un numero sempre maggiore di docenti che, a seconda dei casi, ha deciso in modo autonomo se mettere o meno a disposizione di tutti gli studenti le registrazioni effettuate oppure renderle disponibili solo agli studenti con particolari bisogni (dsa e disabili), solo al termine delle lezioni o in parallelo al percorso formativo. Inizialmente il progetto è nato dal desiderio di sperimentare una nuova modalità di fare didattica, utilizzando strumenti informatici innovativi che oltre a migliorare l'inclusione di studenti con disabilità, potessero favorire il processo di apprendimento di tutti gli studenti. Le nuove attrezzature informatiche utilizzate, ad integrazione delle normali attrezzatura delle aule (pc, videoproiettori, microfoni), sono:
 - piattaforma Adobe Connect che consente oltre alla registrazione video-audio delle lezioni anche la connessione in remoto.
 - Display touch wacom e ipad che consentono la scrittura digitale e sostituiscono la classica lavagna.

Nel I semestre 2013/14 quasi tutte le lezioni registrate (circa una ventina di corsi) sono state rese disponibili agli studenti tramite la piattaforma Dolly, e alcuni studenti con disabilità fisica hanno potuto seguire in remoto i corsi proposti. A questo si aggiunge l'offerta di un corso di laurea (Relazioni di lavoro) in modalità FAD.

Tra i servizi volti specificamente alla diffusione dell'informazione, all'orientamento e al contenimento della dispersione si sottolinea:

- ✓ L'offerta di un servizio di sportello aperto al pubblico due volte alla settimana per complessive 6 ore svolto attualmente da 3 persone della segreteria didattica. Questo servizio svolge soprattutto attività di orientamento/informazione rivolto in particolare agli studenti delle ultime classi delle scuole superiori ed alle loro famiglie e a coloro che intendono iscriversi ad una laurea magistrale nei periodi più prossimi alle diverse iscrizioni. In generale la segreteria didattica svolge la sua attività di ricevimento per tutti gli studenti del Dipartimento. Questo consente agli studenti già iscritti di avere informazioni, risposte, interventi di ri-orientamento, soluzioni tempestive a propri eventuali dubbi o problemi di percorso durante l'intero anno accademico.

- ✓ La presenza di un **gruppo di lavoro per l'accoglienza degli studenti disabili e con disturbo specifico d'apprendimento** formata da tre docenti e due tecnici amministrativi. Questo gruppo, in accordo e in collaborazione con il servizio d'Ateneo, effettua incontri di accoglienza individuali, svolge attività di tutoraggio ad personam sui temi dell'orientamento, in ingresso, in itinere e anche in uscita. Si pone come interfaccia tra studenti e docenti rispetto all'organizzazione e allo svolgimento delle prove d'esame, è di supporto nella fase conclusiva del percorso di studi in quanto si preoccupa di agevolare l'inserimento lavorativo degli studenti disabili anche grazie all'attivazione dei rapporti con l'ufficio provinciale per il collocamento delle persone disabili e la collaborazione con l'ufficio stage di Dipartimento.
- ✓ L'offerta di un **servizio di counseling** rivolto agli studenti del Dipartimento, nato due anni fa su proposta di personale già in servizio presso la struttura ed esperto nella relazione d'aiuto, con l'obiettivo di offrire un sostegno allo studente che si trova in una situazione di momentanea difficoltà. Il Counseling, infatti, è uno strumento di crescita, sviluppo e autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi (non della patologia). E' un percorso di breve durata, basato sulla relazione d'aiuto e sul dialogo, orientato a valorizzare le risorse personali dell'individuo per renderlo autonomo nelle scelte e nelle decisioni. Attraverso colloqui individuali il counseling potenzia quelle abilità che rendono più proficua l'integrazione della persona in vari ambiti, non ultimo quello scolastico/universitario.

Vi sono vari ambiti suscettibili di miglioramento. Il più importante è costituito dal potenziamento della sperimentazione finalizzata all'utilizzo delle strumentazioni per l'apprendimento a distanza e alla registrazioni delle lezioni per consentire ad un numero sempre maggiore di studenti di poter usufruire di materiale didattico fondamentale e in alcuni casi indispensabile, si pensi per esempio agli studenti DSA o a coloro che per diversi motivi legati a problemi di salute non riescono a frequentare le lezioni anche solo per periodi limitati. La realizzazione di un'attività di verifica e di valutazione dell'esperienza con la predisposizione di questionari di gradimento rivolti sia agli studenti che ai docenti coinvolti. Nei questionari rivolti ai docenti si valuterà oltre al gradimento anche quanto la registrazione delle lezioni ha migliorato il rendimento agli esami e diminuito i fallimenti. In quest'ambito andranno potenziati gli incontri informativi e formativi rivolti ai docenti del DEMB per far conoscere le tante potenzialità di Moodle/Dolly e quindi incentivarne l'utilizzo. Su questo insieme di attività, tuttavia, non ci si sofferma: si punta a un miglioramento e ad una estensione del servizio, tenendone monitorati gli effetti e auspicando che questo sia uno degli aspetti caratteristici della sperimentazione didattica per tutto l'ateneo. In questa prospettiva le proposte avanzate dal CEA appaiono interessanti e vanno considerate con grande attenzione.

Tra i progetti particolari con contenuto innovativo da sottoporre alla attenzione dell'Ateneo, ne proponiamo due (in appendice II). Il primo è il progetto, proposto dal Dief e condiviso dal DEMB, "STUDIO ORA" – "Servizi, Tecnologie e Strumenti Documentali, Informativi ed Orientativi per ORientamento di Ateneo" di cui si è già detto nella sezione precedente. Il secondo è un progetto di dimensioni ridotte, ma qualificante per l'intero Ateneo che riguarda il riconoscimento e il potenziamento dei servizi di counseling.

APPENDICE II: Schede progetto sui servizi in itinere

A.1.1.) Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro

Titolo del progetto: Studio Ora
Dipartimento proponente: DIEF, SOFTECH.
Co-promotori: DEMB

Non si riportano le schede progetto rimandando al progetto proposto dal DIEF

A.1.1.) Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro

Titolo del progetto: MoreCounseling
Dipartimento proponente: DEMB

Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	<p>L'obiettivo è il potenziamento e la valorizzazione del servizio di counseling sia come servizio individuale e personalizzato sia come opportunità di confronto rivolto ad un pubblico più ampio su argomenti di interesse comune lungo le due principali direttrici sui quali si è impostato il servizio: il sostegno e il metodo di studio .</p> <p>L'offerta di un Servizio di counseling rivolto agli studenti del Dipartimento, nato 2 anni fa su proposta di personale già in servizio presso la struttura ed esperto nella relazione d'aiuto, con l'obiettivo di offrire un sostegno allo studente che si trova in una situazione di momentanea difficoltà. Il counseling, infatti, è uno strumento di crescita, sviluppo e autoconsapevolezza che opera nell'ambito della salutogenesi (non della patologia). E' un percorso di breve durata, basato sulla relazione d'aiuto e sul dialogo, orientato a valorizzare le risorse personali dell'individuo per renderlo autonomo nelle scelte e nelle decisioni. Attraverso colloqui individuali il counseling potenzia quelle abilità che rendono più proficua l'integrazione della persona in vari ambiti, non ultimo quello scolastico/universitario. Il counseling rappresenta uno strumento efficace per intervenire e trasformare positivamente le problematiche legate ai fattori soggettivi e relazionali coinvolti nel</p>
---	---

	<p>fenomeno del rallentamento nel percorso di studi e dell'abbandono. E' integrativo a ciò che già esiste in ambito accademico -Tutor, Ufficio Orientamento e altri servizi informativi – ma focalizzato a sostenere lo studente/studentessa nell'esplorazione delle proprie difficoltà per aumentarne la consapevolezza e quindi una possibile trasformazione. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostiene lo studente nel suo progetto formativo • Favorisce l'autonomia decisionale e di scelta • Favorisce l'autoconsapevolezza dei propri punti di forza e debolezza per affrontare situazioni difficili • Agevola il processo di <i>empowerment</i>. <p>Nell'esperienza del Dipartimento il supporto offerto riguarda due principali ambiti: problematiche dipendenti da un metodo di studio inefficace, problematiche inerenti la sfera personale. Nel periodo febbraio 2011 – gennaio 2014 gli studenti che si sono rivolti al Servizio sono stati 59, di cui</p> <ul style="list-style-type: none"> - 37 hanno completato il percorso - 8 stanno tuttora svolgendo il percorso - 4 iscritti ad altri corsi di laurea (non è stato possibile accoglierli) - 10 hanno solo contattato il servizio per un colloquio informativo. <p>Il questionario di gradimento, compilato da ogni studente, al termine del percorso evidenzia la validità dello strumento, e la percezione di maggior autoefficacia che ogni studente ha rispetto a sé.</p>
Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:	
Nome iniziativa/progetto:	MoreCounseling
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<p>Le azioni sono relativamente semplici</p> <p>azione 1. : generalizzazione delle esperienze già presenti in Ateneo</p> <p>azione 2.: individuazione di referenti di dipartimento (o anche semplicemente di area)</p> <p>azione 3.: diffusione della cultura del counseling</p>
Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	<p>Anche pensato su scala di Ateneo, il progetto richiede poche risorse. Vanno garantiti il riconoscimento del servizio, le attività formative e una modalità di governo che si faccia garante della sperimentazione nelle singole strutture dipartimentali.</p>
Cronoprogramma (eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)	<p>A livello sperimentale il progetto può essere realizzato in sei mesi, avvicinando (se non allineando) l'Ateneo ai pochi altri che su questo tema hanno consolidato maggiori esperienze. Non vanno sottovalutati i ritorni di immagine.</p>

• **Parte III – I servizi agli studenti: il placement e l’accompagnamento al lavoro**

Nelle pagine che seguono vengono proposti due progetti che possono avere una valenza significativa per l’intero Ateneo e nascono entrambi dalle esperienze consolidate in DEMB. Il primo si basa sull’esperienza maturata dal servizio stage del dipartimento. Il secondo nasce da attività di ricerca e di consulenza alle imprese.

Da anni il DEMB si avvale di un ufficio stage che cura tutto l’iter organizzativo relativo all’attivazione dei numerosi tirocini curriculari ed extracurriculari, promossi a favore degli studenti e dei neo-laureati del Dipartimento in Italia e all’estero.

Questa attività si è concretizzata nella creazione di una fitta rete di rapporti con gli operatori economici del territorio e in un’intensa azione a sostegno dell’orientamento in uscita dei propri studenti.

Negli ultimi anni sono stati promossi oltre 500 tirocini per anno solare, di cui circa 100 a favore di neolaureati.

I principali interlocutori con cui si interfaccia l’ufficio sono:

- gli studenti;
- i neolaureati;
- le imprese del territorio e non.

Servizi per gli studenti

Agli studenti si fornisce consulenza relativamente alle regole che il Dipartimento ha previsto per lo stage, alle procedure amministrative da seguire per l’attivazione del tirocinio e nella ricerca di un’azienda ospitante.

L’ufficio effettua il *matching* tra i cv degli studenti, raccolti periodicamente, e le offerte di stage ricevute da aziende, enti o associazioni.

Lo screening dei cv si basa su:

- le preferenze indicate dagli studenti (zona geografica, settore aziendale, disponibilità di tempo, ambito professionale d’interesse, ecc.);
- la descrizione dei progetti di stage ed i relativi requisiti richiesti dalle aziende (conoscenze linguistiche, informatiche, percorsi di studio, competenze tecniche, ecc.).

Alle aziende, in genere, vengono inviati più profili, in linea con le ricerche avanzate, al fine di consentire l’avvio degli iter selettivi.

Individuato il candidato da inserire, l’ufficio stage elabora la Convenzione ed il Progetto Formativo e si accorda con le parti interessate per le firme sui documenti.

Al termine dello stage si chiede un riscontro sull’esperienza attraverso un registro delle presenze e 2 questionari di valutazione (uno a cura dello studente ed uno a cura dell’azienda, cfr allegati).

Gli studenti vengono anche sostenuti nella ricerca di un’azienda all’estero e nella successiva fase di produzione della documentazione relativa all’attivazione dei tirocini.

Gli stage all’estero sono attivati sia per gli studenti che partecipano ai programmi europei sulla mobilità studentesca (es. Erasmus Placement), sia per gli studenti che decidono di svolgere autonomamente un’esperienza di *internship* al di fuori dello spazio europeo, senza finanziamenti comunitari.

Servizi per i neolaureati

Ai neolaureati si forniscono suggerimenti per una ricerca consapevole delle prime forme di inserimento lavorativo o di offerte di tirocini formativi e di orientamento.

L’ufficio pubblica sul sito di Dipartimento le offerte di lavoro e di tirocinio, su richiesta delle aziende interessate, e promuove diverse iniziative e/o bandi a favore dell’inserimento nel mondo del lavoro dei laureati e della mobilità internazionale.

In tali attività collabora con l’Ufficio Orientamento al Lavoro e Placement di Unimore.

È bene ricordare che i neolaureati, entro 12 mesi dal conseguimento del titolo, possono inserirsi in azienda attraverso tirocini formativi e di orientamento, che le Università possono esserne gli enti promotori e che, nel caso dell'Ateneo di Modena e Reggio Emilia, le pratiche burocratiche per l'attivazione degli stessi sono a cura degli Uffici stage di Dipartimento.

Dal 23/10/2012 al 31/12/13 l'Ufficio Stage di Economia, nonostante i cambiamenti legislativi e l'incertezza che ne è derivata, ne ha attivati 136, cifra nettamente superiore rispetto a quella degli altri Dipartimenti (46 Ingegneria Modena, 55 Comunicazione ed Economia, 46 Scienze della Vita, 15 Ingegneria Reggio Emilia, 32 Studi Linguistici, 1 Educazione, 3 Scienze Chimiche e Geologiche, 3 Scienze Fisiche Informatiche, 9 Giurisprudenza - fonte Ufficio Orientamento a lavoro e placement di Ateneo).

Per neolaureati e laureandi sono stati promossi momenti di incontro con il mondo del lavoro. Sono state organizzate delle presentazioni aziendali con aziende interessate a reclutare giovani. Sarebbe auspicabile una maggiore promozione di tale servizio tra aziende e associazioni di categoria.

Servizi per le imprese

Con alcune aziende del territorio esiste un rapporto consolidato negli anni: tali imprese si rivolgono all'ufficio per valutare ed inserire periodicamente tirocinanti, per ricevere consulenza in merito alle normative riguardanti i tirocini ed in merito al reclutamento di neolaureati.

Vi è poi un'attenzione costante nella ricerca di nuove collaborazioni e di partners, per allargare la rete di contatti aziendali, in Italia e all'estero.

In base alle esigenze aziendali, l'ufficio può proporre diversi servizi:

- segnalazione di profili di studenti, principalmente dei corsi di laurea triennale, per stage curriculari;
- segnalazione di profili di studenti delle lauree magistrali per stage connessi a progetti di tesi;
- pubblicazione di annunci sul sito di Dipartimento per opportunità di lavoro e tirocinio post lauream;
- rinvio alla procedura telematica per la consultazione gratuita dei cv tratti dalla banca dati di AlmaLaurea;
- promozione di iniziative, bandi di concorso attraverso invio di mail e diffusione di locandine nei nostri locali;
- organizzazione di presentazioni aziendali con finalità di selezione del personale e di avviamento all'occupazione.

Negli anni si è riscontrato una sempre maggiore attenzione delle aziende nei confronti dell'istituto del tirocinio, il quale permette di formare e inserire forze nuove ed istruite, a costi irrilevanti. Sempre più spesso il tirocinio viene considerato un buon "banco di prova" per conoscere giovani da inserire successivamente con contratti di lavoro (è il caso delle grandi società di consulenza, di alcuni istituti bancari, ecc.)

