



I master universitari in Italia: criticità e tendenze

di Roberto Ciampicacigli
Censis Servizi S.p.A.

Napoli, 22 Novembre 2008
Università L' Orientale

Il mondo dei master



I dati

1. Circa **2000** master
2. Prezzo medio di vendita **€ 5.700**
3. Media di iscritti per master: **13-15** per complessivi **28.000 iscritti**
4. Valore complessivo di mercato:
140 milioni di euro

Il mondo dei master è un mondo a perimetro
variabile...*molto variabile*

- per **ente** che lo genera
- per dinamiche dei **contenuti**
- per politiche di **prezzo**
- per qualità e specificità **organizzative**

Il mercato- dopo un forte e robusto dinamismo- sembra oggi contrassegnato da una più dura ed attenta selezione:

- da parte dell'**offerta** attraverso una minore innovazione di prodotto ed una più marcata attenzione al miglioramento dell'esistente
- da parte della **domanda** attraverso opzioni di scelta verso prodotti "alti di gamma" (dove la gamma è rappresentata dal prezzo)

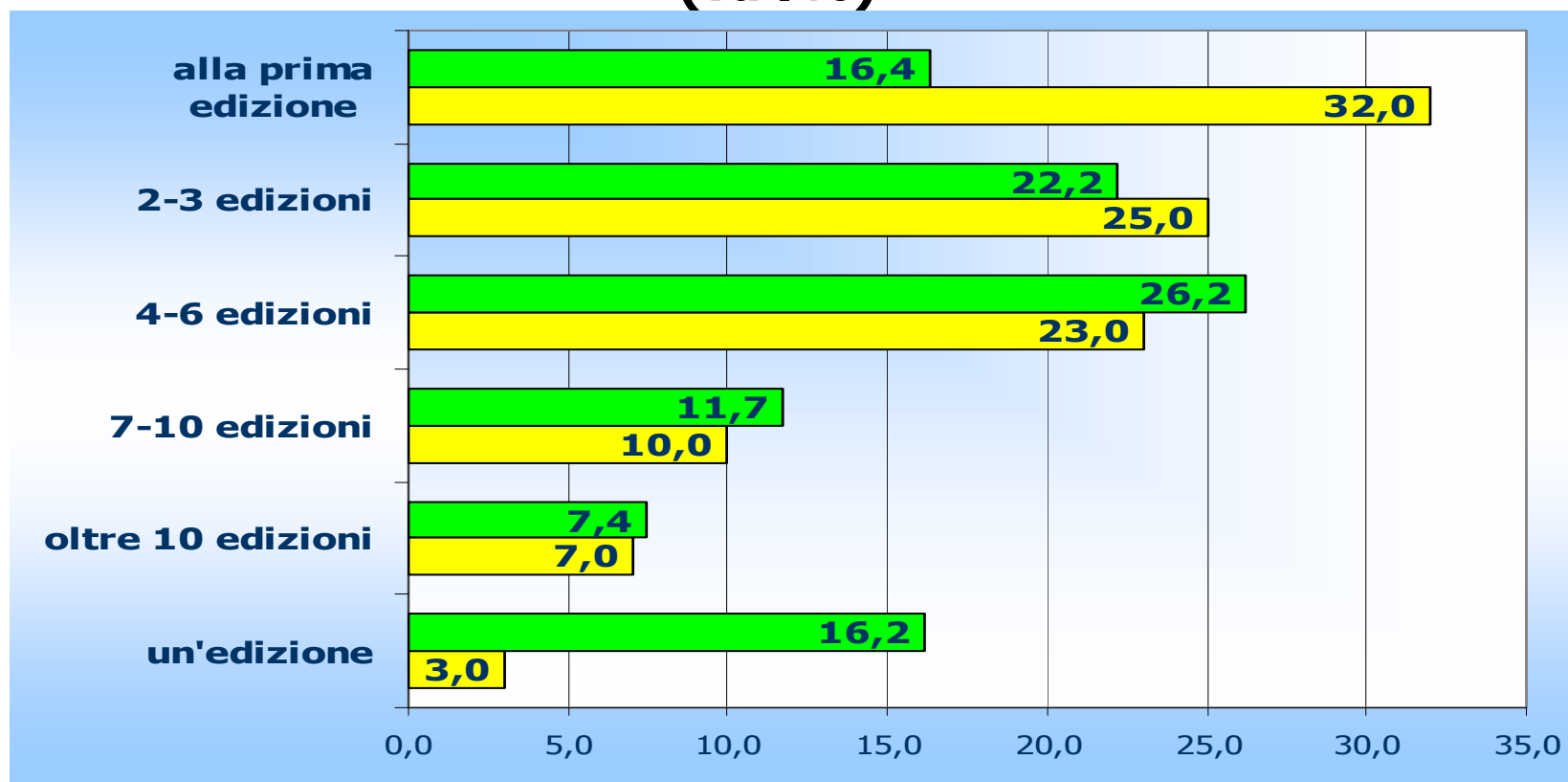
con una tendenza complessiva che è data da
una **diminuzione dei frequentanti**

