

ANALISI DELLA DOMANDA DI FORMAZIONE E DI CONSULTAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE

Corso di Laurea Magistrale in *Innovazione Digitale e Comunicazione* (LM-91)

1. Premessa: presentazione in breve del Corso di Studio
2. Analisi documentale
 - 2.1 Uno sguardo preliminare alle professioni digitali descritta dai quotidiani
 - 2.2 L'impegno del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per la digitalizzazione
 - 2.3 Sintesi Studio di settore
 - 2.4 Analisi della domanda di formazione e prospettive di occupabilità
3. Consultazione con le Parti Interessate (PI)
 - 3.1 Protocolli d'intesa con le Parti Interessate (PI)
4. Esito indagini sul campo con le Parti Interessate (PI)
5. Conclusioni e raccomandazioni
6. *Appendice*

1. Premessa: presentazione in breve del Corso di Studio

Il percorso di Laurea Magistrale in *Innovazione Digitale e Comunicazione* nasce da una riflessione critica che gli attori proponenti hanno maturato rispetto al livello di consapevolezza sociale delle tecnologie digitali e al relativo grado di penetrazione per ragioni connesse ad attività lavorativa o formativa in chiave competitiva. L'interrogativo emerge dalla constatazione circa la condizione di debolezza che caratterizza l'Italia in termini di competitività digitale e dall'evidenza che la connettività diffusa, la digitalizzazione e le nuove tecnologie pervadono l'intera economia, con impatti su tutte le strutture organizzative e sui relativi modelli di business.

L'analisi della letteratura sul tema della digitalizzazione socio-economica e di ricerche promosse da enti pubblici relativamente al fabbisogno formativo e professionale nel prossimo quinquennio, coniugata con la constatazione circa la condizione di debolezza che caratterizza l'Italia in termini di competitività digitale hanno rappresentato l'input per la formalizzazione del presente CdS.

La connettività diffusa, la digitalizzazione e le nuove tecnologie pervadono l'intera economia, con impatti su tutte le strutture organizzative e sui relativi modelli di business e le Università sono chiamate ad impegnarsi per l'aggiornamento dei percorsi formativi coerentemente con le esigenze manifeste dal mondo del lavoro. La *Digital Transformation* sta di fatto creando una discontinuità rispetto al passato, introducendo un nuovo paradigma produttivo e nuovi registri comunicativi che in termini di modelli organizzativi determinano ricadute in termini di domanda di competenze e di nuove professionalità. Tale condizione impatta sull'offerta di percorsi formativi professionalizzanti effettivamente in grado di colmare il divario tra l'Italia e gli altri Paesi europei.

Lo scenario all'interno del quale si inserisce la presente proposta formativa Classe delle lauree magistrali in TECNICHE E METODI PER LA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE (LM-91) è quello della competitività digitale. La centralità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle dinamiche socio-economiche arriva, oggi, a caratterizzare tutti gli ambienti competitivi. Nel mutato scenario socio-politico ed economico, la comunicazione digitale assume la veste di *driver* di nuove pratiche imprenditoriali e, di conseguenza, lo sviluppo dei sistemi tecnologici diventa prerequisito per la competitività e, dunque, fattore abilitante la realizzazione di processi innovativi nelle organizzazioni sociali, nonché in quelle imprenditoriali.

Questo percorso formativo interviene in questo, ormai avviato, processo di rinnovamento e modernizzazione socio-culturale del Paese. Esso, cioè, è attento a creare le condizioni necessarie al potenziamento della competitività delle organizzazioni socio-economiche attraverso nuovi modelli organizzativi, contenendone o prevedendone le possibili debolezze socio-strutturali tramite l'ancoraggio al sistema tecnologico, ovvero attraverso l'uso intelligente delle tecnologie dell'informazioni e nell'ottica di una comunicazione moderna e mirata. Il CdS, infatti, riconosce nella comunicazione un approccio all'innovazione, come continua compenetrazione e riprogettazione di "artefatti" digitali al fine, sia di

pervenire ad una interpretazione costruttiva dei fenomeni social, sia per gestire processi complessi di carattere tanto socio-organizzativo che economico e giuridico. Quale chiave semantica per spiegare e comprendere tutte le dimensioni della realtà sociale, sviluppa un approccio specifico alla comunicazione nel senso che la ritiene competenza tecnica e al tempo stesso spazio dialettico e creativo, ossia azione performativa e capacitante che, nelle forme digitali, e soprattutto in riferimento ai *database* e ai processi dell'IA, diventa espressione trasformativa della realtà.

In particolare, il percorso formativo, coerentemente con le misure emergenti per il potenziamento nell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ovvero idoneo a favorire innovazione e crescita economica, mira alla diffusione della cultura digitale e allo sviluppo di competenze digitali nelle organizzazioni che assumono la complessità come paradigma e che investono nell'innovazione di processo e di sistema.

2. Analisi documentale

2.1 Uno sguardo preliminare alle professioni digitali descritta dai quotidiani

Sole24Ore (https://www.ilsole24ore.com/art/cinque-professioni-digitali-5-milioni-posti-lavoro-e-dove-studiarle-italia-AEpDr66E?refresh_ce=1). È del maggio del 2018 l'articolo del Sole24Ore che traccia l'identikit delle **“Cinque professioni digitali da 5 milioni di posti di lavoro (e dove studiarle in Italia)”**. Il contributo offerto dall'articolo parte dall'esame di circa due milioni di offerte di lavoro e dei top trend di evoluzione digitale - ricerca condotta da Idc per conto di Cisco – e “fa il punto della situazione nel settore informatico, quello destinato probabilmente a crescere di più: si parla di oltre cinque milioni di nuovi posti di lavoro a livello mondiale nei prossimi nove anni, tutti ovviamente ben retribuiti”. Idc propone la costruzione di una matrice utile ad identificare figure professionali più richieste attualmente dal mercato e, contestualmente, le figure professionali destinate secondo manager ed esperti a rivestire un ruolo strategico nell'ecosistema del business, crescendo di più nel prossimo futuro. Il risultato porta a cinque macroaree settoriali, ciascuna con diversi profili professionali.

La quinta e, secondo gli analisti, probabilmente la più affascinante tra le macroaree individuate dallo studio Idc-Cisco è quella della “trasformazione digitale”, ovvero delle figure professionali in grado di traghettare le aziende verso il loro futuro in chiave 4.0; non possono mancare nel futuro delle organizzazioni socio-economiche profili specializzati in change management, transformation consulting legati al mondo in rapida espansione dell'Internet delle Cose. Ciò che diventa incredibile, a confronto del fascino di tali professionalità, resta una carenza di percorsi formativi professionalizzanti e quelli presenti sul territorio, salvo poche eccezioni, appaiono confinate perlopiù all'interno di ingegneria o informatica (mentre negli

Stati Uniti e in Gran Bretagna un approccio allo studio e alla gestione di grandi mole di data è capillare in molte facoltà).

La Repubblica

(https://www.repubblica.it/economia/rapporti/energitalia/trasformazione/2020/01/30/news/energia_mancano_gli_specialisti_digitali_azienze_in_affanno_nella_caccia_ai_talenti-247150346/).

È del 30 gennaio 2020 l'articolo di Repubblica "Energia, mancano gli specialisti digitali: aziende in affanno nella caccia ai talenti" in cui si traccia la crisi 'inaspettata' di un mercato del lavoro italiano (studio ManpowerGroup-Luiss) che non riesce a soddisfare la domanda di profili innovativi richiesti, tra gli altri, dal comparto energetico. "Gli scienziati e gli analisti dei dati sono le due professioni emergenti del settore energetico e i profili con competenze di social media management, intelligenza artificiale, economia circolo di sicurezza informatica non sono da meno. Le aziende faticano però a trovare queste professioni sempre più digitali sul mercato, tant'è che alcune stanno puntando sulla formazione e sulla riqualificazione del personale a disposizione, se non anche sull'in-sourcing di personale esterno".