Va ricordato che l'Università, in qualità di Ente Promotore, è garante della qualità del tirocinio ed offre le coperture assicurative per i tirocinanti.

La fitta rete di contatti creatasi negli anni potrebbe esser un utile strumento per promuovere dei progetti che favoriscono sia l'integrazione del Dipartimento nel territorio, che l'orientamento in uscita. Si potrebbe prevedere la definizione di accordi per la fornitura, in maniera organica e strutturata, dei servizi sopradetti, eventualmente rivisti nell'ottica di un inquadramento nell'ambito di progetti di didattica o ricerca.

Pur con l'intensa attività di cui si è detto, il primo progetto che si propone all'Ateneo (e per l'Ateneo) nasce da uno specifico punto di debolezza: la scarsa sistematizzazione dei numerosi rapporti con le imprese e gli attori economici del territorio per l'attivazione di una serie di convenzioni "quadro" che prevedano il loro coinvolgimento attivo in una serie di attività da svolgersi in modo congiunto e coordinato e la scarsa capacità di utilizzare questi rapporti ai fini del miglioramento dei corsi di studio. Vi è, in altre parole, l'interesse specifico (pensiamo non solo del DEMB) di potenziare lo scambio d'informazioni e feedback provenienti dal mondo del lavoro, input fondamentali per il miglioramento dell'offerta formativa di molti dipartimenti, dei corsi di studio ma anche dei singoli insegnamenti offerti.

Il secondo progetto, come si è detto, nasce da un'intensa attività di ricerca e di consulenza alle imprese maturata in diversi settori scientifico-disciplinari, con l'obiettivo di facilitare l'autoimpiego e la creazione di impresa da parte dei neolaureati.

APPENDICE III: Schede progetto sui servizi in uscita

A.1.1.) Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro

Titolo del progetto: MoreWork
Dipartimento proponente: DEMB

Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	Il progetto può considerarsi un insieme di azioni tutte volte al miglioramento e al potenziamento di alcuni servizi di accompagnamento al lavoro, all'interno di una più complessiva ottica di miglioramento continuo della qualità offerta agli studenti. In particolare l'obiettivo è quello di potenziare, migliorare e strutturare il rapporto con le imprese presso le quali i laureandi/laureati svolgono lo stage.
Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:	
Nome iniziativa/progetto:	MoreWork
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<p>Azione 1. Creazione e stipula convenzioni quadro con aziende che includano una serie di iniziative Ampliamento e sistematizzazione dei già numerosi rapporti con le aziende del territorio al fine di stipulare con loro accordi complessivi di collaborazione per favorire l'ingresso degli studenti nel modo del lavoro attraverso l'attivazione di tirocini, il finanziamento di premi di studio e premi per tesi, l'organizzazione di testimonianze in aula da parte del management aziendale, presentazioni aziendali, project work, visite aziendali, pubblicazione delle richieste di lavoro in apposite bacheche elettroniche dei dipartimenti, ecc. Nel percorso di stage andrebbe reso obbligatorio, in concorso con le imprese, un'attività formativa mirata alla costruzione del curriculum del laureando, evidenziando l'insieme di informazioni che hanno un carattere di "segnale" e che le imprese richiedono. Si tratta, in sostanza, di predisporre un percorso di attività che già si svolgono ma non sono sistematizzate.</p> <p>Azione 2. Creazione di un gruppo di lavoro per proposta e realizzazione questionario on line per le imprese al termine del periodo stage. Sperimentazione e presentazione dei risultati Creazione di un gruppo di lavoro finalizzato alla realizzazione di un nuovo questionario da somministrare alle aziende che ospitano nostri studenti in tirocinio sulla base dello strumento che già viene richiesto di compilare al termine della collaborazione. Il questionario da realizzarsi on-line e quindi poi immediatamente "leggibile" ed elaborabile, potrebbe richiedere informazioni rispetto alle esigenze formative delle aziende, con riferimento sia ad aspetti da migliorare o integrare ma anche ad argomenti e contenuti da inserire nel percorso formativo universitario e/o competenze non solo tecniche da sviluppare maggiormente</p>

Azione 3. Attività di ricerca e proposta operativa per coinvolgimento aziende anche a livello di progettazione e verifica dei percorsi di formazione in ottica di miglioramento della qualità dei corsi di studio

L'obiettivo è il rafforzamento dei consigli di indirizzo dei dipartimenti e dei singoli corsi di studio. Le diverse iniziative dirette a rafforzare l'orientamento in uscita sono anche rivolte a consolidare i rapporti con le aziende e con le istituzioni che operano nel territorio di riferimento.

La ricca rete di relazioni che si è sviluppata nel corso degli anni deve essere ulteriormente valorizzata e le migliori esperienze di collaborazione debbono trovare, rispetto all'assetto attuale, una collocazione permanente all'interno di rinnovati Comitati di indirizzo.

Tali organismi, il cui ruolo è imprescindibile per una corretta progettazione e monitoraggio dei CdS, possono infatti contribuire in maniera rilevante nella delicata fase di analisi della domanda di formazione e dei profili di competenza e nella definizione dei risultati di apprendimento attesi, richiesti dal processo di assicurazione della qualità.

A questo fine, rispetto al passato, il progetto prevede di sperimentare nuove modalità di selezione dei membri esterni dei Comitati, coinvolgendo maggiormente le realtà aziendali / istituzionali che hanno più attivamente collaborato alla realizzazione delle attività di stage / tirocinio.

Rinnovare i comitati di indirizzo significa dare loro una valenza da "Comitati tecnico-scientifici", tenendo conto di quanto previsto dal processo di accreditamento dei corsi di studio, dei Comitati d'indirizzo nati in seguito alle sperimentazioni Campus e poi CampusOne per dare sostanza al principio della "consultazione con le organizzazioni rappresentative nel mondo della produzione, dei servizi e delle professioni con particolare riferimento alla valutazione dei fabbisogni formativi e degli sbocchi professionali" previste dal dm 509 del 1999 e riprese dal dm 270 del 2004.

Si può anche immaginare che basti un singolo comitato per dipartimento, ma che deve avere una adeguata articolazione, in particolare se deve entrare nel merito non solo della domanda di formazione, ma anche dei risultati di apprendimento attesi (vedi punto 3 lettere d) e f) delle Linee guida per i CEV). Per il DEMB (a mero titolo esemplificativo): banche-assicurazioni; società di consulenza; associazioni di categoria; ordine commercialisti; consulenti del lavoro; amministrazioni pubbliche; società di ricerca; ecc.

Azione 4. Organizzazione di un job meeting per incontro domanda e offerta di lavoro

Organizzazione di una giornata dedicata all'incontro tra domanda e offerta di lavoro (job meeting) da realizzarsi anche in collaborazione con altri dipartimenti dell'Ateneo per consolidare e approfondire i rapporti con le aziende. La buona pratica di riferimento può forse essere quella di **Ingegneriamo** (www.ingegneriamo@unimore.it) e dei "mini job meeting" dell'ufficio placement per proporre un'iniziativa a livello di Ateneo.

Azione 5. Nuova offerta sperimentale di tirocini in team che coinvolgono studenti in possesso di diverse competenze e provenienti da diversi percorsi di studio (collaborazione con ingegneria, economia e comunicazione, lingue). Proposta di un coordinamento di ateneo che si occupi anche della formazione delle

	<p>necessarie competenze trasversali richieste agli studenti coinvolti.</p> <p>Molte imprese segnalano l'esigenza di superare il gap tra i saperi specialistici acquisiti da giovani laureati con l'istruzione formale e la capacità di impiegare gli stessi saperi nel contesto lavorativo delle piccole imprese. Mentre restano ancora uniche e distintive le competenze tecniche, il saper fare, si rileva la distanza tra saperi e lavoro che caratterizza i giovani laureati e che li rende poco adattabili ai bisogni delle aziende. Quando entrano nelle piccole imprese i laureati spesso non sono capaci di affiancarle nei processi di innovazione e cambiamento, utilizzando le conoscenze specialistiche acquisite ed applicandole nei contesti produttivi specifici. A tal fine servono conoscenze trasversali che i nostri laureati spesso non hanno e che fanno riferimento a un insieme di competenze che vanno dalla comprensione della cultura e del contesto imprenditoriale locale, alla capacità di interagire e di lavorare in team, dal saper comunicare e interloquire alla capacità di gestire i conflitti interpersonali, dal saper prendere iniziative, alla capacità di mettere a fuoco i problemi e saperli risolvere. Questa azione richiede competenze trasversali e forme strutturate di cooperazione tra i dipartimenti. Il luogo della sperimentazione potrebbe essere un master ad hoc organizzato congiuntamente da dipartimenti di diverse aree disciplinari.</p>
<p>Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento</p>	<p>Anche questa attività è poco costosa: se si esclude la attività 5, che è più complessa, con un minimo di incentivi per il personale coinvolto (in forme da studiarci) il progetto può interamente essere attivato in un anno.</p>
<p>Cronoprogramma (eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</p>	<p>(cf. punto precedente)</p>

A.1.1.) Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro

Titolo del progetto: MoreStart - La piattaforma dei saperi

Dipartimento proponente: DEMB

<p>Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione</p>	<p>La lunga crisi economica ha prodotto effetti strutturali sui meccanismi di collegamento tra offerta e domanda di competenze manageriali. Le azioni classiche di accompagnamento dei neolaureati in discipline economiche e manageriali sul mercato del lavoro perdono efficacia a fronte di una domanda delle imprese più selettiva che in passato. Con l'obiettivo di migliorare l'occupabilità dei laureati, il Dipartimento si propone per il triennio di individuare nuove modalità di accompagnamento in uscita dei neolaureati sul mercato del lavoro, con particolare attenzione al fenomeno emergente delle nuove imprese innovative.</p> <p>La creazione di nuova imprenditorialità ha da sempre generato elevate aspettative circa il possibile contributo allo sviluppo economico e alla creazione di occupazione, sia a livello di Sistema-Paese che di singoli eco-sistemi locali come quello modenese e reggiano. Tuttavia, un numero crescente di studi mette in evidenza le scarse performance economiche di tali "new ventures". Tra i fattori che ne ostacolano la crescita, si segnala il difficile "matching" tra fabbisogni di competenze che emergono presso queste nuove iniziative imprenditoriali e quantità e qualità di servizi di accompagnamento che il mercato è in grado di offrire. Le esperienze pubbliche e private di incubazione delle nuove imprese, per quanto efficaci in molti casi, non riescono a coprire la domanda crescente dei territori per servizi di supporto alla nuova impresa (es. microconsulenza, temporary management).</p> <p>Altresì, la maggiore domanda di imprenditorialità che proviene dal sistema economico richiama il DEMB ad una nuova progettualità in ambito di offerta formativa, in grado di esprimere allineamenti più precisi con i fabbisogni di competenze che emergono nell'ambiente esterno.</p>
<p>Nome iniziativa/progetto:</p>	<p>MoreStart - La piattaforma dei saperi</p>
<p>Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:</p>	<p>Gli obiettivi del progetto sono così sintetizzabili:</p> <p>a) ideare e sperimentare un meccanismo di integrazione tra domanda e offerta di competenze manageriali basato sul funzionamento di una piattaforma virtuale gestita dal Dipartimento in grado di favorire l'incrocio tra fabbisogni di competenze presso le piccole imprese del territorio (start up in primis) e competenze del capitale umano in uscita dai corsi di laurea del DEMB;</p> <p>b) favorire, in questo modo, l'innescare di relazioni tra piccole imprese e neo-imprese, da un lato, e laureandi (triennale e magistrale), neolaureati, dottorandi e neodottori, dall'altro, allo scopo di creare condizioni migliori per un più rapido sbocco delle nuove competenze in materie economico-manageriali nel circuito di impresa e, di conseguenza, per la occupabilità dei laureati;</p> <p>c) testare l'estensione di questo meccanismo di integrazione sulle competenze in uscita da altri ambiti disciplinari di Unimore;</p> <p>d) attraverso la conoscenza maturata nel corso del progetto, sviluppare un modello di accompagnamento alla nascita e alla crescita di spin off e start up accademici in ambito Unimore, al fine di ottenere un maggior <i>success rate</i> grazie all'offerta da parte dell'ateneo stesso di servizi manageriali più mirati e efficaci.</p>

Per il raggiungimento di questi obiettivi, si propongono le seguenti azioni:

Azione 1. Analisi preliminare del fabbisogno di competenze manageriali (domanda di competenze). E' in corso un'analisi preliminare su un campione di start up innovative del territorio. I primi risultati evidenziano l'emergere, nel sistema delle piccole imprese, di un fabbisogno crescente di microconsulenze manageriali (per esse si intendono tutte quelle attività consulenziali di supporto alle imprese con controvalori inferiori ai 2.000 euro) e di figure in grado di svolgere attività di temporary management. Tale fabbisogno non può essere né intercettato pienamente, né colmato a sufficienza dal sistema di offerta di servizi attualmente disponibile sul mercato. L'esistenza di questo vuoto d'offerta suggerisce di indirizzare il capitale umano in uscita dai corsi del Dipartimento, oltre che verso i tradizionali canali di sbocco sul mercato del lavoro, anche verso queste nuove forme di valorizzazione delle competenze. L'obiettivo di questa Azione è di fare una prima valutazione di massima sull'entità e la natura della domanda di servizi provenienti dalle nuove imprese.

Azione 2. Estensione dell'indagine sul fabbisogno di competenze manageriali (domanda di competenze). Si propone di estendere l'analisi ad un campione significativo di start up innovative del territorio nonché a tutto l'universo di start up e spin off accademici di Unimore. L'obiettivo di questa Azione è di individuare le principali carenze e fabbisogni in termini di conoscenze manageriali (distinguendo in modo analitico tra competenze di carattere finanziario, organizzativo, di marketing, contabili e rivolte all'internazionalizzazione) che rallentano (se non impediscono) lo sviluppo delle start up innovative nate in ambito scientifico-tecnologico e quindi il loro success rate. Ciò richiede di studiare il legame tra dotazione iniziale di competenze delle start up e loro performance di crescita, con particolare attenzione agli spin off e start up accademici di Unimore.

Azione 3. Mappatura delle competenze manageriali del capitale umano in uscita dal Dipartimento (offerta di competenze). L'analisi prevede di individuare a monte l'entità e la qualità delle competenze associabili a dottorandi e neo-dottori di ricerca, laureandi e neolaureati del Dipartimento di Economia. L'obiettivo dell'Azione è di mappare il livello delle competenze per macro-aree manageriali (finanziarie, organizzative, marketing, contabili e rivolte all'internazionalizzazione) e verificarne il loro grado di spendibilità in termini di azione consulenziale autonoma. Sulla base di questa analisi, si procederà alla individuazione dei docenti tutor che, per le singole macro-aree, affiancheranno i "neo-consulenti" nel corso delle loro prime esperienze sul campo.

Azione 4. Sviluppo tecnologico di una piattaforma virtuale. E' stato già avviato uno studio di fattibilità per la creazione di una piattaforma virtuale (Piattaforma dei saperi) che faciliti e acceleri l'incrocio tra la domanda di microconsulenze manageriali e l'offerta di competenze associate al capitale umano in uscita dal Dipartimento di Economia. L'Azione prevede di procedere allo sviluppo tecnologico della piattaforma, individuando la soluzione "market" più coerente con gli obiettivi.

