

I master universitari in Turismo: problemi e prospettive

Domenica Fioredistella Iezzi*¹, Scipione Sarlo**

*Università di Roma "Tor Vergata"

**Università di Roma "Sapienza"

Riassunto: In Italia, i Master universitari sono stati introdotti con il DM 509/99. Negli ultimi anni, l'offerta si è caratterizzata per una crescita costante, non accompagnata da un sistema di valutazione. In molti casi, i master sono stati attivati per una o al massimo due edizioni e poi sono scomparsi. La stessa sorte è toccata a quelli proposti nel settore del turismo.

Il presente lavoro descrive l'offerta di master universitari in turismo. L'obiettivo è di individuare le caratteristiche-chiave che sono in grado di garantirne la sopravvivenza. A questo scopo, è stato utilizzato il metodo non parametrico di Kaplan-Meier.

Parole chiave: metodo di Kaplan-Meier, master universitari, turismo.

1. Introduzione

I Master, universitari o non universitari, rappresentano una parte significativa, in termini numerici, dell'offerta formativa post-laurea, non trasparente perché nessuno può esattamente quantificare e qualificare l'intero ammontare di questa parte dell'offerta formativa. L'impossibilità di avere un archivio aggiornato dell'intera offerta deriva essenzialmente dalla mancanza di un criterio univoco di definizione del termine master con cui, tra l'altro, si equivoca spesso il contenitore, ossia il corso, con il titolo conseguito, ovvero l'attestato finale.

Non esistendo un albo ufficiale od un criterio univoco di individuazione e definizione dei master è perciò bene operare due distinzioni di massima relative rispet-

¹ Il presente lavoro è stato cofinanziato dalla Provincia di ROMA dipartimento XI. L'impostazione del lavoro è il frutto di una comune collaborazione, l'idea iniziale di Domenica Fioredistella Iezzi. La nota è stata redatta da Domenica Fioredistella Iezzi per quanto concerne i paragrafi 4 e 5 e da Scipione Sarlo per il paragrafo 3. I paragrafi 1, 2 e 6 sono opera di entrambi. La base di dati è stata predisposta da Scipione Sarlo.

tivamente: all'ente organizzatore ed erogatore del corso, e al livello di formazione garantito dallo stesso.

Per quel che concerne il primo aspetto, è possibile distinguere tra master universitari e master non universitari. I primi, come lascia intendere la parola stessa, sono organizzati dalle Università (siano esse pubbliche o private) in ottemperanza al DM 509 del 3 novembre 1999 che ne ha sancito la nascita. Prima di allora i master erano organizzati essenzialmente da enti privati, mentre le Università progettavano i corsi di perfezionamento e le scuole di specializzazione o i dottorati. Il DM 270 del 22 ottobre 2004 (e successive modifiche) che ha poi riorganizzato le classi di studio, ha lasciato sostanzialmente immutato il regolamento dei master universitari (Iezzi, 2005). L'attivazione dei master, quindi, è completamente libera, ossia svincolata sia dalle regole di programmazione e coordinamento regionale che dai requisiti strutturali, organizzativi e di qualificazione dei docenti che devono essere rispettati per le lauree di primo e di secondo livello. I master non universitari, invece, possono essere organizzati da enti formativi altri (principalmente privati), che ne definiscono autonomamente e arbitrariamente le caratteristiche, non sussistendo un'apposita regolamentazione in materia.

Per quanto riguarda il secondo aspetto è possibile distinguere i master in ragione del livello di formazione garantito, livello che, almeno in linea teorica, dovrebbe essere corrispondente a specifiche esigenze di natura professionale. Esistono pertanto master di primo livello e master di secondo livello. Quest'ultima differenza, però, non si palesa soltanto in uscita, ossia al momento del rilascio dell'attestato finale, che qualifica il soggetto come detentore di competenze più o meno superiori, ma ha una sua valenza discriminatoria anche, per così dire, a monte, ossia in termini di requisiti di accesso e partecipazione al corso in questione. Se per i master di primo livello è sufficiente un diploma di laurea triennale (generalmente, di qualsiasi tipo), per poter partecipare ad un master di secondo livello è richiesta, esplicitamente, almeno una laurea specialistica o magistrale (o anche una del vecchio ordinamento, precedente cioè la riforma del 1999). Tuttavia, è bene osservare ancora una volta come una tale rigidità nella determinazione dei requisiti per l'accesso sia caratteristica quasi esclusiva dei master universitari. Quelli non universitari, difatti, sono solitamente aperti a chiunque sia in possesso di un qualsiasi diploma di laurea; addirittura, non manca il caso di enti od istituti che denominano master (scelta discutibile, ma pur sempre legittima a causa della *vacatio legis* in materia) dei corsi di riqualificazione professionale per i quali non è richiesto come titolo di studio minimo neppure il diploma di laurea².

² Dall'ultima rilevazione Censis Servizi – La Repubblica, effettuata con riferimento all'anno formativo 2005/06, è emerso come sotto la generica denominazione di "Master" si potessero trovare: "[...] anche brevi corsi di specializzazione (fino a 200 ore complessive tra lezioni in aula e a distanza) con o senza l'attribuzione di crediti." (Censis, 2006, p. 71).

Ad ogni buon conto, i requisiti di accesso ai master vengono fissati, almeno per quelli universitari, dai bandi di concorso per la partecipazione agli stessi. Per questa ragione, al di là dei requisiti minimi richiesti (possesso del diploma di laurea appropriato al livello del Master in questione), ogni corso e, conseguentemente, ogni Ateneo che lo organizza, può fissare dei requisiti di partecipazione più o meno specifici e restrittivi.

L'articolo 7 del DM 509/99 stabilisce che: “per conseguire un master universitario, lo studente deve aver acquisito almeno 60 Crediti Formativi Universitari (CFU), pari a 1.500 ore di lavoro e un anno di studio a tempo pieno, oltre quelli utili per ottenere una laurea di primo livello, se il master è di primo livello, oppure una di secondo livello, se il master è di secondo livello”. Non vengono stabilite altre regole, gli Atenei autonomamente possono decidere di svolgere le ore di didattica frontale concentrandole in alcuni giorni della settimana o del mese o in periodi più ridotti con una didattica intensiva e *full-time*.

Diversamente dalle lauree e dalle lauree specialistiche e magistrali, il master non ha valore legale. Di conseguenza, il suo valore dipende dalla serietà e dalla reputazione degli organizzatori.

Nei paesi di lingua inglese il *master's degree* è il secondo grado accademico, corrispondente alla Laurea specialistica o laurea magistrale italiana e alla licenza pontificia. Erroneamente, in Italia si tende a confondere i *master's degree* anglosassoni con i più semplici “master universitari”, che *de facto* restano una particolarità tutta italiana nello scenario globale dell'istruzione avanzata.

2. I master in Italia

Vista la proliferazione di Master registratasi negli ultimi anni³, appare del tutto evidente quanto sia problematica anche solo la semplice operazione di individuazione del numero complessivo dei corsi. Un censimento dei Master, difatti, non è operazione realizzabile vista la continua variabilità dell'offerta proposta, variabilità riconducibile, del resto, ad almeno tre ordini di fattori:

- l'elevato introito economico che i Master sono in grado di garantire⁴, dovuto: da un lato, ai costi di iscrizione; dall'altro, ai finanziamenti che gli stessi corsi rie-

³ Proliferazione che, come si vedrà dopo, ha avuto una battuta d'arresto nell'ultimo anno accademico soprattutto per quel che concerne l'offerta formativa universitaria.

⁴ Secondo quanto stimato dal Censis, nel 2006 il volume d'affari mosso dai corsi di Master si è attestato intorno ai 180 milioni di euro, con un ricavo medio per iscritto pari a 5.800 euro, ben superiore al prezzo medio di iscrizione registrato (pari invece a 4.800 euro), determinato dal maggior numero di iscritti registrato dai Master più costosi. Il Censis ha rilevato che un Master umanistico sia costato in media 2.700 euro, diversamente, un Master gestionale o di management 8.000 euro (Censis, 2006).

scono a calamitare e ottenere ai più svariati livelli: dall'Unione europea, fino agli enti pubblici nazionali e locali, oltre che dalle aziende e dalle imprese attive e interessate alla formazione nel settore di riferimento del corso.