Ma il risultato sorprendente è legato al peso delle competenze digitali, diventate ormai prerequisito per l'operato delle organizzazioni di ogni settore economico. Il tratto qualificante le riflessioni proposte nell'articolo impattano proprio sulla progettazione di nuovi percorsi formativi: "Attenzione a credere che sia sufficiente fare incetta di skill a tinte 4.0 perché, segnalano le aziende, servono anche altri elementi". Prima fra tutti la "transdisciplinarietà", definita dall'Unesco come "lo spazio intellettuale dove le connessioni tra diversi argomenti isolati possono essere esplorate e svelate", e la flessibilità, divenuta centrale per le organizzazioni aziendali sempre più attente alla costruzione di team agili e contesti dinamici, in grado di garantire resilienza di fronte ai cambiamenti interni ed esterni. Competenze soft e tecniche prioritarie, che le aziende auspicano di sviluppare, o reclutare, nel futuro: imprenditorialità, apertura ai contesti internazionali, interdisciplinarietà e comunicazione social.

Corriere della Sera (https://www.corriere.it/economia/lavoro/cards/professioni-futuro-60percento-nuovi-lavori-sono-inventare-ecco-come-prepararsi-rivoluzione/formare-aggiornare-nuovi-professionisti_principale.shtml). È del 29 settembre 2020 l'articolo "Le professioni del futuro? Il 60% dei nuovi lavori sono da inventare: ecco come prepararsi alla rivoluzione". L'articolo riprende le riflessioni

proposte dal World Economic Forum che descrive l'accelerazione indotta dalla tecnologia, dal digitale e dell'automazione al mercato del lavoro a livello globale che, nei prossimi 3 anni, determinerà la nascita di 133 milioni di nuove opportunità occupazionali, a fronte di 75 milioni di posti di lavoro destinati a scomparire. Unioncamere stima che solo in Italia, ci sarà bisogno di 2.5 milioni di occupati in più. Secondo il dossier 2020 Unioncamere-ANPAL, il 75% delle aziende italiane dichiara che, per fare fronte alla crisi, nei

prossimi sei mesi metterà in campo azioni di reskilling del personale già presente in azienda. Fondamentale, dunque, l'acquisizione di nuova conoscenza, sia tecnica che trasversale, tanto per gli studenti quanto per i professionisti.

2.2 L'impegno del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per la digitalizzazione

L'analisi documentale promossa allo scopo di verificare la penetrazione potenziale di figure professionali previste in uscita dal percorso formativo in *Innovazione Digitale e Comunicazione* è partita dalla presa d'atto circa un interesse manifesto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, che apre il 2020 con una giornata di studio e ricerca - "Giornata della Digitalizzazione: innovazione e lavoro. L'Italia è pronta alla sfida? – 20 gennaio" (<https://www.lavoro.gov.it/eventi/Pagine/Giornata-della-Digitalizzazione-innovazione-e-lavoro-L-Italia-e-pronta-alla-sfida.aspx>). L'incontro si è proposto quale obiettivo principale il fornire una prima risposta ai bisogni di cittadini e imprese, in tema di digitalizzazione e comunicazione, digital transformation e intelligenza artificiale.

L'interesse al processo di digitalizzazione da parte del dicastero parte già diversi anni fa, in collaborazione con Inps, Covip, Anpal, Inapp e Servizio Civile Nazionale; a conferma la partecipazione al Salone nazionale dell'orientamento, la scuola, la formazione e il lavoro "Orientarsi all'innovazione per costruire futuro" (<http://www.lavoro.gov.it/notizie/Pagine/JOBOrienta-2017-Orientarsi-all-innovazione-per-costruire-futuro.aspx>). L'edizione 2020, prevista nei giorni 25-27 novembre (<https://www.joborienta.info/>), affronterà il tema della digitalizzazione, illustrato nelle iniziative dal titolo "INPS social r-evolution il mondo social per te non ha segreti? Non hai ancora conosciuto l'INPS...", a cura di INPS e "Crescere in Digitale: alla scoperta del mondo del lavoro digitale con Anpal, Unioncamere e Google", a cura di ANPAL.

Infine, recente la partecipazione al Salone OrientaSud 2020, la manifestazione dedicata all'orientamento universitario, al lavoro, alla formazione e alle competenze (www.orientasud.it), che dal 4 al 6 novembre 2020 ha registrato una importante presenza di Istituzioni, Università, Accademie, Enti di Formazione e attori economici, manager, giornalisti, e tanti professionisti. Il tema proposto nel corso del salone proprio dal Ministero, sempre in collaborazione con Anpal e Unioncamere ha avuto ad oggetto la diffusione dell'innovazione digitale in Italia, la domanda di competenze digitali e di figure professionali specializzate nel settore Ict e la contestuale difficoltà

degli attori economici a trovare le professionalità adatte. Tale condizione sollecita gli attori della formazione ad attivare percorsi professionalizzanti nel settore dell'ICT.

Le iniziative, seppure sinteticamente riportate, sostenute dal ministero sollecitano la progettazione e promozione di percorsi formativi che, soprattutto nel Mezzogiorno, siano destinati ad orientare i giovani ad un *futuro in digitale*.

2.3. Sintesi Studio di settore

Di seguito una sintesi dell'analisi condotta su dati secondari in riferimento al fabbisogno formativo e occupazionale nazionale.

Secondo gli ultimi dati previsionali di Unioncamere (<https://www.unioncamere.gov.it/download/10727.html>), nel quinquennio 2020-2024 il 34% della domanda di occupati in Italia, pari a circa 898.300 unità, sarà rappresentata da laureati, così suddivisi:

Tabella 1 - Fabbisogni occupazionali* per il quinquennio 2020-2024 per indirizzi di studio – scenario A

	FABBISOGNO 2020-2024		OFFERTA
	Totale	Media annua	Media annua
Livello universitario	898.300	179.700	179.600
Medico, sanitario e paramedico	173.100	34.600	21.100
Economico	118.900	23.800	27.500
Ingegneria	117.100	23.400	22.200
Insegnamento e formazione (comprese scienze motorie)	104.200	20.800	21.500
Giuridico	87.600	17.500	8.300
Politico-sociale	59.000	11.800	18.800
Letterario, filosofico, storico e artistico	50.500	10.100	13.200
Architettura, urbanistico e territoriale	40.300	8.100	6.300
Scientifico, matematico e fisico	34.100	6.800	5.200
Linguistico, traduttori e interpreti	30.300	6.100	10.200
Psicologico	28.500	5.700	7.400
Geo-biologico e biotecnologie	19.200	3.800	7.300
Chimico-farmaceutico	17.700	3.500	5.600
Agrario, agroalimentare e zootecnico	13.400	2.700	4.300
Statistico	4.500	900	800
Livello secondario o post-secondario	902.200	180.400	292.300
Amministrazione, finanza e marketing	260.100	52.000	50.000
Industria e artigianato	243.300	48.700	56.700
Licei	137.100	27.400	116.400
Turismo, enogastronomia e ospitalità	78.400	15.700	40.400
Socio-sanitario	66.400	13.300	11.200
Trasporti e logistica	42.000	8.400	4.700
Agrario, agroalimentare e agroindustria	38.900	7.800	6.100
Costruzioni, ambiente e territorio	36.000	7.200	6.800
Qualifica professionale	683.600	136.700	85.300
Ristorazione	154.700	30.900	25.500
Benessere	113.000	22.600	11.900
Meccanico	99.700	19.900	6.500

Servizi di vendita	64.100	12.800	3.300
Amministrativo segretariale	51.500	10.300	4.800
Edile	39.100	7.800	400
Elettrico	25.500	5.100	6.000
Sistemi e servizi logistici	21.600	4.300	200
Servizi di custodia e accoglienza	18.500	3.700	4.100
Agricolo	17.000	3.400	2.300
Abbigliamento	16.700	3.300	2.200
Trasformazione agroalimentare	14.500	2.900	3.100
Legno	11.700	2.300	700
Altri indirizzi leFP	36.200	7.200	14.200

**I dati sui fabbisogni occupazionali per livello di studio non comprendono il settore Agricoltura, silvicoltura e pesca.*

Fonte: Unioncamere, luglio 2020

Per quanto riguarda i laureati (34% della domanda) tra i principali indirizzi universitari richiesti nel quinquennio 2020-2024 emergono l'indirizzo medico-paramedico, per cui si stima saranno necessari 173mila unità, l'indirizzo economico (119mila unità), ingegneria (117mila unità), insegnamento e formazione (104mila unità comprendendo scienze motorie) e l'area giuridica (88mila unità).

