



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Master Universitari dell'Università Cattolica

ABSTRACT DEL REPORT

Le aspettative e la soddisfazione
a.a. 2017/18 Sedi Padane



*Funzione di supporto al Nucleo di valutazione
Marzo 2020*



Da anni, l'Università Cattolica eroga tre questionari, rivolti ai partecipanti dei Master:

1. il questionario di «valutazione delle aspettative» prima dell'avvio dello stesso (**Pre-Assessment** chiamato in questo documento «**INIZIO CORSO**»);
2. Il questionario di «valutazione della soddisfazione», una volta concluso il Master (**Post-Assessment** chiamato in questo documento «**FINE CORSO**»);
3. Il questionario «**Sbocchi Occupazionali**» a 12 mesi dalla conclusione del corso per raccogliere i dati di *placement*; **indagine che NON VIENE PRESA IN CONSIDERAZIONE IN QUESTO DOCUMENTO.**

Le indagini sono condotte per **supportare il quadro conoscitivo dell'offerta formativa** erogata presso le Sedi Padane, **al fine di individuare eventuali azioni migliorative**. Più nel dettaglio, le rilevazioni sono erogate online, auto-compilate, su base volontaria, rivolte agli iscritti e partecipanti dei master delle sedi Padane. **Sono infatti esclusi** dall'invito a partecipare alle due survey **coloro che frequentano master della sede di Roma o master organizzati fuori Italia.**

In questo documento viene riportato un abstract dell'analisi che ha preso in esame **64 Master**, fra i 71 valutati, attivati nelle sedi padane **nell'a.a. 2017/18**. A garanzia di una solidità del dato, **sono stati esclusi** i Master per i quali non si disponeva di entrambe le rilevazioni ed anche quelli per cui il numero dei rispondenti era inferiore a 5 unità.

IMMATRICOLATI ai master considerati a.a. 2017/18	RISPONDENTI questionario INIZIO CORSO	RISPONDENTI questionario FINE CORSO
• 1.706	• 1.027 • pari al 65% degli invitati a partecipare alla survey	• 1.102 • pari al 73% degli invitati a partecipare alla survey)



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

INTRODUZIONE

I master universitari, promossi in Università Cattolica a partire dal 2001, si dividono tra master di Primo e di Secondo livello e possono essere istituiti su proposta di una o più Facoltà, a seconda dell'appartenenza dei docenti proponenti; alcuni master sono realizzati in stretta connessione con le Alte Scuole che ne curano gli aspetti operativi.

Il seguente ABSTRACT analizza i master offrendo una **visione d'insieme**, a totale Master erogati, per tracciare una descrizione dei fenomeni a prescindere dalle valutazioni dei singoli Master



ELENCO MASTER OGGETTO DI ANALISI, a.a. 2017-18

Dei 71 master per cui è stato erogato il questionario, **7 sono esclusi dall'analisi (in grigio nelle tabelle) per numero insufficiente di rispondenti**