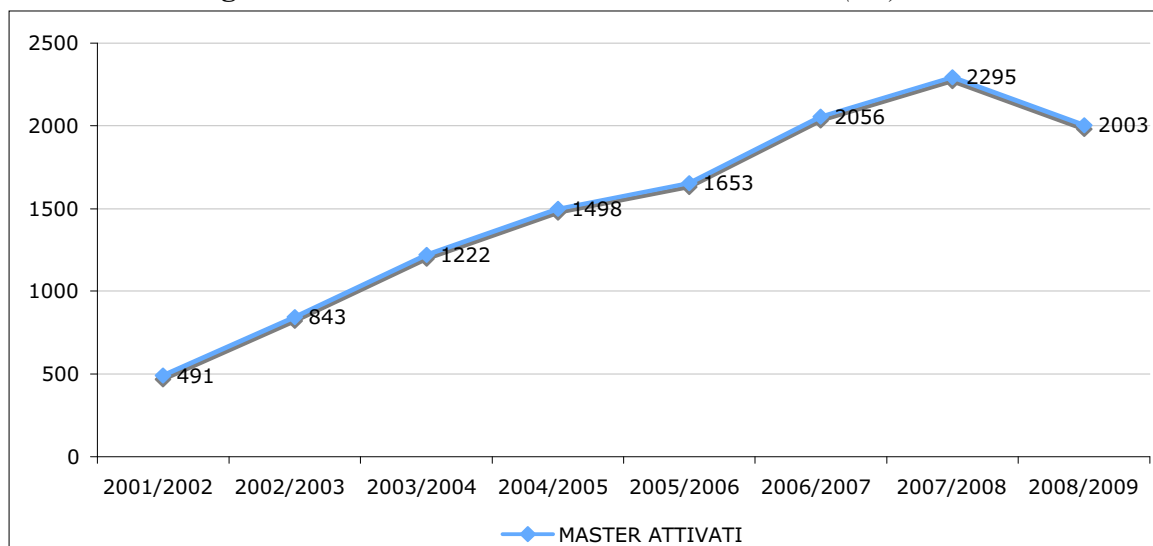
- L'elevato grado di specificità e specializzazione dei Master che, non patendo la rigidità della normativa che regola ad esempio i corsi universitari, consente agli stessi un continuo aggiornamento della formula, dei contenuti o anche soltanto delle denominazioni. Come qualsiasi altro prodotto, difatti, anche i Master sono oggetto di operazioni di marketing, le più semplici delle quali sono le politiche di *naming* dei corsi su cui spesso si gioca la capacità attrattiva degli stessi.
- L'elevata visibilità spesso garantita dalle sponsorizzazioni e dalle campagne di comunicazione messe in atto dalle aziende o dagli enti *supporter* dei corsi che spesso si impegnano attivamente per la realizzazione di *stage* lavorativi alla fine degli stessi⁵.

Del resto, neanche il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) è in grado di fornire una stima esatta dell'intero ammontare dell'offerta di Master sul territorio nazionale. Ciò che le fonti ufficiali riescono a monitorare sono soltanto i corsi di Master universitari, proprio perché soggetti a precisa normativa: quelli non universitari sfuggono praticamente a qualsiasi tentativo di quantificazione precisa.

L'offerta didattica di Master universitari si attesta, dunque, intorno alle 2mila proposte. Per la prima volta dall'attivazione dei master universitari, nell'AA 2008/09, si è registrato un calo consistente del numero di attivazioni (-12%). Forse questo è il segno che gli atenei italiani hanno iniziato a passare in rassegna la propria offerta formativa, eliminando le proposte meno efficaci.

Nell'AA 2008/09, saranno presenti sul mercato 2.003 Master universitari contro i 2.295 dell'anno precedente. Questa inversione di tendenza segnala un nuovo periodo per gli Atenei italiani, che, dopo una corsa ad una offerta senza un controllo di qualità, hanno iniziato, almeno in alcuni casi, un processo di valutazione più rigoroso, eliminando quei corsi che hanno avuto un limitato peso nello scenario formativo universitario (Fig. 1).

⁵ Soltanto nel 2006, il: “[...] contatto col territorio ha dato origine ad accordi di sponsorizzazione con oltre 3.500 aziende ed al coinvolgimento quasi di 20.000 soggetti economici disposti ad ospitare presso di loro stagisti, più numerosi al Nord (79 aziende per 100 iscritti) che al Sud (43 aziende per 100 iscritti).” (Censis, 2006, p. 72).

Figura 1. Master attivati nelle Università Italiane (VA)

Fonte: Elaborazioni su DB MIUR

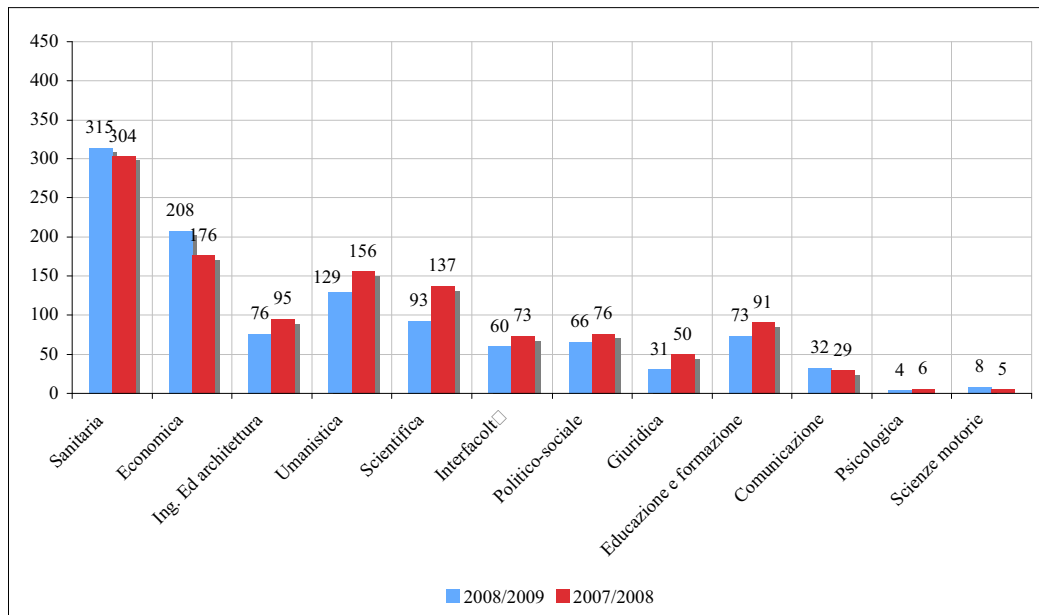
Alcuni Atenei, ad esempio Roma “Sapienza” e Venezia “Ca’ Foscari”, hanno iniziato ad introdurre dei parametri come un numero minimo di iscritti per l’attivazione di un Master (dai nove ai 12 studenti); altri, come Roma tre o Padova, hanno stabilito che, alla fine di ogni anno accademico, il consiglio di Master debba presentare una relazione finale da sottoporre al vaglio del nucleo di valutazione universitario d’Ateneo, così da lasciare in piedi solo i titoli giudicati più validi.

Questo dato è il segnale di un momento di riflessione per l’università che, solo dopo circa sette anni di sperimentazione, ha iniziato ad interrogarsi e fare selezione. Selezione che, fino ad oggi, è stata per lo più di natura fisiologica, da attribuire principalmente ad un calo di iscritti, immediata conseguenza di un mancato incontro tra domanda ed offerta.