Secondo l'ultima indagine Almalaurea (dati 2019), i laureati in Italia della LM-91 sono stati 91. Di questi, il 70,3% sono uomini e, nel 72,5% dei casi, con un'età inferiore a 26 anni. La distribuzione geografica dei laureati evidenzia che solo il 50,5% di essi risiede nella stessa provincia nella quale ha sede l'Ateneo. Il complemento a 100 di tale dato è distribuito tra residenti in provincia della stessa regione, per il 22% dei casi, un 24,2% di residenti in altra regione e un 3,3% di residenti all'estero. Ciò sta ad evidenziare come un Corso di Studi di LM-91 possa rappresentare un forte attrattore anche per studenti al di fuori della Provincia di Foggia.

La soddisfazione nella scelta del CdS di LM-91 è così ripartita: Decisamente sì: 51,2%; Più sì che no: 41,5%; Più no che sì: 6,1%; Decisamente no: 1,2%. Il tasso di fidelizzazione alla classe di laurea magistrale è così distribuito: Sì, allo stesso corso magistrale dell'Ateneo: 81,7%; Sì, ma ad un altro corso magistrale dell'Ateneo: 3,7%; Sì, allo stesso corso magistrale, ma in un altro Ateneo: 9,8%; Sì, ma ad un altro corso magistrale e in un altro Ateneo: 0%; Non si iscriverebbero più a nessun corso di laurea magistrale: 4,9%. Il confronto tra questi due distribuzioni di dati fa emergere un'ottima valutazione dell'offerta formativa.

2.4 Analisi della domanda di formazione e prospettive di occupabilità

La progettazione del nuovo corso di studi parte dall'analisi della domanda di formazione che tiene conto delle prospettive occupazionali dei diversi profili professionali nel medio-lungo periodo, quindi della capacità di assorbimento del mercato rispetto ai diversi ruoli. Tale analisi tiene conto dello scenario locale, nazionale e internazionale.

A tal fine, si è condotto un'analisi su dati secondari ottenuti da fonti Sistema Informativo EXCELSIOR di UNIONCAMERE e ANPAL (previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine –

periodo 2019-2023 e successivo aggiornamento 2020-2024) e OSSERVATORIO MANAGERIAL LEARNING ASFOR-CFMT.

Sistema Informativo EXCELSIOR di UNIONCAMERE e ANPAL (<https://excelsior.unioncamere.net>)

Di seguito una sintesi dell'analisi del fabbisogno di professioni previsto per il prossimo quinquennio (2020-2024) sulla base del rapporto previsionale sui fabbisogni occupazionali elaborato nell'ambito del Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere e ANPAL.

In via preliminare dal rapporto emerge che le professioni medio-alte (cioè dirigenti, professioni specialistiche e tecnici) peseranno per circa il 45% sul fabbisogno (al netto dell'agricoltura e della pesca), con una prevalenza delle professioni specialistiche, che saranno richieste per 23%, seguite da quelle tecniche, per cui si prevede una domanda del 21%. Inoltre, tra il 2020 e il 2024 le professioni commerciali e dei servizi saranno necessarie per circa il 18%.

Figura 1 - FABBISOGNI OCCUPAZIONALI PER GRANDI GRUPPI PROFESSIONALI NEL PERIODO 2020-2024

	FABBISOGNO 2020-2024	
	(v.a.)*	(quote %)
TOTALE (esclusa Agricoltura, silvicoltura e pesca)	2.603.700	100,0
1. Dirigenti	36.100	1,4
2. Professioni specializzate	602.700	23,1
3. Professioni tecniche	540.000	20,7
4. Professioni impiegatizie	326.300	12,5
5. Professioni commerciali e dei servizi	462.500	17,8
6. Operai specializzati e artigiani	235.200	9,0
7. Conduttori di impianti	141.900	5,4
8. Professioni non qualificate	226.300	8,7
9. Forze Armate	32.700	1,3

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema Informativo Excelsior, 2020

Le più recenti pubblicazioni del Sistema Informativo Excelsior hanno posto in evidenza che il mercato del lavoro italiano è interessato da profonde trasformazioni che richiedono un cambiamento e un rafforzamento delle competenze, sia delle persone in uscita dal sistema formativo che dei lavoratori attualmente occupati. A ciò si aggiunga che in tutte le economie avanzate, il lavoro sta diventando sempre più *knowledge intensive* sia in termini di conoscenze specifiche che in termini di conoscenze più generali. Da una parte, infatti, la pervasività dell'uso delle macchine, della tecnologia digitale e dell'intelligenza artificiale (AI) richiede sempre maggiori conoscenze specifiche in ambito tecnologico, ciò non solo per professioni altamente qualificate, da sempre caratterizzate da un'alta intensità di conoscenza, ma anche per professioni apparentemente meno qualificate che in realtà si trovano ad interagire con robot e macchine estremamente sofisticate e complesse.

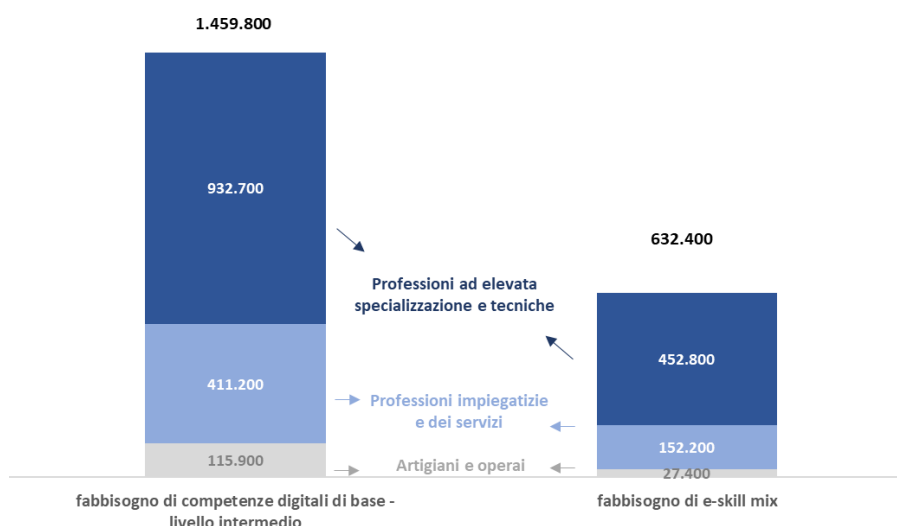
A tal proposito, il Sistema Informativo Excelsior riconosce nella digitalizzazione il principale fattore di cambiamento che sta concorrendo alla trasformazione del mercato del lavoro e che nei prossimi anni

assumerà un peso ancora più rilevante con l’impulso degli investimenti europei volti ad una transizione digitale; a ciò si aggiunga che la rapida diffusione del telelavoro nel periodo di emergenza, tuttora in corso, ha concorso ad accelerare il processo di digitalizzazione già in atto, con due aspetti diversi ma complementari: da un lato il cambiamento in senso digitale di molte attività produttive (smart working, commercio on line, digitalizzazione delle procedure in molti servizi alle imprese e alle persone) e dall’altro una forte crescita “obbligata” delle competenze digitali di molti lavoratori e in generale di un’ampia fascia della popolazione.