Le analisi condotte attraverso focus group e interviste per applicazioni di C.S. (customer satisfaction) segnalano quelli che potrebbero essere gli scenari di domanda



- forte attesa di una “inclusione professionale” attraverso gli stage, richiesta di una “didattica” del **fare** (laboratori, visite aziendali, casi di studio, etc.) più che del **sapere**
- spinta all’ **internazionalizzazione** (partenariati con strutture/università straniere, corsi in lingua inglese, stage all’estero, etc.)
- **accompagnamento** e **promozione** del mercato del lavoro

Si riduce l'inserimento di nuovi prodotti sul mercato

Master per numero di edizioni, confronto 2007- 2008 (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

2008 
2007 

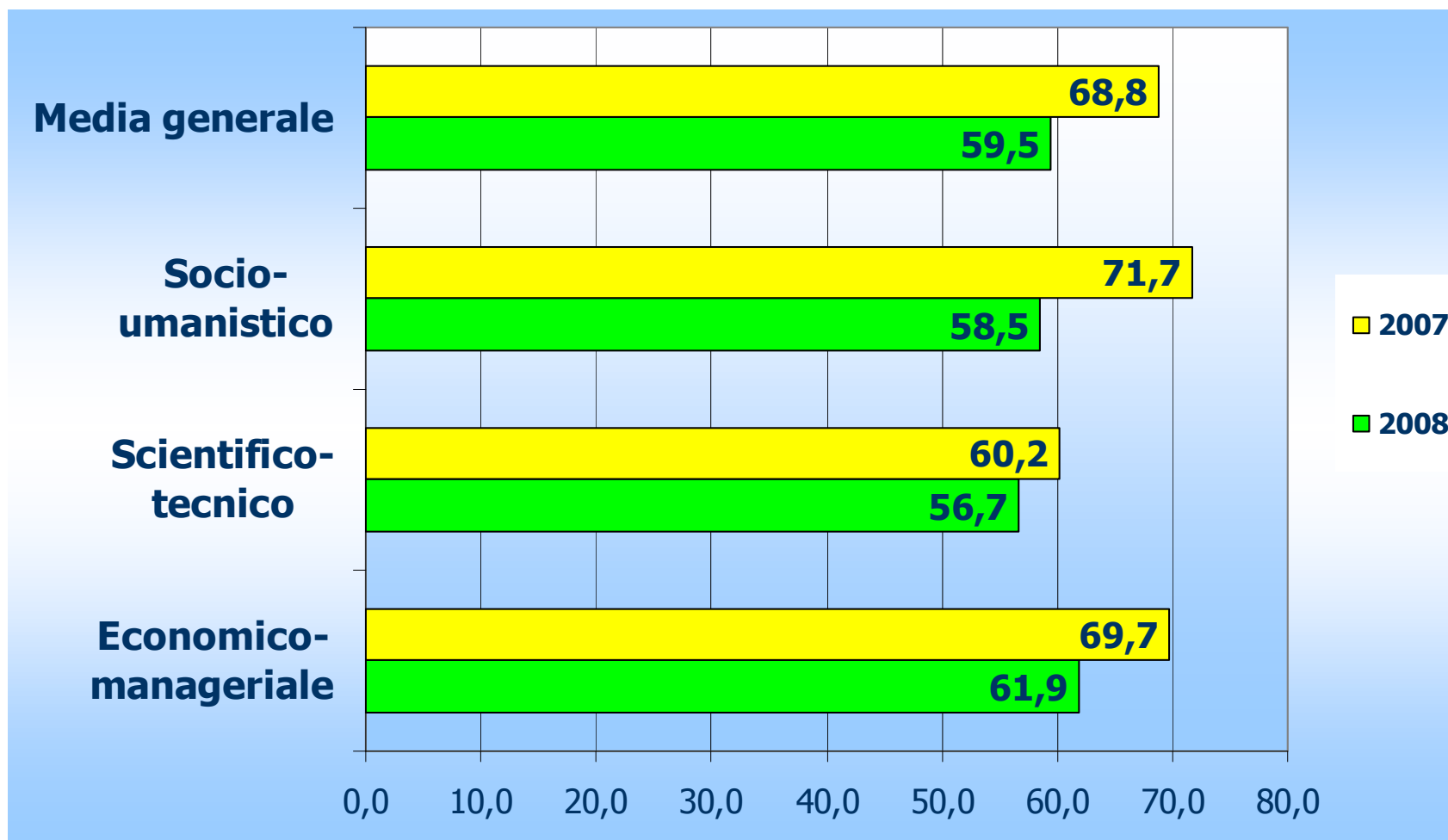
Si alzano i prezzi di vendita

Prezzi medi di iscrizione 2007-2008

	2007	2008	<i>Differenza</i>
Economico-manageriale	8.320	8.505	+2,2
Scientifico-tecnico	4.449	4.227	- 4,0
Socio-umanistico	3.449	3.885	+12,9
Media generale	5.402	5.758	+6,5

