



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Master Universitari dell'Università Cattolica

ABSTRACT DEL REPORT

I Diplomati Master del 2018:
l'occupazione a 1 anno dal diploma
(indagine svolta nel 2019 – Sedi Padane)



*Funzione di supporto al Nucleo di valutazione
Luglio 2020*



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

INTRODUZIONE

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***)
2. Il questionario di «valutazione della soddisfazione», una volta concluso il Master (***Post-Assessment***)
3. Il questionario «***Sbocchi Occupazionali***» a 12 mesi dalla conclusione del corso per raccogliere i dati di *placement*; **indagine 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 alla 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 **68 Master**, fra i 78 potenzialmente valutati, in relazione ai quali esistono dei **diplomati ai Master delle sedi padane, nel corso dell'anno 2018.**

A garanzia di una solidità del dato, **sono stati esclusi** i Master per i quali il numero dei rispondenti era inferiore a 4 unità.

DIPLOMATI MASTER Anno 2018	RISPONDENTI questionario placement
• 1.621	• 916



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** come livello di lettura **una visione d'insieme**, a totale Master, per tracciare una descrizione dei fenomeni a prescindere dalle valutazioni dei singoli Master.



ELENCO MASTER OGGETTO DI ANALISI, PLACEMENT anno 2018

68 i master in analisi (10 sono esclusi dall'analisi (in grigio nelle tabelle) per numero insufficiente di rispondenti)

CORSO per FACOLTA' (possibili più facoltà, per ciascun corso)

