

VERBALE DELL'INCONTRO DI CONSULTAZIONE

Anno accademico	2023-2024
Classe	L-12
Corso di studio (CdS)	Mediazione Linguistica per l'Impresa Internazionale e i Media Digitali
Eventuale Ateneo in convenzione	
Dipartimento	Studi Umanistici

Il giorno 21.02.2024, alle ore 17:00, si è tenuto in modalità telematica su piattaforma TEAMS-UniMc l'incontro di consultazione tra i rappresentanti del CdS in Mediazione Linguistica per l'Impresa Internazionale e i Media Digitali e i rappresentanti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento, per una consultazione sul progetto formativo del corso per l'a. a. 2023-2024. Ha guidato l'incontro la Presidente del CdS, prof.ssa Di Giovanni, la prof.ssa Turini ha funto da segretaria verbalizzante.

Erano presenti all'incontro:

- Per il CdS: Prof.ssa Elena Di Giovanni (Presidente del corso di laurea), prof.ssa Cristiana Turini (Referente per il Placement del CdS), prof.ssa Giuseppina Larocca (referente per la didattica del CdS).
- Per le organizzazioni rappresentative:
 1. Dott. Federico Spoletti, co-fondatore e *Managing Director*, Sub-Ti LTD
 2. Dott.ssa Milena Spelta Parenti, *Senior Key Account Manager*, DEMA Solutions S.r.l.
 3. Dott. Emilio Zampetti, direttore Risorse Umane, Clementoni
 4. Dott.ssa Paola Marziali, responsabile Risorse Umane, Hugo Boss
 5. Dott.ssa Michela Craia, Risorse Umane, Hugo Boss (ha partecipato solo come uditrice)
 6. Dott.ssa Veronica Antinucci, Responsabile Promozione realtà teatrali per conto di EsserciLab e Cultura Digitale S.r.l.

La discussione ha preso in esame:

- Denominazione del CdS
- Obiettivi formativi del CdS
- Adeguatezza delle figure professionali previste
- Risultati di apprendimento e quadro delle attività formative
- Opinioni delle aziende sui tirocini

Dopo una breve presentazione dei partecipanti all'incontro, la Presidente del CdS descrive sinteticamente la storia del corso in Mediazione Linguistica presso l'Università di Macerata. Quindi, avendo messo in condivisione sullo schermo il piano di studio, illustra in dettaglio l'offerta formativa, i risultati di apprendimento attesi, così come alcune delle modifiche ormai attuate nel nuovo ordinamento del CdS entrato in vigore dall'anno accademico 2023-2024.

Durante l'incontro è emerso in particolare quanto segue.

Per quanto riguarda la **denominazione del corso**, viene ritenuta da tutti chiara e, inoltre, secondo le parti coinvolte, restituisce fedelmente la duplice caratterizzazione del percorso formativo, che si focalizza sulla formazione di figure professionali che non solo abbiano la padronanza delle lingue straniere, ma che sappiano anche interagire nell'ambito commerciale (in cui si sentono rappresentati Clementoni e Hugo Boss) e in quello dei *media* (nel quale si colloca Sub-Ti).

Il dott. Zampetti apprezza molto il fatto che venga messo in risalto il carattere internazionale dell'impresa che ritiene essere un fattore determinante per le aziende e le persone che in esse lavorano, troppo spesso chiuse sulla dimensione locale.

La dott.ssa Marziali ritiene centrata la denominazione del corso e che essa tenga conto correttamente della dimensione internazionale, che è tanto importante quanto quella della digitalizzazione.