È quindi una evidenza che la *Digital Transformation* avrà un peso determinante nel caratterizzare i fabbisogni occupazionali dei diversi settori economici, arrivando a coinvolgere circa il 30% dei lavoratori di cui imprese e Pubblica Amministrazione avranno bisogno nei prossimi 5 anni. Il riferimento è alle e-skills: capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici per organizzare e valutare informazioni qualitative e quantitative; Capacità di gestire soluzioni innovative applicando tecnologie robotiche, Big Data analytics, Internet of things, ecc. ai processi aziendali, anche in linea con quanto previsto nel ‘Pacchetto Industria 4.0’.

Sempre sulla base dei risultati dell’indagine Excelsior, è stato stimato il fabbisogno di personale con capacità di utilizzare competenze digitali, come l’uso di tecnologie internet, di strumenti di comunicazione visiva e multimediale, ormai considerati dalle imprese come una competenza di base che i lavoratori devono possedere. Secondo le stime tra il 2020 e il 2024 le imprese avranno bisogno di 1,5 milioni di occupati in possesso di competenze digitali con importanza perlomeno intermedia, pari al 56% del fabbisogno del quinquennio.

FIGURA 1 - FABBISOGNI DI PROFESSIONI CON COMPETENZE DIGITALI NEL PERIODO 2020-2024



Sta di fatto che la *Digital Transformation* crea una discontinuità rispetto al passato, introducendo un nuovo paradigma produttivo e nuovi modelli organizzativi, con ricadute in termini del personale nonché sulla domanda di competenze e di nuove professionalità.

Inoltre, è stata stimata la domanda per il quinquennio di figure con e-skill mix, ovvero in possesso con elevato grado di importanza di almeno due delle tre e-skill mappate nel Sistema Informativo Excelsior (ovvero competenze digitali di base, capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici, capacità di gestire soluzioni innovative). Si tratta quindi di un criterio volto a identificare le professioni maggiormente specializzate, alle quali verrà richiesto di svolgere funzioni o adempiere compiti con più elevati livelli di complessità. Tra il 2020 e il 2024 il fabbisogno di professionisti con un mix di almeno due skill di grado elevato è stimato intorno alle 632.000 unità, corrispondenti al 24% del totale. Dal momento che si tratta di una richiesta di personale che dovrà utilizzare in modo integrato due o addirittura tre e-skill, è naturale osservare una concentrazione della domanda – pari al 72% circa - tra le professioni a elevata specializzazione e tecniche.

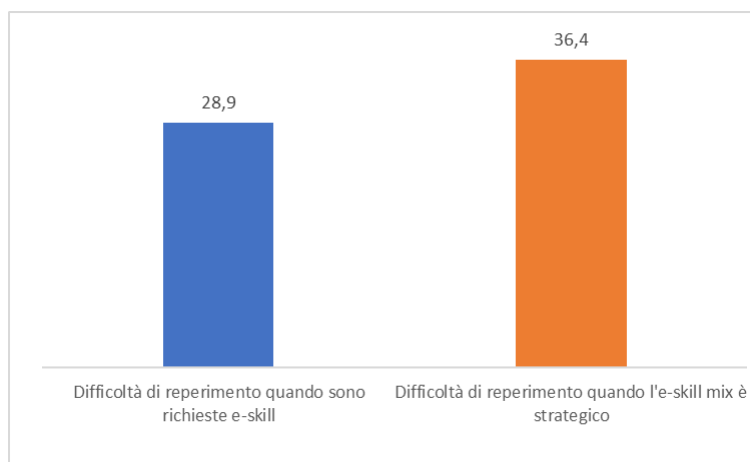
Fra le figure professionali emergenti maggiormente richieste sul mercato ci saranno gli esperti nell'analisi dei dati, nell'intelligenza artificiale e nell'analisi di mercato. Le nuove professioni emergenti in questo campo saranno quelle del Data Scientist, Big Data Analyst, Business Intelligence Analyst, Social Media Marketing Manager, Artificial Intelligence Systems Engineer. Inoltre, non esclusivamente in riferimento alla "crisi del giornalismo tradizionale", ma quale opportuna risposta alle necessità di assegnare alla lettura dei dati una effettiva capacità comprendente, individua nella figura del *datajournalist* il professionista che, in un futuro immediato e più che prossimo, si candidano a trattare i dati, trasformando le informazioni in segni utili - funzionalmente e strutturalmente - per pervenire sia ad una spiegazione che ad una interpretazione dei fenomeni sociali in vista della elaborazione di strategie e di misure di intervento *ad hoc*.

Va infatti tenuto conto che le nuove tecnologie digitali non interesseranno solo la creazione di nuove professioni emergenti, ma riguarderanno l'intera *replacement demand*, andando ad impattare sulle competenze richieste ai nuovi entrati nelle professioni esistenti che cambieranno, in modo più o meno rilevante, nel contenuto; a completamento si tenga conto che per le professioni esistenti a oltre 9 profili su 10 è associata la richiesta di competenze digitali. Al tempo stesso la pervasività della tecnologia è tale che anche alle professioni più squisitamente tecniche, quali quella del programmatore, saranno richieste sempre più competenze di carattere relazionale.

Allo scenario tracciato, in termini di attualizzazione dei profili professionali, si aggiunga che, secondo quanto rilevato da UNIONCAMERE nel corso dell'*Internet Governance Forum Italia 2020*, mentre per lavorare nelle imprese italiane le competenze digitali sono richieste per 7 assunti su 10 (pari a 3,2 milioni di lavoratori), il 28,9% di questi profili è difficile da trovare per inadeguatezza o ridotto numero di candidati.

Ciò sta a dire che il mercato del lavoro non risponde ancora in maniera sufficiente, visto che quando le e-skill digitali sono strategiche la difficoltà di reperimento sale addirittura al 36,4%.

Figura 2 - Difficoltà a reperire figure professionali con competenze digitali (quote % sul totale)



Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema Informativo Excelsior, 2019

A conferma della centralità della digitalizzazione per il rilancio economico del paese interviene l'iniziativa lanciata del 4 novembre 2020 da Microsoft Italia all'interno del progetto Ambizione Italia #DigitalRestart, piano di investimenti di Microsoft, volta a promuovere la crescita sostenibile dell'Italia attraverso il digitale. L'iniziativa si traduce in una collaborazione strategica con aziende, mondo accademico e startup per sviluppare insieme, attraverso modalità di open innovation, una nuova cultura green, facendo leva sui trend tecnologici. Significa coniugare i due driver della crescita economica, così come identificati dal progetto Excelsior – Digital Transformation e Ecosostenibilità.

La crescita e la ripresa dell'Italia devono passare dal digitale e dalla sostenibilità.