Si abbassa il numero di iscritti

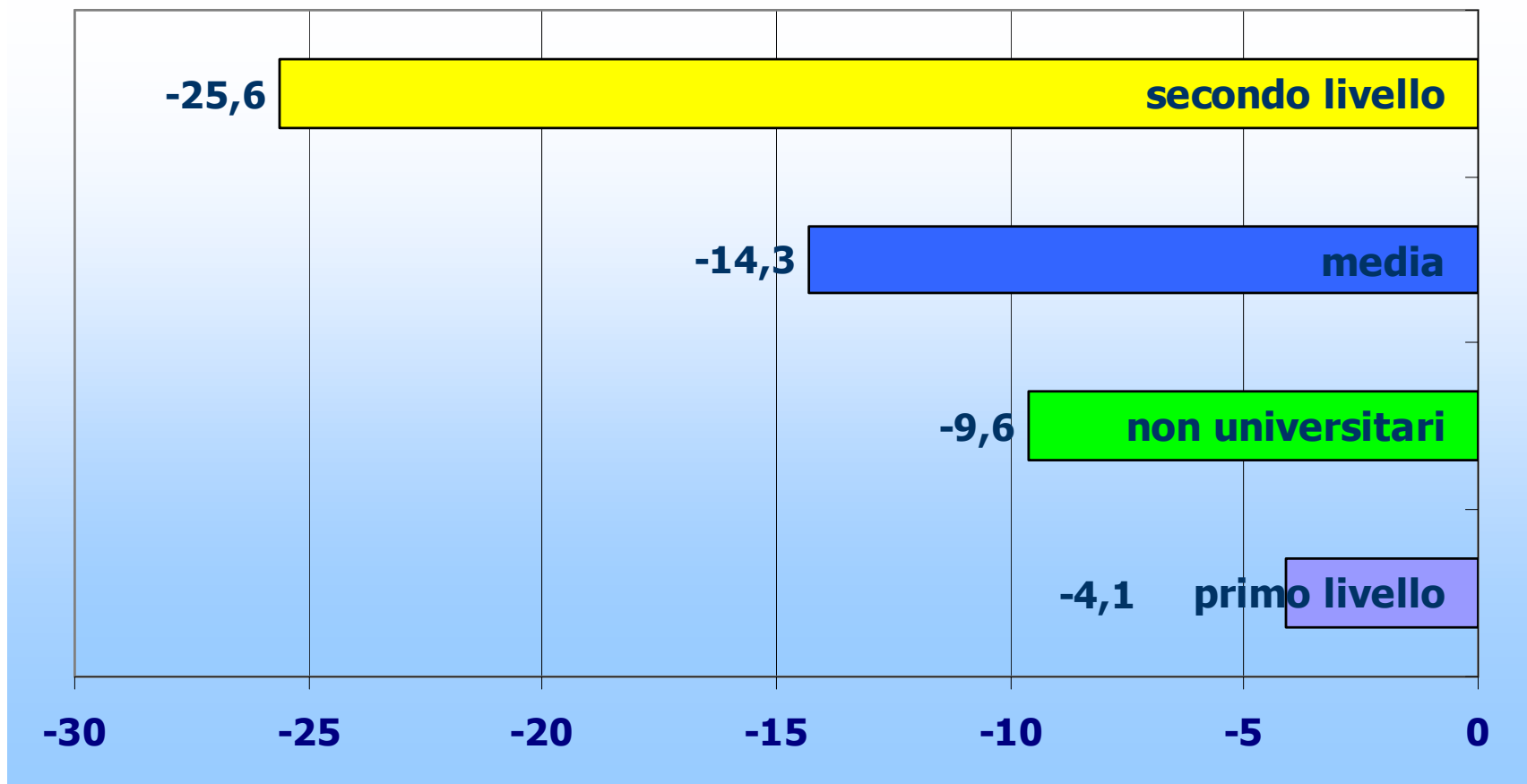
Tasso di saturazione 2007-2008 (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