- **Obiettivi formativi.** La dott.ssa Marziali ha sempre trovato che i corsi di area linguistica in generale fossero molto orientati verso la parte commerciale, forse troppo. Questo per l'azienda in cui lavora è stato sempre un limite, perché nell'organizzazione di una multinazionale vi è una specializzazione delle diverse società, quindi le funzioni commerciali risiedono presso alcune di esse e non tutte le funzioni aziendali sono presenti in tutte le sedi, come nel caso del gruppo Hugo Boss. L'azienda del gruppo presente nella nostra regione, ad esempio, si occupa di sviluppo prodotto e produzione, dunque il loro panorama di riferimento è diverso da quello meramente commerciale. La dott.ssa Marziali ritiene inoltre che la suddivisione del corso in tre anni con specializzazioni diverse sia una buona scelta: il percorso si conclude con un focus sull'area *marketing*, ma è molto ben bilanciato da un primo anno declinato verso la comunicazione d'impresa e l'impresa internazionale e da un secondo anno focalizzato sul settore del turismo, che riconosce essere un *asset* estremamente importante per l'economia nazionale. Rileva, inoltre, che l'intero percorso formativo sia molto ambizioso, in senso positivo, potendolo definire "challenging".

La dott.ssa Spelta Parenti, come rappresentante di una società multinazionale operante prevalentemente nel settore della traduzione a tutto campo, con sede italiana a Busto Arsizio, interviene per indicare il suo apprezzamento per uno studio di tipo pragmatico, che a suo avviso spesso invece manca nell'accademia. La dott.ssa Antinucci, lavorando per una società che opera nel marketing in ambito culturale, apprezza invece particolarmente gli

obiettivi formativi del secondo anno del CdS, più umanistici e rivolti alla storia dell'arte e alla cultura in generale, in quanto la loro realizzazione permette la formazione di personale che possa essere impiegato nel settore della comunicazione culturale, che è quello in cui lei lavora e che prevede la collaborazione con enti e teatri internazionali. Queste figure professionali sono utili sia in corso di formazione, attraverso i **tirocini**, come nel caso dello stagista che può operare a sostegno del *social media plan*, sia a formazione ultimata. La combinazione delle diverse figure sul triennio, contribuisce secondo la dottoressa, a formare professionalità diverse e molto richieste.

La prof.ssa Di Giovanni interviene per precisare che i crediti a scelta possono essere impiegati dagli studenti proprio per affrontare lo studio di discipline che completino la figura professionale, a seconda degli ambiti lavorativi di riferimento per i tre anni, ma delle proprie preferenze. Interviene la prof.ssa Turini per esprimere l'importanza dell'esistenza di questi CFU a scelta dello studente in quanto, per ciò che concerne la Cina, la mera conoscenza della lingua non garantisce il successo di un mediatore linguistico poiché la cultura cinese, dalla letteratura, all'etichetta, alla storia, permea anche qualsiasi mediazione commerciale e la conoscenza o meno di questi aspetti culturali locali determina pesantemente l'esito di qualsiasi relazione si voglia stabilire con la controparte cinese. La prof.ssa Larocca conferma che quanto espresso dalla prof.ssa Turini si applica anche al russo e all'arabo.

- **Figure professionali.** Il dott. Zampetti valuta adeguata l'identificazione delle figure professionali alla cui formazione il CdS mira così come ritiene pertinenti le priorità assegnate all'interno dei relativi percorsi formativi. I partecipanti si uniscono a quanto espresso dal dott. Zampetti.

La prof.ssa Turini interviene per domandare se le parti coinvolte ritengano che le figure professionali che il corso si propone di formare possano essere richieste dal mercato del lavoro nei prossimi dieci anni. Il dott. Zampetti risponde in modo assolutamente positivo, trovando, inoltre, che le studentesse che la Clementoni ha accolto per gli *stage* negli anni siano estremamente versatili e rispondano molto a ciò di cui l'azienda ha bisogno. Conclude dicendo che una figura che si occupi dell'internazionalizzazione e dei Media sia una figura di cui le aziende nei prossimi anni avranno sicuramente necessità.

Anche la dott.ssa Spelta Parenti si esprime favorevolmente, aggiungendo che il piano didattico illustrato forma figure professionali molto attuali e che per tutte le competenze strettamente tecniche le agenzie di traduzione hanno, ad esempio, dei supporti tecnologici tali per cui si possa ottenere un ottimo lavoro di glossariizzazione. Quest'ultimo, unito a un traduttore versatile, cioè che abbia una base culturalmente ampia, per quanto forzatamente superficiale, sia un vantaggio enorme per le agenzie. Forse, dieci anni sono troppi per elaborare una valutazione realistica dal momento che tutto ormai viaggia alla velocità della luce, ma sicuramente crede che queste figure professionali vadano incontro ai tempi che viviamo.

La dott.ssa Marziali concorda con la dott.ssa Spelta Parenti sul fatto che dieci anni siano un tempo molto lungo, però condivide che il corso fornisca una capacità di base di *business understanding* - che è la competenza trasversale che poi serve a tutti- che permette di applicare la conoscenza specifica delle lingue nei vari settori in cui si troverà a lavorare la persona che intraprende questo percorso di studi.

Relativamente ai **punti di forza dell'offerta formativa** proposta, il dott. Spoletti trova interessante la selezione degli insegnamenti a scelta dello studente, in particolare la presenza di un esame di diritto del lavoro è particolarmente apprezzata perché non tutti i traduttori o gli interpreti hanno anche competenze di questo tipo e ritiene che l'avvento dell'intelligenza artificiale possa sempre più rendere necessarie competenze in ambito giuridico.

Il dott. Zampetti ritiene che l'offerta formativa sia molto in linea con le richieste del mercato del lavoro e con i tempi. Il dott. Spoletti interviene di nuovo per sottolineare l'importanza per uno studente italiano di poter accedere a insegnamenti come *Public Speaking and Leadership Development* perché all'estero sono molto diffusi e, anzi, entrano nei percorsi formativi sin dall'inizio.

La dott.ssa Marziali apprezza la declinazione degli insegnamenti a scelta di tutto il percorso in quanto conferiscono maggior concretezza allo stesso e perché li considera tutti degni di particolare interesse. Relativamente al secondo anno di corso, ritiene che il tema della digitalizzazione sia specialmente significativo: tutte le aziende si confrontano già con i temi legati al digitale, all'intelligenza artificiale e, soprattutto, alla comunicazione *social*. Questo porta con sé la necessità di un'ottima conoscenza delle lingue e di una capacità di comprensione delle sfumature nelle varie lingue e culture nazionali, quindi trova opportuna l'attenzione dedicata a tale combinazione. Anche la presenza di un insegnamento di diritto del lavoro, per quanto possa essere ostico per gli studenti, è importante che ci sia. La dott.ssa Marziali rileva infatti, lavorando in un contesto internazionale, che spesso comparare linguaggi giuridici nelle diverse lingue non è affatto semplice, anzi, costituisce una difficoltà non da poco, così come il confrontarsi con ordinamenti diversi, dunque ritiene importantissimo poter padroneggiare entrambi gli aspetti. Inoltre, trattandosi di un corso aperto a tante applicazioni e alla formazione di più figure professionali, proprio questa sua versatilità è indiscutibilmente un valore aggiunto. Rileva anche quanto sia importante che gli studenti colgano tutte le opportunità che il corso offre, quindi che approfondiscano altre tematiche oltre a quelle di matrice linguistica, acquistando consapevolezza, ad esempio, di cosa sia la sostenibilità, di quali siano le ultime tendenze tecnologiche, etc, e traendo in questo modo grandi vantaggi dalle potenzialità del percorso.

La dott.ssa Spelta Parenti concorda sull'importanza della presenza di un insegnamento a carattere giuridico dal momento che per sua esperienza ogni nuova acquisizione in agenzia richiede che vengano illustrate questioni relative alla *privacy*, così come questioni legali collegate all'impiego delle nuove tecnologie. Ribadisce anche l'interesse per la comparazione

di sistemi giuridici appartenenti a Stati diversi e per la costituzione di corpora linguistici specifici.

- **Eventuali criticità dell'offerta formativa proposta.** Sebbene tutti i partecipanti all'incontro abbiano espresso valutazioni positive relativamente all'offerta formativa nel suo complesso e non abbiano riscontrato particolari criticità, il dott. Zampetti esprime un suggerimento che nasce dal suo specifico punto di vista di rappresentante di un'azienda internazionale e che si configura come la possibilità di definire maggiormente verso il contesto del *marketing* il percorso, curando magari aspetti che risponderebbero anche a necessità aziendali di altra natura, pur riconoscendo che il terzo anno già risponde in parte a questa esigenza e che l'attuale piano di studio è equilibrato nel considerare per ogni anno di studio la formazione di figure professionali diverse e che, dunque, sia mirato alla formazione di figure professionali a tutto tondo.

- **Altre osservazioni.** La dott. ssa Marziali riferisce a proposito dei **tirocini** di avere al momento nel suo *team* come stagista una studentessa della prof.ssa Turini, che ringrazia per l' "*output*", esprimendo un alto grado di soddisfazione. Anche il dott. Zampetti riferisce di aver avuto negli anni molti studenti di Mediazione Linguistica di UniMc come stagisti e che è contento di continuare ad accoglierne.

La dott.ssa Marziali suggerisce la possibilità di dividere il corso di *Public Speaking and Leadership Development* in due corsi diversi in quanto i due temi sono estremamente importanti. Inoltre, pur essendo vero che tra i due elementi sussista un legame, essi non sono necessariamente sempre collegati. E', infatti, evidente che un *leader* abbia bisogno di padroneggiare determinate *skill* di *public speaking*, ma il *public speaking* serve un po' a tutti, ai vari ruoli in azienda, anche a chi non è un *leader*, così come la *leadership* non è solo quella di un *manager*, ma esiste anche una *self-leadership* che si lega all'assertività, che è un tema utile a tutte le funzioni, aziendali e non. La prof.ssa Di Giovanni concorda con questa osservazione e apprezza il suggerimento. Anche la dott.ssa Spelta Parenti rileva la grande importanza del *public speaking* e concorda con l'opportunità di separarlo dall'insegnamento sulla *leadership*. Il dott. Zampetti si associa alla necessità di dividere i due insegnamenti.

La dott.ssa Spelta Parenti suggerisce l'inserimento di un corso di *Creative Writing*, per favorire l'arricchimento della lingua scritta e perché nel suo ambiente si sta palesando sempre più la ricerca di figure che sappiano scrivere in un certo modo, mettendosi in gioco attraverso la scrittura creativa, che risulta essere molto diffusa nei contesti di formazione anglosassoni e americani. Aggiunge che la formazione culturale in termini più ampi sia qualcosa da non sottovalutare, anzi da rivalutare, più del tecnicismo.

La prof.ssa Di Giovanni riferisce che le sembra che gli studenti, una volta laureati, facciano un po' fatica a gestire il *time management* nel mondo del lavoro e chiede se

nell'esperienza dei partecipanti ci sia di ciò un riscontro. Interviene il dott. Zampetti per sottolineare come sicuramente lui ritenga molto più importanti i temi del *public speaking* e della *leadership* che non quello del *time management*, perché i tempi di chi opera all'interno di un'organizzazione sono già impostati e ci si deve solo adeguare, e nel caso del libero professionista, questi deve avere già nelle proprie corde il sapersi gestire e organizzare.

A conclusione dell'incontro, la prof.ssa Di Giovanni chiede la disponibilità dei partecipanti a compilare un questionario relativo al CdS magistrale in Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale avente le medesime finalità dell'incontro in presenza convocato per il corso di laurea triennale. Tale questionario verrà loro inviato per posta elettronica. I partecipanti si dicono ben disposti e accettano di collaborare.

L'incontro si chiude alle ore 18:15

Allegati al verbale: nessuno

Firma della segretaria verbalizzante