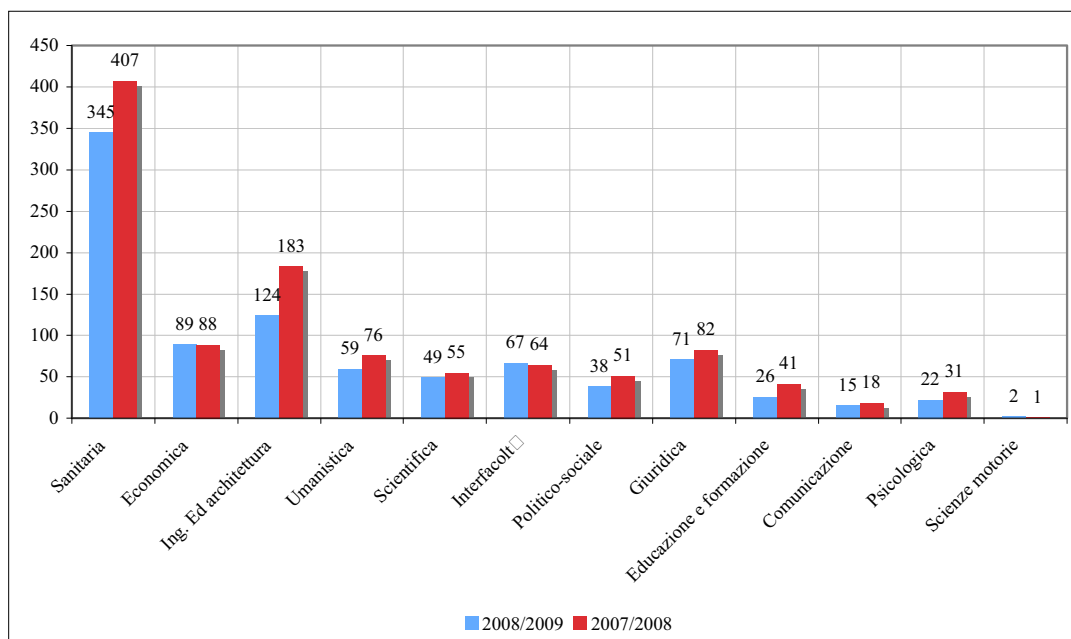
Il numero di Master proposti dagli Atenei può essere inoltre diversificato in base a macro gruppi di settori. Per il primo livello, l’offerta più ricca proviene dall’Area Sanitaria, con 315 corsi, seguita da quella Economica con 208 corsi e dalla Umanistica con 129 corsi⁶ (Fig. 2). L’area psicologica e quella delle Scienze motorie con, rispettivamente, quattro ed otto corsi, rappresentano l’offerta più ridotta⁷.

⁶ I Master in turismo sono, in prevalenza, collocati tra l’area Economica e quella Umanistica.

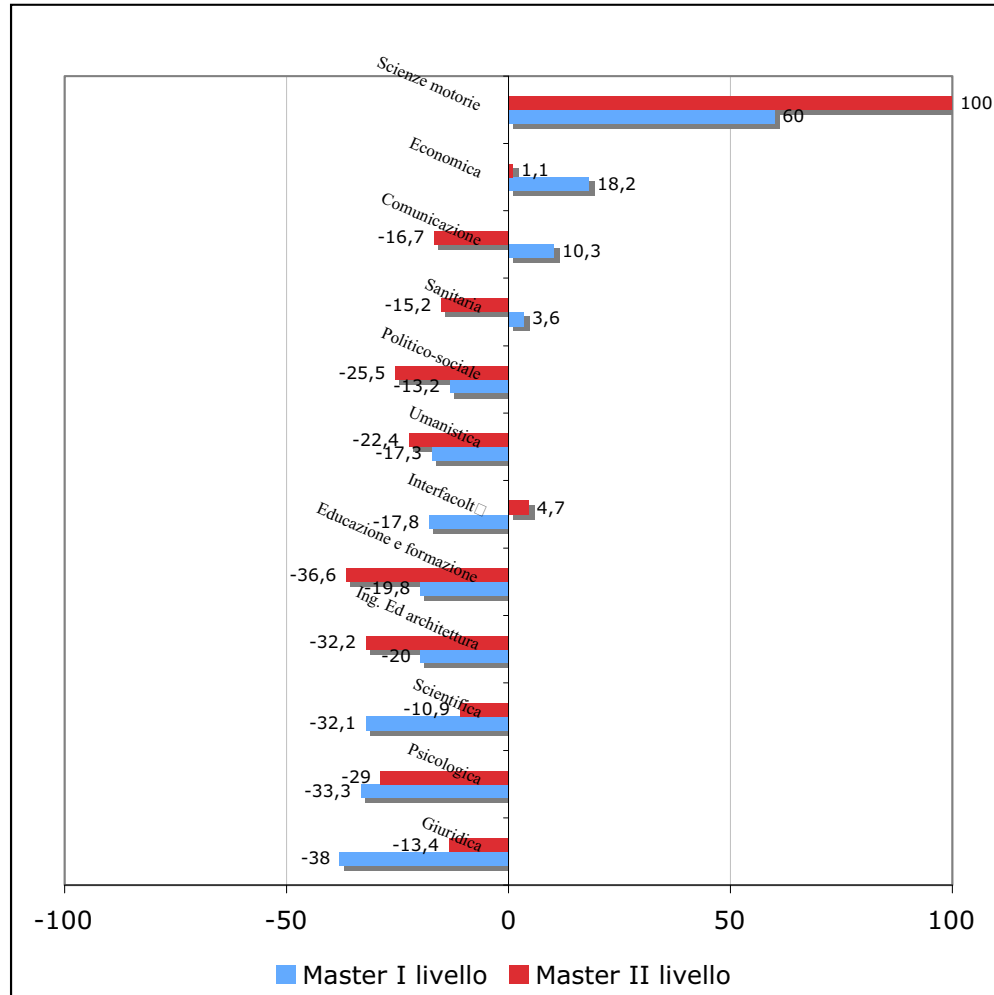
⁷ Queste due aree presentano anche un’offerta di corsi di laurea più contenuta. I corsi di Master di primo livello sembrano essere proporzionati direttamente ai corsi di laurea di primo livello.

Figura 2. Master di primo livello per aree (VA)

L'area sanitaria si riconferma, anche per il secondo livello, quella con l'offerta più copiosa, ben 345 Master, seguita dall'area Ingegneria ed Architettura con 124 corsi e dall'area Economica con 89 corsi (Fig. 3). La presenza di un numero nutrito di Master di secondo livello nell'area dell'Architettura e dell'Ingegneria è giustificata dalla normativa che regola questi corsi (quale?). Le Lauree in Architettura, in conformità alla direttiva 85/384/CEE, prevedono una durata di cinque anni.

Figura 3. Master di secondo livello per aree di appartenenza

La Fig. 4 mostra che, tra gli AA 2007/08 e 2008/09, si è registrata una contrazione generalizzata dei Master che ha riguardato la quasi totalità delle aree e dei livelli. In termini percentuali, le aree che hanno registrato un calo più marcato sono state la Giuridica (-38,0%), l'Educazione e la Formazione (-36,6%) e la Politico-Sociale (-25,5%). Poche sono le aree che hanno avuto un incremento dei Master offerti.

Figura 4. *Variazione percentuale dell'offerta di Master (AA 2007/08-2008/09)*

Tra le eccezioni, da segnalare, l'area delle Scienze Motorie che ha riportato un aumento del 60% per il primo livello e del 100% per il secondo livello in relazione alla scarsa offerta presente in precedenza; l'area Economica con un incremento del 18,2% per i Master di primo livello; l'area Comunicazione con una crescita del 10,3% che ha riguardato sempre solo i Master di primo livello e, infine, l'area dei Master Interfacoltà con un incremento del 4,7% per quelli di secondo livello.

3. I Master in Turismo: una problematica analisi descrittiva dell'offerta

Il presente lavoro si propone pertanto di offrire una panoramica dell'offerta dei Master relativi ad una specifica area o materia di interesse, quella del turismo.

In questa stessa direzione, ma a livello più generale, una prima operazione di censimento della formazione turistica complessivamente offerta in Italia è stata condotta, in maniera quasi pionieristica, dalla Direzione Studi e Ricerche del *Touring Club Italia*. I ricercatori del *Touring Club Italia*, attraverso studi e indagini costantemente aggiornate sull'offerta formativa delle Università pubbliche e private, nonché delle scuole di formazione o specializzazione, sono arrivati a costruire una vera e propria "Mappa della Formazione" turistica. Questo strumento (messo a disposizione degli utenti sul sito internet del *Touring Club Italia*⁸), offre la possibilità di conoscere i corsi post-diploma, universitari e post-universitari di indirizzo turistico presenti sul territorio nazionale. Le potenzialità dello strumento, dal punto di vista informativo, non si limitano alla semplice localizzazione territoriale dell'offerta. La mappa offre anche notizie dettagliate sull'articolazione disciplinare, sulle finalità formative e, più in generale, sulla struttura organizzativa dei vari tipi di corsi: dal costo d'iscrizione, ai posti disponibili, dal termine per l'invio delle domande d'iscrizione, fino all'effettuazione di stage e quant'altro possa essere ritenuto utile, da parte dei potenziali studenti, per la scelta del corso da frequentare.

La nostra analisi, diversamente da quanto realizzato dai ricercatori del *Touring Club*, concentra la propria attenzione, come detto, solamente su una specifica tipologia di corsi: i Master. Tra questi, poi, sono stati selezionati esclusivamente quelli universitari⁹.

