

**Regolamento didattico del corso di studio MAGISTRALE in “Management”  
a.a. 2019/20**

<p>Art. 1 <b>Premessa e ambito di competenza</b></p>	<p>Il presente Regolamento, in conformità allo Statuto e al Regolamento Didattico di Ateneo, disciplina gli aspetti organizzativi dell'attività didattica del corso di Laurea Magistrale in “Management”, nonché ogni diversa materia ad esso devoluta da altre fonti legislative e regolamentari.</p> <p>Il Regolamento didattico del corso di LM Management, ai sensi dell'articolo 18, comma 3 del Regolamento Didattico di Ateneo, parte generale, è deliberato dal competente consiglio a maggioranza dei componenti e sottoposto all'approvazione del consiglio di dipartimento di riferimento e dei consigli degli eventuali dipartimenti associati, sentita la scuola.</p>
<p>Art. 2 <b>Requisiti di ammissione. Modalità di verifica</b></p>	<p>La Laurea magistrale in Management è accessibile in maniera diretta a quanti siano in possesso di un titolo di laurea di classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale o di un titolo di studio straniero riconosciuto equivalente.</p> <p>Per chi è in possesso di un titolo di Laurea triennale di altra classe il Regolamento didattico del Corso di studi fissa il numero minimo di cfu in specifici settori scientifico disciplinari utili al percorso di laurea magistrale in Management.</p> <p>Inoltre è richiesta una adeguata conoscenza della lingua inglese (almeno di livello B1), nella comprensione e comunicazione orale e scritta.</p> <p>L'ammissione al Corso di Laurea Magistrale è poi subordinata al possesso dell'adeguatezza della personale preparazione che sarà opportunamente verificata con le modalità ed i criteri sotto indicati.</p> <p>Per quanto riguarda i titoli rilasciati in Italia, l'accesso prevede modalità diverse per:</p> <p>A) <b>laureati triennali in Scienze dell'economia e della gestione aziendale, classe L-18, che hanno ottenuto un voto di laurea uguale o maggiore a 99/110</b>, per i quali l'accesso è diretto.</p> <p>B) <b>laureati triennali in Scienze dell'economia e della gestione aziendale, classe L-18, che hanno ottenuto un voto di laurea inferiore a 99/110</b>, per i quali l'accesso è subordinato al superamento di un test di verifica dell'adeguata preparazione. A questo proposito, si veda qui di seguito il punto C) sottopunto 3) – modulo 2. Saranno ritenuti idonei i candidati che supereranno il test con la votazione di almeno 18/30. Il test può essere ripetuto senza limiti.</p> <p>C) <b>laureati triennali in tutte le altre classi di laurea diverse dalla Scienze dell'economia e della gestione aziendale, classe L-18, che abbiano conseguito durante la loro carriera pregressa un numero complessivo di CFU pari o superiore a 15 nei seguenti ambiti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AREA 1: INF/01; MAT/05 ANALISI MATEMATICA; MAT/06 PROBABILITA' E STATISTICA MATEMATICA; MAT/09 RICERCA OPERATIVA</li> <li>• AREA 8: ICAR/22 ESTIMO</li> <li>• AREA 9: ING-IND/35 INGEGNERIA ECONOMICO-GESTIONALE; ING-INF/05 SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI</li> <li>• AREA 11: M-PSI/05 PSICOLOGIA SOCIALE; M-PSI/06 PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI</li> <li>• AREA 12: IUS/01 DIRITTO PRIVATO; IUS/04 DIRITTO COMMERCIALE; IUS/05 DIRITTO DELL'ECONOMIA; IUS/06 DIRITTO DELLA NAVIGAZIONE; IUS/07 DIRITTO DEL LAVORO; IUS/09 ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO; IUS/10 DIRITTO AMMINISTRATIVO; IUS/12 DIRITTO TRIBUTARIO; IUS/13 DIRITTO INTERNAZIONALE; IUS/14 DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA</li> <li>• AREA 13: SECS-P/01 ECONOMIA POLITICA; SECS P/02 POLITICA ECONOMICA; SECS-P/03 SCIENZA DELLE FINANZE; SECS-P/04 STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO; SECS-P/05 ECONOMETRIA; SECS-P/06 ECONOMIA APPLICATA; SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE; SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE; SECS-P/09 FINANZA AZIENDALE; SECS-P/10 ORGANIZZAZIONE AZIENDALE; SECS-P/11 ECONOMIA DEGLI INTERMEDIARI FINANZIARI; SECS-P/12 STORIA ECONOMICA; SECS-P/13 SCIENZE MERCEOLOGICHE; SECS-S/01 STATISTICA; SECS-S/02 STATISTICA PER LA RICERCA SPERIMENTALE E TECNOLOGICA; SECS-S/03 STATISTICA ECONOMICA; SECS-S/04 DEMOGRAFIA; SECS-S/05 STATISTICA SOCIALE; SECS-S/06 METODI MATEMATICI DELL'ECONOMIA E DELLE SCIENZE ATTUARIALI E FINANZIARIE</li> <li>• AREA 14: SPS/07 SOCIOLOGIA GENERALE; SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI; SPS/09 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO; SPS/10 SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO</li> </ul> <p>Per tale categoria di studenti l'accesso è subordinato a:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) una valutazione di CFU complessivi nei settori sopraindicati che sono stati acquisiti durante la laurea triennale (si veda Allegato 1);</li> <li>2) una valutazione del merito accademico (si veda Allegato 2);</li> <li>3) il possesso di attestazione di livello B1 nella conoscenza della lingua inglese (sono esonerati dalla presentazione di tale attestazione i laureati triennali di Economia dell'Università di Genova);</li> <li>4) l'esito di un test di verifica della preparazione. Il test è articolato in due moduli, chi non supera il primo non può accedere al secondo:</li> </ol>