Economia				Lettere e filosofia				Scienze bancarie, finanziarie e assicurative			
	Livello	invitati	rispondenti		Livello	invitati	rispondenti		Livello	invitati	rispondenti
ACCOUNT E SALES MANAGEMENT. TECNICHE DI GESTIONE E	1°	20	12	ACCOUNT E SALES MANAGEMENT. TECNICHE DI GESTIONE E	1°	20	12	COMPLIANCE IN FINANCIAL INSTITUTIONS (COFIN)	2°	9	5
NEGOZIAZIONE APPLICATE ALLE VENDITE	1°	20	12	NEGOZIAZIONE APPLICATE ALLE VENDITE	1°	20	12	CORPORATE ADVISORY E RISORSE INTERCULTURALI (CARINT)	1°	4	3
ACCOUNTING AND AUDITING	2°	26	12	ARTS MANAGEMENT	1°	24	12	CREDIT RISK MANAGEMENT (CRERIM)	2°	11	6
ARTS MANAGEMENT	1°	24	12	COMUNICARE LO SPORT	1°	18	11	DIGITAL INNOVATION & FINTECH: LA TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL SETTORE	1°	27	17
CORPORATE COMMUNICATION	1°	29	8	COMUNICAZIONE E MARKETING DEL CINEMA (CMC)	1°	20	13	BANCARIO E ASSICURATIVO			
CORPORATE GOVERNANCE (COR-GOV)	2°	23	17	COMUNICAZIONE MUSICALE	1°	25	9	Scienze della formazione			
CULTURAL HERITAGE: CREATIVITY, INNOVATION AND MANAGEMENT	1°	10	4	COMUNICAZIONE, MARKETING DIGITALE E PUBBLICITA' INTERATTIVA	1°	22	16	COMPETENZE INTERCULTURALI. FORMAZIONE PER L'INTEGRAZIONE SOCIALE	1°	9	5
DATA SCIENCE FOR MANAGEMENT	1°	13	6	CULTURAL DIPLOMACY. ARTS AND MEDIA FOR INTERNATIONAL	1°	9	4	COMUNICARE LO SPORT	1°	18	11
DIRITTO TRIBUTARIO	2°	40	25	RELATIONS AND GLOBAL COMMUNICATION	1°	10	4	DIDATTICA E PSICOPEDAGOGIA PER ALUNNI CON DISTURBO DELLO SPETTRO	1°	52	36
ECONOMIA E GESTIONE DEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI	1°	22	11	CULTURAL HERITAGE: CREATIVITY, INNOVATION AND MANAGEMENT	1°	10	4	AUTISTICO			
EXECUTIVE MASTER IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP (EMSE)	1°	35	21	DIGITAL COMMUNICATIONS SPECIALIST	1°	24	8	GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN	1°	14	12
EXECUTIVE MASTER IN SVILUPPO STRATEGICO DELLE PMI	1°	22	10	FARE RADIO. IDEAZIONE, PRODUZIONE E GESTIONE DEI PRODOTTI	1°	19	10	JOBS, CIRCULAR ECONOMY			
FINANZA: STRUMENTI, MERCATI E SOSTENIBILITA'	2°	15	10	RADIOFONICI	1°	19	10	INTERVENTI EDUCATIVI E RIABILITATIVI ASSISTITI CON GLI ANIMALI (IAA)	1°	22	16
INTERNATIONAL BUSINESS - MIB	1°	44	24	FARE TV: GESTIONE, SVILUPPO, COMUNICAZIONE	1°	19	16	MEDIA EDUCATION MANAGER (MEM) PROFESSIONE E METODI	2°	14	7
INTERNATIONAL COOPERATION AND DEVELOPMENT	1°	21	7	FONTI, STORIA, ISTITUZIONI E NORME DEI TRE MONOTEISMI:	1°	12	9	RELAZIONI D'AUTO IN CONTESTI DI SVILUPPO E COOPERAZIONE NAZIONALE ED	1°	25	13
INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM)	1°	9	4	EBRAISMO, CRISTIANESIMO E ISLAM	1°	31	20	INTERNAZIONALE			
INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM). GESTIRE	1°	24	13	GIORNALISMO A STAMPA, RADIOTELEVISIVO E MULTIMEDIALE	1°	25	17	SERVIZI EDUCATIVI PER IL PATRIMONIO ARTISTICO, DEI MUSEI STORICI E DI	1°	26	15
PERSONE E CULTURE NELLE IMPRESE INTERNAZIONALI	1°	21	11	IDEAZIONE E PRODUZIONE AUDIOVISIVA, CINEMATOGRAFICA E PER I	1°	20	9	ARTI VISIVE	1°	27	19
INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT	1°	40	14	MEDIA DIGITALI - IPM	1°	26	17	TEORIA E METODOLOGIA DELLA PREPARAZIONE ATLETICA NEL CALCIO			
LUXURY-GOODS MANAGEMENT (EMLUX)	1°	50	28	IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DI EVENTI CULTURALI (MEC)	1°	22	15	Scienze linguistiche e letterature straniere			
MARKETING MANAGEMENT (edizione diurna)	1°	25	13	MEDIA RELATION E COMUNICAZIONE D'IMPRESA	2°	22	15	CORPORATE ADVISORY E RISORSE INTERCULTURALI (CARINT)	1°	4	3