CORSO per FACOLTA' (possibili più facoltà, per ciascun corso)	LIVELLO
Economia	
ACCOUNT E SALES MANAGEMENT. TECNICHE DI GESTIONE E NEGOZIAZIONE APPLICATE ALLE VENDITE	1°
ACCOUNTING AND AUDITING	2°
ARTS MANAGEMENT	1°
COMPETENZE FILOSOFICHE PER LE DECISIONI ECONOMICHE	1°
CORPORATE COMMUNICATION	1°
CORPORATE GOVERNANCE (COR-GOV)	2°
CULTURAL HERITAGE: CREATIVITY, INNOVATION AND MANAGEMENT	1°
DATA SCIENCE FOR MANAGEMENT	1°
DIGITAL INNOVATION & FINTECH: LA TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL SETTORE BANCARIO E ASSICURATIVO	1°
DIRITTO TRIBUTARIO	2°
ECONOMIA E GESTIONE DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI	1°
ECONOMICS AND FINANCE	2°
EXECUTIVE MASTER IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP (EMSE)	1°
EXECUTIVE MASTER IN SVILUPPO STRATEGICO DELLE PMI	1°
FINANZA: STRUMENTI, MERCATI E SOSTENIBILITA'	2°
INTERNATIONAL BUSINESS – MIB	1°
INTERNATIONAL BUSINESS - MIB EXECUTIVE	1°
INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM)	1°
INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT	1°
LUXURY-GOODS MANAGEMENT (EMLUX)	1°
MARKETING MANAGEMENT (edizione diurna)	1°
MARKETING MANAGEMENT (edizione serale)	1°
MUSEOLOGIA, MUSEOGRAFIA E GESTIONE DEI BENI CULTURALI	2°
STRATEGIC MANAGEMENT FOR GLOBAL BUSINESS	1°
Economia e Giurisprudenza	
EXECUTIVE MASTER IN SVILUPPO STRATEGICO DELLE PMI	1°
INTERNATIONAL MANAGEMENT (MIM)	1°
MANAGEMENT AGRO-ALIMENTARE	2°
MANAGEMENT E INNOVAZIONE DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI (MIPA)	2°
Management e Innovazione delle Pubbliche Amministrazioni (Sede di Roma)	2°
MANAGEMENT INTERNAZIONALE - MINT	1°
PROJECT MANAGEMENT E PUBLIC PROCUREMENT - PMPP	2°
Giurisprudenza	
CONSULENZA DEL LAVORO E DIREZIONE DEL PERSONALE (MUCL)	1°
DIRITTO PENALE DELL'IMPRESA	2°

CORSO per FACOLTA' (possibili più facoltà, per ciascun corso)	LIVELLO
Lettere e filosofia	
ACCOUNT E SALES MANAGEMENT. TECNICHE DI GESTIONE E NEGOZIAZIONE APPLICATE ALLE VENDITE	1°
ARTS MANAGEMENT	1°
COMPETENZE FILOSOFICHE PER LE DECISIONI ECONOMICHE	1°
COMUNICARE LO SPORT	1°
COMUNICAZIONE MUSICALE	1°
COMUNICAZIONE, MARKETING DIGITALE E PUBBLICITA' INTERATTIVA	1°
CULTURAL DIPLOMACY. ARTS AND MEDIA FOR INTERNATIONAL RELATIONS AND GLOBAL COMMUNICATION	1°
CULTURAL HERITAGE: CREATIVITY, INNOVATION AND MANAGEMENT	1°
DIGITAL COMMUNICATIONS SPECIALIST	1°
FARE RADIO. IDEAZIONE, PRODUZIONE E GESTIONE DEI PRODOTTI RADIOFONICI	1°
FARE TV: GESTIONE, SVILUPPO, COMUNICAZIONE	1°
GIORNALISMO A STAMPA, RADIOTELEVISIVO E MULTIMEDIALE	1°
IDEAZIONE E PRODUZIONE AUDIOVISIVA, CINEMATOGRAFICA E PER I MEDIA DIGITALI – IPM	1°
IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DI EVENTI CULTURALI (MEC)	1°
MANAGEMENT DELL'IMMAGINE, DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO (MICA)	1°
MEDIA RELATION E COMUNICAZIONE D'IMPRESA	1°
MUSEOLOGIA, MUSEOGRAFIA E GESTIONE DEI BENI CULTURALI	2°
PROFESSIONE EDITORIA CARTACEA E DIGITALE	2°
PROGETTARE CULTURA. ARTE, DESIGN, IMPRESE CULTURALI	1°
Psicologia	
CLINICA DELLE DIPENDENZE COMPORTAMENTALI E DA SOSTANZE	2°
COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE	1°
DISFUNZIONI COGNITIVE IN ETA' EVOLUTIVA (DisCEE).	2°
GESTIONE E SVILUPPO DELLE PERSONE NELLE ORGANIZZAZIONI: GLI STRUMENTI DI INTERVENTO DELLA PSICOLOGIA DEL LAVORO	2°
INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT	1°
MEDIAZIONE FAMILIARE E COMUNITARIA	2°
NEUROSCIENZE CLINICHE: VALUTAZIONE, DIAGNOSI E RIABILITAZIONE NEUROPSICOLOGICA E NEUROMOTORIA (BS)	2°
NEUROSCIENZE CLINICHE: VALUTAZIONE, DIAGNOSI E RIABILITAZIONE NEUROPSICOLOGICA E NEUROMOTORIA (MI)	2°
Scienze agrarie, alimentari e ambientali	
MANAGEMENT AGRO-ALIMENTARE	2°
VITICULTURE & ENOLOGY: INNOVATION MEETS TRADITION (VENIT)	1°
Scienze bancarie, finanziarie e assicurative	
COMPLIANCE IN FINANCIAL INSTITUTIONS (COFIN)	2°
CORPORATE ADVISORY E RISORSE INTERCULTURALI (CARINT)	1°
CREDIT RISK MANAGEMENT (CRERIM)	2°
DIGITAL INNOVATION & FINTECH: LA TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL SETTORE BANCARIO E ASSICURATIVO	1°
ECONOMICS AND FINANCE	2°

