



Università degli Studi di Parma
FACOLTÀ DI ECONOMIA

I percorsi professionali dei laureati in Trade Marketing e Strategie Commerciali



Dai inizio al tuo futuro!

I tempi di inserimento nel mondo del lavoro

(numero mesi mediamente trascorsi tra la laurea ed il primo impiego)

Voto di laurea	Tempi di inserimento
110 – 110 e lode	1,9
tra 100 e 110	2,1
minore di 100	2,4
media	2,1

La tipologia di contratto di inserimento

(% su totale laureati)

Tipologia di contratto	% laureati
stage	61,8
tempo determinato/progetto	23,5
tempo indeterminato	14,7
totale	100,0

I settori di sbocco dei laureati

(% su totale laureati)

Settore di inserimento	% laureati
Largo consumo	49,9
Servizi	22,1
Finanziario	5,5
Retailing	11,3
Beni durevoli	11,2
Totale laureati	100,0

L'area funzionale di inserimento dei laureati

(% su totale laureati)

TRADE MARKETING

45,2

MARKETING

35,5

VENDITE

9,7

TOTALE LAUREATI

100,0

AMMINISTRAZIONE

6,5

ALTRO

3,2

Il grado di mobilità dei laureati

(numero di esperienze professionali in aziende diverse)

Anno di laurea	Numero esperienze professionali
2005	1,9
2006	1,5
2007	1,2

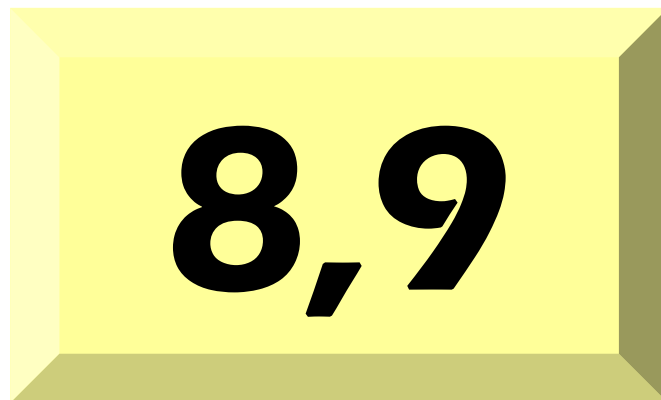
Il grado di soddisfazione dei laureati rispetto all'attuale esperienza professionale

(1= minima soddisfazione, 10=massima soddisfazione • 2007)

Settore di inserimento	Grado di soddisfazione
Largo consumo	8,7
Servizi	7,4
Finanziario	7,0
Retailing	7,5
Beni durevoli	7,0
MEDIA	7,9

Il grado di soddisfazione dei laureati rispetto alla Laurea Specialistica frequentata

(1= minima soddisfazione, 10=massima soddisfazione • 2007)



8,9

**campo di
variazione**