- modulo 1: test di verifica delle conoscenze di base, volto ad accertare la conoscenza delle nozioni fondamentali delle discipline oggetto di studio in una laurea triennale in Economia aziendale, classe L-18. Esso consiste in una batteria di domande a risposta chiusa. Il test è a sbarramento ed è considerato superato con la votazione di almeno 18/30 (chi non lo supera non può accedere al corso di laurea magistrale in Management);
  - modulo 2: test di verifica delle conoscenze approfondite delle tematiche fondamentali di ambito aziendale, economico e quantitativo su cui si sviluppa la laurea magistrale in Management. Esso consiste in un esame scritto con domande a risposta aperta. Il test è considerato superato con la votazione di almeno 18/30.
- I due moduli sono somministrati in sequenza. Il voto complessivo è pari alla media dei voti conseguiti nei due moduli. Il test può essere ripetuto senza limiti.

Se il punteggio complessivo di 1) 2) 3) e 4) è uguale o superiore a 70 la domanda di iscrizione è accolta; se è inferiore a 50 la domanda di iscrizione è respinta; se è compreso tra 50 e 69 è previsto un colloquio integrativo, volto ad approfondire le specificità della carriera accademica e gli eventuali collegamenti con il percorso di Management. Tale colloquio determina l'esito della domanda di iscrizione.

**D) laureati triennali in tutte le altre classi di laurea diverse dalla Scienze dell'economia e della gestione aziendale, classe L-18 che abbiano conseguito un numero complessivo di CFU inferiore 15 nei settori scientifico-disciplinari sopra indicati:** è possibile l'iscrizione ad una carriera "ponte" per sostenere esami utili a raggiungere i 15 CFU richiesti. Una volta conseguiti i 15 CFU in carriera, lo studente potrà accedere al processo di valutazione previsto per la fattispecie C).

Gli studenti con **titolo di studio conseguito all'estero** devono obbligatoriamente:

- richiedere una valutazione della carriera accademica, ai fini della determinazione delle condizioni di iscrizione in analogia ai casi A) B) C) D) sopra indicati;
- sostenere la prova di verifica della conoscenza della lingua italiana organizzata dall'Ateneo per gli iscritti ai corsi di studio. Il suo mancato superamento comporta l'attribuzione di attività formative aggiuntive.

I laureati del vecchio ordinamento, ante DM 509/99, e quelli di percorsi a ciclo unico hanno accesso richiedendo una valutazione della carriera accademica, ai fini della determinazione delle condizioni di iscrizione in analogia ai casi A) B) C) D) sopra indicati.

#### ALLEGATO 1

*Valutazione del punteggio attribuito al numero di CFU acquisiti nei settori scientifico disciplinari sopra indicati*

Numero di CFU complessivamente acquisiti	Punteggio
15-20	5
21-30	10
31-40	15
41-50	20
Oltre 50	25

#### ALLEGATO 2

*Valutazione del merito accademico*

Voto di laurea	Punteggio
≤ 88	0
89-98	10
99-104	20
105	30
106	31
107	32
108	33
109	34
110	35
110 e lode	40

	<p>Per candidarsi alla verifica dell'adeguata preparazione e per il dettaglio delle informazioni sui test, è necessario prendere visione delle istruzioni pubblicate nel sito del Corso di laurea in Management.</p>
<p>Art. 3 <b>Attività formative</b></p>	<p>L'offerta formativa, l'elenco degli insegnamenti attivabili e delle altre attività formative, con i corrispondenti numeri di CFU e l'eventuale articolazione in moduli, sono riportati nella parte speciale del presente Regolamento, nel quale sono indicate sia le ore di didattica frontale sia quelle che devono essere dedicate allo studio personale per ogni insegnamento.</p> <p>La frazione dell'impegno didattico complessivo riservato allo studio personale dello studente o ad altre attività formative è pari ad almeno 2/3, esclusi i casi di attività formative a elevato contenuto interattivo in aula.</p> <p>Le attività formative offerte comprendono: insegnamenti, seminari, tirocini, altre attività (culturali, relazionali, informatiche, linguistiche) volte all'acquisizione di conoscenze e competenze complementari alla formazione istituzionale impartita, secondo quando stabilito per ogni anno accademico nel Manifesto degli studi.</p>
<p>Art. 4 <b>Curricula</b></p>	<p>Il corso di LM "Management" è articolato in un unico curriculum che prevede alcuni insegnamenti a scelta.</p>
<p>Art. 5 <b>Piani di studio</b></p>	<p>Lo studente dovrà compilare annualmente il piano di studi nei termini indicati dal Dipartimento. I piani di studio conformi all'offerta formativa inserita nella banca ministeriale vengono approvati automaticamente.</p> <p>Lo studente può presentare un piano di studio individuale, purché coerente con il progetto culturale e adeguato agli obiettivi formativi e ai contenuti specifici del corso di studi. Il piano di studi individuale conforme all'ordinamento didattico è approvato dal Consiglio di Corso di Studio.</p> <p>Il piano di studio individuale non aderente al percorso inserito nella banca dati ministeriale dell'offerta formativa, ma conforme all'ordinamento didattico, ovvero articolato su una durata più breve rispetto a quella normale, è approvato sia dal Consiglio di Corso di studio sia dal Consiglio di Dipartimento.</p>
<p>Art. 6 <b>Frequenza e modalità di svolgimento delle attività didattiche</b></p>	<p>La frequenza delle lezioni, utile e perciò consigliata, non è obbligatoria e non può in alcun modo costituire criterio di ingiustificate differenze di trattamento tra studenti. Il Corso di studi si avvale, nei limiti delle disponibilità di risorse umane e finanziarie, di opportuni strumenti didattici (informatici, supporti on-line, aulaweb) per agevolare gli studenti nell'accesso ai contenuti formativi delle attività didattiche.</p> <p>Sono previste lezioni frontali, esercitazioni, seminari, attività laboratoriali, anche utilizzando nuovi supporti informatici. Ogni anno di corso è suddiviso in due periodi didattici, con una congrua interruzione delle attività formative al termine della quale si svolgono gli appelli ordinari di esame.</p> <p>Sul sito web del CdS vengono pubblicati annualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le indicazioni relative ai periodi di svolgimento delle attività didattiche e delle relative sospensioni</li> <li>• gli orari e le sedi di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e delle altre attività didattiche</li> </ul>
<p>Art. 7 <b>Esami e altre verifiche del profitto</b></p>	<p>Le verifiche del profitto degli studenti (in forma scritta e/o informatica e/o orale) avverranno al termine dello svolgimento di ogni attività formativa, senza un limite massimo entro il quale la verifica debba essere superata, secondo modalità stabilite dai singoli docenti.</p> <p>Nel rispetto dell'organizzazione complessiva della didattica, i docenti potranno effettuare verifiche in itinere durante il corso, nelle ore di lezione del docente stesso, che possono rappresentare un elemento di valutazione delle diverse fasi di apprendimento della disciplina.</p> <p>Potranno essere definite forme specifiche di verifica per attività formative diverse dagli insegnamenti.</p> <p>Gli esami si svolgono secondo il calendario pubblicato annualmente sul sito web del CdS, nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo in relazione al numero e alla distribuzione temporale degli appelli.</p> <p>Il Regolamento didattico di Ateneo prevede che l'esame fallito al seguito del quale lo studente sia stato respinto può essere ripetuto almeno due volte all'interno dell'anno accademico; la limitazione al numero di appelli a cui lo studente si può presentare, se ritenuta necessaria, deve essere adeguatamente resa pubblica dai singoli docenti; il salto di appello non si applica se implica un salto di sessione.</p> <p>Il Calendario degli esami di profitto dei singoli insegnamenti e degli esami finali per il conferimento di titoli accademici è pubblicato sul sito web del CdS e reso noto nelle forme ritenute opportune, entro la data stabilita dall'art. 25 del Regolamento Didattico di Ateneo, per l'anno accademico successivo.</p> <p>Per studenti diversamente abili possono essere organizzate prove equipollenti, con tempi più lunghi per le prove scritte o che richiedono l'utilizzo di strumenti informatici, consentendo l'ausilio degli strumenti individuali necessari e di assistenti per l'autonomia e/o la comunicazione in relazione alla specifica disabilità individuale.</p>
<p>Art. 8 <b>Riconoscimento di crediti</b></p>	<p>Compete al Consiglio del corso di studi il riconoscimento totale o parziale dei crediti acquisiti avendo superato esami di livello universitario (o equipollente) debitamente certificati e precedenti all'iscrizione al Corso MAN.</p> <p>Solo in casi straordinari, debitamente motivati, si potrà operare un riconoscimento di crediti che dia luogo a un piano di studi non aderente al percorso inserito nella banca dati, ma conforme all'ordinamento didattico. Per questi casi sarà necessaria la delibera sia del Consiglio del corso di studi, sia del Consiglio di Dipartimento.</p>