CORSO per FACOLTA' (possibili più facoltà, per ciascun corso)	LIVELLO
Scienze della formazione	
COMPETENZE INTERCULTURALI. FORMAZIONE PER L'INTEGRAZIONE SOCIALE	1°
COMUNICARE LO SPORT	1°
CONSULENZA FAMILIARE	2°
DIDATTICA E PSICOPEDAGOGIA PER ALUNNI CON DISTURBO DELLO SPETTRO AUTISTICO	1°
GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN JOBS, CIRCULAR ECONOMY	1°
RELAZIONI D'AUTO IN CONTESTI DI SVILUPPO E COOPERAZIONE NAZIONALE ED INTERNAZIONALE	1°
SERVIZI EDUCATIVI PER IL PATRIMONIO ARTISTICO, DEI MUSEI STORICI E DI ARTI VISIVE	1°
TEORIA E METODOLOGIA DELLA PREPARAZIONE ATLETICA NEL CALCIO	1°
Scienze linguistiche e letterature straniere	
CORPORATE ADVISORY E RISORSE INTERCULTURALI (CARINT)	1°
CORPORATE COMMUNICATION	1°
DEUTSCH FÜR DIE INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION	1°
DIDATTICA DELL'ITALIANO L2	1°
DIGITAL COMMUNICATIONS SPECIALIST	1°
FARE TV: GESTIONE, SVILUPPO, COMUNICAZIONE	1°
INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM)	1°
Scienze Matematiche, fisiche e naturali	
GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN JOBS, CIRCULAR ECONOMY	1°
Scienze Politiche e Sociali	
COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE	1°
COMUNICAZIONE, MARKETING DIGITALE E PUBBLICITA' INTERATTIVA	1°
ECONOMIA E POLITICHE INTERNAZIONALI	1°
GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN JOBS, CIRCULAR ECONOMY	1°
INTERNATIONAL COOPERATION AND DEVELOPMENT	1°
INTERNATIONAL RELATIONS	1°
MANAGEMENT AGRO-ALIMENTARE	2°
MIDDLE EASTERN STUDIES	1°
RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE	1°



CHI SI ISCRIVE AI MASTER: carriera pregressa e condizione occupazionale Fase «INIZIO CORSO»

PREVALE LA PRESENZA DI STUDENTI DA ALTRO ATENEO

- Complessivamente, chi si iscrive ad un Master in Università Cattolica è prevalentemente **(75%) uno studente che ha una carriera pregressa in un altro Ateneo**, soprattutto se si tratta di un master di Secondo livello. Emergono differenze in relazione all'ambito disciplinare (Facoltà di riferimento): alcuni master hanno un maggior numero di iscritti tra studenti già immatricolati in precedenza in UCSC.