Questa restrizione tipologica ha implicato, però, un'ulteriore restrizione definitiva che consentisse l'individuazione dei Master inerenti effettivamente al turismo. Dal sito dell'ufficio di statistica del MIUR, difatti, è possibile trarre soltanto alcune informazioni relative ai corsi di Master attivi nel periodo compreso tra gli anni accademici 2001/02 e 2006/07, ossia: l'anno di edizione del corso, la denominazione dello stesso, il numero di iscritti e diplomati per relativa edizione, la quota parte di stranieri tra questi, oltre che l'Ateneo e la Facoltà organizzatori dei corsi. Altre informazioni relative ai corsi, come ad esempio gli insegnamenti o i contenuti didattici non vengono raccolte. Questa carenza di informazione contenutistica ci ha spinti ad effettuare la scelta dei corsi basandoci esclusivamente sulla denominazione degli stessi. In particolare, sono stati selezionati soltanto quelli che contenessero nel titolo la radice lessicale *turis-*, capace di generare cioè tutta una serie di lemmi quali: i sostantivi

⁸ Cfr www.touringclub.it/ricerca/mappa.asp.

⁹ Il cui elenco completo è pubblicato a cura dell'ufficio di statistica del Ministero dell'Università e della Ricerca (MIUR) sul sito <http://statistica.miur.it>.

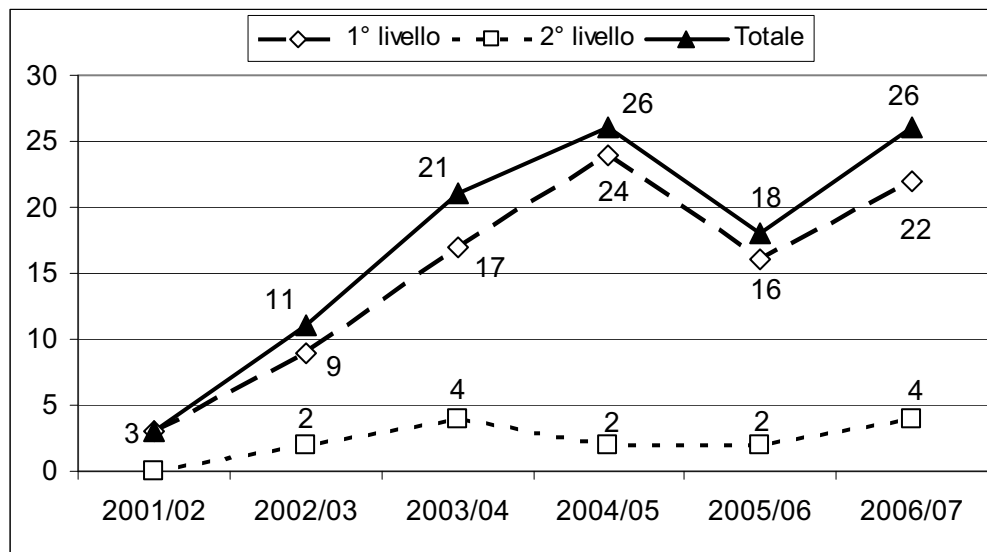
turismo e turismi, o gli aggettivi turistico, turistica, turistici, turistiche e tutte le parole composte contenenti la suddetta radice.

È ovvio che un tale criterio di selezione restringe drasticamente i criteri di inclusione ampliando di converso quelli di esclusione. In particolare, vengono così ignorati tutti quei Master che presentano nella loro denominazione temi che potrebbero risultare attinenti al turismo come, ad esempio: la tutela, la conservazione e la promozione dei beni culturali o lo sviluppo locale. Tuttavia, includere anche questi Master avrebbe comportato un incremento incontrollabile di arbitrarietà selettiva non avendo a disposizione strumenti utili alla valutazione dell'effettiva congruenza di questi Master con i temi e le tematiche proprie del turismo.

Fissato questo criterio selettivo si è condotta poi un'analisi su due livelli: uno generale descrittivo, operando sull'intera offerta di Master universitari di primo e secondo livello nel periodo compreso tra gli anni accademici 2001/02 e 2006/07; l'altro esplorativo, finalizzato all'individuazione dei fattori che possano in qualche modo aver contribuito alla sopravvivenza dei corsi stessi.

Complessivamente, nel periodo di tempo monitorato dal Ministero, sono stati attivati ben 54 corsi di Master aventi diversa denominazione: 43 di primo livello e 11 di secondo. Questi corsi hanno dato luogo ad un totale complessivo di 105 edizioni nell'arco dei sei anni presi in esame, con quelli di primo livello che sono andati a coprire complessivamente oltre l'86% dell'offerta totale. La Fig. 5 mostra in particolare una crescita costante almeno fino all'AA 2004/05, che rappresenta il picco massimo dell'offerta di Master, picco raggiunto nuovamente due anni dopo, nel 2006/07. L'AA 2005/06 ha segnato quindi una prima battuta d'arresto soprattutto per i corsi di primo livello, che hanno comunque avuto una nuova ripresa, seppur più tenue, l'anno seguente. I corsi di secondo livello, al contrario, hanno mantenuto un andamento più regolare, oscillando periodicamente tra i due ed i quattro titoli attivati per anno accademico, facendo la loro prima comparsa soltanto nell'AA 2002/03, un anno dopo quelli di primo livello.

Figura 5. Master in Turismo per livello di corso nel periodo compreso tra l'AA 2001/02 e l'AA 2006/07



In media, i 54 corsi di Master in Turismo hanno avuto quasi due edizioni pro capite (per l'esattezza 1,94, con SD pari a 1,24). Quelli di secondo livello, in particolare, hanno avuto tutti una sola edizione, eccetto uno, quello organizzato da Roma Sapienza e denominato *Economia e management del turismo* con ben quattro edizioni. Tenuto conto del fatto che oltre la metà dei corsi ha avuto una sola edizione si comprende bene come l'offerta non sia riuscita a dar vita ad esperienze capaci di avere e garantirsi continuità nel tempo. Difatti, appena il 26% dei 54 Master ha avuto modo di organizzare tre o più edizioni e solo un corso di Master può vantare l'attivazione di una sua edizione in tutti e sei gli anni considerati: si tratta di quello organizzato dall'Università Bocconi di Milano, denominato *Economia del Turismo*.

Da un punto di vista strettamente strutturale e organizzativo l'83,3% dell'intera offerta di corsi in Turismo è stata prodotta da Atenei statali, contro appena il 16,7% di quella presentata dalle Università private. Tuttavia, queste ultime hanno saputo dare vita a corsi capaci di sopravvivere mediamente più a lungo di quelli attivati dalle Università pubbliche, che hanno avuto una media di edizioni pari a 1,76, contro le 2,89 delle private.

L'offerta, da un punto di vista geografico, si caratterizza poi in maniera abbastanza netta e precisa: i corsi di primo livello vengono organizzati principalmente da Atenei del Centro-Nord, mentre quelli di secondo livello sono stati attivati da Università con sede nel Sud e nelle Isole, come mostra la Tab. 2. (E' fonte di interpreta-

zione equivoca leggere i dati relativi ai master attivati ogni anno rispetto a quelli complessivamente istituiti)

Tabella 2. *Area Geografica dell'Ateneo organizzatore dei corsi complessivamente attivati dal 2001 al 2006, per livello degli stessi.*

Area Geografica	Livello del corso		Totale
	Primo	Secondo	
Nord	19	1	20
Centro	12	1	13
Sud e Isole	12	9	21
Totale	43	11	54

In termini di durata dell'offerta nel tempo, tra l'altro, gli Atenei del Centro e del Nord hanno saputo dare maggiore continuità alle loro proposte, ben più di quanto fatto da quelli del Sud e delle Isole.

I corsi in Turismo nei sei anni monitorati sono stati organizzati in quasi un terzo dei casi da Facoltà di Economia (31,5%), in seconda battuta da Facoltà di Lettere e Filosofia, poco più di un quarto dell'offerta totale (25,9%). La restante parte è stata organizzata da varie Facoltà riconducibili prevalentemente all'area Umanistica e, secondariamente, a quella delle Scienze politico sociali. Da segnalare infine l'esistenza di tre di corsi Interfacoltà. Dalla Tab. 3 si può notare come la composizione dell'offerta di Master in Turismo in termini di tipologia di Facoltà organizzatrice¹⁰ sia mutata successivamente alla riforma universitaria del 2004. I Master nati nel primo periodo, compreso tra gli AA 2001/02 e 2003/04 sono stati attivati in più del 42% dei casi da Facoltà economiche, percentuale che supera la metà dell'offerta se a questa si sommano i corsi delle Facoltà dell'area di Scienze politiche e sociali. Viceversa, negli AA 2004/05-2006/07, si è avuta una netta contrazione dell'offerta di corsi attivati dalle Facoltà Economiche o statistiche (ma anche politiche e sociali) a vantaggio di una maggiore diversificazione delle Facoltà organizzatrici con una marcata prevalenza di quelle dell'area di Scienze dell'antichità, lettere e filosofia e storico artistiche (46,4% del totale).