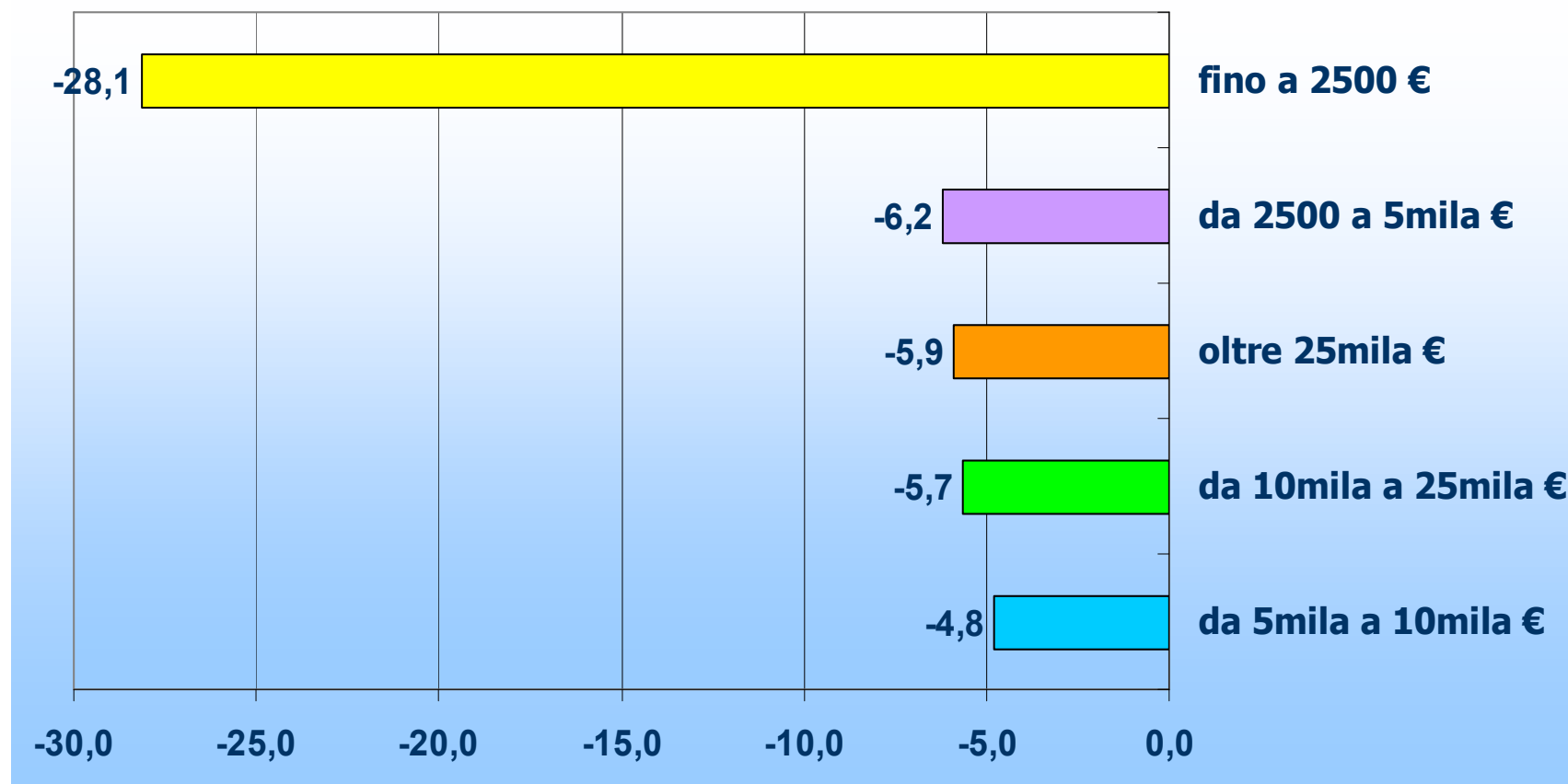
La tendenza di riduzione colpisce prevalentemente i master di 2° livello, tengono i master di 1° livello

Variazione iscritti master nel triennio(val.%)



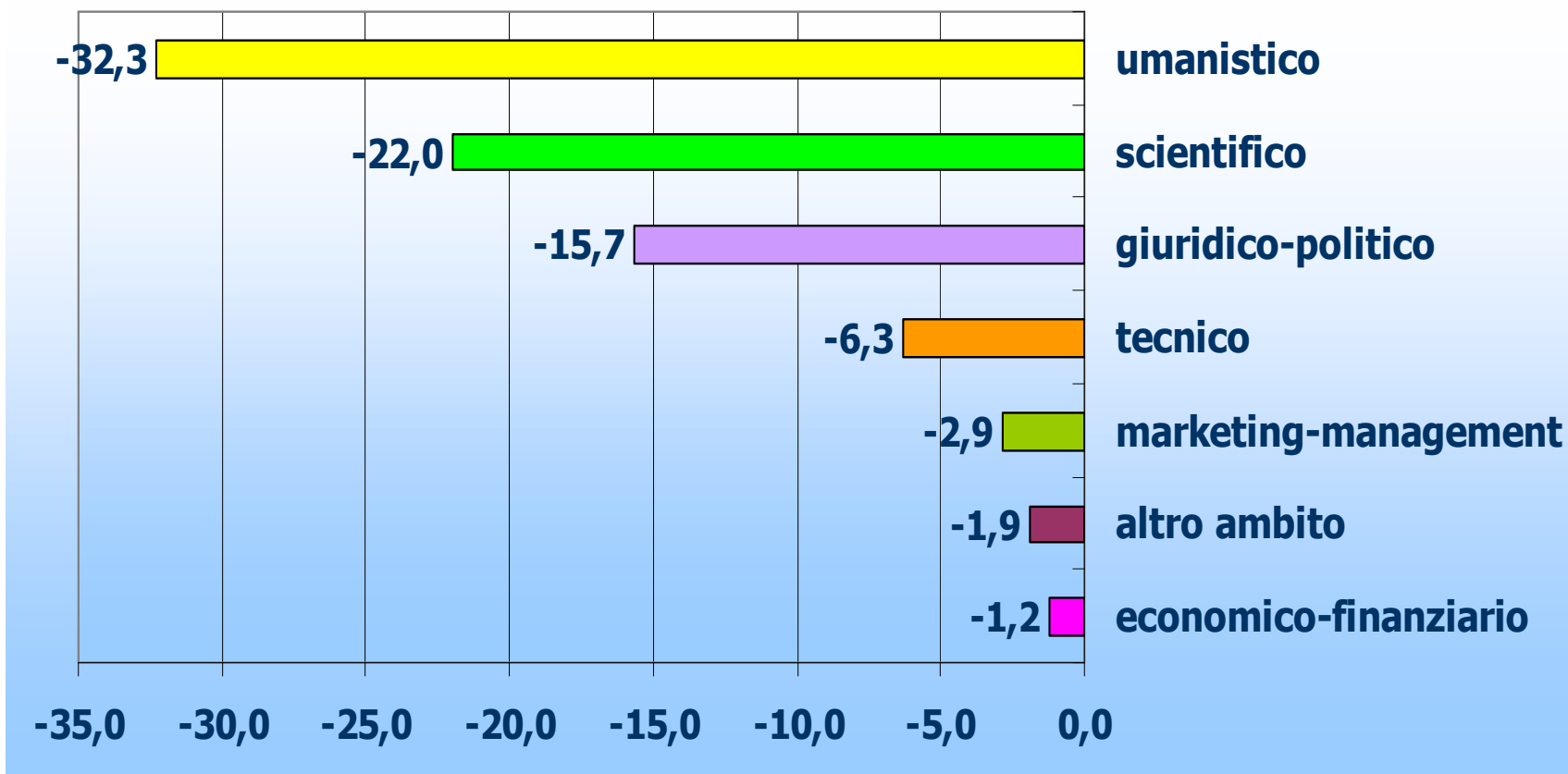
I master più "economici" perdono mercato, flessioni non troppo marcate per i master "expensive" (>10.000 €)

Variazione iscritti master nel triennio secondo i costi di iscrizione (val.%)



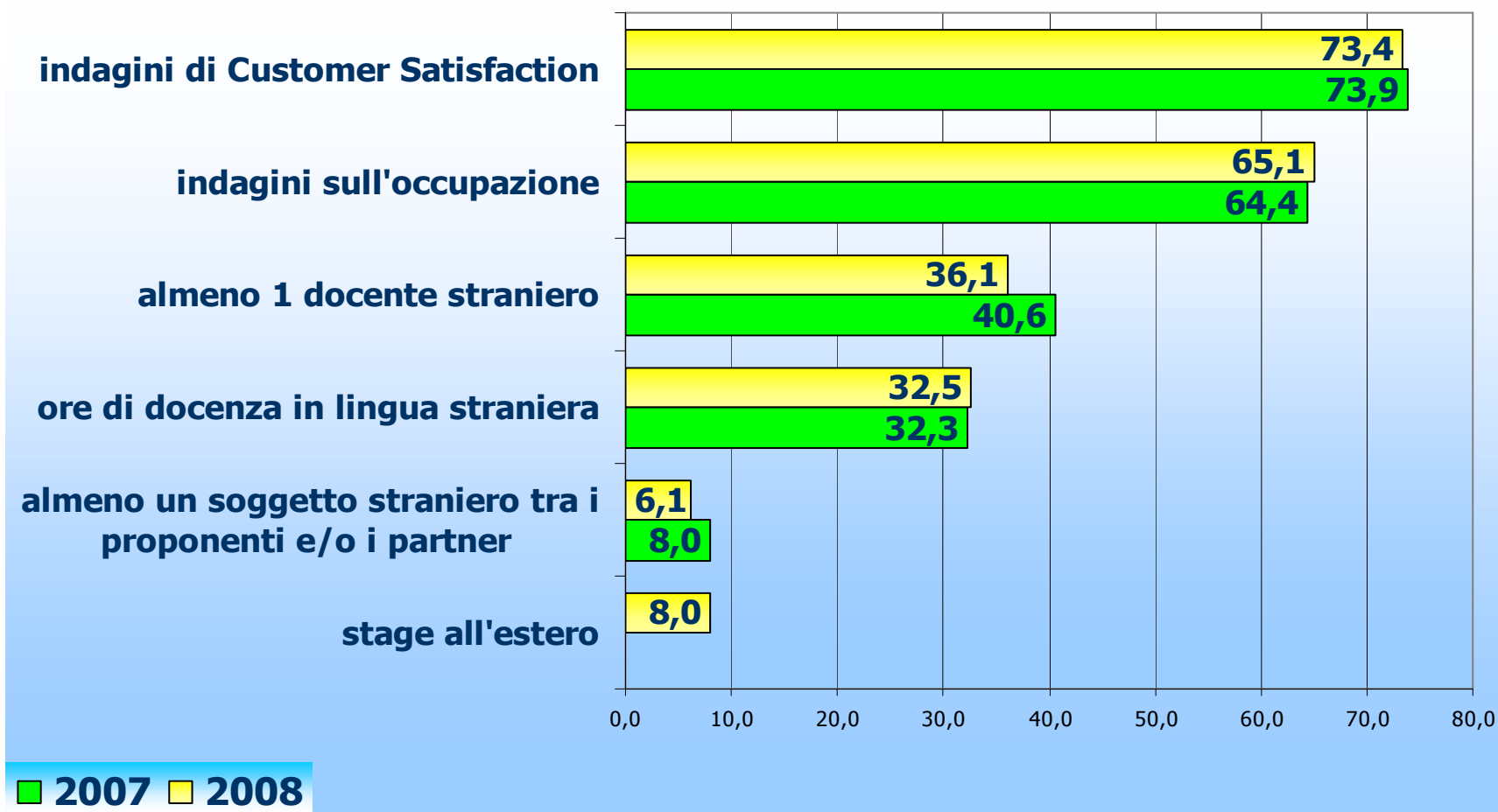
Tengono i master "aziendalisti", frenano quelli di taglio culturale, di approfondimento

Variazione iscritti master nel triennio secondo l'ambito disciplinare (val.%)



Buona attenzione alla CS, ancora limitato il grado di internazionalizzazione

Indicatori caratteristici, 2007-2008 (val.%)