STUDENTI CON LAUREA MAGISTRALE ai MASTER 1° livello

- Ogni anno, **il 25% degli immatricolati a master primo livello hanno conseguito una laurea magistrale, nonostante vi si possa accedere con una laurea triennale.**
- **Gli studenti internazionali sono pari al 10% degli iscritti**

IL MASTER può essere la conclusione di un percorso formativo o uno strumento per trovare lavoro

- Un iscritto ogni tre degli immatricolati ad un master di primo livello vive questo momento formativo come completamento del proprio percorso di studi e dichiara di non essere attivamente in cerca di una occupazione. Gli altri immatricolati, invece, **o lavorano o sono alla ricerca di una occupazione.**
- Ben diverso invece il caso degli iscritti ad un master di **secondo livello, dove gli iscritti si dividono tra chi cerca lavoro e chi già è occupato.**

CARATTERISTICHE DEI RISPONDENTI

CONSIDERANDO IL TIPO DI MASTER: PRIMO O SECONDO LIVELLO

ATENEVO di provenienza

UCSC vs Altro ateneo	1° livello	2° livello
Altro ateneo	72,2%	81,9%
UCSC	27,8%	18,1%

in relazione alla FACOLTA'	Altro ateneo	UCSC
Economia	69,8%	30,3%
Economia e Giurisprudenza	85,0%	15,0%
Giurisprudenza	84,7%	15,3%
Lettere e filosofia	69,1%	30,9%
Psicologia	81,6%	18,4%
Scienze agrarie, alimentari e ambientali	100,0%	
Scienze bancarie, finanziarie e assicurative	60,0%	40,0%
Scienze della formazione	71,2%	28,8%
Scienze linguistiche e letterature straniere	66,4%	33,6%
Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali	33,3%	66,7%
Scienze Politiche e Sociali	77,4%	22,6%

ULTIMO TITOLO DI STUDIO

tipo:	1° livello	2° livello
Laurea Magistrale	25,9%	97,7%
Laurea Triennale	63,5%	
Titolo estero	10,6%	2,3%

CONDIZIONE PROFESSIONALE

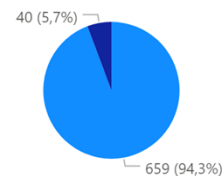
al momento dell'iscrizione	1° livello	2° livello
In cerca di occupazione	37,1%	46,5%
Non occupati e non in cerca di occupazione	33,5%	6,0%
Occupato	29,5%	47,5%

DECISIONE DI ISCRIVERSI AL MASTER

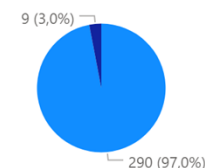
A chi è venuta l'idea di partecipare al master:

PRIMO LIVELLO

● A Lei ● Ad Altri



SECONDO LIVELLO





UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

CHI SI ISCRIVE AI MASTER: fonti di conoscenza Fase «INIZIO CORSO»

SI USA IL WEB PER CONOSCERE E SCEGLIERE

- Si viene a conoscere e si approfondiscono i dettagli relativi ai master in primis attraverso gli strumenti online (92%) ed è il «motore di ricerca» il veicolo principale per chi non è già studente UCSC.
- Infatti, gli strumenti per conoscere il master sono strettamente connessi alla provenienza: chi ha già una carriera precedente in Università Cattolica, ha maggiore probabilità di conoscere docenti o colleghi che l'abbiano frequentato.
- Anche le brochure sono uno strumento di conoscenza, ma soprattutto per chi ha una carriera pregressa nell'Ateneo.

SI E' SEMPRE ALLA RICERCA DI INFORMAZIONI PER IL PROPRIO PERCORSO UNIVERSITARIO

- Complessivamente, i tempi di attivazione per la scelta non sono molto diversi tra chi proviene da un altro ateneo rispetto a chi ha già frequentato l'Università Cattolica.