¹⁰ Le Facoltà organizzatrici dei corsi sono state raggruppate sulla falsariga della classificazione delle Aree CUN, seppure con la consapevolezza della difficoltà di poter ricondurre in maniera univoca delle Facoltà in classi pensate e costruite per la classificazione dei settori scientifico disciplinari della didattica.

Tabella 3. Master attivati per Coorte di attivazione e gruppi di Facoltà organizzatrici dei corsi (VA e percentuali di colonna).

Gruppi di Facoltà	Coorte di attivazione del master		
	AA 2001/02	AA 2004/05	Totale
	2003/04	2006/07	
Scienze dell'antichità, lettere e filosofia, storico artistiche	7 26,9%	13 46,4%	20 37,0%
Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche, psicologiche	2 7,7%	1 3,6%	3 5,6%
Scienze economiche e statistiche	11 42,3%	7 25,0%	18 33,3%
Scienze politiche e sociali	4 15,4%	2 7,1%	6 11,1%
Altre varie	0 0,0%	4 14,3%	4 7,4%
Interfacoltà	2 7,7%	1 3,6%	3 5,6%
Totale	26 100,0%	28 100,0%	54 100,0%

Complessivamente, sono stati 2.082 i frequentanti dei corsi di Master in Turismo attivati dal 2001/02 al 2006/07, un 5,6% dei quali stranieri. I corsi sono stati frequentati prevalentemente da donne, il 72,7% del totale contro il restante 27,3% di uomini.

Per la completa rassegna della denominazione dei corsi, infine si rimanda all'appendice, Tab. 1.

4. Il metodo di Kaplan-Meier

Come messo in evidenza nel precedente paragrafo, i Master universitari in Turismo si sono caratterizzati per la brevità dei tempi di sopravvivenza, con una durata media di poco meno di due anni (SD 1,24). La rapidità della nascita e della scomparsa di un Master non ha consentito di valutare a *posteriori* i risultati e l'effettiva efficacia degli stessi. In alcuni casi, i Master sono stati attivati, poi sospesi per uno o più anni e poi riattivati.

In questo studio, si è deciso di applicare le metodologie di *Event history analysis* (Aalen *et al.*, 2008), molto utilizzate in campo biomedico, poiché consentono di analizzare il tempo di sopravvivenza di un Master. Il numero di edizioni che si ripe-

tono costituisce, infatti, una variabile strategica per misurare l'efficacia degli stessi. In un mercato del lavoro difficile, come quello italiano degli ultimi anni, i laureati sono diventati sempre più critici e selettivi: in base ad un'indagine condotta dal Consorzio AlmaLaurea nel 2002 i laureati iscritti ad un Master erano il 16%, nel 2006 il 12% e questo anno, secondo le intenzioni dichiarate dai laureati nell'AA 2007/08 dovrebbero essere circa l'8% (AlmaLaurea, 2008). In mancanza di un sistema univoco di accreditamento e valutazione dei Master l'efficacia dimostrata nel tempo, ha innescato un processo di scrematura sul campo. La variabile di interesse diviene quindi il tempo di sopravvivenza, definito come il tempo di avvio di un Master mentre l'evento finale diviene la chiusura definitiva dello stesso.

Nello specifico, le tecniche di *Event history analysis* consentono di stimare le probabilità del verificarsi di un generico evento e valutare gli effetti indotti da eventuali variabili esplicative. Indicando con T la durata del periodo di rischio per un dato evento, nel nostro caso il rischio di non riuscire a replicare l'edizione di un Master, la funzione di sopravvivenza $S(t)$ che esprime la probabilità di non subire l'evento chiusura prima dell'istante t , può essere indicata come segue:

$$S(t) = P(T \geq t) = \exp\left(-\int_0^t h(u) du\right)$$

La probabilità che si verifichi un determinato evento $h(t)$, che esprime il rischio di uscire dall'offerta didattica al tempo t , (*hazard function*), è definita anche come rapporto della probabilità incondizionata istantanea di subire l'evento $f(t)$ (funzione di densità di probabilità di T). Ne consegue che la probabilità di sopravvivenza $S(t)$, può essere indicata come segue:

$$h(t) = \lim_{\Delta t \rightarrow 0} (P(t + \Delta t > T \geq t \mid T \geq t) / \Delta t) = f(t) / S(t)$$

in cui $P(t + \Delta t > T \geq t \mid T \geq t)$ indica la probabilità che l'evento chiusura definitiva del Master si verifica tra t e $t + \Delta t$, posto che l'evento non sia avvenuto prima di t .

Tra i vari approcci metodologici di stima con cui gli eventi di transizione possono essere analizzati, si è ricorso al metodo non parametrico di *Kaplan-Meier* (*Kaplan e Meier*, 1958) che consente di individuare, attraverso una stima di massima verosimiglianza, una funzione di azzardo e di sopravvivenza per ognuno degli eventi esaminati. La funzione di sopravvivenza di *Kaplan-Meier* è così definita:

$$s(t) = \prod_{j < t} ((n_j - d_j) / n_j)$$

dove n_j è il numero di Master attivati in Turismo a partire dalla riforma del sistema Universitario (Iezzi, 2005), soggetti a ciascuno dei rischi considerati al tempo j e d_j è il numero di Master in Turismo per cui avviene il cambiamento di stato.

La scelta del metodo di *Kaplan-Meier* è stata motivata dal fatto che, trattandosi di una tecnica non parametrica, non si assume *a priori* alcuna distribuzione per la durata dei Master.

5. Il tempo di sopravvivenza di un Master universitario in Turismo

Seguiamo tutti i 54 Master Universitari in Turismo attivati dall'AA 2001/02 al 2006/07. Il nostro obiettivo è di costruire la curva di sopravvivenza in relazione all'incidenza del numero di Corsi di Master Universitari in Turismo che sono ancora attivi all'AA 2006/07. Come detto, l'arco temporale è di sei anni ed ha visto due importanti momenti di riforma del sistema universitario italiano: l'avvio della riforma universitaria (DM 509/99) e la sua prima modifica con passaggio ad un nuovo sistema (DM 270/04). Nell'analisi sono stati considerati dieci diversi fattori (Tab. 4), inerenti due diverse dimensioni dell'offerta di Master: l'ente organizzatore, ossia l'Ateneo; e le precipue caratteristiche strutturali del corso in questione.

Per quanto concerne la prima dimensione si sono considerate la tipologia dell'Ateneo, fosse esso statale o non statale e la grandezza dello stesso. A quest'ultimo scopo è stata costruita la variabile "dimensione", che stratifica le Università in tre gruppi in base al numero totale di studenti iscritti¹¹: piccole (meno di 20.000 studenti iscritti), medie (da 20.001 a 50.000 studenti iscritti) e grandi (oltre 50.000 studenti iscritti). Gli Atenei organizzatori dei vari corsi sono stati inoltre raggruppati per area geografica, in base ad una macroripartizione territoriale che ha individuato tre classi: Nord, Centro e Sud ed Isole. Infine, un'ultima variabile strutturale relativa agli Atenei è stata costruita incrociando la variabile relativa alla dimensione degli stessi con una variabile che li classifica in base alla loro localizzazione nei distretti turistici individuati dall'ISTAT per i quali esistono una serie di tipi di località turistiche. Nel nostro caso, le classi di riferimento sono state ridotte a due: le Città d'Interesse Storico Artistico (CISA) o, viceversa, le località turistiche di altro genere, categoria all'interno della quale sono stati collassati i restanti tipi di località turistiche individuati dall'ISTAT¹².

Per quel che concerne la seconda dimensione, quella relativa alle caratteristiche strutturali dei corsi veri e propri, in via preliminare, si sono distinti i Master in

¹¹ Il numero di studenti iscritti è stato considerato con riferimento all'AA 2006/2007, fonte MIUR: <http://statistica.miur.it>.