Azione 5. Implementazione e test della Piattaforma dei saperi. L'Azione prevede di procedere alla implementazione dei contenuti sulla base dei risultati delle analisi condotte nelle tre azioni precedenti e testarne il funzionamento presso un campione di start up. L'obiettivo è di individuare le soluzioni di uso della piattaforma e di interazione tra le parti (da un lato, imprese che richiedono supporto attraverso una call e una proposta di prezzo e, dall'altro, studenti/laureati che rispondono alla call con un progetto di intervento) che facilitino e accelerino l'incrocio tra la domanda di microconsulenze manageriali e l'offerta di competenze associate al capitale umano in uscita dal Dipartimento di Economia.

Azione 6. Estensione della piattaforma ad altri Dipartimenti dell'Ateneo. Una volta terminata positivamente la fase di test della

	Piattaforma all'interno del Dipartimento di Economia Marco Biagi, ci si propone di testarne l'adottabilità presso altri Dipartimenti Unimore, in modo da allargare il processo di integrazione tra fabbisogni di nuove imprese e competenze provenienti da altri ambiti disciplinari presenti in ateneo (es. competenze in area ICT).		
Cronoprogramma <i>(eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</i>	Si propone la seguente tempistica:		
	<i>Azioni</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Tempi</i>
	Azione 1	Analisi preliminare domanda di competenze	Gennaio 2014 – Marzo 2014
	Azione 2	Analisi finale domanda di competenze	Marzo 2014 – Dicembre 2014
	Azione 3	Mappatura dell'offerta di competenze Dip.to di Economia	Marzo 2014 – Dicembre 2014
	Azione 4	Sviluppo tecnologico della piattaforma	Gennaio 2014 – Dicembre 2014
	Azione 5	Implementazione e test della piattaforma	Gennaio 2015 – Giugno 2015
	Azione 6	Estensione della piattaforma ad altri Dipartimenti	Luglio 2015 – Dicembre 2015
Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	Per lo sviluppo del progetto si stimano costi come da seguente prospetto:		
	<i>Azioni</i>	<i>Attività</i>	<i>Euro</i>
	Interviste a imprese per analisi domanda (Azioni 1 e 2)	Interviste face to face e telefoniche	10.000
	Analisi dell'offerta di competenze (Azione 3)	Interviste face to face e telefoniche, analisi di dati interni	5.000
	Acquisto di piattaforma e adattamento (Azione 4)	Analisi offerta tecnologie, selezione, acquisto	20.000
	Elaborazione a analisi dei dati	Licenze software statistici	3.000
	Implementazione e test della piattaforma (Azione 5)	Costi di implementazione e gestione della piattaforma per i primi due anni di attività	10.000
	Totale		48.000
	Non si considera il costo opportunità del personale Unimore-DEMB		

Parte IV – L’offerta formativa in lingue straniere e i servizi per la mobilità internazionale degli studenti – Lo stato dell’arte

Vi sono aspetti per i quali la didattica i servizi per la mobilità (e i loro effetti) sui flussi di scambio sono sostanzialmente non distinguibili. In questa parte del documento si fornisce una sintesi relativa ai due aspetti rimandando ai paragrafi successivi l’approfondimento specifico. La lettura di questa sezione del documento può essere omessa qualora l’oggetto principale di interesse fossero i progetti con valenza di Ateneo.

Nell’attività di didattica e di ricerca il Dipartimento può contare su una buona rete di relazioni internazionali. In merito alla mobilità studentesca, il Dipartimento è attivo sia su diversi programmi dell’Unione Europea che su progetti attivati autonomamente. Gli studenti hanno l’opportunità di frequentare corsi presso le Università di paesi europei ed extraeuropei e di realizzare stage/progetti di tesi presso imprese e istituzioni estere.

Il Dipartimento è cresciuto nella sua dimensione internazionale, relativamente alla didattica, soprattutto grazie all’azione del programma Erasmus. All’interno degli scambi Erasmus, l’attuale afflusso in entrata è per gran parte costituito da studenti provenienti dalla Spagna e, in misura più limitata, da Francia, Germania, Est UE. Al contrario le richieste da parte degli studenti di Economia sono concentrate soprattutto verso i paesi di lingua inglese (in modo particolare Regno Unito, Irlanda, Paesi Bassi, Olanda, Paesi Scandinavi e Baltici).

L’insieme delle convenzioni attive (fino all’a.a. 2013-14), ha dato luogo ai flussi di scambio indicati di seguito.

Flussi studenti in scambio

Anno accademico	Incoming	Outgoing	n. domande
2010/2011	59	101	134
2011/2012	50	93	137
2012/2013	47	96	123
2013/2014	41*	95	148

*dato provvisorio

Con l’avvio del programma Erasmus Plus (dal 2014/2015 al 2021) siamo in fase di rinnovo di tutti gli agreement. Al momento molte delle sedi partner, soprattutto dei Paesi del Mediterraneo, hanno rinnovati gli accordi e abbiamo aggiunto due sedi in Portogallo (ISCTE Lisboa e Coimbra University).

In merito alla mobilità in entrata, c’è una notevole difficoltà nell’attrarre studenti dalle sedi settentrionali e continentali, con il rischio che in prospettiva non si rinnovano gli accordi con le sedi per uno sbilanciamento nelle relazioni di scambio a loro svantaggio. Chiusure di tale tipo sono già avvenute in passato, con un impatto negativo sulla disponibilità di offerta di sedi particolarmente gradite ai nostri studenti (sono state chiusi gli accordi con Amsterdam, Reading, Uppsala, Goteborg e diminuito da 6 a 2 il numero di nostri studenti in uscita verso la Strathclyde University).

Dall’esperienza maturata nella gestione dei programmi Erasmus, è evidente che la scarsa attrattiva su sedi per noi interessanti è per gran parte dovuta allo scoglio linguistico, che ostacola la domanda da parte di possibili studenti in entrata.

Sicuramente su questo influisce la progressiva scomparsa nelle sedi partner dei Dipartimenti di italianistica dove gli studenti stranieri potevano imparare la nostra lingua. La scelta di mettere una soglia minima per l’accesso ai corsi di lingua italiana (livello A2) offerti dal CLA, se da un lato rispecchia una scelta comprensibile e condivisibile (si accettano studenti che abbiano già un livello di conoscenza della lingua sufficiente per seguire le lezioni e i corsi di lingua servono a potenziare le loro

competenze), da un altro ha disincentivato l'arrivo di studenti da sedi in cui la lingua italiana non viene studiata, che un tempo compensavano il gap conoscitivo con il corso intensivo prima dell'avvio delle lezioni e con il corso più diluito durante il semestre.

Anche la mancanza, da un paio di anni, di una residenza universitaria riservata agli studenti incoming e la mancanza di un supporto alla ricerca di un alloggio, ha creato non pochi malumori tra i partner.

Per cercare di incentivare la mobilità da questi Paesi, il DEMB ha lavorato e sta lavorando su vari fronti:

- Ha concorso a promuovere la creazione dell'associazione ESN Modena, che è diventata associazione universitaria e che dà un sostegno agli studenti stranieri durante il loro soggiorno modenese;
- Grazie al bando dell'Ateneo, ha creato un pacchetto di insegnamenti di lingua inglese offerti per tutti gli studenti all'interno dei corsi di laurea magistrale;
- la creazione del sito web di Dipartimento in lingua inglese (è già stata creata una sezione riservata agli International students)

ESN Modena nasce dalla conoscenza delle difficoltà, piccole e grandi, alle quali uno studente può andare incontro nel momento in cui si reca in un paese straniero per vivere parte della sua esperienza formativa di studio. Questa Associazione è stata fondata da studenti del Dipartimento di Economia che a loro volta erano stati in Erasmus e da studenti particolarmente interessati ad integrarsi con i giovani europei. Gli obiettivi dell'Associazione sono di accogliere gli studenti in entrata e di facilitarne l'integrazione con i ragazzi del luogo, tramite sia l'attività di orientamento universitario sia attività informali extrastudentesche. L'Associazione è diventata associazione universitaria: oggi è formata da studenti dei diversi Dipartimenti dell'Ateneo e supporta l'ufficio mobilità studentesca nell'accoglienza degli studenti incoming. ESN dà un aiuto pratico a tutti gli studenti internazionali in arrivo all'università di Modena e Reggio Emilia nei loro primi giorni in scambio e, a seguito all'accoglienza, organizza attività sociali quali tornei, gite culturali, serate tandem, momenti di attività ludiche.

Da un paio di anni il DEM ha attivato un pacchetto di insegnamenti di lingua inglese, fruibili sia dagli studenti regolarmente iscritti ai corsi di laurea magistrale che dagli studenti internazionali in mobilità.

I corsi sono in parte attivati sul primo semestre in parte sul secondo, in modo da garantire una offerta, seppur limitata, in lingua sull'intero anno accademico.

Per il 2013/2014 i corsi attivati in lingua inglese sono:

- Macroeconomics (advanced) - (2° semestre); Industrial Organisation - (1° semestre); International Economics and Markets - (2° semestre); Industrial Economics - (2° semestre); Risk Management - (1° semestre); Labour Economics - (2° semestre); International Monetary Economics - (1° semestre); Labour History - (1° semestre); Industrial Relations Law - (2° semestre); Service Management - (1° semestre).

I corsi sono stati scelti da molti studenti provenienti da altri paesi e hanno portato a Modena studenti da sedi del nord (es. Danimarca) che non avevano mai mandato in scambio i propri studenti. Questa scelta è determinante in questa fase di rinnovo degli accordi internazionali in vista della partenza del nuovo programma comunitario Erasmus plus.

Gli studenti incoming che trascorrono un semestre o l'intero anno accademico a Modena apprezzano i corsi che attiviamo e i servizi offerti dall'Ateneo. Difficile è, per le ragioni sopra elencate, attrarre gli studenti soprattutto del nord Europa. Su questo scontiamo anche la vicinanza con l'Ateneo di Bologna: molte sedi straniere hanno un numero molto limitato di sedi in Italia e preferiscono stipulare accordi con sedi più grandi e "rinomate" (AlmaMater, di fatto oggi è un brand noto internazionalmente, cosa che, ad oggi, Unimore non è).

Sono stati esaminati i punti di forza/debolezza del DEMB rispetto all'ampliamento dell'offerta di insegnamenti in inglese. Allo stato attuale non vi sono particolari punti di forza tali da poter puntare nel brevissimo termine su un percorso di eccellenza incentrato sulle LM e organizzato in lingua inglese.

Nel breve periodo bisogna sicuramente rafforzare i legami già in corso, tenendo conto delle esigenze degli studenti Erasmus in prima battuta. Sarebbe quindi bene potenziare i corsi della laurea triennale, specie del terzo anno, che sono tra quelli più richiesti; tuttavia, dato che gli studenti Erasmus non hanno vincoli nella scelta degli insegnamenti (se non quelli posti dalla sede di partenza), è sicuramente da valutarsi positivamente la predisposizione di una offerta in lingua sulle lauree magistrali.

L'attivazione di insegnamenti in inglese consente al DEMB di partecipare a programmi quali Erasmus Mundus, per i quali è necessario avere attività didattica in inglese. Già da vari anni alcuni atenei hanno introdotto corsi in lingua inglese: Bologna, Venezia Ca' Foscari, Siena, Torino e Pavia. La situazione sembra piuttosto frammentata rispetto a diversi fattori: target dell'offerta, modalità di accesso, successo riscosso tra gli studenti. Appare chiaro il progressivo adeguamento della realtà italiana verso il modello di doppia offerta (lingua madre/inglese) già comune in molti paesi europei.

In generale c'è una maggiore offerta dei corsi di Laurea magistrale. Alcuni atenei offrono corsi sia nella laurea triennale (LT) sia nella laurea magistrale (LM), mentre altri propongono tale offerta soltanto nei corsi della magistrale. Si rileva la presenza di un'offerta sia sull'area economica, sia su quella aziendale. Dove l'offerta è stata implementata, ha generalmente riscosso discreto successo dopo periodi iniziali di assestamento. L'accesso per i non madrelingua è generalmente di tipo selettivo: quasi sempre viene richiesta una certificazione linguistica standard (TOEFL, IELTS, ecc.); talora si preferisce una selezione basata sulla valutazione dei CV.

Si possono distinguere chiaramente due tipi di target. (i) Quando il gruppo di insegnamenti in lingua è predominante (o esclusivamente in inglese) all'interno di un corso magistrale, i risultati desiderati sono solitamente l'eccellenza accademica, con miglioramento della qualità dell'offerta di alto livello del Dipartimento e conseguente maggiore visibilità a livello nazionale ed internazionale. (ii) Quando l'offerta si rivolge anche a studenti della LT, tra gli obiettivi si aggiunge quello di potenziare l'apertura del Dipartimento a livello internazionale in termini di didattica, attraverso programmi di scambio (es: Erasmus).

Nelle LM, fonte di successo è l'attività di promozione dei corsi all'estero oppure l'esistenza di una rete di relazioni internazionali vasta e qualificata. I corsi sono collegati al dottorato come prospettiva di ulteriore formazione per gli studenti. Nelle LT per la promozione all'estero è stata utilizzata soprattutto la rete Erasmus. In Dipartimenti di dimensioni notevoli questo può garantire un numero elevato di studenti motivati a frequentare corsi in lingua.

In merito al nostro Dipartimento sarebbe opportuno somministrare ai docenti un sondaggio in tempi brevi sulla disponibilità di offrire i propri insegnamenti in lingua in modo da verificare il numero effettivo delle disponibilità. Il Centro Linguistico di Ateneo offre formazione per i docenti interessati a preparare il materiale e le lezioni in lingua inglese. Inoltre l'esistenza di insegnamenti in lingua inglese faciliterebbe l'introduzione di programmi di scambio con ricercatori/docenti di istituti stranieri, i quali sarebbero chiamati ad effettuare un periodo di lezione all'interno dell'insegnamento del docente che ha attivato il corso in inglese. Le risorse destinate ad iniziative di questo tipo fornirebbero inoltre uno stimolo naturale alla ricerca cooperativa con l'ospite straniero.

Si potrebbe pensare anche a incentivi per gli studenti nella forma di certificazioni da parte dell'Ateneo del percorso di studio avanzato (percorso ad honorem etc.) che lo studente ha deciso di intraprendere.

Per gli insegnamenti che potenzialmente potrebbero essere attivati in lingua inglese si può proporre una strategia di offerta a tre livelli. I livelli si differenziano per quanto riguarda l'impegno del docente nello strutturare l'insegnamento nella lingua straniera per mezzo di testi, slides delle lezioni/appunti e spiegazione delle lezioni in inglese:

Livello 1. Lezioni in italiano + sito web e materiale bibliografico in doppia lingua + esame in italiano. Le lezioni si tengono in italiano. La presenza di libri in lingua inglese costituisce un'opportunità per lo studente straniero (Erasmus o altro), in quanto le letture in inglese possono facilitare la comprensione delle lezioni e degli altri materiali in italiano. La difficoltà di implementazione del Livello 1 può ridursi al minimo in molti insegnamenti dove il testo di riferimento è spesso disponibile sia nella versione (originale) inglese, sia in quella (tradotta) italiana.

Livello 2. Lezioni in italiano + sito web, materiale bibliografico, slides/appunti in inglese + esame in italiano o inglese (a scelta dello studente). Sebbene le lezioni si svolgano in italiano, la disponibilità del materiale completo in lingua inglese permetterebbe un ulteriore grado di apertura verso studenti stranieri interessati. Gli studenti italiani potrebbero comunque beneficiare dall'esercizio alla fruizione/studio di materiale in lingua inglese.

Livello 3. Lezioni in inglese + sito web, materiale bibliografico, slides/appunti in inglese + esame in inglese. Quest'ultimo livello sarebbe rivolto a studenti stranieri e italiani sufficientemente motivati per l'apprendimento in lingua straniera. Il terzo livello è quello che richiede maggiore sforzo da parte del docente, al quale è richiesto di adattare (o progettare) in lingua inglese tutto il materiale didattico esistente.