<https://www.lse.ac.uk/study-at-lse/Graduate/degree-programmes-2021/MSc-Management-Information-Systems-and-Digital-Innovation#:~:text=The%20MSc%20Management%20of%20Information,domains%20of%20digital%20innovation%2C%20such>

Da ciò l'esigenza di avviare percorsi formativi, confermata in parte da vari studi condotti a livello nazionale e internazionale, tra cui quelli citati nel documento MIUR disponibile alla pagina <http://www.istruzione.it/allegati/2016/bigdata.pdf>

L'analisi dell'offerta formativa nazionale e internazionale ha permesso di evidenziare alcune linee di azione, tra le quali si rinviene la necessità di aggiornare i processi formativi specializzati sulla data science a livello di laurea magistrale e di dottorato di ricerca.

OSSERVATORIO MANAGERIAL LEARNING ASFOR-CFMT (<https://www.asfor.it/ricerche/osservatorio-managerial-learning-asfor-cfmt>). L'analisi della domanda di formazione, condotta preliminarmente su dati secondari, ha consentito agli attori proponenti di rilevare, in prima battuta, una crescente domanda di formazione a carriera avviata. A tal proposito si sono anche analizzati i risultati di una indagine condotta nel 2018/2019 dall'Osservatorio *Managerial Learning* ASFOR CFMT focalizzata sulle percezioni ed opinioni di manager relativamente alla formazione e alle modalità di apprendimento preferite. L'indagine ha coinvolto un campione di 850 professionisti, tra amministratori delegati, top manager e quadri provenienti da tutta Italia, che rivestono ruoli chiave con diversi livelli di responsabilità, e alti potenziali inseriti in percorsi di Talent Development, che hanno risposto ad un articolato questionario. Il questionario, centrato sul tema della formazione manageriale, tra i diversi aspetti affrontati, ha rilevato una crescente attenzione da parte degli intervistati per le attività di perfezionamento delle capacità degli impiegati ai diversi delle organizzazioni (+44,46% negli ultimi due anni); si prevede che il dato possa superare il 62% entro il 2022. Ciò che, ancor di più, avvalora la presente proposta formativa riguardante i contenuti rispetto ai quali si registra la maggiore richiesta di aggiornamento, ovvero l'approccio strategico, il *Change Management* e, soprattutto, la *Digital Mindset* che, coerentemente con la *Digital Transformation*, sta modificando aspetti culturali, tecnologici e manageriali, rimettendo in gioco qualunque logica organizzativa pre-esistente. La trasformazione digitale impone continuamente un riallineamento dei profili professionali, sia consolidati che emergenti, con i nuovi punti di riferimento.

3. Consultazione con le Parti Interessate (PI)

Il nuovo Corso di Laurea Magistrale nasce da una chiara analisi relativa alle previsioni fornite da enti e istituzioni nazionali impegnate nella valutazione del fabbisogno di professioni con competenze nel digitale e, quindi, di formazione (come previamente descritto) e dalla complessità delle istanze sociali che hanno orientato la sua progettazione. Il riferimento è, in particolare, alle istanze direttamente e indirettamente provenienti dalle tante parti sociali (istituzioni, amministrazioni, organizzazioni imprenditoriali, pubbliche e private, rappresentative delle realtà economiche e delle professioni) che continuano a manifestare interesse per la formazione di un profilo culturale e professionale coerente con le dinamiche competitive organizzative.

A ciò si aggiunga che, proprio nell'ottica di creare un rapporto di collaborazione permanente, l'Ateneo e i Dipartimenti hanno, nel tempo, stipulato numerosi protocolli e convenzioni finalizzati allo svolgimento dei tirocini formativi, previsti nei percorsi formativi.

Di seguito si riportano i riferimenti relativi ai rapporti di collaborazione in essere con le Parti Interessate e i risultati delle consultazioni con gli operatori economici/stakeholder interpellati allo scopo di avviare

nuovi rapporti di collaborazione e raccogliere suggerimenti utili alla progettazione del Corso di Laurea Magistrale di classe LM-91.

3.1 Protocolli d'intesa con le Parti Interessate (PI)

Il confronto con le PI e il rapporto di collaborazione consolidatosi nel tempo ha condotto l'Ateneo e i Dipartimenti, alla stipula di numerosi protocolli e convenzioni in particolare finalizzati allo svolgimento dei tirocini formativi, previsti nei percorsi formativi.

Di seguito i link relativi alle attività di tirocinio con elenco degli Enti convenzionati per i Tirocini di Ateneo e dei Dipartimenti proponenti (DISTUM e DEMET):

- ✓ https://www.economia.unifg.it/sites/sd01/files/allegatiparagrafo/09-07-2018/convenzioni_tirocini_curricolari_ateneo.pdf
- ✓ https://www.economia.unifg.it/sites/sd01/files/allegatiparagrafo/20-07-2020/convenzioni_dip._economia_al_30_06_2020_pdf.pdf
- ✓ <https://www.studiumanistici.unifg.it/it/area-studenti/servizio-didattica/tirocini>
- ✓ <https://www.studiumanistici.unifg.it/it/area-studenti/servizio-didattica/tirocini/elenco-enti>

3.2 Esito indagini sul campo con le Parti Interessate (PI)

Al fine di rendere coerente il progetto formativo con il contesto di riferimento, locale, nazionale ed internazionale, la proposta di laurea magistrale è stata verificata tramite consultazioni svolte interpellando alcune attori del contesto socio-economico, locali, nazionali e internazionali, direttamente interessati dal processo di digitalizzazione, che potessero fornire il loro parere, oltre che il loro indirizzo, rispetto a quanto programmato nel percorso formativo.

Le organizzazioni coinvolte sono state previamente individuate in ragione della loro rappresentatività territoriale, tenuto conto della configurazione attuale del mercato del lavoro, rispetto agli sbocchi professionali previsti e alle aree di inserimento professionale dei profili formati.

Gli attori sono stati in seguito contattati telefonicamente al fine di verificarne la reale volontà a prendere parte ad un momento di co-progettazione del percorso formativo, oltre che valutare l'interesse al profilo professionale in uscita.

Al primo contatto è seguito l'invio agli stessi attori, per via telematica, di un questionario strutturato, *ad hoc* elaborato, nel quale sono stati forniti obiettivi formativi specifici del CdS e la descrizione dettagliata dei profili professionali, in maniera tale da consentire loro di esprimersi sulla validità del progetto e fornire eventuali suggerimenti/indicazioni coerenti con le aspettative del mondo del lavoro. Nel dettaglio, sono stati presentati obiettivi e percorso formativo del nuovo programma, piano studi, le figure professionali e relativi sbocchi professionali, risultati di apprendimento attesi. In tal modo, il gruppo di lavoro ha inteso

verificare la validità del progetto formativo e la rispondenza ai bisogni del mercato del lavoro e della società.

In particolare, agli attori coinvolti è stato chiesto di esprimere un parere sintetico, commenti e suggerimenti su: coerenza tra risultati di apprendimento attesi, funzioni di competenze e abilità e adeguatezza degli insegnamenti inseriti nel piano di studi; rispondenza tra profili professionali in uscita e fabbisogni del settore di riferimento e, più in generale, del mondo del lavoro; ulteriori profili professionali da prevedere eventualmente in uscita.

Gli attori coinvolti in questa fase sono trentuno.