¹² A tale riguardo si rimanda a Santoro, 2009, in particolare Tab. 2.

base al livello del corso (primo o secondo); al numero di iscritti nell'ultima edizione di attivazione dello stesso (più o meno di dieci studenti iscritti); e alla presenza o meno di stranieri tra gli iscritti. Infine, l'attivazione dei corsi è stata considerata in relazione a due ulteriori sottodimensioni: una temporale ed una territoriale. Rispetto alla prima si è cercato: da un lato, di tener conto degli effetti della riforma universitaria del 2004 sulla nascita dei corsi costruendo una variabile dicotomica denominata "coorte di nascita", che raggruppa i Master in due categorie: quelli attivati nel periodo 2001-2004 e quelli nel periodo 2005-2007; dall'altro, della capacità degli stessi di garantirsi una continuità nel tempo, distinguendo tra quelli che hanno saputo proporre più o meno di tre edizioni consecutive, a prescindere dall'AA di prima attivazione. Rispetto alla seconda sottodimensione, si è cercato di tener conto della concorrenza formativa insistente sul medesimo territorio, rappresentata dalla concomitante offerta di altri Master Universitari in Turismo nella stessa città sede di Ateneo.

Nell'analisi sono stati chiamati censurati o troncati (*censored*) i Master Universitari che nell'AA 2006/07 erano ancora attivi.

Tabella 4. Variabili categoriali utilizzate nel modello di Kaplan-Meier

Fattori	Numero Modalità	Modalità
Area Turismo	4	CISA e Ateneo piccolo, CISA e Ateneo medio, CISA e Ateneo grande, Altre località
Concorrenza nel territorio	2	Sì, No
Coorte di nascita	2	AA 2001/02-2003/04, AA 2004/05-2006/07
Dimensione Ateneo	3	Piccolo, Medio e Grande
Livello corso	2	Primo, Secondo
Macroripartizione territoriale	3	Nord, Centro, Sud ed Isole
Numero di iscritti	2	Fino a 10 studenti, Più di 10 studenti
Numero edizioni Master consecutivi	2	Meno di 3 edizioni, 3 edizioni e più
Presenza studenti stranieri	2	Sì, No
Tipo di Ateneo	2	Statale, non Statale

Sono stati utilizzati i test non parametrici Log Rank, Breslow (Klein e Moeschberger, 1997) e Tarone Ware (Tarone e Ware, 1977) per verificare l'uguaglianza delle curve di sopravvivenza relative alle diverse categorie di fattori introdotte nel modello (Tab. 5). Questi test si distribuiscono secondo un χ^2 con $m-1$ gradi di libertà, dove m è il numero di gruppi messi a confronto.

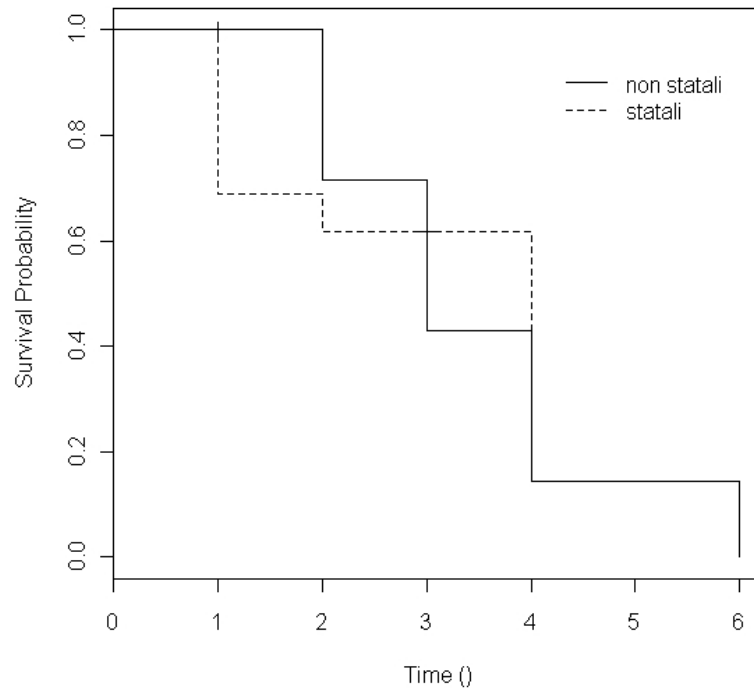
Tabella 5. Test di Log Rank, Breslow e Tarone Ware utilizzati nel modello di Kaplan Meier

Comparazione globale	Log Rank (Mantel-Cox)		Breslow (Ge- neralized Wilco- xon)		Tarone-Ware	
	Chi- Square	Sig.	Chi- Square	Sig.	Chi- Square	Sig.
Area Turismo	18,998	0,000	10,671	0,014	14,220	0,003
Concorrenza nel territorio	0,862	0,353	0,321	0,571	0,494	0,482
Coorte di nascita	31,784	0,000	21,884	0,000	26,118	0,000
Dimensione Ateneo	3,360	0,186	2,528	0,283	3,002	0,223
Livello corso	0,040	0,842	0,007	0,933	0,012	0,912
Macroripartizione territoriale	5,250	0,154	4,895	0,180	5,175	0,159
Numero di iscritti	0,289	0,591	2,107	0,147	1,256	0,262
Numero edizioni Master consecutivi	34,214	0,000	31,618	0,000	33,013	0,000
Presenza studenti stranieri	0,088	0,767	0,000	0,991	0,005	0,942
Tipo	31,784	0,000	21,884	0,000	26,118	0,000

L'ipotesi nulla (H_0) è che le funzioni di sopravvivenza siano uguali per tutte le categorie dello stesso gruppo ovvero che non vi siano differenze di sopravvivenza tra i gruppi considerati.

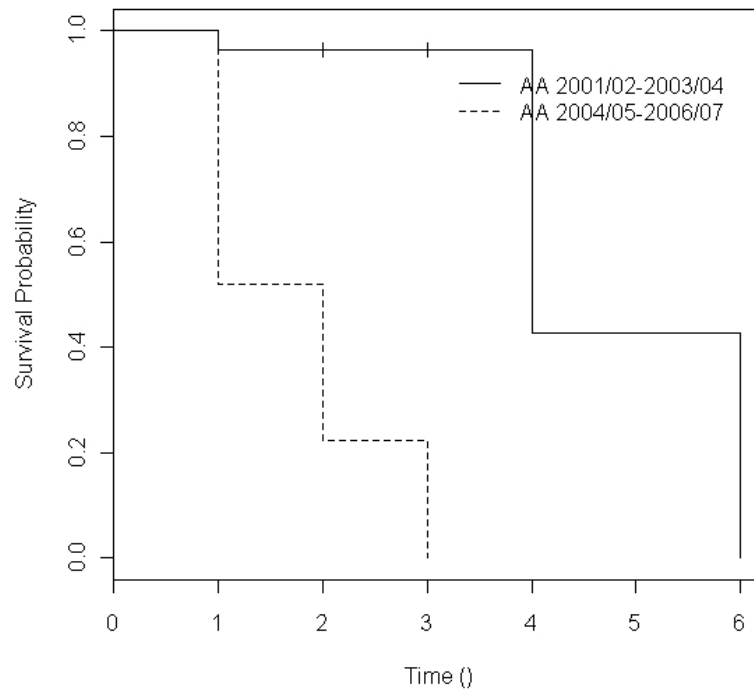
La Tab. 5 mostra che soltanto i fattori "Tipo", "Coorte di nascita" e "Area Turismo" e "Numero edizioni Master consecutivi" sono significativi nello spiegare la sopravvivenza dei Master in Turismo.

Figura 5. *Funzione di sopravvivenza stimata con il metodo di Kaplan-Meier per il fattore “tipo”*



La curva di sopravvivenza dei Master Universitari per tipo (Fig. 5) mostra che le Università non statali presentano una vita molto più lunga; al contrario, le statali presentano un'offerta con un'esperienza di breve durata. Probabilmente, le Università non statali, legalmente riconosciute, investono molto di più delle Università statali nella organizzazione e promozione di Master, in quanto questi corsi costituiscono una importante fonte di finanziamento. Nelle Università statali, in molti casi, la gestione di un Master va ad appesantire la normale attività.

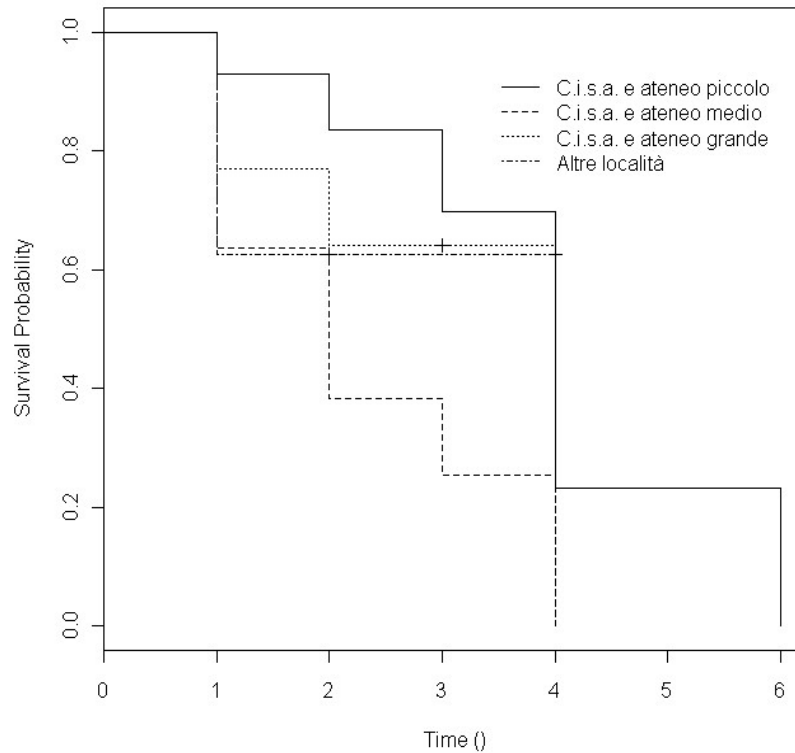
Figura 6. Funzione di sopravvivenza stimata con il metodo di Kaplan-Meier per il fattore “coorte di nascita”



Il 44,4% dei Master Universitari nati, nella prima fase della riforma, hanno avuto un tempo di vita superiore ai due anni, nella maggior parte dei casi, si tratta di Master di primo livello proposti da Atenei non statali. Il 75% dei Master nati dopo il DM 270/04 hanno avuto una sola edizione.

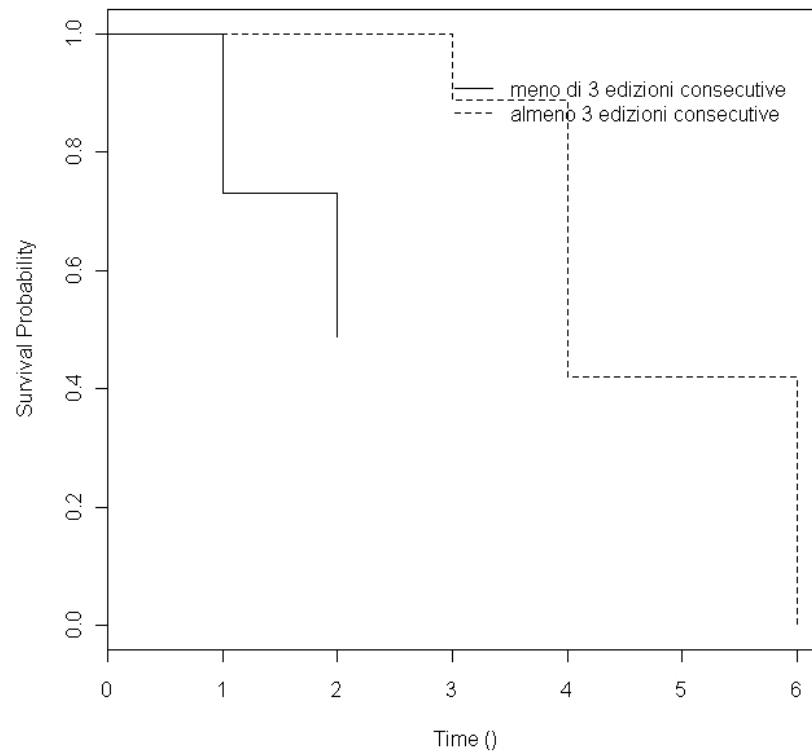
I Master attivati da Atenei di piccole dimensioni, collocati nelle CISA, sono quelli con una vita più lunga. Si tratta, nella maggior parte dei casi, di un'offerta formativa promossa da Atenei non statali. Si registra una buona durata media anche per i Master promossi da Atenei di grandi dimensioni collocati in CISA. I Master collocati in città che non sono d'Arte, al contrario, hanno una sopravvivenza molto breve (Fig 7).

Figura 7. Funzione di sopravvivenza stimata con il metodo di Kaplan-Meier per il fattore “Area Turismo”



L’offerta di Master in Turismo degli Atenei presenti in città che hanno un minore *appeal* dal punto di vista artistico e culturale, in molti casi, si traduce in una sperimentazione di uno o due anni. È evidente che la posizione dell’Ateneo è un motivo di richiamo fondamentale per i Master in Turismo.

Figura 8. Funzione di sopravvivenza stimata con il metodo di Kaplan-Meier per il fattore “Numero edizioni Master consecutive”



Per misurare la vita di un Master è fondamentale anche il numero di edizioni ripetute in maniera consecutiva. La soglia critica è pari ad almeno tre edizioni. In genere, fino a due edizioni, il Master si trova ancora in una fase sperimentale (Fig. 8).

6. Conclusioni

Lo studio condotto sull'offerta formativa superiore di Master in Turismo ha messo in evidenza alcuni nodi nevralgici sia dell'offerta formativa specializzata sia, più in generale, dell'informazione statistica sulla stessa. Per quanto concerne quest'ultimo aspetto, in particolare, da segnalare l'estrema difficoltà nella costruzione di una base dati esauriente sotto il punto di vista delle informazioni utili ad una valutazione minima, tanto dell'efficienza del processo formativo, quanto della sua efficacia (interna

ed esterna), difficoltà derivante essenzialmente da una sostanziale mancanza di dati adatti ad una simile operazione.

La banca dati del MIUR raccoglie, infatti, informazioni soltanto sugli aspetti strutturali dei corsi di Master attivati nel periodo compreso tra gli anni accademici 2001/02 e 2006/07, ossia: l'anno di edizione del corso, la denominazione dello stesso, il numero di iscritti e diplomati per relativa edizione, la presenza di studenti stranieri oltre che l'Ateneo e la Facoltà organizzatori dei corsi. Non esiste dunque una raccolta sistematica ed ufficiale delle informazioni relative alla didattica dei corsi, né tanto meno ai risultati del *placement* degli studenti che hanno conseguito il titolo di Master. Il collocamento sul mercato del lavoro dei frequentanti viene indagato dal 60% delle strutture formative, secondo quanto emerso dall'indagine Censis del 2006 e solo il 23% di queste svolge un monitoraggio sull'inserimento professionale dei corsisti a 6-12 mesi dalla conclusione del corso, pubblicandone gli esiti (Censis, 2006). La raccolta di informazioni di questo tipo viene così lasciata a consorzi universitari di ricerca privati come AlmaLaurea o a siti specializzati nel fornire informazioni sui Master che, operando secondo criteri e logiche di mercato, non sempre si muovono in risposta a principi di trasparenza e completezza informativa.

Del resto, l'incompletezza e la scarsa trasparenza informativa sono figlie anche del DM 509/99 che ha dato piena autonomia alle Università per l'attivazione dei corsi di Master universitari, senza dare alcuna indicazione sui requisiti di qualità.

Per lo studente, quindi, la scelta di un Master valido resta piuttosto problematica. Ad oggi, i criteri di selezione rimangono quelli di un'attenta valutazione di alcuni aspetti importanti, come: le opinioni di ex-studenti, quante edizioni il Master ha saputo organizzare, oltre che i legami con le imprese ed il mondo del lavoro. La vocazione del Master, difatti, è quella di tradurre il sapere acquisito durante gli anni di studi universitari in saper fare e saper essere, accelerando l'ingresso nel mondo del lavoro o, per chi è già inserito, permettendo di raggiungere delle posizioni che il solo titolo di laurea non consentirebbe di raggiungere.

I dati hanno mostrato nell'ultimo anno una prima frenata nell'offerta complessiva di Master universitari, segno forse che il mercato ha operato una prima scrematura basata essenzialmente sulla mancanza di efficacia per il percorso professionale. In molti casi, gli studenti hanno potuto verificare che dopo la frequenza di un Master la capacità di *placement* rimaneva pressoché immutata. Spesso, l'attrattiva dei Master, per chi ancora non ha fatto il suo ingresso nel mercato del lavoro si gioca proprio sull'opportunità di effettuare *stage* o tirocini presso aziende od imprese più o meno prestigiose, opportunità non sempre garantita dai corsi, nonostante da questi venga promessa. Non solo, più recentemente, gli Atenei si sono dotati di nuovi servizi e strutture di *placement* atti proprio alla realizzazione di *stage* o tirocini con aziende accreditate senza esigere, con questo, il prolungamento del periodo di studi.