A fronte della dinamica nel panorama italiano ed europeo un adeguamento nelle direzioni proposte è un presupposto necessario per non penalizzare la competitività del Dipartimento/Ateneo ed il dialogo con altre Università estere con cui siamo stati fino ad ora consorziati o che potrebbero valutare questa possibilità nel caso di attivazione di una proposta anche in lingua inglese.

Oltre ai bilateral agreement, necessari per la mobilità Erasmus, sono state attivate anche molte **convenzioni** che riguardano sia la mobilità studenti che docenti:

Paese	Università straniera
Russia	The St. Petersburg University of Management and Economics
Regno Unito	University of London
Belgio	Katholieke Universiteit Leuven
Romania	Agora University di Oradea
Germania	Steinbeis-Hochschule Berlin
Argentina	Università del Centro Educativo Latino Americano
Brasile	Fondazione Armando Alvares Penteado - Faap - Sao Paulo
Brasile	Universidade de Sao Paulo (Usp)
Brasile	Università di Facamp - Faculdades De Campinas
Brasile	Universidade De Passo Fundo
Cile	The University of Chile School of Law
Colombia	Universidad de Cartagena
Colombia	Universidad La Gran Colombia
Colombia	Universidad de Cartagena
Ecuador	Universidad de Especialidades Espriritu Santo di Guayaquil
USA	Hamline University
USA	The University Of Massachusetts Lowell
USA	Arizona State University
USA	University Of Michigan System, Ann Arbor
Cina	College Of International Business Administration - Shanghai University
Cina	Jiangnan University
Cina	Northwest University Xi'an
Cina	Qufu Normal University
Cina	Shanghai University
Cina	University Of International Business And Economics
Cina	University Of Shanghai For Science And Technology
India	Crafts Museum

All'interno di queste convenzioni con università di paesi non compresi nella Unione Europea, vengono ogni anno attivate borse di studio per il progetto **More Overseas**. Overseas è un programma di scambio che promuove la mobilità studentesca in ambito non comunitario e consente di trascorrere un periodo di studio presso le università partner con cui l'Ateneo ha sottoscritto accordi di mobilità. Questo programma permette di svolgere attività formative di vario tipo come frequenza di corsi nonché, in alcune sedi specifiche, ricerca per la preparazione della tesi.

Il progetto negli anni ha visto un incremento delle domande come di seguito riportato:

Anno accademico	Domande	Borse disponibili	Studenti selezionati
2011/2012	10	4	3
2012/2013	18	6	6
2013/2014	22	8	7

Le Università con cui il Dipartimento ha attivato il progetto, in via preferenziale per lo svolgimento della attività di tesi di laurea magistrale, sono: Hamline University (USA), Lowell University (USA), Shanghai University (Cina), University of Shanghai Science and Technology (USST), University of International Business and Economics (UIBE) di Pechino (Cina).

La richiesta infatti da parte degli studenti di scambi con la Cina è in forte crescita, anche grazie all'introduzione della lingua cinese all'interno del piano degli studi della laurea magistrale in Management internazionale.

Sempre all'interno delle convenzioni sottoscritte, ogni anno il Dipartimento organizza in collaborazione con la Hamline University (Minnesota, USA) una *summer school* riservata ad alcuni studenti americani e ad alcuni studenti iscritti ai nostri corsi di laurea magistrale, selezionati sulla base del merito e delle competenze linguistiche.

La summer school "International Business – Focus on Italy and the European Union" si svolge tra fine maggio e i primi di giugno per la durata di una settimana durante la quale gli studenti seguono lezioni in lingua inglese sia presso il Dipartimento che presso altre sedi (es. Camera di Commercio di Modena) e visitano aziende del territorio, come integrazione alle tematiche svolte all'interno dei seminari.

E' stato organizzato anche un *study tour* in accordo con la Arizona State University (ASU) su "**Social enterprise: innovation, justice and community development**" riservata a 5 studenti dei corsi di laurea magistrale del DEMB. Lo *study tour* prevede due mesi di lezione e lo sviluppo di un progetto su di una esperienza di cooperativa sociale di interesse per il progetto e da concordare con i docenti referenti del programma. Data la crescente complessità del processo di internazionalizzazione delle imprese, il Dipartimento si impegna costantemente nell'arricchire i contenuti dei propri percorsi formativi coinvolgendo i soggetti esterni che sul campo realizzano l'internazionalizzazione sia in aula che su progetti di tesi/tirocini formativi. A tale scopo il Dipartimento offre stage all'estero (con borsa di studio), utilizzando due diversi canali:

- Il programma Erasmus placement
- L'attivazione di convenzioni *ad hoc* con enti o imprese

Il Programma Erasmus Placement permette agli studenti di accedere a tirocini presso imprese, centri di formazione e di ricerca (escluse istituzioni europee o organizzazioni che gestiscono programmi europei) presenti in uno dei Paesi partecipanti al Programma.

Lo studente ha l'opportunità di acquisire competenze specifiche ed una migliore comprensione della cultura socioeconomica del Paese ospitante, con il supporto di corsi di preparazione o di aggiornamento nella lingua del Paese di accoglienza, con il fine ultimo di favorire la mobilità di giovani lavoratori in tutta Europa.

Le domande di partecipazione al programma hanno visto un incremento notevole negli ultimi anni, data la consapevolezza da parte degli studenti dell'importanza di inserire nel proprio CV un'esperienza lavorativa in ambito internazionale.

Anno accademico	Domande	Borse disponibili	Studenti selezionati
2010/2011	29	9	9
2011/2012	37	19	19
2012/2013	42	29	29
2013/2014	50	30	30

Il Dipartimento ha inoltre sottoscritto convenzioni per lo svolgimento di stage all'estero (per gli studenti di laurea triennale) e di progetti di tesi (per gli studenti di laurea magistrale) con: Camera di Commercio di Modena; Camera di commercio di Reggio Emilia; Octagona; Teikos Lab

In particolare grazie al contributo delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Modena e di Reggio Emilia, il Dipartimento bandisce ogni anno, generalmente in primavera, borse di studio: per lo svolgimento di stage all'estero riservato a studenti iscritti al corso di laurea in Economia e marketing internazionale; per progetti di ricerca da svolgersi all'estero da parte di studenti iscritti al corso di laurea magistrale in Management Internazionale.

Nel corso degli anni sono stati svolti progetti di tesi in Cina, India, Australia, Emirati Arabi e svolti tirocini in molti paesi europei.

Nell'autunno del 2013 sono stati inoltre sottoscritti due protocolli di intesa di durata triennale, uno con Octagona ed uno con Teikos Lab, società che offrono servizi alle imprese nei processi di inserimento e sviluppo sui mercati internazionali e consentiranno a molti studenti di poter svolgere tirocini formativi in Italia e all'estero e tesi di laurea magistrali riguardanti problematiche relative alla internazionalizzazione. L'intesa tra le società e il Dipartimento è estesa anche a collaborazioni per seminari e ricerche.

Il Dipartimento si è attivato inoltre per sottoscrivere tali protocolli di intesa anche con Marazzi Group e Confindustria regionale.

Erasmus Intensive Programme

Il Dipartimento ha partecipato al bando europeo Erasmus Intensive Programme con la summer school "*Business Planning: starting a business in the Baltic Region*" (acronimo BPBR). Il progetto ha coinvolto tre sedi partner: la Estonian Business School di Tallinn (sede logica della scuola), il Central Ostrobothnia Polytechnic di Kokkola (Finlandia), la Fachhochschule Augsburg (Germania) e coinvolgendo 32 studenti (8 del corso di laurea magistrale in Direzione e consulenza di impresa e 8 per ciascuna delle altre sedi). Il programma prevedeva 36 ore di lezione tenute in 3 settimane da docenti del Dipartimento di Economia Marco Biagi e da docenti delle sedi partner e tre visite in aziende locali. Al termine delle lezioni gli studenti dovevano presentare un team project (un business plan) e sostenere un esame finale.

Le lezioni vertevano sui seguenti argomenti: *Business plan: structure and content; Doing business in Estonia/Baltic Region; Opportunity identification and evaluation and presentation of students' business ideas; Market analysis and segmentation and competitive analysis; Making the choices related to the offering system and the company structure; Crafting the revenue model; Financial forecasts; Financing a business in Estonia/Baltic Region; Communicating and presenting the business plan effectively.*

Il Dipartimento sta lavorando ad una *winter school* (sempre all'interno dell'Erasmus Intensive Programme) inerente le tematiche di Storia del lavoro ed Economia del lavoro con sedi partner in Spagna, Francia, UK, Turchia.

Visto l'avvio del nuovo programma Erasmus plus che comprenderà diverse azioni (erasmus, erasmus placement, leonardo, erasmus intensive programme) siamo in attesa delle linee guida e delle indicazioni da parte dell'Agenzia nazionale in merito al nuovo bando, per la definizione di tali progetti.

Nel corso del 2013 il Dipartimento ha inoltre partecipato al programma **Tempus**, con un progetto riguardante la responsabilità sociale delle imprese nei paesi terzi, con obiettivo il rafforzamento del rapporto tra università e imprese per individuare le migliori pratiche comportamentali e la definizione di un modello di relazione stabile .

Per raggiungere questo obiettivo generale, questo progetto intende raggiungere quattro obiettivi specifici:

- 1) Sviluppo della cooperazione tra università e imprese, migliorando la qualità dei tirocini per gli studenti e le competenze dei ricercatori per quanto riguarda il trasferimento di conoscenze alle imprese.
- 2) Sviluppo di una rete tra le università, le imprese e le autorità pubbliche locali che consentano la cooperazione tra le parti sulla responsabilità sociale e la sua segnalazione.
- 3) Creazione di programmi di apprendimento permanente sulla RSI volti a personale che lavora per le imprese e le autorità pubbliche locali.
- 4) Avvio di un dibattito sulla CSR da parte dei paesi partner, che coinvolge i decisori politici, le imprese, le università e la società intera.

All'inizio del mese di maggio 2013 si è tenuto un **Corso di specializzazione in Diritto del lavoro sul tema della “Tutela da segurança nos locais de trabalho”**. Al corso hanno partecipato 14 giudici brasiliani dei Tribunali del lavoro e del Tribunale Regionale del lavoro di San Paolo.

Il Corso si propone l'obiettivo di fornire l'analisi giuridica relativa allo sviluppo ed allo stato dell'arte del tema della sicurezza nei luoghi di lavoro, anche in considerazione dell'influenza giuridica che il legislatore, la dottrina e la giurisprudenza italiani hanno avuto sui paesi sudamericani.

Il corso si è articolato in lezioni in aula, tenute da docenti dell'Ateneo, oltre che da un magistrato del Tribunale di Reggio Emilia e da un responsabile delle risorse umane di una casa automobilistica del nostro territorio. Sono state inoltre effettuate due visite esterne: la prima al Tribunale di Reggio Emilia, finalizzata allo studio in concreto del sistema giurisdizionale italiano; la seconda a Maserati Auto, per verificare la gestione della sicurezza sul lavoro in azienda. Il corso si è concluso con una prova di verifica scritta.

Si tratta di un'iniziativa formativa che nel 2013 offriva – oltre al nostro Ateneo - soltanto l'Università di Roma “Sapienza”.

Tra fine giugno e inizio luglio 2013 si è tenuto inoltre un **Corso di formazione in Diritto del lavoro sul tema de “La tutela della sicurezza nei luoghi di lavoro”**. Al corso hanno partecipato circa 20 studenti di Atenei colombiani. Il corso si è articolato in lezioni in aula, tenute da docenti dell'Ateneo, oltre che da un responsabile delle risorse umane di una casa automobilistica e da un responsabile del servizio di prevenzione e protezione di un'importante azienda industriale del nostro territorio.

Sono state inoltre effettuate due visite esterne: la prima allo stabilimento Tetra Pak di Rubiera; la seconda a Maserati Auto, per verificare la gestione della sicurezza sul lavoro in azienda.

Il corso si è concluso con una prova di verifica scritta.

Su queste tematiche nel 2014, si terranno:

- un corso di formazione per studenti colombiani e messicani, analogo a quello del 2013, sul tema delle esternalizzazioni ed i riflessi sul diritto del lavoro (periodo: 23 giugno - 4 luglio 2014);
- un corso di formazione specialistica per avvocati argentini, analogo a quello organizzato per i giudici brasiliani nel 2013, dal titolo: “le nuove sfide del diritto del lavoro” (periodo: 7-11 luglio 2014).

Effetto Country of Origin (COO): un'analisi comparata a livello internazionale sul comportamento d'acquisto della clientela

La ricerca è stata supportata dallo scambio di ricercatori tra 5 sedi partner, nello specifico: Unimore, Universidad de Zaragoza, Saint Petersburg University of Technology and Design, Universidad Jaume I, Peking University. I risultati del lavoro di ricerca sono stati presentati a diversi convegni a livello nazionale ed internazionale, oltre ad avere dato origine ad alcuni contributi pubblicati su riviste.

Per il prossimo triennio il Dipartimento sta programmando una serie di attività e provvedimenti al fine di incentivare la mobilità con le sedi partner del Nord Europa e di rinnovare o creare nuovi accordi con sedi situate in tali Paesi.

Il DEMB si propone di implementare il pacchetto di insegnamenti in lingua inglese, aprendoli ai corsi di laurea triennale e non solo magistrale. Nonostante i partner abbiamo apprezzato la creazione di una offerta in lingua, ai fini della mobilità studentesca sono molto più richiesti insegnamenti di “base” e “comunemente offerti” nei diversi piani di studio, piuttosto che insegnamenti più specialistici e avanzati.

Molte delle richieste riguardano gli insegnamenti dell’area “marketing” (es. Marketing internazionale, Ricerca di marketing) o di ambito internazionale (es. Economia internazionale, Diritto dell’UE).

Gli insegnamenti attualmente erogati in lingua inglese pescano da corsi di laurea magistrale diversi, per cui non creano un pacchetto omogeneo e coerente di materie e incontrano difficoltà organizzative (nello specifico una sovrapposizione di orari).

Avendo un corso di laurea triennale in Economia e marketing internazionale, dove gli studenti studiano per tre anni la lingua inglese con i corsi istituzionali e i lettori (compreso il linguaggio tecnico economico) si potrebbe pensare a parte dell’offerta dell’ultimo anno in lingua inglese. Questo darebbe sicuramente un valore aggiunto al corso di studio: con una comunicazione efficace su questa novità e sull’offerta dei Doppi Diplomi, non così diffusi a livello nazionale soprattutto sui corsi di laurea triennale, potremmo attirare studenti molto motivati a acquisire o potenziare contestualmente le competenze sia economiche che linguistiche (punto di forza del corso di laurea in Economia e marketing internazionale).

Si potrebbe inoltre creare azioni mirate e di sostegno per incentivare le attività di visiting in uscita: ad esempio per i docenti interessati si potrebbero concentrare le attività didattiche in un unico semestre in modo da dare loro la possibilità di svolgere periodo all’estero. A tale fine si possono sfruttare diversi canali:

- I contatti istituzionali con le sedi partner, principalmente Erasmus, che periodicamente ci richiedono scambi di docenti per periodi più o meno brevi. A questo fine si possono utilizzare i fondi messi a disposizione dall’ufficio mobilità studentesca di Ateneo e dall’Ufficio Ricerca internazionale
- I contatti privati dei singoli docenti per periodi di visiting in genere tra i 3 e i 6 mesi.

Potenziare questa rete di contatti consentirebbe di aumentare anche i visiting in entrata portando sicuramente un valore aggiunto alla preparazione degli studenti e dando la possibilità al personale docente di confrontarsi con metodi di ricerca e di didattica diversi.