Link del questionario: <https://forms.gle/8GJhibCJuvfbV2CA>

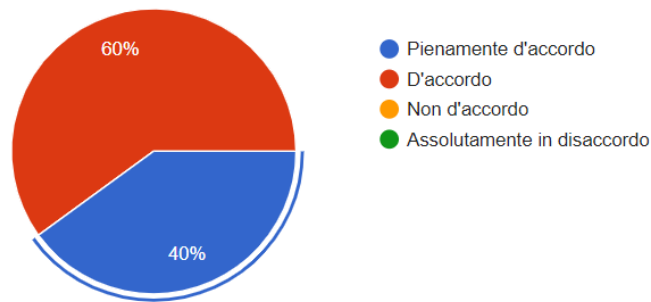
Di seguito gli attori sociali ed economici che hanno preso parte alla *survey*:

1. Confcooperative Foggia
2. Commissione Europea, Deputy Head of Next Generation Internet Unit
3. Syenmaint, Systems ENGINEERING for MAINTenance applications
4. Bit4ID
5. Evja
6. Gruppo Stratego Comunicazione
7. Future Food Institute
8. Business Insider (L'Espresso)
9. Apulia Digital Maker, Foggia
10. Splashmood, Marketing e comunicazione, Foggia
11. Troisi Ricerche
12. INAIL
13. ISTAT
14. Wolfram (Mathematica)
15. CCIAA Foggia (Sezione Digital)
16. ISTAT (Puglia)
17. My Best Marketing
18. Pfizer SA
19. Fashion Industry
20. Commissario AGCOM, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
21. Presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Puglia
22. Presidente nazionale della MPI, Community nazionale dei meeting professionals
23. CEO DAXOLAB di Livorno, Coworking & Startup Accelerator

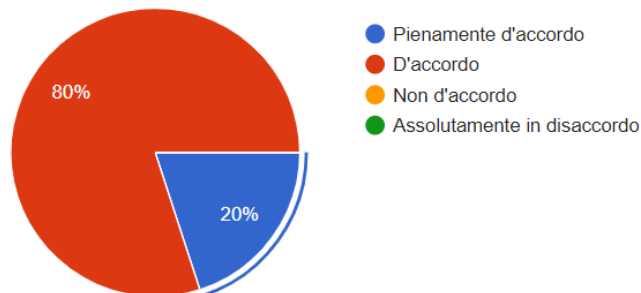
24. LinkedIn, Consulente ed esperta di social media
25. LYNX di Roma, Consulenza Informatica
26. Centro Relazioni Media di Bari
27. Link S.r.l Roma, Agenzia Web e Sviluppo software
28. Communis S.r.l. Roma, Image and Public Relation Strategies
29. Pugliapromozione (Agenzia Regionale del Turismo)
30. Radio Norba
31. Planetek Italia

Dalla prima fase di consultazione è emerso il parere favorevole degli stakeholder rispetto alla denominazione del CdS, “Innovazione Digitale e Comunicazione” (a1), in grado di comunicare in modo chiaro le finalità del corso. A tal proposito, il 40% dei rispondenti si mostra ampiamente d’accordo, mentre il restante 60% è d’accordo. Anche il parere rispetto alla chiarezza degli obiettivi del CdS (b1) è positivo, con un 80% dei rispondenti d’accordo e il 20% ampiamente d’accordo, percentuale che si riconferma a supporto della chiarezza nella descrizione delle conoscenze(c1) (80% d’accordo e 20% completamente d’accordo) e delle capacità e abilità (d1) (60% d’accordo e 40% pienamente d’accordo) che lo studente acquisirà al termine del percorso di studio rispetto agli obiettivi formativi. Di seguito una breve rappresentazione grafica.

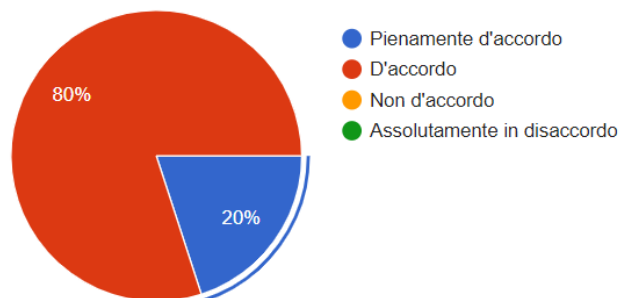
a1) Chiarezza della denominazione del CdS



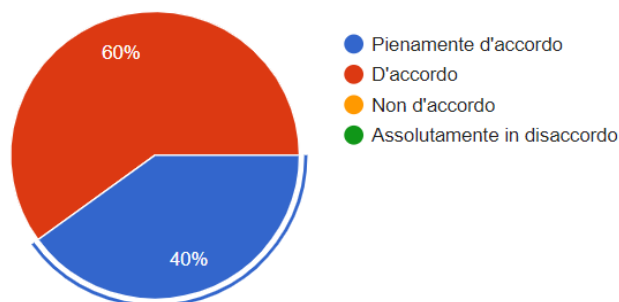
b1) Chiarezza degli obiettivi del CdS



c1) Chiarezza nella descrizione delle conoscenze

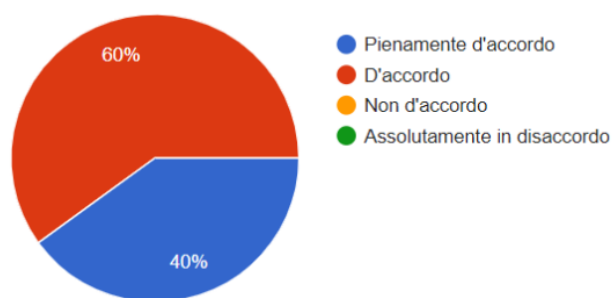


d1) Chiarezza nella descrizione delle capacità e abilità

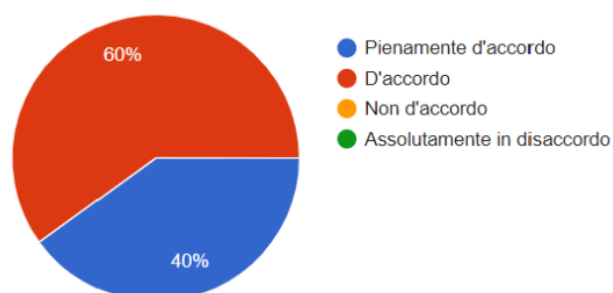


Passando alle opinioni raccolte rispetto al Piano di Studi, gli stakeholder interpellati confermano il loro giudizio positivo rispetto a: strutturazione del Piano di Studi (a2), con il 60% che concorda e il 40% che concorda ampiamente con la progettazione del piano; coerenza tra piano di studi e obiettivi del CdS (b2), con il 60% d'accordo e il 40% pienamente d'accordo; coerenza tra piano di studio e le capacità/abilità che si intendono far acquisire (c2), con il 60% ampiamente d'accordo e il 40% d'accordo.

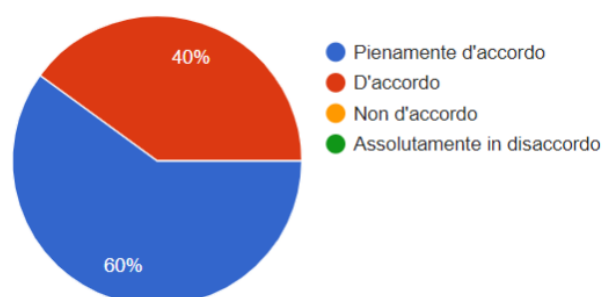
a2) Strutturazione del Piano di Studi



b2) Coerenza tra Piano di studi e Obiettivi del CdS

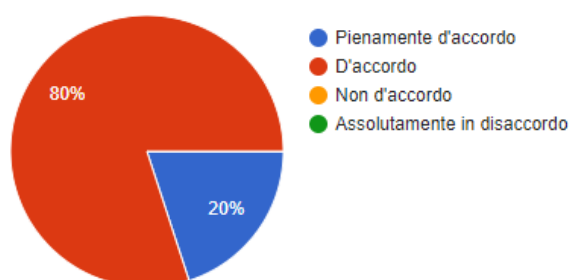


c3) Coerenza tra Piano di studio e le Capacità/Abilità

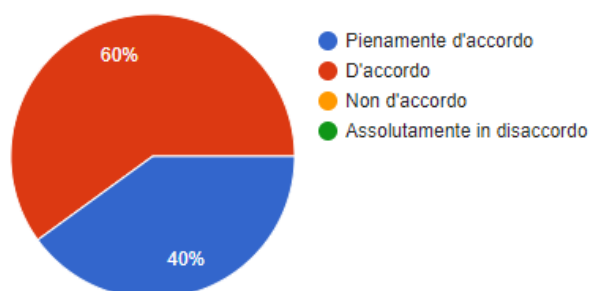


Il terzo aspetto sottoposto all'analisi degli stakeholder ha riguardato la definizione dei profili professionali proposte. In particolare, l'opinione degli intervistati ha prodotto i risultati di seguito riportati: a3) rispetto alla Coerenza tra profili professionali e obiettivi formativi del CdS, il 20% è pienamente d'accordo, mentre l'80% è d'accordo; b3) rispetto alla Coerenza tra profili professionali e capacità/abilità che si intendono far acquisire, il 40% dichiara di essere in totale accordo, mentre il 60% di essere d'accordo; infine, c3) rispetto alla Coerenza tra profili professionali richieste provenienti attualmente dal mercato, il 40% dichiara di essere in totale accordo, mentre il 60% di essere d'accordo.