Dall'analisi emerge come l'offerta di Master universitari in Turismo si caratterizzi come un'offerta relativamente recente (quasi la metà dei corsi sono stati attivati dopo la riforma universitaria del 2004), che ha avuto non poche difficoltà nell'affermarsi all'interno del più ampio panorama dell'offerta formativa superiore: in media, i Master hanno avuto poco meno di due edizioni. Tra i fattori che sembrerebbero risultare più significativi nella capacità dei corsi di sopravvivere nel tempo (per quanto i dati a nostra disposizione si fermano al 2006/07) sembrerebbero esservi soprattutto la tipologia dell'Ateneo e la collocazione territoriale dello stesso. Nella fattispecie, gli Atenei non statali sembra siano riusciti meglio di quelli statali nel dare continuità ai propri percorsi formativi nell'ambito del Turismo. Probabilmente ad incidere su questo dato la maggiore capacità di queste strutture di intrattenere rapporti con il mondo del lavoro e delle imprese garantendo così alla propria offerta formativa maggiori fonti di finanziamento e canali di sbocco occupazionale. Anche il territorio di localizzazione dell'Ateneo sembra rappresentare un fattore significativo: non casualmente i corsi organizzati in Atenei piccoli che si trovano in città d'interesse storico artistico son riusciti a sopravvivere maggiormente degli altri. Il territorio di riferimento è ipotizzabile che giochi un ruolo importante nella speranza di vita di un Master: un'area caratterizzata fortemente da attività ed imprese economiche inerenti al turismo è immaginabile che sia maggiormente interessata ad investire in formazione superiore in quelle professionalità che in quel settore potrebbero provare a trovare occupazione o a migliorare le proprie competenze e capacità.

Riferimenti bibliografici

- AALEN O. O., BORGAN O., GJESSING H. K. (2008). *Survival and Event History Analysis*, Springer, Berlin.
- ALMALAUREA (2008). *La condizione occupazionale dei laureati – Indagine 2008*, Il Mulino, Bologna.
- CENSIS (2006). *40° Rapporto sulla situazione sociale del paese/2006*, FrancoAngeli, Milano
- IEZZI D.F. (2005). A new method to measure the quality on teaching evaluation of the university system: the Italian case. *Social Indicators Research*. **73/3**: 459-477.
- KAPLAN, E.L., MEIER P. (1958). Nonparametric estimation from incomplete observations. *J. Am. Stat. Assoc.* **53**: 457-481.
- KLEIN, J. P., MOESCHBERGER M. L. L. (1997). *Survival Analysis. Techniques for Censored and Truncated Data*. New York: Springer.

SANTORO M.T. (2009) Il sistema delle statistiche ufficiali sul turismo. In IEZZI D.F. (a cura di) (2009) *Nuovi profili formativi per professionalità avanzate nel turismo*, Cleup, Padova: pp. 1-18.

TARONE, R. E., WARE, J. H. (1977). On distribution-free tests for equality of survival distributions. *Biometrika*, **64**: 156-160.

Appendice

Tabella 1. *Denominazione dei Master per livello del corso e numero di edizioni organizzate.*

Livello corso	Denominazione del Master	Numero edizioni
Primo	COMUNICAZIONE E TECNOLOGIE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO E DEI BENI CULTURALI	2
livello	COMUNICAZIONE TURISTICA, AMBIENTE E ORGANIZZAZIONE EVENTI	2
	ECONOMIA DEL TURISMO	6
	ECONOMIA E GESTIONE DEL TURISMO	4
	ECONOMIA E GESTIONE SOSTENIBILE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE	1
	ECONOMIA E MANAGEMENT DEL TURISMO CULTURALE	1
	ECONOMIA E MANAGEMENT DEL TURISMO DI MONTAGNA	2
	ECONOMIA ED ETICA DEL TURISMO	2
	ECONOMIA, GESTIONE E MARKETING DEI TURISMI E DEI BENI CULTURALI	4
	ESPERTI IN RISORSE UMANE E DINAMICHE PSICOSOCIALI PER IL TURISMO SOSTENIBILE (RISPSI-TUR)	1
	ESPERTI IN TURISMO ENOGASTRONOMICO E IN COMUNICAZIONE MASS-MEDIATICA DI CULTURE CULINARIE E PRODOTTI DI NICCHIA	2
	GESTIONE DELLE RISORSE TURISTICHE E MARKETING DEL TERRITORIO	2
	GESTIONE E FRUIZIONE DEI BENI TURISTICO-CULTURALI	2
	GESTIONE E SVILUPPO DEI SERVIZI TURISTICI	3
	GUIDE TURISTICHE E OPERATORI MUSEALI (MGTOM)	2
	LINGUA RUSSA CON SPECIALIZZAZIONE NEL SETTORE TURISTICO	2
	LINGUAGGIO DEL TURISMO E COMUNICAZIONE CULTURALE	4
	LINGUE STRANIERE PER IL TURISMO	4
	LINGUE STRANIERE PER IL TURISMO CULTURALE	2
	MANAGEMENT DEI BENI CULTURALI, AMBIENTALI E DEL TURISMO	1
	MANAGEMENT DEL TURISMO	3
	MANAGEMENT DEL TURISMO E DELLO SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE	1
	MANAGEMENT DELL'ORGANIZZAZIONE E DELLA PROMOZIONE TURISTICA	2
	MANAGEMENT DI NETWORK TURISTICO CULTURALE	1
	MANAGER DEL TURISMO	2
	MANAGER DELLO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI (MUST)	4
	MARKETING E MANAGEMENT DELLE IMPRESE E DEI SISTEMI TURISTICI	1
	MEDIAZIONE LINGUISTICA PER IL TURISMO E LE IMPRESE	1
	OPERATORE TURISTICO-AMBIENTALE - GESTIONE DEL PATRIMONIO DEMO-ANTROPOLOGICO	1

	PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DI SISTEMI TERRITORIALI TURISTICI	1
	PROGETTAZIONE INTEGRATA PER LA VALORIZZAZIONE TURISTICA DEI BENI CULTURALI E AMBIENTALI	1
	PROGRAMMATORE DELLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE NELLE AREE INTERNE E NEI DISTRETTI AGRO-AMBIENTALI	1
	PROMOZIONE DEL TURISMO CULTURALE - TORINO	1
	PROMOZIONE DEL TURISMO CULTURALE - VERONA	3
	PROMOZIONE E GESTIONE TURISTICA DEI BENI CULTURALI	1
	SCIENZA DEL TURISMO CULTURALE NEL BACINO DEL MEDITERRANEO ORIENTALE	3
	SISTEMI TURISTICI PER LO SVILUPPO LOCALE E CULTURALE	1
	SVILUPPO E PROMOZIONE DELLE RISORSE CULTURALI E TURISTICHE	1
	SVILUPPO LOCALE TURISMO ED AMBIENTE	4
	SVILUPPO TURISTICO DEL TERRITORIO	4
	TURISMO CULTURALE E SISTEMI TURISTICI LOCALI	1
	TURISMO E AMBIENTE	1
	TURISMO E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI (MUTUV)	3
	Totale	91
Secondo livello	ECONOMIA DEL TURISMO E DELLO SVILUPPO TERRITORIALE SOSTENIBILE	1
	ECONOMIA E MANAGEMENT DEL TURISMO	4
	EMAS ED ECOLABILE NEL SETTORE TURISTICO	1
	INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA NAUTICA DA DIPORTO E TURISMO DIPORTISTICO	1
	MANAGEMENT TURISTICO	1
	PIANIFICAZIONE E PROGRAMMAZIONE TURISTICO AMBIENTALE - EPPTA	1
	SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE DELLE STRUTTURE TURISTICO-ALBERGHIERE	1
	TURISMO CULTURALE MEDITERRANEO	1
	TURISMO E TERRITORIO	1
	TURISMO RELAZIONALE INTEGRATO E PIANIFICAZIONE TERRITORIALE	1
	TURISMO SOSTENIBILE, GESTIONE DEL PATRIMONIO E BENI ETNOGRAFICI	1
	Totale	14

Tourism University Masters: issues and outcomes

Summary. *University Masters have been introduced in Italy by Ministerial Degree No.509/99. The offer has been increasing over the time, not followed, however, by a proper evaluation system. Most of the masters were available for only 1-2 editions. In particular, this has happened to Tourism Masters. This paper describes the offer in the Tourism Sector. The aim is to detect the underlying key-characteristics that guarantee their survival. For this purpose, we have used the non parametric method of Kaplan-Meier.*

Keywords. *Kaplan-Meier method, University Master, Tourism*