

TERVIST	I DEI CORSI DI MASTER 2009/2010 DELL'ATENEO DI BOLOGNA 'ATI AD UN ANNO DAL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO	Marketing e comunicazione	TOTAL
0 T	Numero di diplomati	12	1.19
. COLLETTIVO INDAGATO	Numero di intervistati	11	78
4 5	Tasso di risposta	91,7	66,
	Il piano formativo del master prevedeva uno stage? (%)		
2	Sì, ed era obbligatorio	90,9	83,
STAGE DURANTE IL MASTER	Sì, ma era facoltativo	9,1	7,
2 E	No	-	9
A P	Ha svolto lo stage? (%)		
ر و <u>و</u>	Sì, per intero	81,8	87
ST/	Sì, ma solo in parte	18,2	1
4	No, ha preferito farne a meno	-	2
	No, ai fini dello stage Le è stata riconosciuta un'attività lavorativa che stava svolgendo	-	8
ш	Condizione occupazionale (%)		
3. CONDIZIONE OCCUPAZIONALE FORMATIVA	Lavora	90,9	81
ž	Non lavora e non cerca	-	
212	Non lavora ma cerca	9,1	1
ĕ ∢	Esperienze di lavoro dopo il master (%)	·	
55	Non lavora ma ha lavorato dopo il master	9,1	
ÖΣ	Non ha mai lavorato dopo il master	-	1
щ Ķ	Tasso di occupazione (def. Istat - Forze di lavoro)	90,9	84
9 E	Tasso di disoccupazione (def. Istat - Forze di lavoro)	9,1	10
<u> </u>	Ha partecipato ad almeno un'attività di formazione dopo il conseguimento del master? (%)	<u>, </u>	
2	Sì, portata a termine	63,6	20
0	Sì, in corso	· -	1
m m	No (o interrotta prima del termine)	36,4	6
	Numero di occupati	10	6
	Occupati: condizione occupazionale al conseguimento del master (%)		
	Prosegue il lavoro iniziato durante il master	-	
	Prosegue il lavoro iniziato prima di iscriversi al master	-	3
	Prosegue il lavoro iniziato durante il corso di laurea o ancora prima	-	
o.	Non prosegue il lavoro iniziato prima del conseguimento del master	-	1
Ö	Ha iniziato a lavorare dopo il master	100,0	3
₹	Dopo lo stage, è proseguito il suo rapporto professionale con l'ente/azienda presso cui ha compiuto tale esperienza? (%)	200,0	
2 7	Sì, sta lavorando tuttora per lo stesso ente/azienda	10,0	3
	Sì, anche se attualmente lavora per un altro ente/azienda	20,0	1
<u>5</u> 2	No, dopo lo stage è cessato qualunque rapporto professionale con l'ente/azienda	70,0	5
₹ 5	Occupati: tempi di ingresso nel mercato del lavoro (medie, in mesi)	, 6,6	, ,
4. INGRESSO MERCATO DEL LAVORO	Tempo dal master all'inizio della ricerca del primo lavoro	0,5	
Σ	Tempo dall'inizio della ricerca al reperimento del primo lavoro	3,1	
NE L	Tempo dal master al reperimento del primo lavoro	3,6	
_	Complessivamente, in che misura il master l'ha aiutata ad ottenere il suo attuale lavoro? (%)	3,3	
	È stato deteminante	30,0	3
	Ha contribuito in buona misura	30,0	2
	Ha svolto un ruolo marginale	20,0	1
		20,0	

Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea



DIPLOMAT	T DEI CORSI DI MASTER 2009/2010 DELL'ATENEO DI BOLOGNA	Marketing e	TOTALE
INTERVIST	TATI AD UN ANNO DAL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO	comunicazione	
	Tipologia dell'attività lavorativa (%)		
ZISTICHE E LAVORO	Autonomo effettivo	-	13,9
	Tempo indeterminato	20,0	45,0
	Totale stabile	20,0	58,9
	Contratti formativi	-	4,8
I I	Non standard	60,0	18,8
\f	Parasubordinato	10,0	11,5
AR E	Altro autonomo	10,0	3,9
5. CA	Senza contratto	-	1,6
" □	Diffusione del part-time (%)	20,0	17,3
	Guadagno mensile netto (medie, in euro)	1.083	1.385
	Settore di attività (%)		
	Pubblico	-	38,2
	Privato	100,0	61,7
	Ramo di attività economica (%)		
ΔA	Agricoltura	-	1,1
Ä	Metalmeccanica e meccanica di precisione	-	2,3
Į Z	Edilizia	-	0,5
1 2	Chimica/Energia	-	7,3
1 5	Altra industria manifatturiera	30,0	3,6
<u> </u>	Totale industria	30,0	13,7
<u>5</u>	Commercio	40,0	8,7
l Es	Credito, assicurazioni	10,0	1,2
12	Trasporti, pubblicità, comunicazioni	10,0	1,9
1 E	Consulenze varie	-	12,6
≨	Informatica	-	2,3
Š	Altri servizi alle imprese	-	4,0
9.	Pubblica amministrazione, forze armate	-	10,0
_	Istruzione e ricerca	•	9,2
	Sanità	-	23,2
	Altri servizi	10,0	11,5
	Totale servizi	70,0	84,7

Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea



	T DEI CORSI DI MASTER 2009/2010 DELL'ATENEO DI BOLOGNA TATI AD UN ANNO DAL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO	Marketing e comunicazione	TOTALE
INIERVIS	Il conseguimento del master ha comportato un miglioramento nel lavoro svolto (%)	-	56,3
	Tipo di miglioramento notato nel lavoro (% per tipo di miglioramento)		20,0
	Dal punto di vista economico	-	21,7
0	Nella posizione lavorativa	-	24,4
STA LAVORO	Nelle mansioni svolte	-	41,7
4 ≥	Nelle competenze professionali	-	88,9
RICHIEST/ \TTUALE LA	Utilizzo delle competenze acquisite con il master (%)		
# #	In misura elevata	30,0	41,9
₫⋛	In misura ridotta	50,0	41,6
F R	Per niente	20,0	16,4
- E	Richiesta del master per l'attività lavorativa (%)	,-	
IZZO NELL'	Richiesta per legge	-	2,6
UTILI	Non richiesta ma necessaria	-	10,0
7 E	Non richiesta ma utile	70,0	64,6
Υ ∯	Non richiesta nè utile	30,0	22,6
ä	Utilità del master per lo svolgimento dell'attività lavorativa (%)	23/3	,-
DEL	Fondamentale per lo svolgimento dell'attività lavorativa	10,0	10,3
	Utile per lo svolgimento dell'attività lavorativa	40,0	60,3
	E' sufficiente la laurea	40,0	21,2
	E' sufficiente un titolo non universitario	10,0	8,1
5 ⊭	Efficacia del master nel lavoro svolto (%)	·	
8. EFFICACIA DEL MASTER	Molto efficace/Efficace	30,0	42,4
EFF ELM	Abbastanza efficace	40,0	31,8
∞ □	Poco/Per nulla efficace	30,0	25,8
	Non occupati che cercano: ultima iniziativa per cercare lavoro (%)	30,0	23/0
	Ultimi 15 giorni	100,0	77,6
	15-30 giorni fa	-	12,2
_	1-6 mesi fa	-	7,1
8	Oltre 6 mesi fa	-	3,1
Ş	Non occupati che non cercano: motivo della non ricerca (%)		3/2
5	Studio	-	71,7
Ä	In attesa di chiamata dal datore di lavoro	-	6,5
4	Motivi personali	-	15,2
Ž,	Mancanza di opportunità lavorative	-	2,2
8	Altro motivo	-	4,3
2	Non occupati: utilità del master in ambito lavorativo (per trovare lavoro, avanzamenti di carriera, ecc.) (%)		,-
တ်	Decisamente sì		17,4
	Più si che no	-	26,4
	Più no che sì		33,3
	Decisamente no	100.0	22,9

Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea