

La «magistrale» è una forte carta da giocare per entrare in azienda

Lo dice un'indagine dell'Università Iulm di Milano con Centromarca e Adecco

Ed Economia batte Ingegneria 78% a 71%: parola di dirigenti di azienda

QUANTO VALE LA LAUREA

di Matteo Muzio

Nel recente passato il mondo delle imprese e quello delle università sembravano due rette parallele destinate a non incontrarsi mai. Da diverso tempo non è più così e lo certifica anche il risultato dell'indagine «Formazione dei neolaureati ed esigenze d'impresa», realizzata dall'università Iulm di Milano in collaborazione con Centromarca e Adecco, centrata sulle valutazioni effettuate da 115 manager di aziende medio-grandi alla fine del 2018 nei settori, tra gli altri, metalmeccanica, elettronica, trasporti, industria alimentare. Dall'indagine emergono risultati sorprendenti. Contrariamente a certe narrazioni mediatiche, la laurea magistrale è una forte carta da giocare per entrare in azienda, secondo il 76% delle risposte. La condizione ottimale è quando questa laurea è in Economia per il 78,6% dei dirigenti d'azienda oppure in Ingegneria, scelta dal 71,4% dei manager. Figurano bene anche lauree considerate più «deboli», come Lingue, preferita dal 21,4% delle risposte. Stessa percentuale anche per Scienze della comunicazione, molto utile negli ambiti relativi a commerciale e vendite, così come nel marketing e, ovviamente, nella comunicazione.

Per Luca Pellegrini, preside della facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità dello Iulm, la laurea magistrale non è solo un plus, ma è necessaria: «Purtroppo, però, non è sufficiente. Dovrebbe essere integrata con le capacità tecniche, certo. Ma da sole non bastano. I datori di lavoro preferiscono questo titolo di studio alla semplice triennale o ai diplomi tecnici». Ma certamente si può fare di più.

Ma il titolo non basta: tra i requisiti del buon professionista, per il 52,2% delle risposte c'è l'«esperienza sul campo», seguita dall'«aver buoni maestri» (39,1%)

Secondo l'indagine i giovani usciti dall'accademia hanno buone conoscenze di base ma minore capacità di applicarsi per risolvere problemi reali: anche per questo tra i requisiti indicati del buon professionista il 52,2% delle risposte indica l'esperienza operativa sul campo, seguita dall'aver «buoni maestri» (indicata dal 39,1% delle preferenze). Quindi, che generazione è quella che si affaccia al lavoro? Dall'indagine emerge un ritratto abbastanza nitido: una generazione curiosa verso il mondo, ma anche focalizzata sul breve termine e individualista, poco disposta a fare sacrifici, soprattutto perché alcune volte questi non valgono lo sforzo. Un altro dato positivo è che comunque si riscontra una crescita dell'ottimismo verso il futuro. Visione giustificata anche dal maggiore avvicinamento tra i due mondi, come spiega Luca Quarantino, ricercatore dello Iulm e autore della ricerca: «Certamente l'accademia non può schiacciarsi sulle esigenze del mondo produttivo, dovendo fornire delle conoscenze culturali di base. Ma se le università vogliono migliorare la loro formazione per essere più

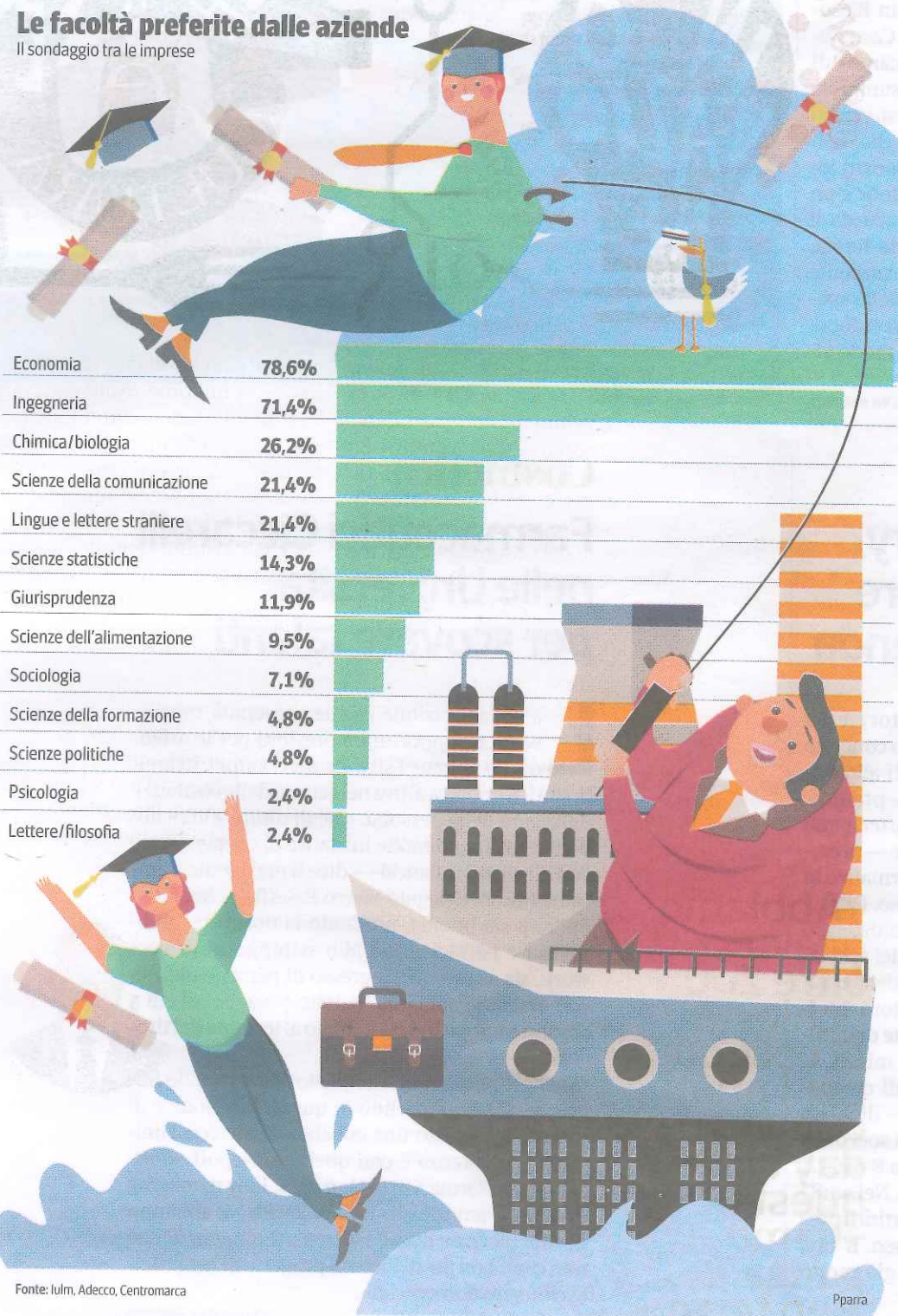
appetibili dagli studenti, le imprese si fanno conoscere dagli studenti per poterli accogliere appena usciti dal loro percorso di studi. Ma per poter essere scelte devono far sì che il loro brand sia attrattivo».

Anche le imprese confermano questa impressione, come racconta Ivo Ferrario, direttore delle relazioni esterne di Centromarca: «L'industria di marca ha bisogno di giovani laureati per alimentare la sua vocazione all'innovazione e la costante evoluzione delle sua offerta. E la ricerca Iulm offre indicazioni preziose per la predisposizione di programmi formativi sempre più in sintonia con le esigenze del mercato del lavoro e del Paese». La sintesi quindi è che università e imprese lavorano sempre più a stretto contatto, per poter favorire una generazione che, secondo i dati, vuole più flessibilità e tempo libero, anche a costo di rinunciare alla sicurezza dell'impiego.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le facoltà preferite dalle aziende

Il sondaggio tra le imprese



Fonte: Iulm, Adecco, Centromarca