Parte V – Il potenziamento dell’offerta formativa internazionale

In questa sezione si riassumono le esperienze più significative del DEMB riguardo ai doppi diplomi e ai master con una valenza internazionale.

I doppi diplomi

Il Dipartimento di Economia da anni lavora all’attivazione di progetti di **doppio diploma**.

Il programma doppio diploma si fonda su un principio di avvicinamento di due diversi sistemi universitari europei, nel rispetto delle diversità nazionali riconosciute quali elementi di arricchimento reciproco e persegue, preservando le specifiche modalità didattiche e di ricerca, il conseguimento di tre obiettivi fondamentali:

- la diversificazione formativa;
- l’interscambio culturale tramite l’apprendimento "di qualità" di una lingua straniera;
- la conoscenza di una nazione e conseguentemente di una cultura diversa.

Il programma si concretizza nella permanenza all’estero dello studente per un periodo di norma più lungo rispetto ad altri programmi e nell’incontro e collaborazione in attività di ricerca tra docenti di nazionalità diverse. La Doppia Laurea offre inoltre allo studente la possibilità di ottenere due titoli di studio, la laurea italiana ed il corrispondente titolo straniero e di avere quindi un titolo maggiormente spendibile sul mercato del lavoro.

Il Dipartimento sta puntando allo sviluppo di questo programma internazionale e all’allargamento delle Università partner (accordi bilaterali).

In particolare, all’interno del corso di laurea in Economia e marketing internazionale sono state attivate due convenzioni di doppio diploma, una con l’Università di Applied Sciences di Augsburg (Germania) - attivata nel 2005 - e una con l’Università di Castellon - attivata nel 2008.

La possibilità di conseguimento del doppio titolo è riservata ad un numero ristretto di studenti del CLEMI, due per anno, che per il tipo di percorso “internazionale” sono i più idonei a trarre il massimo vantaggio dall’opportunità offerta. Tali studenti vengono selezionati al secondo anno di corso al fine di trascorrere il loro terzo anno di studio ad Augsburg o a Castellon, dove svolgono anche il periodo di tirocinio formativo.

Gli studenti di Augsburg o di Castellon frequentano il loro terzo anno di corso presso il nostro Dipartimento e al termine del loro percorso di studi, ottengono il Diploma di Laurea in Economia e marketing internazionale, oltre al titolo rilasciato dalla propria sede.

Gli studenti selezionati per Augsburg, una volta tornati a Modena conseguono il titolo italiano e contestualmente il titolo di Bachelor of Arts in International Management di Augsburg (Fig. 1).

Gli studenti selezionati per Castellon, invece, tornati a Modena proseguono con gli studi magistrali, ottenendo, al termine del quinquennio, il diploma di laurea magistrale in Management internazionale insieme al Grado en Administración de Empresas (ADE) della Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universitat Jaume I (Fig. 2), di durata quadriennale.

Per il doppio diploma con Castellon la facoltà di Economia aveva vinto, nel 2008, la *call* relativa all’internazionalizzazione bandita dall’Ateneo: per il biennio di finanziamento ha potuto, quindi, erogare non solo le borse di studio per gli studenti selezionati (sia italiani che stranieri) ma ha potuto anche offrire corsi *ad hoc* di lingua italiana per gli studenti spagnoli selezionati e ha potuto svolgere una efficace attività di promozione.

Ad oggi i due progetti vengono fatti rientrare all’interno del bando Erasmus per garantire una borsa di studio agli studenti selezionati.

Gli studenti, due per anno per ogni sede, per potere essere selezionati devono avere concluso, prima dell’avvio del terzo anno, gli esami del 1° e del 2° anno. Gli studenti selezionati sulla base del merito, delle competenze linguistiche e della motivazione, hanno tratto grande beneficio da questo progetto ricevendo offerte di lavoro proprio in virtù del doppio titolo conseguito.

Fig.1: Il percorso degli studenti nel doppio diploma UNIMORE- Augsburg

Studenti selezionati di Modena

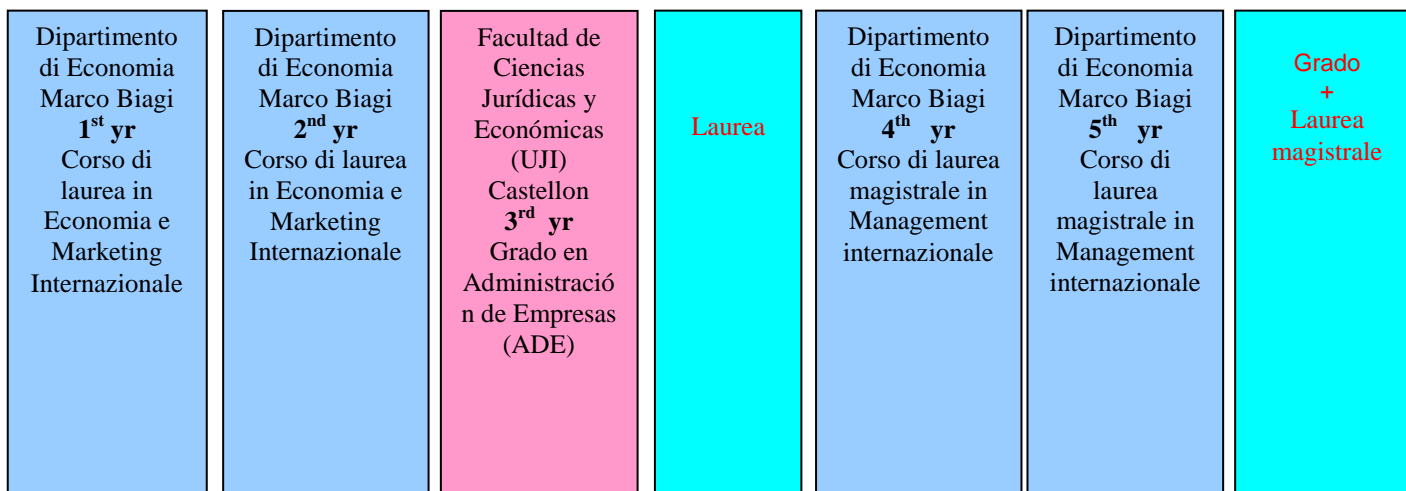


Studenti selezionati di Augsburg



Fig.2: Il percorso degli studenti nel doppio diploma UNIMORE-JAUME I (Castellon)

Studenti selezionati di Modena



Studenti selezionati di Castellon



La sperimentazione di un master (interateneo) con proiezioni e stage all'estero

Dall'anno accademico 2013/2014 è partita la prima edizione del Master "Managing in Emerging Markets" (MEM), master nato su sollecitazione di alcune imprese emiliane fortemente internazionalizzate, che hanno denunciato la difficoltà a trovare sul nostro territorio giovani neo-laureati in grado di operare sin da subito in un contesto globale e, in particolare, con una formazione specifica sui mercati emergenti. Per queste ragioni il master coniuga una solida formazione in general management internazionale con un programma di studio intensivo in un mercato emergente e con un periodo significativo di internship presso le imprese partner.

Progetto di prestigio in quanto il master nasce dalla collaborazione di tre importanti atenei emiliani: l'Università di Modena e Reggio Emilia (nei Dipartimenti di Economia e Comunicazione e Economia), l'Università di Ferrara e l'Università di Parma, con il supporto dell'Associazione Progetto Cina.

Il corso prevede due periodi di lezione, interamente in lingua inglese (uno in Italia e uno nel paese partner) e due periodi di stage (uno in Italia di 1,5 mesi e uno nel paese partner di 3,25 mesi). Per la prima edizione 2013/2014 il periodo di studio e di tirocinio all'estero sono previsti in Cina, presso imprese italiane con una sede operativa nel Paese oppure presso aziende cinesi. Alcuni studenti hanno ottenuto la sponsorizzazione da una delle imprese partner e godono di una borsa di studio integrativa offerta dall'impresa pari a € 4.000.

I partner industriali di MEM sono imprese che offrono un contributo finanziario e la disponibilità ad accogliere i partecipanti per due periodi di internship, ed in cambio ricevono un servizio mirato di formazione del personale. Le imprese partner sono inoltre coinvolte con testimonianze, progetti e sviluppo di casi didattici da trattare in aula.

Sono previsti in particolare due tipi di servizi alle imprese:

- le imprese partner potranno inviare propri dipendenti come uditori ad uno o più dei corsi previsti. La presenza in aula di questo tipo partecipanti rappresenterà per gli studenti un'interessante opportunità di contatto con soggetti esperti e qualificati;
- le imprese che hanno un piano di investimento o di introduzione dei propri prodotti nel mercato cinese ancora da realizzare, possono ottenere un aiuto per lo sviluppo del loro progetto. All'interno di alcuni moduli, gli studenti sono organizzati in gruppi e messi a lavorare sotto la supervisione di un docente sui progetti proposti dalle imprese. Lavorare su un progetto reale che poi verrà presentato all'impresa interessata ed ai docenti coinvolti costituisce per gli studenti un momento di crescita professionale molto significativo.

Al momento i partner esterni del Master sono: CONFINDUSTRIA Modena, BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA, WAMGROUP®, ACETUM, WALVOIL SpA, USCO SpA, KERAKOLL SpA.

Oltre alle sponsorizzazioni da parte delle aziende, il master ha ottenuto dalla Regione Emilia Romagna degli assegni formativi per tutti gli studenti iscritti e residenti in Regione a copertura parziale dei costi di iscrizione.

I moduli tenuti in Italia da docenti dei tre Atenei coinvolti riguardano le seguenti tematiche: Economics of the Emerging Markets - (Università di Parma); Emerging Economies: development, markets, industries - (Università di Ferrara); Managerial Accounting I - (Università di Modena e Reggio Emilia); Business in the Global Environment - (Università di Modena e Reggio Emilia); Quantitative Methods for Managers - (Università di Modena e Reggio Emilia); Managerial Accounting II - (Università di Ferrara); Organization & International HRM - (Università di Ferrara); Organizational Behaviour - (Università di Modena e Reggio Emilia); International Finance - (Università di Parma); Distribution and Sales Management I - (Università di Modena e Reggio Emilia); Distribution and Sales Management II - Bernardo Balboni (Università di Modena e Reggio Emilia); Global SCM and Logistics - (Università di Modena e Reggio Emilia); Business Ethics and CSR - (Università di Modena e Reggio Emilia); International Business Law - (Università di Modena e Reggio Emilia); Competitive Strategy - (Università di Modena and Reggio Emilia); Corporate and International Strategy - (Università di Modena e Reggio Emilia); Business Planning - (Università di Modena e Reggio Emilia); Business English - (Università di Modena e Reggio Emilia); Chinese Culture - (Università di Modena e Reggio Emilia)

La parte delle lezioni in Cina sono svolte in accordo con la School of Economics and Management della Tongji University (Shanghai), che si occupa anche di organizzare visite in azienda funzionali all'apprendimento dei contenuti svolti in aula.

Tongji University ha una importante tradizione e grande prestigio sia in ambito nazionale e internazionale. Ha attivato i corsi in Economia e Management nel 1956, ed è stata una delle prime università in Cina ad occuparsi di tali tematiche. La School of Management economica è stata fondata nel 1984 e si è fusa con la Business School per diventare la Facoltà di Economia e Management (SEM) nel 1998. SEM vanta attualmente 210 membri di facoltà, tra cui 60 professori, 74 sono ricercatori. Attualmente, ci sono più di 1500 studenti iscritti, oltre 4000 laureati (compresi laureati universitari e laureati di gradi professionali, come MBA, Master of Public Administration, Master of Ingegneria Gestionale) e dottorandi. SEM è un membro ufficiale del AACSB, EFMD, AMBA e PRME. Nel 2012 si è classificata settima tra le scuole della Cina in Eduniversal Worldwide Business School Ranking.

Le lezioni, corredate da testimonianze di imprenditori cinesi ed esperti del settore, vertono sulle seguenti tematiche: Confucianism and Chinese business culture, Introduction to Chinese economy, Consumer behavior and marketing in China, Human resource management in China, Organizational behavior in China, Supply chain management in China, Entrepreneurship in China, Strategic management in China.

Perché la Cina:

- Qualità crescente del sistema universitario e della ricerca cinese.
- Numero elevato di studenti cinesi che intendono formarsi in università internazionali, con un interesse specifico verso i corsi di economia e management.
- Elevata qualità della formazione secondaria in Cina, testimoniata dai primi posti nelle classifiche PISA.
- Importanza economica, politica e culturale della Cina. Interesse specifico della Regione, degli enti locali e soprattutto del sistema delle imprese.
- Possibilità di finanziamenti e supporto a progetti formativi e di ricerca che coinvolgano la Cina offerti dall'Associazione Progetto Cina.
- Accordi consolidati nell'area dell'economia e del management con diverse Università cinesi, tra cui Tongji, UIBE, Shanghai, Shanghai Science and Technology.

Possibili Obiettivi per il DEMB:

- Aumentare il numero e la qualità degli studenti cinesi che si iscrivono ai nostri corsi, soprattutto di secondo livello. Mobilità fortemente facilitata dalla disponibilità degli studenti cinesi ad investire nell'apprendimento della lingua italiana, grazie al Progetto Marco Polo.
- Aumentare gli scambi di docenti e studenti con università cinesi. Gli scambi (non solo con la Cina) sarebbero enormemente facilitati se almeno una laurea magistrale fosse interamente in lingua inglese.
- Consolidare il Master in *Managing in Emerging Markets* trasformandolo in "vero" master internazionale, rafforzando il rapporto con l'università partner.
- Sfruttare la rete delle relazioni con le Università cinesi per offrire tirocini formativi presso aziende localizzate in Cina.
- In collaborazione con Tongji, UIBE o altre prestigiose istituzioni, offrire ai nostri studenti l'opportunità di frequentare una *summer school* sui diversi aspetti del *doing business* in Cina.
- Progettare una nostra *summer school* destinata agli studenti cinesi nell'area dell'economia e del management (può essere ospitata presso un'università partner cinese, ad esempio la USST).
- Sviluppare collaborazioni di ricerca e progetti formativi in comune (doppi titoli) con i Dipartimenti con cui abbiamo rapporti.

La medesima sperimentazione, con la stessa valenza per il Dipartimento e per Unimore, può probabilmente essere replicata prendendo a riferimento l'America Latina e, segnatamente, il Brasile.

Di questa esperienza vanno sottolineati due aspetti che, a nostro avviso, sono molto rilevanti. Il primo è che il master è stato realizzato in collaborazione con altri tre Dipartimenti: CE di Reggio e i dipartimenti di area economica di Ferrara e di Parma, quindi su una scala di collaborazione interdipartimentale e interateneo. Il secondo è che il master ha goduto di un forte sostegno (nella forma di voucher ai partecipanti) della Regione; la terza è che il master si avvale del supporto di un ente gestore esterno al Dipartimento (in questo caso la Fondazione Marco Biagi) che consente di snellire molto procedure di straordinaria pesantezza in Unimore.

Vi certamente molte cose “piccole” che possono essere fatte per incrementare il livello di internazionalizzazione migliorando e rendendo sistematiche attività che oggi non lo sono. Pochi esempi.

- Creare un database di ateneo delle imprese con cui Unimore ha attivato convenzioni.
- Sfruttare i contatti Erasmus esistenti, per incentivare gli scambi bilaterali di stage: ogni sede mette a disposizione i propri contatti per supportare gli studenti stranieri nella ricerca di aziende presso le quali svolgere la propria esperienza di stage.
- Sottoscrivere accordi con le sedi partner extraeuropee per gli scambi bilaterali di stage: es. sfruttare la rete delle relazioni con le Università cinesi per offrire tirocini formativi presso aziende localizzate in Cina ampliando le convenzioni già in essere, es. con la Tongji University (e la sua agenzia interna di stage e placement). Creare dei pacchetti di aziende italiane interessate a specifici profili professionali (laureandi cinesi che rispondano alle esigenze dell'azienda) da offrire all'Università cinese in cambio dello stesso servizio.