CONSIDERANDO L'ATENEO DI PROVENIENZA

AVVIO DEL PROCESSO DI SCELTA

Quanti mesi prima dell'effettiva iscrizione ha cominciato a informarsi sui master offerti dalle diverse Università?	Altro ateneo	UCSC
1 mese	8,1%	6,0%
2-3 mesi	17,1%	18,1%
4-5 mesi	20,9%	20,2%
6-8 mesi	25,2%	23,8%
9-11 mesi	12,8%	11,7%
circa 12 mesi o più prima dell'effettiva iscrizione	15,9%	20,2%

FONTE DI CONOSCENZA

91,6%

% Strumenti ONLINE

Quali sono i canali attraverso i quali è venuto a conoscenza del Master?	Altro ateneo	UCSC
Sul sito internet dell'Università Cattolica'	62,9%	69,0%
Motori di ricerca sul web (google....)	64,0%	29,4%
Brochure del master	18,0%	32,7%
Amici o conoscenti	22,0%	18,1%
Docenti della sua Università	4,5%	24,2%
E-mail ricevuta dall'Università Cattolica'	4,5%	19,8%
Pubblicità su altri portali	4,5%	2,0%
E-mail ricevuta tramite un portale di lavoro e formazione cui è iscritto	3,5%	1,2%
Manifesto del master affisso nella sua Università	0,8%	9,3%
Articoli sulla stampa	1,2%	
Sulla pagina personale dello studente I-Catt	0,4%	2,0%
Pubblicità sulla stampa	0,7%	0,4%



INTERESSE PER LE DISCIPLINE E SPENDIBILITÀ LAVORATIVA: le ragioni della scelta di un master

- Chi sceglie di iscriversi ad un master lo fa perché mosso sia da un **interesse personale** per le materie di studio, sia dalla **necessità di acquisire maggiori competenze** per distinguersi nel contesto lavorativo che si traducono nell'aspettativa di acquisire **capacità pratico-operative** e di sviluppare **contatti nel mondo del lavoro**.
- Queste aspettative sono molto forti sia per il target «neolaureato» e cioè chi si iscrive ad un master di primo livello, sia per il target «executive» e cioè chi sceglie un master di secondo livello.
- L'aspetto che in parte li differenzia è il fatto che lo studente di un **master di primo livello considera il master anche come occasione per trovare lavoro**, mentre non sempre questo vale per uno studente di un corso executive. A riprova di questo, ricordiamo che tra gli iscritti neolaureati, la scelta del master, anziché di una laurea magistrale, è, per 3 studenti su quattro, la presenza dello stage previsto nel percorso formativo.
- Gli iscritti ad un **master di secondo livello, attribuiscono poi molta importanza al prestigio dell'Università Cattolica e del corpo docente**.

CHI HA STUDIATO IN ALTRO ATENEO, SI RIVOLGE A UCSC CON UNA ULTERIORE DUPLICE ASPETTATIVA: PER RIQUALIFICARSI/ ACQUISIRE UNA FORMAZIONE SPECIFICA E PER AGGIORNAMENTO CULTURALE.

INIZIO CORSO: MOTIVAZIONI CHE PORTANO ALL'ISCRIZIONE

Quanto ciascun aspetto ha influito sulla tua scelta? (risposta con scala 5 punti (Moltissimo- Per niente)(Valutazioni positive=Moltissimo+ Molto; Valutazioni negative: Poco+Per niente)