MARKETING MANAGEMENT (edizione serale)	2°	22	15	MUSEOLOGIA, MUSEOGRAFIA E GESTIONE DEI BENI CULTURALI	2°	24	21	CORPORATE COMMUNICATION	1°	29	8
MUSEOLOGIA, MUSEOGRAFIA E GESTIONE DEI BENI CULTURALI	1°	27	8	PROFESSIONE EDITORIA CARTACEA E DIGITALE	1°	27	17	DIDATTICA DELL'ITALIANO L2	1°	8	7
STRATEGIC MANAGEMENT FOR GLOBAL BUSINESS	1°	7	1	PROGETTARE CULTURA. ARTE, DESIGN, IMPRESE CULTURALI	2°	1	1	DIGITAL COMMUNICATIONS SPECIALIST	1°	24	8
INTERNATIONAL MANAGEMENT (MIM)	1°	1	1	AFFIDO, ADOZIONE E NUOVE SFIDE DELL'ACCOGLIENZA FAMILIARE:	2°	5	2	FARE TV: GESTIONE, SVILUPPO, COMUNICAZIONE	1°	19	16
LUXURY-GOODS MANAGEMENT (EMLUX) Part-time	2°	1	1	ASPETTI CLINICI, SOCIALI E GIURIDICI	1°	2	1	INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM)	1°	9	4
AFFIDO, ADOZIONE E NUOVE SFIDE DELL'ACCOGLIENZA FAMILIARE:	2°	1	1	INTERNATIONAL SCREENWRITING AND PRODUCTION (MISP)	1°	2	1	INTERNATIONAL HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (IHRM). GESTIRE PERSONE	1°	24	13
ASPETTI CLINICI, SOCIALI E GIURIDICI				MANAGEMENT DELL'IMMAGINE, DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO	1°	31	14	E CULTURE NELLE IMPRESE INTERNAZIONALI	1°	14	3
Economia e Giurisprudenza				(MICA)	2°	17	13	DEUTSCH FÜR DIE INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION	1°	5	2
EXECUTIVE MASTER IN SVILUPPO STRATEGICO DELLE PMI	1°	22	10	Psicologia				INTERNATIONAL SCREENWRITING AND PRODUCTION (MISP)	1°	5	2
MANAGEMENT AGRO-ALIMENTARE	2°	12	6	COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE	1°	21	11	Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali			
MANAGEMENT E INNOVAZIONE DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI	2°	17	11	DISFUNZIONI COGNITIVE IN ETA' EVOLUTIVA (DisCEE). ASSESSMENT E	2°	12	9	GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN	1°	14	12
MANAGEMENT E INNOVAZIONE DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI	2°	13	10	INTERVENTO NEUROPSICOLOGICO PER DISTURBI E DIFFICOLTA' DI	2°	15	8	JOBS, CIRCULAR ECONOMY			
MANAGEMENT INTERNAZIONALE - MINT	1°	51	22	APPRENDIMENTO E DISABILITA' INTELLETTIVA	1°	17	11	Scienze politiche e sociali			
INTERNATIONAL MANAGEMENT (MIM)	1°	7	1	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT	1°	21	11	COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE	1°	31	14
Giurisprudenza				INTERVENTI PSICOLOGICI DI COMUNITA'	2°	12	9	COMUNICAZIONE, MARKETING DIGITALE E PUBBLICITA' INTERATTIVA	1°	22	16
CONSULENZA DEL LAVORO E DIREZIONE DEL PERSONALE (MUCL)	1°	45	27	MEDIAZIONE FAMILIARE E COMUNITARIA	2°	15	8	ECONOMIA E POLITICHE INTERNAZIONALI	1°	24	14
DIRITTO PENALE DELL'IMPRESA	2°	43	28	NEUROSCIENZE CLINICHE: VALUTAZIONE, DIAGNOSI E	2°	17	11	GESTIONE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITA'. FORMAZIONE, GREEN	1°	14	12
Scienze agrarie, alimentari e ambientali				RIABILITAZIONE NEUROPSICOLOGICA E NEUROMOTORIA (BS)	2°	36	24	JOBS, CIRCULAR ECONOMY			
MANAGEMENT AGRO-ALIMENTARE	2°	12	6	NEUROSCIENZE CLINICHE: VALUTAZIONE, DIAGNOSI E	2°	6	5	INTERNATIONAL RELATIONS	1°	26	11
VITICOLTURA & ENOLOGIA: INNOVATION MEETS TRADITION (VENIT)	1°	13	6	RIABILITAZIONE NEUROPSICOLOGICA E NEUROMOTORIA (MI)	1°	1	1	MIDDLE EASTERN STUDIES	1°	17	6
FOOD-IDENTITY (PRODOTTI TIPICI EUROPEI)	1°	10	1	PSICOLOGIA CLINICA SANITARIA				RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE	1°	48	34
VITICOLTURA ED ENOLOGIA EUROPEA ED INTERNAZIONALE	1°	1	1	PSICOLOGIA GIURIDICA. INTERVENTI CLINICI NEI CONTESTI							
				GIUDIZIARI							