In questa ottica si potrebbe ampliare l'offerta della *summer school* a cui si è fatto riferimento in precedenza ad un periodo più lungo comprensivo dello stage (1 mese di lezione focalizzato sullo studio del mercato locale e 3 mesi di stage).

Per questo bisogna preparare un materiale promozionale sintetico ed efficace da inviare alle aziende estere, con una presentazione di Unimore e una presentazione dei profili professionali formati dai nostri corsi di studio interessati al progetto e maggiormente spendibili nel mondo del lavoro.

- Sottoscrivere accordi con le Camere di commercio italiane, site principalmente in Europa, USA e America latina, in modo da accedere alla loro rete di imprese italiane nei paesi di loro competenza.

Vi è, tuttavia, un elemento che va reso esplicito: l'internazionalizzazione richiede risorse. Arrivare a un grado significativamente più alto di internazionalizzazione, corsi di eccellenza, (magistrali) e che siano tenuti da docenti e con un livello di competenze linguistiche adeguato richiede probabilmente a Unimore un cambiamento di scala: rapporti più intensi e strutturati tra i dipartimenti Unimore nella costruzione di progetti in comune; e rapporti interateneo perseguiti, voluti e promossi congiuntamente in ambiti territoriali più estesi di quello su cui può insistere Unimore. Offrire una laurea magistrale di carattere internazionale che abbia le caratteristiche descritte (e non vada a scapito della qualità dell'offerta in italiano) oggi, per molti dipartimenti di Unimore, è possibile in modo credibile soltanto alle condizioni indicate. La scala indicata – interdipartimentale e interateneo –, in molti casi, è l'unica a render disponibile un numero congruo di docenti e di PTA dedicato, segreteria almeno bilingue, siti in lingua curati, aggiornati e attraenti, e così di seguito. La formazione di nuove figure professionali – che abbiano, ad esempio, padronanza di una lingua veicolare, e familiarità con l'impresa e le nuove tecnologie – delle quali, con tutta evidenza vi è una domanda crescente, è impensabile se non nella costruzione di progetti che travalicano le competenze dei singoli dipartimenti. La stessa creazione di una scuola - sulla falsa riga di Alma Graduate School – che si occupi di una offerta ampia di master di diverso livello facendosi carico degli aspetti

gestionali e di curare i rapporti con sedi partner e a cui facciano capo iniziative leggere (summer school e simili) richiede probabilmente una quantità di risorse che, da sola, probabilmente Unimore oggi non ha.

Restano cose non meno importanti, anzi fondamentali per costruire una competenza e sperimentare nuove procedure, ma certamente di dimensione più contenuta. Di seguito a partire dalle esperienze di doppio diploma e di master del DEMB, descritte nelle pagine precedenti, se ne forniscono due esempi che riflettono i progetti più recenti in quest'ambito, ancora in fase di disegno o di sperimentazione.

Va osservato a margine, ma non è irrilevante per Unimore, che perché anche queste esperienze – e qui il riferimento è esclusivamente ai master - non abbiano a morire soffocate da un regime normativo che li equipara agli ordinari corsi di studio, è indispensabile e urgente una semplificazione della gestione amministrativa, seguendo il modello adottato da altri atenei.

APPENDICE V: Schede progetto sul potenziamento dell'offerta formativa internazionale

A.2.4) Potenziamento dell'offerta formativa relativa ai corsi di lingua straniera di I, II e III livello anche in collaborazione con Atenei di altri paesi con rilascio di Titolo congiunto e/o del Doppio Titolo

Titolo del progetto: Un ponte verso i paesi emergenti – A Bridge-to-Brics

Dipartimento proponente: DEMB

Punti di debolezza del Dipartimento	<p>I principali punti di debolezza del Dipartimento possono essere riassunti come segue:</p> <ul style="list-style-type: none">• mancanza di risorse per finanziare principalmente borse di studio agli studenti e una campagna di comunicazione efficace• problema gestionale perché al momento esse3 non gestisce la figura dello studente in doppio diploma• per i doppi diplomi esistenti in ambito europeo potenziamento delle seconde lingue straniere e attività mirate di presentazione e preparazione degli studenti in scambio (preparazione linguistica ad hoc) <p>in vista dei DD con paesi extraeuropei mancanza di un supporto tecnico per le problematiche amministrative (es. visti)</p>
Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	<p>Questa iniziativa offre grandi opportunità non solo per gli studenti che ne usufruiscono, ma anche per il tessuto imprenditoriale che in futuro potrà avvalersi di manager “bivalenti”, superando le barriere che, ancora in parte, frenano l'internazionalizzazione del nostro sistema economico.</p> <p>La possibilità di partecipazione ad un doppio diploma è inoltre un criterio di crescente importanza nella scelta di immatricolazione degli studenti. L'Ateneo di Modena e Reggio Emilia e il DEMB potranno beneficiare dell'iniziativa sia in termini di reputazione e di visibilità, sia in termini di miglioramento nella capacità di attrazione di studenti. L'accordo e l'esperienza di coordinamento e gestione derivante dal doppio diploma consentirà inoltre al nostro ateneo di attivare una nuova relazione di partnership con un'università straniera con cui al momento non sono in corso convenzioni. Il doppio diploma darà la possibilità ai due atenei di conoscersi, istituzionalizzando la relazione, e di attivare altri progetti, non solo di mobilità di studenti e docenti, ma anche di ricerca.</p> <p>Per la selezione degli studenti da parte di ciascuna Università viene fissata la seguente procedura:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Domanda di candidatura con motivazione (bando di concorso annuale); certificazione degli esami sostenuti; certificazione di conoscenza della lingua e curriculum vitae in lingua inglese; eventuali certificazioni

	<p>linguistiche attestante il livello di conoscenza della lingua inglese;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Test di conoscenza di lingua inglese (scritto e/o orale), anche se ogni Università può preventivamente stabilire motivati casi di esonero. <p>Al fine del coordinamento e della gestione del programma è prevista l'attivazione di una specifica Commissione bilaterale, con il compito di coordinare il programma di doppio diploma e definire i rispettivi piani degli studi da osservare per conseguire il doppio titolo. Durante il periodo di studi all'estero, gli studenti dovranno infatti attenersi al piano degli studi proposto dalla Commissione bilaterale ed approvato dai competenti organi didattici.</p> <p>All'interno poi di ciascun Dipartimento sarà istituita una specifica commissione per la selezione dei partecipanti.</p> <p>Il lancio del progetto verrà effettuato durante l'A.A. 2015/2016 con un piano di comunicazione bilaterale: ogni sede organizzerà una serie di iniziative di diffusione dell'iniziativa presso gli studenti iscritti ai rispettivi corsi di studio coinvolti. Si provvederà inoltre a dare particolare visibilità al progetto sui rispettivi siti internet di ateneo e dipartimento. Ogni anno verrà organizzata una giornata informativa presso la sede partner presentando il percorso di doppio diploma e gli atenei di appartenenza coinvolti. Materiali informativi <i>ad hoc</i> sul progetto e sulle rispettive città ospitanti verranno consegnati presso la sede partner. Al fine in particolare di attrarre gli studenti stranieri, il dipartimento intende attivarsi per offrire un campus (agosto/settembre) di perfezionamento della lingua italiana in modo tale da agevolare gli studenti cinesi in entrata.</p> <p>Il Dipartimento offre inoltre corsi di lingua cinese agli studenti selezionati per il progetto.</p> <p>Sono stati inoltre avviati i contatti con la Xi'an Jiaotong – Liverpool University (XJTLU) per lo sviluppo di programmi congiunti (<i>study tour</i> o anche collaborazioni più impegnative quale un double degree). Questa università è molto interessante perché offre un'ampia offerta di corsi di management (da programmi undergraduate a MBA) e perché è localizzata a Suzhou, una città a circa 100 km da Shanghai presso la quale si trova il più grande parco industriale italiano al di fuori dell'Italia (80 aziende manifatturiere che impiegano 12.000 persone, investimenti cumulati nell'intorno dei 700 milioni di euro e un fatturato aggregato 2012 che ha superato il miliardo di euro).</p> <p>Progetti analoghi possono essere estesi anche a altre sedi universitarie e non tutte né necessariamente in paesi emergenti. Vi sono da tempo contatti con la Hamline University per la definizione di un progetto di doppio diploma tra il corso di laurea in <i>Economics</i> della Hamline e il nostro corso di laurea in Economia e finanza. L'accordo, già in stato avanzato di definizione, si è momentaneamente fermato per il cambiamento degli organi accademici della università partner. Il Dipartimento conta di riprendere il progetto nel corso dei prossimi mesi.</p>
<p>Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:</p>	
<p>Nome iniziativa/progetto:</p>	<p>Nome del progetto: Un ponte verso i paesi emergenti – A Bridge-to-Brics</p> <p>Doppio Diploma Modena- Xi'an Jiaotong – Liverpool University (XJTLU)</p>

<p>Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:</p>	<p>Le attività previste sono le seguenti Azione 1: contatti telematici con il Direttore dell'International MBA programme presso l'International Business School Suzhou (IBSS) Azione 2: visita tra maggio e giugno della sede universitaria cinese per raccogliere le informazioni puntuali in merito alla offerta formativa (corsi di studio attivati e programmi dei singoli insegnamenti) Azione 3: valutazione dei programmi di studio e verifica della fattibilità del progetto Azione 4: sottoscrizione di accordo con la sede cinese per collaborazioni sia in ambito didattico che di ricerca (accordo quadro) Azione 5: concordato il piano degli studi comune con la sede partner, predisposizione del materiale necessario per la delibera degli organi accademici competenti</p>
<p>Cronoprogramma <i>(eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</i></p>	<p>Nel gennaio 2014 sono stati presi i contatti con il Direttore dell'International MBA programme presso l'International Business School Suzhou (IBSS) Durante maggio-giugno 2014 visita della sede universitaria cinese per raccogliere le informazioni puntuali in merito alla offerta formativa (corsi di studio attivati e programmi dei singoli insegnamenti) Settembre - dicembre 2014: verifica dei programmi di studio, predisposizione del piano degli studi comune, passaggio negli organi accademici Primavera 2015: selezione degli studenti per la partenza nel settembre 2015</p>
<p>Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento</p>	<p>Nella fase di sperimentazione i costi sono molto contenuti.</p> <p>A . Costi organizzativi: - visti e costi amministrativi: euro 600 (visti per un anno docenti e studenti) - progettazione grafica dei materiali da stampa (logotipo, brochure, locandine, cartelline, adesivi): euro 2.500 - stampa dei materiali: euro 700 (per locandine e brochure) all'anno - gadgets: euro 1.000 - tutoring/orientamento, formazione linguistica (italiano + cinese): euro 10.000 all'anno - traduzione dei materiali pubblicitari in lingua inglese: euro 300 - traduzione delle pagine web del sito interessate al progetto in cinese: euro 500</p> <p>B. Costi di mobilità degli studenti (viaggio e soggiorno) 2 studenti Unimore potranno partecipare al progetto per anno accademico. Si prevede una spesa pro-capite per la loro mobilità di € 6.000, ovvero una previsione di spesa complessiva pari a : € 12.000 all'anno.</p>

2 studenti cinesi potranno partecipare al progetto per anno accademico. Si prevede una spesa pro-capite per la loro mobilità di € 6.000, ovvero una previsione di spesa complessiva pari a : € 12.000 all'anno.

C. Costi di mobilità del personale italiano (viaggio e soggiorno)

Al coordinamento, promozione e gestione del programma potranno prendere parte i seguenti docenti:

Si prevede una visita annuale, di almeno quattro giorni ciascuna, effettuate in team per la definizione del progetto e poi individualmente a seconda delle necessità emerse dalla gestione del programma.

Previsione di spesa complessiva: € 5.000,00 all'anno (per due persone)

D. Costi di mobilità del personale straniero (viaggio e soggiorno)

Si prevede una visita annuale, di almeno quattro giorni ciascuna, effettuate in team per la definizione del progetto e poi individualmente a seconda delle necessità emerse dalla gestione del programma.

Previsione di spesa complessiva: € 5.000,00 all'anno (per due persone)

Totale costi (per il primo anno): **€ 49.600**

OBIETTIVO DI SISTEMA: A) PROMOZIONE DELLA QUALITA' DEL SISTEMA UNIVERSITARIO

A.2) PROMOZIONE DELL'INTEGRAZIONE TERRITORIALE ANCHE AL FINE DI POTENZIARE LA DIMENSIONE INTERNAZIONALE DELLA RICERCA E DELLA FORMAZIONE:

A.2.4) Potenziamento dell'offerta formativa relativa ai corsi di lingua straniera di I, II e III livello anche in collaborazione con Atenei di altri paesi con rilascio di Titolo congiunto e/o del Doppio Titolo

Titolo del progetto: MEM – Master in Emerging Markets

Dipartimento proponente: DEMB

Co-promotori: CE-Unimore, Unife, Unipr

Punti di debolezza del Dipartimento	(cf. progetto precedente)
Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	<p>Il progetto è la prosecuzione del programma avviato nell'a.a. in corso in collaborazione con altri tre Dipartimenti emiliani (CE di Reggio Emilia e i Dipartimenti di Economia di Parma e Ferrara).</p> <p>Per l'offerta formativa futura il Master punta ad attrarre un numero maggiore di iscritti, attraverso una campagna pubblicitaria mirata e capillare e a potenziare la didattica, ampliando la rete di rapporti con università di altri paesi emergenti.</p> <p>In queste settimane sono stati presi contatti con la Regione Emilia Romagna e con ICE, per valutare la loro partecipazione al master nelle edizioni future.</p> <p>Sono anche in fase di definizione contatti con alcune università in India e Russia: obiettivo è avere un numero tale di iscritti tale da potere offrire due diversi percorsi formativi all'estero, uno in Cina (sempre in accordo con la Tongji University) e uno in India o Russia.</p> <p>L'accordo – in fase di perfezionamento con ICE - permetterà di arricchire l'offerta didattica con l'introduzione di lezioni tenute da docenti dell'Istituto su tematiche specifiche.</p> <p>Si sta inoltre rimodulando l'organizzazione didattica del corso per anticipare l'avvio delle lezioni da novembre ad ottobre in modo da concludere il Master entro novembre 2015 e da permettere agli interessati di iscriversi ai corsi di laurea magistrale dell'Ateneo entro dicembre.</p>

	<p>Infine è stato già sottoscritto con la Tongji University un accordo che il Dipartimento si propone di ampliare per offrire a tutti gli interessati la partecipazione ad una <i>summer school</i> creata congiuntamente dai due atenei, da inserire all'interno dell'offerta formativa di Unimore.</p> <p>La <i>summer school</i> ricalcherebbe il piano degli studi già concordato per gli studenti del master MEM e rilascerebbe agli studenti iscritti un attestato finale di partecipazione con voto relativo alla prova finale, spendibile perciò ai fini del riconoscimento di crediti formativi all'interno delle proprie carriere universitarie.</p> <p>Per l'offerta formativa futura il Master punta ad attrarre un numero maggiore di iscritti, attraverso una campagna pubblicitaria mirata e capillare e a potenziare la didattica, ampliando la rete di rapporti con università di altri paesi emergenti.</p> <p>In queste settimane (oltre che con ICE) sono stati presi contatti con la Regione Emilia Romagna, per valutare la partecipazione al master nelle edizioni future.</p>
<p>Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:</p>	
<p>Nome iniziativa/progetto:</p>	<p>Master in Emerging Markets</p>
<p>Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:</p>	<p>Azione 1: Definizione di accordi con la Regione Emilia Romagna e con ICE per: la promozione capillare e mirata del corso di studio presso gli Atenei consorziati e gli altri Atenei della Regione o Regioni confinanti; concessioni di borse di studio per gli iscritti, a copertura totale o parziale dei corsi di iscrizione; potenziamento dell'offerta formativa con l'introduzione di moduli su temi specifici tenuti da esperti del settore</p> <p>Azione 2: Contattare le aziende potenzialmente interessate al progetto attraverso le associazioni di categoria o le camere di commercio del territorio. Creazione di materiali <i>ad hoc</i> di presentazione del corso per un proficuo ritorno (in termini pratici e di immagine) del loro coinvolgimento.</p> <p>Azione 3: Contattare gli atenei consorziati (Ferrara e Parma) per la definizione di una linea comune di indirizzo in merito alla definizione di nuovi accordi nei paesi emergenti</p> <p>Azione 4: con un team di scala regionale prendere accordi con Ambasciate/Consolati italiani e Camere di commercio in India e Brasile, ICE per la presentazione di MEM e la valutazione della fattibilità di estendere il progetto in tali Paesi.</p>
<p>Cronoprogramma (eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • • Alla fine del 2013 sono stati presi i contatti con la Regione e ICE • Nella prima parte del 2014 vengono implementati i rapporti con le imprese e creato il team per la presentazione del progetto, oltre che in Cina, in India e Brasile; verranno inoltre chiuse le convenzioni con Regione e ICE

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Nella seconda parte del 2014 partirà la seconda parte del Master e si metteranno a punto i percorsi di studio all'estero |
|--|--|

Parte VI – I servizi per la mobilità internazionale degli studenti

Il Dipartimento è cresciuto nella sua dimensione internazionale, relativamente alla didattica, soprattutto grazie all'azione del programma Erasmus. All'interno degli scambi Erasmus, l'attuale afflusso in entrata è per gran parte costituito da studenti provenienti dalla Spagna e, in misura più limitata, da Francia, Germania, Est UE. Al contrario le richieste da parte degli studenti di Economia sono concentrate soprattutto verso i paesi di lingua inglese (in modo particolare Regno Unito, Irlanda, Paesi Bassi, Olanda, Paesi Scandinavi e Baltici). Il DEMB ha sottoscritto bilateral agreement con 60 sedi europee.

