

Resoconto del Focus Group di Facoltà su offerta formativa (ottobre 2017)

E' stato condotto da Cesop Communication un focus group per indagare gli aspetti di notorietà e qualità dei CdS della Facoltà, ed ha visto la partecipazione di 6 responsabili aziendali in una sessione di due ore. Le aree indagate sono state:

- Conoscenza offerta formativa
- Comunicazione e rapporti Università – Aziende
- Attività aziendale relativa alla selezione e al fabbisogno professionale

Le aziende coinvolte sono state Capgemini, Altran, Fater, TIM, Deloitte e Infocert. Nel 2017 le aziende hanno assunto 2000 persone con profilo coerente con quello formato dai CdS della Facoltà: il 73,5% era laureato ed il contratto maggiormente utilizzato è stato a tempo indeterminato (67,4%). L'ingegnere informatico e gli informatici sono le figure professionali che hanno riscosso maggiore successo. Fatte 100 le figure considerate dallo studio, l'ingegnere informatico è presente mediamente nel 19,8% dei casi e per il 22,3% è stato ritenuto potenzialmente interessante per future assunzioni.

Conoscenza offerta formativa

La conoscenza dell'offerta formativa dei corsi è risultata molto bassa. La conoscenza dell'offerta formativa di ciascun corso è generica e chi è risultato maggiormente preparato sui contenuti sono stati i responsabili di linea più che i responsabili recruiting. Questo elemento si ripercuote negativamente anche sulla comunicazione tra Atenei ed aziende. Per le aziende è difficile riuscire a orientarsi in una pluralità di offerte molto specialistiche e spesso non coerenti con l'offerta del mercato del lavoro.

Comunicazione e rapporti Università – Aziende

Secondo i partecipanti al focus group, la comunicazione dell'università con le aziende dovrebbe essere migliorata. Il rapporto diretto con le aziende è stato considerato il migliore mezzo per aumentare la conoscenza dell'offerta formativa. In particolare le collaborazioni e gli incontri tra università e aziende sono stati considerati i mezzi più utili per presentare i corsi. Tuttavia il mezzo che ha veicolato maggiormente queste informazioni è stata la rete. Secondo i partecipanti al focus group, vi è una mancanza di referenti certi e di una struttura dedicata alla gestione dei rapporti con le aziende. Ogni Dipartimento si autogestisce e i tempi di risposta sono troppo lunghi.

Attività aziendale relativa alla selezione e al fabbisogno professionale

Nella formazione dei giovani, le aziende premiano per importanza le soft skill, anche se di poco, e non riconoscono i corsi della Sapienza in grado di formare gli studenti su queste particolari attitudini e competenze. Le skill vengono valutate dalle aziende principalmente mediante colloqui individuali. Le aziende affermano che la soft skill sulla quale le università possono incidere maggiormente è la «Capacità di adattamento alle esigenze delle organizzazioni». Anche la «Capacità di collaborare con gli altri in modo costruttivo» dovrebbe essere una soft skill ad appannaggio dei corsi universitari.

A valle dei risultati dell'indagine CESOP condotta mediante focus group, i CdS concordano di tenere conto delle seguenti indicazioni:

- Introdurre all'interno degli insegnamenti attività formative orientate allo sviluppo delle soft skill;
- Migliorare l'awareness dell'offerta formativa dei CdS, esplicitando le competenze sviluppate in relazione alle esigenze del mondo del lavoro;
- Migliorare l'awareness e il rapporto università/aziende sviluppando la collaborazione e gli incontri con le aziende;
- Sviluppare una attività di "marketing" dei CdS maggiormente strutturata.

Azioni intraprese

Nell'anno accademico 2017/2018 il Consiglio di Area Didattica in Ingegneria Informatica ha nominato una commissione per la gestione dei rapporti con le aziende, formata dai seguenti cinque docenti strutturati dei corsi di laurea del CAD:

- Maurizio Lenzerini (presidente, professore ordinario)
- Francesco Delli Priscoli (professore ordinario)
- Daniele Nardi (professore ordinario)
- Fabrizio D'Amore (professore associato)
- Fabio Patrizi (ricercatore)

Tale commissione ha lo scopo di aumentare i rapporti con le aziende, che dai dati dell'indagine Cesop citata in precedenza sembrano non sufficientemente a conoscenza dei contenuti dei corsi di laurea del CAD, instaurare regolari contatti con le parti sociali, e migliorare il supporto al placement dei laureati di tali corsi di laurea. Le azioni già definite dalla commissione e in programma per l'a.a. 2018/2019 riguardano un rafforzamento delle occasioni di incontro già esistenti e a cui partecipano i corsi di laurea del CAD (quali l'evento Informiamoci organizzato dal Dipartimento di Ingegneria Informatica, Automatica e Gestionale e l'evento Ingegneria R&D organizzato dalla facoltà di Ingegneria Civile e Industriale), e la creazione di nuovi eventi più specifici mirati ad aumentare la conoscenza dei contenuti dei corsi di laurea del CAD da parte delle aziende e delle organizzazioni rappresentative delle professioni.