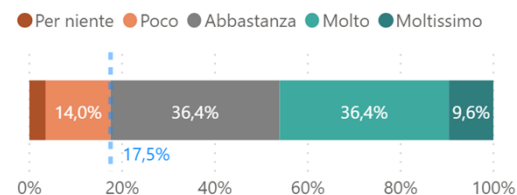
LIVELLO Motivi GRUPPI	1° livello		2° livello	
	ASPETTATIVE % positivi	ASPETTATIVE % negativi	ASPETTATIVE % positivi	ASPETTATIVE % negativi
aspetti generali				
Sviluppare contatti	76,4%	5,6%	79,3%	4,7%
Riqualificazione professionale	44,1%	32,2%	47,2%	31,8%
Occasione per trovare lavoro	80,3%	5,3%	71,2%	11,4%
La laurea non è abbastanza qualificante	74,0%	7,9%	69,2%	9,7%
Interesse personale	75,8%	5,9%	82,3%	3,7%
Formazione specifica	56,8%	16,6%	52,5%	16,1%
Conoscenze teoriche utili	65,4%	11,7%	73,2%	8,0%
Competenze per distinguermi nel mondo lavorativo	84,5%	2,6%	90,0%	
Capacità pratiche-operative	83,0%	3,6%	80,6%	3,3%
Aggiornamento culturale	48,2%	20,3%	53,2%	17,4%
aspetti didattici				
Organizzazione e qualità dei servizi	56,1%	13,0%	66,6%	8,4%
Metodologie didattiche utilizzate	43,8%	20,2%	50,2%	16,1%
Interesse per le materie caratterizzanti il corso	92,6%	0,9%	97,3%	0,3%
Corpo docente	55,9%	16,9%	68,9%	8,7%
Articolazione del corso	77,7%	3,9%	82,6%	3,3%
altri fattori di scelta				
Prestigio dell'Ateneo'	67,5%	7,9%	77,6%	5,0%
Migliori prospettive per il futuro professionale	73,0%	6,7%	73,9%	7,4%
Ispirazione cristiano-cattolica dell'Ateneo'	14,2%	70,4%	16,1%	69,2%
Contatti dell'Università Cattolica con il mondo del lavoro'	73,7%	9,0%	66,6%	11,7%
Consiglio di professionisti / manager	26,9%	52,5%	29,8%	50,8%
Consiglio di docenti	23,2%	57,9%	28,4%	56,2%
Consiglio degli amici	17,6%	61,9%	16,4%	63,9%
Alto livello di internazionalizzazione dell'Ateneo'	56,2%	19,5%	55,9%	20,4%



- Nel complesso, in media tra tutti i master analizzati, **il 46,1%** dei rispondenti dichiara di essere «**moltissimo o molto soddisfatto**» del master frequentato e il 36,4% si ritiene abbastanza soddisfatto. I critici sono mediamente pari al 17,5%.
- Studenti di master di primo livello esprimono una soddisfazione del tutto simile a quella espressa dai colleghi dei master di secondo livello.

VALUTAZIONE A FINE CORSO

SODDISFAZIONE COMPLESSIVA FINE CORSO



Livello	N post	% positivi	% negativi
1	792	44,9%	17,7%
2	289	49,1%	17,0%
Totale master	1081	46,1%	17,5%



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

ALCUNE CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

VALUTAZIONE COMPLESSIVA

La valutazione di fine corso relativa ai master 2017/18 delle sedi padane rileva che quasi la metà degli studenti si dice «moltissimo o molto soddisfatto» dell'esperienza. La percentuale sale all'82.5% se si considerano anche gli «abbastanza soddisfatti».

INTERESSE PER LE DISCIPLINE E SPENDIBILITÀ LAVORATIVA: le ragioni della scelta di un master

- È indubbio, che il **driver che porta gli studenti ad immatricolarsi** ai corsi post-graduate è il bisogno di **acquisire skill specifiche, spendibili** nel mondo del lavoro. Si chiede al master quindi di offrire **strumenti e competenze che permettano di potersi distinguere nel mondo del lavoro**.
- Tutto questo nasce però a partire dal **forte interesse per le discipline (programma del corso)** che sono oggetto di attenta analisi in fase di scelta (come è emerso anche da focus group* condotti nel novembre 2017 e 2019).

* Ufficio analisi dati e prospect management, Università Cattolica del Sacro Cuore