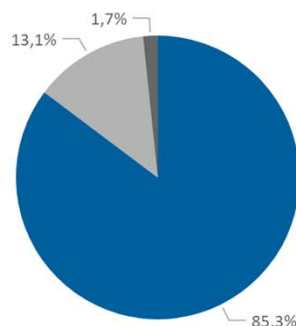
Livelli di occupazione e tempo necessario per trovare un lavoro

STABILE ALL'85% IL TASSO DI OCCUPAZIONE A 1 ANNO DAL DIPLOMA MASTER

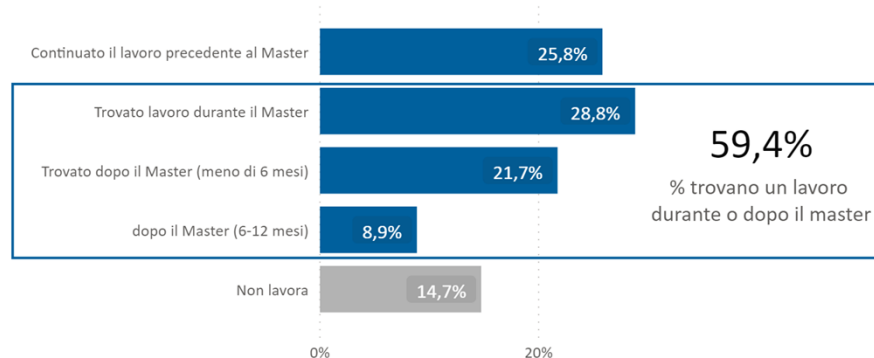
- Complessivamente, a distanza di un anno dalla conclusione del percorso di studio del Master, gli occupati raggiungono l'85%, valore in linea con le precedenti rilevazioni.
- Escludendo chi non sta lavorando (15%) e chi continua con il lavoro svolto in precedenza (25%), resta il 60% dei masterizzati che ha trovato lavoro durante o dopo il master. Da segnalare che chi ha trovato un lavoro dopo 6-12 mesi è una «minoranza», pari al 9%.

Condizione Occupazionale attuale

● Lavora ● Non lavora ma cerca lavoro ● Non lavora e non cerca lavoro



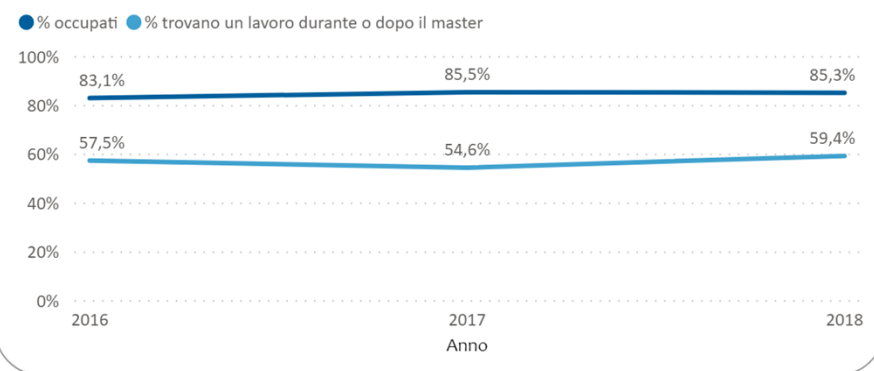
Tempo per trovare un impiego, dopo il Master:



Condizione Occupazionale per Livello

LIVELLO	N rispondenti	% NON occupati	% occupati	SE OCCUPATI	
				% continuano lavoro precedente	% trovano un lavoro durante o dopo il master
1° livello	659	15,8%	84,2%	19,6%	64,6%
2° livello	243	11,9%	88,1%	42,8%	45,3%
Totale	902	14,7%	85,3%	25,8%	59,4%

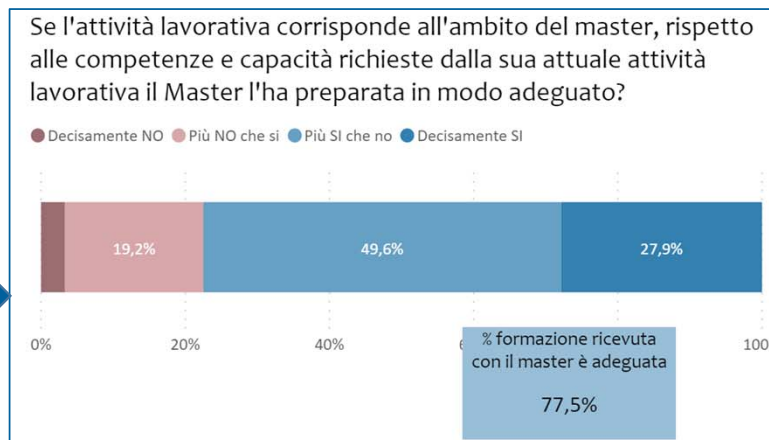
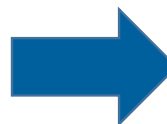
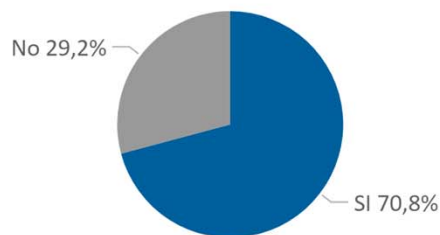
Trend: gli occupati e quanti trovano il lavoro durante/dopo il master





Corrispondenza tra il Master e il lavoro attuale

La sua attuale attività lavorativa prevalente corrisponde all'ambito tematico del Master frequentato ?



L'OCCUPAZIONE CORRISPONDE ALL'AMBITO DEL CORSO FREQUENTATO NEL 71% DEI DIPLOMATI MASTER, OCCUPATI

- Per più di 2 intervistati su 3, il ruolo lavorativo svolto è inerente al titolo conseguito. E di questi, quasi l'80% ritiene che la formazione ottenuta con il master sia stata adeguata.

Tempo per trovare un impiego, dopo il Master in relazione alla corrispondenza tra Corso e Impiego

Corrispondenza tra Master e Impiego	Continuato il lavoro precedente al Master	Trovato lavoro durante il Master	Trovato dopo il Master (meno di 6 mesi)	dopo il Master (6-12 mesi)	Totale
No	34,8%	21,7%	28,9%	37,5%	29,2%
SI	65,2%	78,3%	71,1%	62,5%	70,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Caratteristiche della posizione lavorativa

TIPOLOGIE CONTRATTUALI: CONTRATTI INDETERMINATI E ALTRE FORME DI RAPPORTO

Quasi la metà (44%) ha un contratto a tempo indeterminato, mentre la restante parte svolge lavori con «contratti» di altro genere

Orario lavorativo e Tipologia Contratto

Tipologia contrattuale	N	%
Contratto a tempo indeterminato	334	43,5%
Contratto a tempo determinato/COCOPRO	214	27,9%
Libero professionista/P. iva	99	12,9%
Stagista/Praticante	51	6,6%
Contratto di formazione e lavoro	35	4,6%
Imprenditore	19	2,5%
Assegno di ricerca/Borsa di studio	9	1,2%
Lavoro senza contratto	3	0,4%
Altro	2	0,3%
Dottore di ricerca	1	0,1%

Il suo attuale orario di lavoro effettivo è : N %

Il suo attuale orario di lavoro effettivo è :	N	%
Fino a 20 ore settimanali	56	7,4%
Da 21 a 30 ore settimanali	84	11,1%
Da 31 a 40 ore settimanali	311	41,0%
Oltre 40 ore settimanali	308	40,6%

Posizione lavorativa



Settore lavorativo





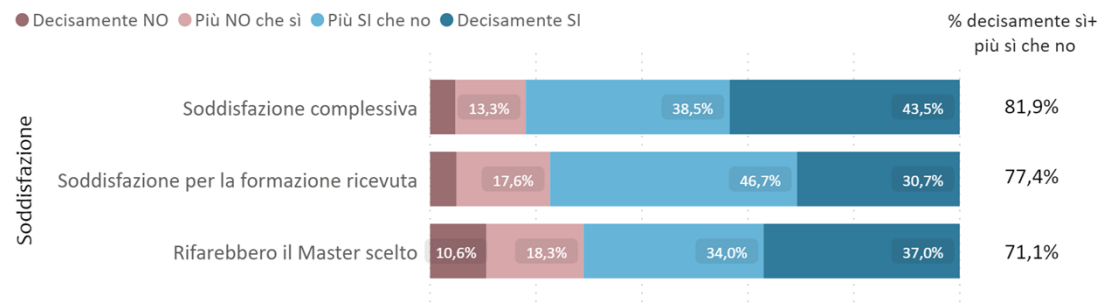
UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Soddisfazione per il Master

L'82% SI DICHIARA SODDISFATTO PER IL MASTER FREQUENTATO

- Indipendentemente dal fatto di essere occupati o no, l'82% degli intervistati si dichiara soddisfatto per il master, valore allineato alle precedenti rilevazioni.
- Va di pari passo il livello di soddisfazione per la formazione ricevuta

Valutazione del master frequentato (indipendentemente dalla condizione occupazionale)



Nel complesso, è soddisfatto di aver frequentato il Master?

Nel complesso è soddisfatto della formazione professionale acquisita con il Master?

Alla luce dell'esperienza fatta, se potesse tornare indietro, si iscriverebbe nuovamente al Master frequentato?

(scala a 4 punti -Decisamente SI, Più SI che no, Più NO che sì, Decisamente NO)