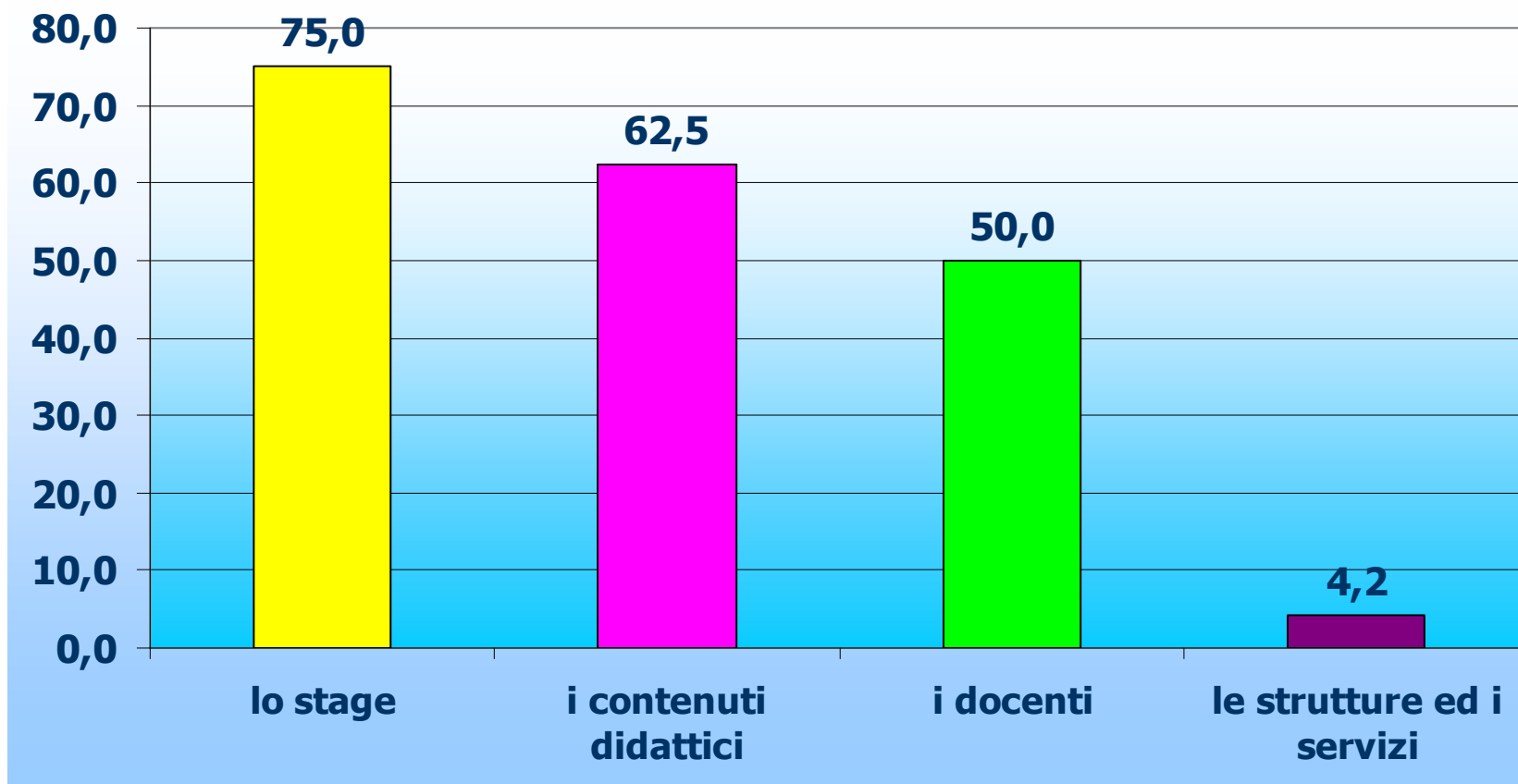


Lo stage rappresenta il "cuore" del fenomeno master

Un esempio....

Il Master **"Programmazione, valutazione e selezione degli investimenti pubblici"** del **consorzio UNICAMPANIA** (edizione 2007)

Aspetti più importanti del master (val.%)



Fonte: Censis Servizi, 2008

Lo stage rappresenta il "cuore" del fenomeno master (2)

Un esempio....

Il Master "**Programmazione, valutazione e selezione degli investimenti pubblici**" del **consorzio UNICAMPANIA** (edizione 2007)

Aspetti positivi della partecipazione al master (1=per niente d'accordo; 9=molto d'accordo)

<i>Affermazioni</i>	<i>valori medi</i>
La parte più importante del master è l'esperienza dello stage	6,7
Grazie al master ho trovato un lavoro qualificato	6,2
Il master mi ha permesso di trovare il lavoro che desideravo	6,1
Lo stage mi ha consentito di trovare lavoro più facilmente	6,0
Il master mi ha permesso di migliorare la mia posizione occupazionale	5,8
Il master mi ha permesso di migliorare la mia condizione contrattuale	5,0
Il master mi ha permesso di migliorare il livello di retribuzione	4,8
Grazie al master ho cambiato lavoro e ne ho trovato uno più qualificato	4,8