Anche le convenzioni extra-erasmus attivate sono una trentina (da cui attingiamo per attivare le borse di studio del programma More Overseas).

Oltre ai programmi istituzionali, molte le iniziative specifiche del DEMB: convenzioni con Enti e imprese per il finanziamento di borse di studio per stage o progetti di tesi all'estero; proposte di study tour (es. Arizona State University, Tallinn, Modena per gli studenti della Hamline University); Corso di specializzazione in Diritto del lavoro sul tema della “*Tutela da segurança nos locais de trabalho*”; Corso di formazione in Diritto del lavoro sul tema de “La tutela della sicurezza nei luoghi di lavoro”.

In merito alla mobilità in entrata, c'è una notevole difficoltà nell'attrarre studenti dalle sedi settentrionali e continentali, con il rischio che in prospettiva non si rinnovano gli accordi con le sedi per uno sbilanciamento nelle relazioni di scambio a loro svantaggio. La scarsa attrattiva su sedi per noi interessanti è per gran parte dovuta allo scoglio linguistico, che ostacola la domanda da parte di possibili studenti *incoming*.

La scelta di mettere una soglia minima per l'accesso ai corsi di lingua italiana (livello A2) offerti dal CLA, se da un lato rispecchia una scelta condivisibile (si accettano studenti che abbiano già un livello di conoscenza della lingua sufficiente per seguire le lezioni e i corsi di lingua servono a potenziare le loro competenze), da un altro ha disincentivato l'arrivo di studenti da sedi in cui la lingua italiana non viene studiata, che un tempo compensavano il gap conoscitivo con i corsi del CLA (corso intensivo + corso durante il semestre).

Anche la mancanza sia di una residenza universitaria che di un supporto alla ricerca di un alloggio, ha creato non pochi malumori tra i partner.

Una volta arrivati a Modena, gli studenti sono soddisfatti del loro soggiorno, sia in termini di servizi che di strutture che di offerta didattica: la difficoltà è farli arrivare qui.

APPENDICE VI: Schede progetto sui servizi per la mobilità internazionale degli studenti

A.2) PROMOZIONE DELL'INTEGRAZIONE TERRITORIALE ANCHE AL FINE DI POTENZIARE LA DIMENSIONE INTERNAZIONALE DELLA RICERCA E DELLA FORMAZIONE:

A.2.5) Potenziamento della mobilità a sostegno di periodi di studio e tirocinio all'estero degli studenti

Titolo del progetto: International week Unimore

Dipartimento proponente: DEMB

Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2013, con relativa descrizione	<p>Al fine di pubblicizzare in ambito internazionale Unimore e il nostro Dipartimento abbiamo pensato di organizzare per la primavera 2015 un International Week, che coniugherà sia un'offerta di corsi e attività aperta a tutti gli studenti interessati, anche internazionali, che l'IPC [Interuniversity Cooperation Program] meeting.</p> <p>L'evento verrà organizzato alla fine del mese di maggio e sarà diviso in due momenti:</p> <ul style="list-style-type: none">- Da lunedì a mercoledì: una serie di attività quali seminari, visite in azienda, presentazione dei programmi internazionali del dipartimento agli studenti- Da giovedì a venerdì: ICP meeting, l'incontro annuale che si svolge tra i coordinatori erasmus e/o i responsabili degli uffici internazionali di un numero elevato di sedi europee. <p>Durante le prime tre giornate, oltre il benvenuto da parte dei rappresentanti degli organi accademici e delle Istituzioni, saranno previsti:</p> <ul style="list-style-type: none">- seminari su tematiche di attualità di ambito internazionale (es. Integrazione europea, doing business in China and other Emerging Countries)- testimonianze da parte di imprenditori o manager delle imprese del territorio- visite guidate in aziende del territorio, funzionali alle tematiche presentate in aula- presentazione dei programmi internazionali di mobilità attivati dal Dipartimento e delle sedi partner- laboratori interattivi (es. simulazione di una sala contrattazioni)- visita guidata di Modena- attività ludiche serali <p>Per la presentazione dei programmi internazionali di UNIMORE verrà previsto uno spazio in cui saranno esposti i materiali inviati dalle diverse sedi partner e dove gli studenti incoming potranno illustrare agli interessati le proprie sedi universitarie (student fair).</p>
---	---

Verrà inoltre predisposto un corner con la presentazione dei prodotti di eccellenza del territorio, in collaborazione con la Camera di Commercio di Modena.

In merito invece ai laboratori di trading si pensa di contattare Directa S.I.M.p.A. che organizza annualmente le "Universiadi del trading" on line. Il corso di laurea magistrale in Analisi consulenza e gestione finanziaria ha partecipato negli anni scorsi a questa competizione piazzandosi sempre nei primi posti a livello europeo.

Per questo laboratorio, che potrà offrire agli studenti l'opportunità di un contatto concreto con i mercati finanziari attraverso il trading on line, ci potremmo avvalere delle competenze e dell'esperienza maturata negli anni da Directa S.I.M.p.A. Potranno essere inoltre pensati laboratori alternativi su tematiche diverse.

Delle attività ludiche (gestione del tour della città e delle attività serali) si occuperà l'associazione ESN Modena.

Si pensa di coinvolgere nelle attività dell'International Week tutti i Dipartimenti Unimore interessati, il Centro E-learning di Ateneo per gli aspetti multimediali (riprese delle attività, Radio Rumore), il Comune e la Provincia di Modena, e, se interessati, gli Atenei di Parma e Ferrara. .

Nelle due giornate successive si terrà l'ICP meeting, che coinvolgerà le seguenti Università:

- Central Ostrobothnia University of Applied Sciences - Kokkola
- École Supérieure du Commerce Extérieur - Parigi
- Haagse Hogeschool / The Hague University
- University of Applied Sciences Western Switzerland Valais - Wallis
- Hochschule Augsburg
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- Hochschule Luzern
- Hochschule Pforzheim
- Inholland University of Applied Sciences Rotterdam
- Lessius Hogeschool - Antwerpen
- Molde University College
- Universidad CEU San Pablo - Madrid
- Universidad de Salamanca
- Universidad de Zaragoza
- University of Huddersfield
- University of Southern Denmark

	<ul style="list-style-type: none"> - University of Westminster - London - ZHAW School of Management and Law - Zurich <p>Nella prima e nella mattinata della seconda giornata del meeting si svolgeranno gli incontri dei coordinatori/rappresentanti degli uffici rapporti internazionali per discutere di: stato dell'arte in merito alla mobilità studentesca tra le sedi coinvolte, novità e cambiamenti per l'anno accademico successivo, predisposizione di progetti di didattica e/o ricerca per l'anno accademico successivo, programmazione degli scambi studenti (eventuale aggiornamento di numero studenti o mesi in scambio). Nel pomeriggio del venerdì sarà prevista una escursione in un luogo rappresentativo del territorio.</p> <p>All'International week si potranno collegare anche le iniziative relative all'Expo, illustrate nella scheda specifica, compatibilmente con le tempistiche dei diversi eventi.</p> <p>Questa iniziativa rappresenta il punto di partenza per dare una maggiore visibilità internazionale all'Ateneo, fare conoscere le nostre strutture, i nostri servizi e il nostro territorio (con i suoi punti di eccellenza). A questa iniziativa dovrà seguire una politica di Ateneo volta ad incentivare l'internazionalizzazione in termini di offerta formativa in lingua inglese. A fronte della dinamica nel panorama italiano ed europeo, un adeguamento in tale senso è un presupposto necessario per non penalizzare la competitività dell'Ateneo ed il dialogo con altre Università estere con cui siamo stati fino ad ora consorziati o con cui potremmo attivare nuove collaborazioni.</p>
Nome iniziativa/progetto:	International Week UNIMORE
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<ul style="list-style-type: none"> - Presentazione del progetto ai delegati ai rapporti internazionali dei Dipartimenti di Unimore, Ferrara e Parma per raccogliere le adesioni alla partecipazione - Incontrare la Camera di Commercio di Modena, il Comune e la Provincia per illustrare il progetto e stabilire disponibilità e ambiti di collaborazione. - Elaborare una bozza di programma con gli ambiti tematici dei seminari - Incontrare Directa S.I.M.p.A per illustrare il progetto e verificare il loro interesse a collaborare - Contattare i docenti UNIMORE per verificare la loro disponibilità a tenere dei seminari - Contattare le sedi partner (italiani e stranieri) per raccogliere le disponibilità dei loro docenti a partecipare e tenere dei seminari - Coinvolgere ESN sulla parte di loro competenza - Organizzare la parte logistica: stabilire convenzioni con alberghi, attività commerciali; raccogliere preventivi per cene e catering - Predisporre il programma definitivo dell'evento e darne comunicazione (pagine in primo piano sui siti web interessati all'evento, predisposizione di una form on line di adesione) - Predisposizione di un indirizzo mail specifico per rispondere alle richieste degli interessati e dei partecipanti - Decidere i gadget di Ateneo e dare mandato per la loro produzione - Organizzare con il CEA la parte multimediale

	<ul style="list-style-type: none"> - Prenotazione degli alberghi e delle cene per relatori e del catering
Cronoprogramma	<ul style="list-style-type: none"> - Aprile 2014: incontro con i Dipartimenti di Unimore, Ferrara e Parma, Camera di Commercio, Comune e Provincia di Modena, Directa - Aprile 2014: predisposizione bozza di programma, contatto docenti Unimore - Maggio 2014: comunicazione ai partner (sfruttando l'ICP meeting del 2014 ad Augsburg) - Giugno-luglio 2014: predisposizione della parte logistica e organizzativa - Settembre-ottobre 2014: definizione del programma definitivo, predisposizione parte web - Ottobre 2014: pubblicazione su portali web e invio mail - Novembre 2014- aprile 2015: raccolta iscrizione partecipanti - Marzo-aprile 2015: definizione degli ultimi aspetti organizzativi e degli aspetti tecnici - Maggio: evento
Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	<p>A . Costi organizzativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Progettazione grafica dei materiali da stampa (logotipo, brochure, locandine, cartelline, adesivi): euro 2.500 - stampa dei materiali: euro 700 (per locandine e brochure) - gadgets: euro 1.000 - traduzione dei materiali pubblicitari in lingua inglese: euro 300 - traduzione delle pagine web del sito interessate al progetto in inglese: euro 500 - servizio accoglienza: euro 2.000 - servizi multimediali: euro 1.000 <p>B. Costi per l'accoglienza del personale straniero</p> <ul style="list-style-type: none"> - rimborso viaggi relatori: euro 5.000 - compenso relatori: euro 5.000 - Alloggio per relatori e partecipanti ICP Meeting: euro 18.000 - Catering per coffee break e pranzi: euro 2.000 - 2 cene per relatori e partecipanti ICP Meeting: euro 4.000 - Spostamenti e visite: euro 300 <p>Costi diretti stimati: € 42.300</p>

Parte VII – La dimensione internazionale della ricerca

In quest'ambito ogni area di ricerca ha un qualche collegamento con ricercatori di altri paesi che può essere migliorato e potenziato. Anche qui, come per la didattica, è difficile pensare a progetti che, su scala puramente dipartimentale – o anche a partire da buone pratiche dei dipartimenti – consentano di far fare un significativo passo in avanti all'ateneo.

Ci limitiamo a ricordare quella che, in termini di collaborazione continuativa con enti di ricerca stranieri, è stata l'esperienza più significativa del DEMB in questi anni. Segue un progetto di collaborazione interateneo tra gli atenei Emiliani (Unimore, UniFE e UniPR), condiviso con DCE.

OBIETTIVO DI SISTEMA: A) PROMOZIONE DELLA QUALITA' DEL SISTEMA UNIVERSITARIO

A.2) PROMOZIONE DELL'INTEGRAZIONE TERRITORIALE ANCHE AL FINE DI POTENZIARE LA DIMENSIONE INTERNAZIONALE DELLA RICERCA E DELLA FORMAZIONE:

A.2.1) Programmazione e realizzazione di obiettivi congiunti tra università e enti di ricerca

Titolo del progetto: CEPR Modena Conference on Growth in Mature Economies

Dipartimento proponente: DEMB

Per ogni iniziativa/progetto indicato, riportare:	
Nome iniziativa/progetto:	CEPR Modena Conference on Growth in Mature Economies
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<p>L'azione consiste nel sedimentare l'organizzazione di una serie di conferenze annuali organizzate dal Center for Economic Research (RECent) del Dipartimento di Economia Marco Biagi di Unimore in collaborazione con il Centre for Economic Policy Research (CEPR) di Londra. I responsabili sono rispettivamente Graziella Bertocchi per Unimore e Lucrezia Reichlin della London Business School per il CEPR. Per il 2014 è già in programma la terza edizione.</p> <p>L'argomento scelto per la serie di conferenze è la questione della crescita in economie mature, quali l'Europa e il Nord America. L'intento è di esplorare i canali della crescita in aree economiche dove, dato l'alto livello di reddito pro capite, non si può crescere solo per accumulazione di capitale e dove l'alto livello di indebitamento ereditato dalla crisi finanziaria ha lasciato uno spazio limitato al motore tradizionale della politica fiscale.</p> <p>A confronto di altri convegni con taglio strettamente accademico, la presente iniziativa ha l'ambizione di attrarre partecipanti impegnati alla frontiera della ricerca ma anche interessati a una riflessione su questioni direttamente rilevanti per la politica economica. E' previsto anche un policy panel aperto al pubblico.</p>

	L'obiettivo finale del progetto è la creazione di un evento annuale in cui ricercatori europei nel campo dell'economia si ritrovino in un luogo stabile e interagiscano con i fautori della politica economica, coinvolgendo anche un pubblico più ampio. L'iniziativa sia nella fase di lancio che in quella finale ha l'ambizione di divenire un evento di riferimento della ricerca economica europea. Si tratta infatti di un evento unico nel suo genere in ambito europeo.
Cronoprogramma <i>(eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)</i>	Il periodo di svolgimento dell'iniziativa è inizio novembre. A gennaio è già iniziata la discussione sui temi specifici da affrontare nel 2014. Il programma sarà disponibile a luglio 2014. Analogamente si intende procedere per le edizioni successive.
Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	Le risorse richieste dall'iniziativa sono pari a euro 70.000 per ogni edizione. Le prime due edizioni sono state realizzate con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Modena (pari a euro 50.000) e con il cofinanziamento di RECent e CEPR (in mesi/persona, per un totale di euro 20.000).