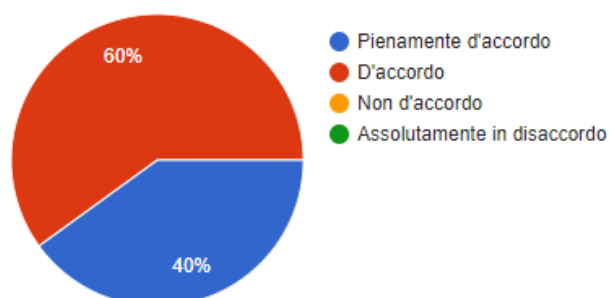
a3) Coerenza tra profili professionali e obiettivi formativi



b3) Coerenza tra profili professionali e capacità/abilità

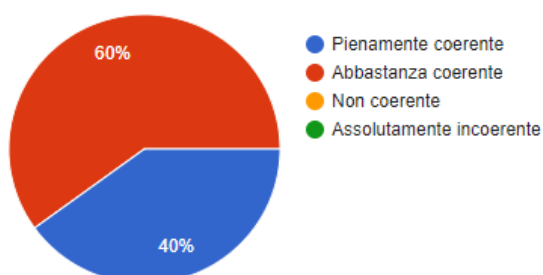


c3) Coerenza tra profili professionali richieste provenienti attualmente dal mercato

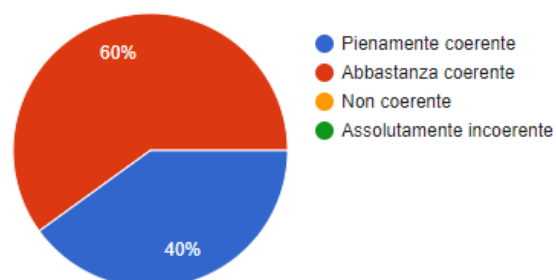


L'opinione ampiamente positiva si riscontra anche nelle risposte fornite con riferimento ai singoli profili professionali ipotizzati nella scheda di valutazione (Esperto in innovazione digitale e comunicazione; Digital Strategist; Datajournalist) che raccolgono tutti un 40% di risposte ampiamente in accordo e un 60% in accordo.

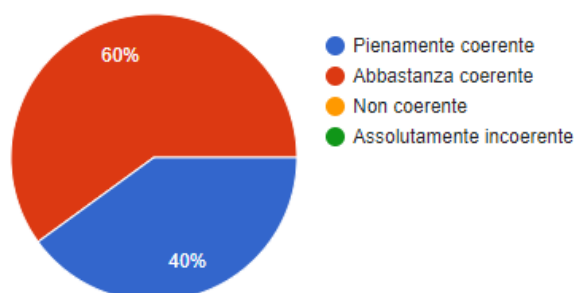
Esperto in innovazione digitale e comunicazione



Digital Strategist



Datajournalist



In sintesi, è immediato riscontrare la positività delle posizioni degli interlocutori che hanno preso parte alla *survey*, che esprimono, nella totalità delle domande poste, parere concorde nel considerare estremamente attuale il CdS, rispondente alle richieste provenienti dal mercato del lavoro e ben strutturato in termini di percorso formativo finalizzato agli obiettivi. In particolare, gli stakeholder apprezzano il lavoro di progettazione, dalla definizione degli obiettivi formativi del percorso formativo (dalle conoscenze alle capacità/abilità) alla coerenza tra quest'ultimi e la struttura modulare del corso di studio, apprezzando il lavoro svolto dal gruppo di attori proponenti.

Sintesi della verbalizzazione dell'incontro con gli stakeholder del 19.11.2020

I Dipartimenti proponenti, raccolta l'opinione positiva dalla *survey*, hanno in seguito pianificato un secondo momento per la rilevazione dell'opinione delle PI che, data la contingenza, si è svolta tramite piattaforma digitale Meet di GSuite il giorno 19 novembre alle ore 18.30. In questo secondo caso, è stato individuato un numero ridotto di interlocutori, allo scopo di facilitare l'interazione a distanza e rendere tutti i partecipanti parte attiva del dibattito. Inoltre, nel corso dell'incontro, gli attori proponenti hanno raccolto la disponibilità dei partecipanti ad entrare a far parte del Comitato di Indirizzo del CdS.

Di seguito i nominativi degli stakeholder intervenuti:

1. Claudia Laricchia, Head of Institutional Relations at Future Food Institute, Milano, Italia
2. Luisa Rizzitelli, Communis S.r.l., Image and Public Relation Strategies, Roma, Italia
3. Maddalena Milone, CEO at Meeting Planner srl, Bari, Italia
4. Roberto Gismondi, Direttore di ricerca ISTAT

5. Mirko Senatore, Senior Director, Global Supply Chain Lead - Eastern Europe and Central Asia at Pfizer, Londra, Regno Unito
6. Edoardo Gisolfi, co-founder Strategocomunicazione, Salerno, Italia

L'incontro si è aperto con la presentazione del CdS da parte dei progettisti - Prof. Claudio Nigro, Prof.ssa Fiammetta Fanizza e Prof.ssa Enrica Iannuzzi. Questa fase introduttiva alla discussione, tesa a raccogliere le prime riflessioni dei partecipanti, si è focalizzata sulla denominazione, sulla descrizione dell'obiettivo generale del percorso formativo - "Innovazione Digitale e Comunicazione (IDC)".

La prima ad intervenire è stata la Dott.ssa Claudia Laricchia che, dopo essersi complimentata per l'ottimo lavoro svolto in fase di progettazione, affronta il tema della trasformazione digitale che sta investendo tutti i settori economici, con l'effetto di richiedere la formazione di personale professionalizzato che sappia affrontare le nuove sfide della digitalizzazione. Al contempo, solleva l'opportunità di ipotizzare che nel titolo sia presente la parola 'Trasformazione' in luogo di 'Innovazione', per creare un raccordo con il tema della *Digital Transformation* affrontato dagli ultimi studi di UnionCamere.

Il gruppo di lavoro interviene allo scopo di meglio definire il risultato cui è pervenuto per la scelta della denominazione. In particolare, sottolinea come il concetto di innovazione si presti ad inglobare al suo interno ogni ciclo di trasformazione che, nel tempo, possa andare a cambiare gli equilibri socio-economici e organizzativi degli attori sociali. Questa la ragione principale per la quale si è pensato ad una denominazione ampia e assorbente che si coniugasse con la digitalizzazione e, soprattutto, con la comunicazione che vive una fase evolutiva di grande interesse e portata per la comunità dei professionisti comunicatori e per i destinatari della stessa.