A.2.1) Programmazione e realizzazione di obiettivi congiunti tra università e enti di ricerca

Titolo del progetto: EmiliaLab – Economic Research Laboratory

Dipartimento proponente: DCE e DEMB

Punti di forza del Dipartimenti proponenti	<p>Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia e il Dipartimento di Economia Marco Biagi hanno acquisito nel corso del tempo competenze scientifiche altamente qualificate e alcuni membri del dipartimento hanno visto finanziati in passato progetti PRIN ed Europei consistenti. Nel recente passato i due dipartimenti hanno inoltre formalizzato in una convenzione quadro l'istituzione di un centro di ricerca Interteneo (EmiliaLab, Economic Research Laboratory) che prevede l'istituzione di rapporti collaborativi di ricerca tra i membri del Dipartimento di Economia Marco Biagi e Comunicazione ed Economia (sede di Reggio Emilia), di Economia dell'Università degli Studi di Parma, di Economia e Management dell'Università degli studi di Ferrara, sin dalla fine del 2012 si è impegnato per la costituzione di un laboratorio di ricerca interateneo (EmiliaLab, Economic Research Laboratory).</p> <p>Tra gli scopi istituzionali del Centro è possibile collocare il coordinamento di ricerche scientifiche interdisciplinari sui risvolti del sisma del 2012 dell'Emilia Romagna, sull'economia della Regione nonché sulla ricostruzione e rilancio della stessa, oltre che su altre materie di interesse scientifico per i membri dei dipartimenti, individuate dal Consiglio del Centro. La convenzione quadro tra gli Atenei è stata approvata nel corso del 2013.</p> <p>La costituzione del centro di ricerca inter-ateneo costituisce la premessa istituzionale, già esistente ed approvata dagli organi, per integrare e coordinare attività di ricerca tra enti accreditati dalla VQR (Università), per le quali il Dipartimento può proporre competenze scientifiche altamente qualificate</p>
Punti di debolezza del Dipartimento	<p>Pur nell'ambito di un processo in atto di integrazione multidisciplinare delle competenze esistenti all'interno del dipartimento, i rapporti di collaborazione tra le Università regionale si sono manifestate in modo non sistematico e sono state alimentate da relazioni di ricerca preesistenti e collaborazioni informali tra i membri dei Dipartimenti coinvolti.</p>
Obiettivi da raggiungere e iniziative/progetti per il triennio 2013-2015, con relativa descrizione	<p>Per agevolare l'integrazione delle attività di ricerca tra i dipartimenti con competenze nelle discipline economiche e sociali delle Università di Ferrara, Modena e Reggio Emilia e Parma si propone l'istituzione di un gruppo di ricerca regionale che, nel biennio, abbia due finalità</p> <ul style="list-style-type: none">a. La attivazione di una linea di ricerca sugli effetti del sisma del 2012;b. La attivazione di un laboratori permanente su: Food Marketing

	Di seguito vengono descritte le due linee di attività
Nome iniziativa/progetto:	Attività di ricerca congiunta – Food Marketing –(Responsabili e coordinatori scientifici, Tiziano Bursi (DEMB), Giovanna Galli e Marcello Tedeschi (DCE))

Obiettivi da raggiungere sul progetto Food Marketing per il triennio 2013-2015, con relativa descrizione	Costituire un osservatorio permanente che abbia lo scopo di monitorare l’atteggiamento nei confronti dei cibo, modelli di acquisto e consumo. - Strategie di branding ed internazionalizzazione delle imprese delle filiere agro-alimentari italiane
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<p>Il progetto richiede lo svolgimento delle seguenti azioni:</p> <p>Azione 1 (A1): Attività di ricerca preliminare sullo stato dell’arte e prime evidenze empiriche sui contenuti indicati nella presentazione del progetto</p> <p>Azione 2 (A2): Presentazione dei risultati di ricerca in occasione del convegno annuale SIM 2014 (settembre 2014)</p> <p>Azione 3 (A3): Costituzione del gruppo di ricerca permanente, con definizione puntuale delle linee di ricerca dell’osservatorio, delle competenze rese disponibili da ciascun Dipartimento e delle modalità di diffusione dei risultati</p> <p>Azione 4 (A4): Stesura di convezioni applicative della Convenzione quadro indicata in precedenza, per la definizione del contributo e della mobilità dei docenti tra atenei ai sensi dell’art. 6, comma 11, legge 240/2010. Definizione dei costi di esecuzione della ricerca relativa alla prima edizione dell’osservatorio</p> <p>Azione 5 (A5): Esecuzione attività di ricerca e presentazione della prima edizione dei lavori dell’osservatorio</p>

Cronoprogramma (eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)	Anno 2014												Anno 2015												
	Mese	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	A1																								
A2																									
A3																									
A4																									
A5																									

Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	<p>Risorse finanziarie esistenti e da acquisire a co-finanziamento:</p> <p>Azione 1 (A1): Attività di dipartimento – Finanziatori esterni istituzionali e non</p> <p>Azione 2 (A2): Attività di dipartimento – Finanziatori esterni istituzionali e non</p> <p>Azione 3 (A3): Attività di dipartimento – Finanziamento sui fondi di ricerca dei singoli dipartimenti</p> <p>Azione 4 (A4): Integrazione della dotazione di ricerca del dipartimento di Comunicazione ed Economia e di Economia e dei finanziamenti esterni – Cofinanziamento richiesto per € 80.000, con finanziamento esterno di</p>
---	--

	<p>pari importo. Disponibilità dell'Ateneo a convenzionare l'attività del personale docente e ricercatore dei due dipartimenti per attività di ricerca congiunte con gli altri atenei della regione Azione 5 (A5): Attività di dipartimento – Finanziatori esterni istituzionali e non</p>
<p>Nome iniziativa/progetto:</p>	<p>Attività di ricerca congiunta – La ricostruzione post-sisma per uno sviluppo sostenibile (prof. Margherita Russo, coordinatore scientifico)</p>
<p>Obiettivi da raggiungere sul progetto Ricostruzione post-sisma per il triennio 2013-2015, con relativa descrizione</p>	<p>Un primo obiettivo del progetto è offrire alla comunità scientifica e ai policy maker una prospettiva multidimensionale per l'analisi dei cambiamenti socio-economici sollecitati dagli eventi sismici del maggio 2012 in Emilia. In particolare, si intende evidenziare quali condizioni rendono possibile favorire – nell'evoluzione post-sisma - percorsi innovativi di sviluppo sostenibile (dal punto di vista ambientale e sociale) che migliorino la qualità delle <i>capabilities</i> di chi vive in quell'area e di che viene attratto a risiedere nell'area grazie ai progetti sviluppo che si metteranno in atto a livello locale.</p> <p>Un secondo obiettivo (che conserva una sua autonomia, pur essendo funzionale al raggiungimento del precedente) è delineare un metodo di monitoraggio dei cambiamenti nel decennio successivo al sisma, nella consapevolezza che tale strumento e le analisi che ne scaturiscono sono indispensabili per sostenere le politiche pubbliche e i processi decisionali delle organizzazioni economiche, dei lavoratori e delle famiglie che insistono su quell'area.</p> <p>Si tratta di innovazioni rilevanti dal punto di vista del metodo di analisi che potranno avere ricadute rilevanti per i progetti di sviluppo nei comuni partner della ricerca.</p> <p>Vi sono anche altri due obiettivi specifici.</p> <p>Il primo è valorizzare il ruolo delle università coinvolte nel processo di ricostruzione: un attore centrale perché potenzialmente capace di creare nuove conoscenze necessarie per rispondere alle domande che accompagnano il processo di ricostruzione (è questo il ruolo che si osserva in Giappone come in Nuova Zelanda).</p> <p>Il secondo obiettivo è coinvolgere gli attori sociali, pubblici e privati, sia durante la fase della rilevazione sul campo (analisi positiva) sia durante la discussione e messa a punto di indicazioni di policy (analisi normativa): sono questi i partner operativi della ricerca.</p>
<p>Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:</p>	<p>Azione 1 (A1). Analisi comparata della ricostruzione in Italia</p> <p>Analisi storica dei processi di ricostruzione dopo i terremoti in Italia (dal 1968). In particolare, si intende indagare in che misura il terremoto, come ogni altra catastrofe naturale, abbia prodotto criticità specifiche nei diversi contesti, ma, al tempo stesso, abbia offerto possibilità d'intervenire positivamente sul livello di sviluppo di un dato territorio, sulla disponibilità e qualità del capitale sociale . L'analisi farà riferimento anche agli sviluppi recenti della teoria del rischio e approfondirà il tema dell'incertezza, a fronte di pericoli e rischi, nel contesto della struttura sociale . In questa prospettiva, particolare attenzione sarà rivolta all'analisi delle</p>

politiche pubbliche e delle strategie private e alle risorse messe a disposizione per la ricostruzione .

Azione 2 (A2). Rilevazione sul campo e analisi dei dati socioeconomici prima e dopo il sisma

L'analisi sul campo si concentra su alcuni comuni del cratere, rappresentativi di diverse condizioni socio-demografiche e specializzazioni economiche. L'analisi dei dati e la modellizzazione dei risultati dell'indagine empirica si basano su focus group; interviste con interlocutori preferenziali, interviste a campione e semistrutturate e giochi interattivi.

Azione 3 (A3). Analisi delle fonti secondarie disponibili

(i) Dati Istat dei censimenti pre-sisma dell'agricoltura, dell'industria e della popolazione, per comune.

(ii) Microdati su lavoro, occupazione e attività produttive, da fonti Istat, Inail, Inps e archivi amministrativi sanitari .

(iii) Dati AIDA bilanci delle società di capitale

(iv) Anche dati sui danni del sisma e sugli interventi pubblici relativi al cratere

Questa parte dell'indagine sarà realizzata attivando una collaborazione con le istituzioni preposte alla raccolta dei dati.

Azione 4 (A4).. Monitoraggio, con gruppo di controllo, dei cambiamenti di breve, medio e lungo periodo

(a) Metodologia di monitoraggio

L'analisi sviluppata nei punti A, B e C servirà a mettere a punto la metodologia per il monitoraggio dei cambiamenti post-sisma, da effettuarsi attraverso sistematiche rilevazioni nel corso del decennio. L'analisi, condotta a livello dei comuni del cratere partner del progetto, si avvale della raccolta delle medesime informazioni su un gruppo di comuni (controllo), anche per cercare di "sterilizzare" gli effetti congiunturali.

(b) Costruzione di un set di indicatori socioeconomici

La costruzione di un set di indicatori socioeconomici, identificati a livello comunale e l'alimentazione della banca dati nel tempo contribuirà a ricostruire la traiettoria del cambiamento che si verificherà nel corso del decennio nelle aree del cratere. Per gli indicatori che richiedono una rilevazione ad hoc, sarà necessario predisporre un piano di fattibilità per la parallela rilevazione nei comuni fuori dal cratere .

Azione 5 (A5). Modellizzazione

Per affinare il ragionamento sulle implicazioni delle politiche a sostegno della ricostruzione, la ricerca intende sviluppare modelli di interazione tra agenti e modelli di comportamento tratti dalla ricerca empirica sperimentale.

Cronoprogramma (eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt)	Anno 2014												Anno 2015												
	Mese	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	A1																								
	A2																								
	A3																								
	A4																								
	A5																								
Risorse finanziarie totali richieste dal progetto/iniziativa. Risorse finanziarie già presenti. Risorse finanziarie da richiedere come cofinanziamento	Risorse finanziarie esistenti e da acquisire a co-finanziamento: Parteciperanno ricercatori dei Dipartimenti di: Economia Marco Biagi, Comunicazione ed Economia, Scienze Fisiche, Informatiche e Matematiche; Studi Linguistici e Culturali. Il costo complessivo del progetto è stimato in 250.000 €, di cui a cofinanziamento il 30%																								

Parte VIII – Altre idee

Tra le altre idee vanno segnalati i progetti in corso per la partecipazione a Expo 2015. Si tratta di progetti ad uno stadio di prima formulazione, ma che, in ogni caso, è utile ricordare.

PROMOZIONE DELLE INIZIATIVE CON IL TERRITORIO: INTERESSE PER LA PARTECIPAZIONE AD EXPO di MILANO 2015: “Nutrire il Pianeta, Energia per la vita”

Dipartimento proponente: DEMB

Motivazioni:	<p>L'expo 2015 di Milano rappresenta una straordinaria occasione, per il territorio modenese e reggiano e per tutti i suoi attori privati e pubblici. Le due province rappresentano uno dei territori più ricchi di filiere agro-alimentari, propongono al mercato internazionale una tra le più ampie e qualificate gamme di prodotti tipici, e vantano una tradizione culinaria e gastronomica di eccellenza assoluta. Il tutto in un territorio dove insistono pianura, collina e montagna.</p>
Azioni da intraprendere e indicazione dei rispettivi responsabili:	<p>Rispetto all'Expo, Unimore deve avere un ruolo di primo piano. Due sono i possibili terreni su cui cimentarsi:</p> <ul style="list-style-type: none">a- scientifico culturale: dando vita ad iniziative da parte delle sue diverse strutture interne che vantano esperienze, competenze e dotazioni strumentali in sintonia con le tematiche chiave dell'Expo;b- integrazione e co-leadership con altri attori del territorio per mettere in campo iniziative che investono il mondo agro-alimentare (filiera, imprese, associazioni di categoria, imprese di servizi,...). Esistono alcuni soggetti privilegiati con i quali definire linee di azione, progetti e risorse da mobilitare. Tra questi la Camera di Commercio, Palatipico, Confindustria, Istituti agrari, Associazioni di categoria.

	<p>La proposta operativa. Come tradurre in azioni concrete queste proposte? La forma organizzativa potrebbe essere la costituzione di un team composto da docenti/ricercatori delle strutture accademiche di Unimore più coinvolte nello studio/ricerca/didattica sulle tematiche dell'Expo. Il compito del team è quello raccogliere idee, formulare proposte, ricercare partnership sul territorio per mettere in campo iniziative. Su questi temi stiamo lavorando.</p>
<p>Cronoprogramma (<i>eventualmente allegato come documento a parte, ad es. diagramma di Gantt</i>)</p>	<p>La definizione di un primo programma di iniziative va necessariamente conclusa nella prima parte dell'anno.</p> <p>Il DEMB (e, in particolare, i colleghi di P08 – Economia e gestione delle imprese) stanno organizzando per il prossimo settembre (in concorso con Unipr e Unife) il convegno: <i>“Food marketing: mercati, filiere e strategie di branding”</i>.</p> <p>Da mesi, inoltre, si sono avviati i contatti con Palatipico e l'Assessorato all'agricoltura delle Regione Emilia Romagna per definire un programma di attività da sviluppare in modo sinergico in vista dell'Expo, ma che possano avere anche una continuità successiva.</p>