A ciò si aggiunga che lo stesso percorso, secondo il gruppo di progettazione, appare innovativo rispetto ai CdS già presenti sul territorio nazionale e appartenenti alla medesima classe di laurea (LM-91), dando una migliore curvatura formativa che tende ad integrare competenze tecnico-informatiche con quelle organizzativo-manageriali e, soprattutto, umanistiche.

Interviene il Dott. Edoardo Gisolfi che, pur condividendo, inizialmente l'opinione della Dott.ssa Laricchia, è convenuto sulla scelta, in seguito alla coerenza della spiegazione fornita dal gruppo di lavoro.

Il gruppo dei progettisti del CdS, passa alla presentazione dettagliata dei singoli profili professionali rispetto alle funzioni in contesto di lavoro, alle competenze associate al profilo e ai relativi sbocchi professionali.

Il Dott. Gisolfi prende la parola per sottolineare, data la sua esperienza nella comunicazione d'impresa, come i profili risultino ampiamente coerenti con le richieste provenienti dal mondo del lavoro, con particolare riferimento ai profili del *Digital Strategist* e del *Datajournalist*. In particolare, sottolinea come nelle imprese italiane del Mezzogiorno, prevalentemente di piccole-medie dimensioni, il *Digital Strategist*

possa trovare ampia collocazione. Le imprese italiane, infatti, indipendentemente dal settore di riferimento, necessitano della presenza di una figura professionale brava nella costruzione dei contenuti, coerente con strumenti e codici comunicativi delle diverse piattaforme, che conosca le regole della comunicazione crossmediale e delle tecniche che fanno funzionare il sistema crossmediale.

Inoltre, il Dott. Gisolfi sottolinea l'ampia condivisione per il profilo del *Datajournalist*, rinvenendo la necessità per le redazioni di avere all'interno dei propri team dei data driven strutturati.

Interviene sul tema anche il Dott. Senatore che sottolinea la grande coerenza nei tre profili tracciati rispetto alle competenze descritte. L'unico dubbio che solleva è sul posizionamento del primo profilo, sicuramente altamente qualificato. Suggerisce, inoltre, di confrontare la proposta formativa con l'offerta presente, non solo a livello nazionale; ritiene, infatti, che una curvatura migliore del percorso relativamente ai profili professionali in uscita debba tener conto di benchmark internazionali, soprattutto a livello europeo.

Rispetto all'internazionalizzazione del profilo, la Prof.ssa Fanizza sottolinea che alcuni insegnamenti saranno erogati in lingua inglese, allo scopo di fornire allo studente una maggiore apertura a livello internazionale e, allo stesso tempo, testarne e migliorarne la preparazione.

A tal proposito, il Dott. Gisolfi sottolinea quanto sia necessario che le nuove figure professionali abbiano una spiccata apertura mentale, liberando in particolare la comunicazione dalla catechesi dei dati e contribuendo alla formazione di individui in grado di capire cosa comunicare e saperlo fare.

Prende la parola il Dott. Gismondi per fornire il punto di vista di chi lavora quotidianamente con i dati nell'Istituto di statistica nazionale. In particolare, fornisce la sua descrizione di ciò che normalmente accade tra i suoi collaboratori che, se in possesso di una matrice formativa tecnica, rischiano di non saper comunicare in maniera efficace; se, in alternativa, in possesso di una matrice formativa umanistica, sono ampiamente capaci di comunicare, ma con una maggiore difficoltà nell'utilizzo di tecniche e strumenti di elaborazione del dato. Il problema centrale è, però, rappresentato dalla scarsa consapevolezza dei propri limiti e degli effetti prodotti in termini di dispersione dei dati e carenza di analisi. Alla luce di tale riscontro, il Dott. Gismondi condivide il percorso formativo progettato, ritenendo che lo stesso vada nella direzione dell'integrazione tra competenze spiccatamente tecnico-informatiche e di comunicazione, affrontando la questione dell'ibridazione di diverse figure professionali. L'obiettivo deve, pertanto, andare nella direzione di una formazione di professionisti tecnici che sappiano comunicare in maniera efficace.

Concorda e integra le riflessioni del Dott. Gismondi la Dott.ssa Rizzitelli che, con la sua esperienza di formatrice e di comunicatrice, sottolinea il suo parere favorevole per l'intero progetto, mostrando grande soddisfazione per l'inserimento di insegnamenti che trattino l'etica per la lettura dei dati. L'augurio è che i profili in uscita sappiano dialogare, sappiano usare gli strumenti a tal scopo necessari e sappiano affrontare il tema del trattamento dell'incertezza dell'informazione. La figura è necessaria alle organizzazioni che intendano legare aspetto tecnico nell'estrazione e elaborazione del dato con l'aspetto comunicativo,

superando il limite di considerare il dato neutro, piuttosto dandone una lettura precisa e non tarata su un 'corpo maschile'.

Alla discussione si aggiunge la Dott.ssa Milone che, condividendo in toto il percorso formativo, sottolinea la necessità di trasferire allo studente la centralità dell'architettura dell'informazione che, solo se ben progettata, intorno ad una chiara e corretta definizione degli obiettivi di ricerca, rende più precisa ed efficace la fase di ricerca. In secondo luogo, costituisce una struttura che aiuta le organizzazioni aziendali a gestire con maggior efficacia i contenuti da comunicare.

La discussione si chiude con una sintesi dei suggerimenti pervenuti che, in ottica migliorativa, verranno elaborati dal gruppo di lavoro, al fine di meglio indirizzare il percorso formativo, da un punto di vista strutturale e contenutistico. Il gruppo di lavoro ringrazia gli attori intervenuti e raccoglie la disponibilità degli stessi ad entrare nella composizione del Comitato di indirizzo del CdS.

4. Conclusioni e raccomandazioni

L'analisi documentale, sviluppata sulla base della documentazione consultata (i link sono riportati in appendice), integrata con i risultati della Consultazione con le Parti Interessate (PI) hanno fornito un quadro chiaro e condivisibile del mercato del lavoro investito dalla trasformazione digitale, un fenomeno in atto che impone alle organizzazioni socio-economiche di inserire all'interno del proprio organico nuove figure professionali. La cultura digitale, che si sostanzia nella capacità di progettare e realizzare percorsi di estrazione, analisi di dati e comunicazione efficace dei risultati, costituisce un prerequisito per il conseguimento di un reale vantaggio competitivo rispetto ai competitor.

In questa direzione il gruppo di lavoro ha progettato il Corso di Laurea Magistrale in Innovazione Digitale e Comunicazione, partendo dal presupposto che le competenze tecniche non possano prescindere da una componente conoscitiva umanistica che diviene necessaria perché le informazioni vengano veicolate verso il pubblico destinatario in maniera efficace.

Di qui l'impegno dei Dipartimenti coinvolti e dei Componenti del Comitato di Indirizzo di cooperare, in maniera permanente, allo scopo di rendere sempre coerente il percorso formativo con le aspettative del mondo del lavoro.

5. Appendice

- Link al questionario per la consultazione delle Parti Interessate:
<https://forms.gle/8GJhibCJuvfbV2CA>
- Verbale dell'incontro con le Parti Interessate:
Allegare pdf
- Link relativi a studi di settore riportati:

- <https://excelsior.unioncamere.net>
- <https://www.lse.ac.uk/study-at-lse/Graduate/degree-programmes-2021/MSc-Management-Information-Systems-and-Digital-Innovation#:~:text=The%20MSc%20Management%20of%20Information,domains%20of%20digital%20innovation%2C%20such>
- <http://www.istruzione.it/allegati/2016/bigdata.pdf>

- <https://www.asfor.it/ricerche/osservatorio-managerial-learning-asfor-cfmt>