	<p>Il riconoscimento di crediti formativi per attività "altre", rispetto a quelle didattiche e formative proposte dal Dipartimento, dovrà essere approvato dal Consiglio del corso di studi preventivamente rispetto al loro svolgimento, su istanza dello studente che deve anche provvedere a fornire opportuna documentazione utile per verificare l'impegno orario complessivo dell'attività svolta, i suoi contenuti (che devono essere valutati coerenti con gli obiettivi formativi del corso), la presenza di una prova finale di cui deve risultare il superamento.</p>
<p>Art. 9 <b>Mobilità e studi compiuti all'estero</b></p>	<p>Il corso di LM MAN promuove e incoraggia, la partecipazione degli studenti e dei docenti ai programmi di scambi internazionali (Erasmus+, ecc.), anche con il riconoscimento di crediti "altri" e con una valorizzazione ai fini della valutazione conclusiva del percorso di studi.</p> <p>Per l'approvazione dei progetti individuali e per la congruità complessiva delle attività proposte in questi ultimi, si rimanda all'art. 31, comma 2 del Regolamento d'Ateneo.</p>
<p>Art. 10 <b>Prova finale</b></p>	<p>La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi dinanzi ad apposita Commissione, guidata dal relatore e con la partecipazione di un correlatore appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi (salvo richiesta, preventivamente formulata dal relatore, di correlatore di altra area per tesi di argomento interdisciplinare).</p> <p>La tesi può avere ad oggetto argomenti legati a tutte le discipline del percorso quinquennale, purché coerenti con il quadro culturale e gli obiettivi formativi del corso di studio, nonché attinenti agli interessi e alle esperienze maturate dallo studente (es. tirocinio, tirocinio svolto all'estero, tesi svolta all'estero anche durante l'Erasmus).</p> <p>Viene richiesta a un docente del Dipartimento titolare di insegnamento afferente ad un raggruppamento scientifico disciplinare presente nel piano di studi magistrale dello studente fra i Caratterizzanti o gli Affini. Nel caso in cui con il docente individuato non sia stato sostenuto alcun esame nel percorso magistrale, è necessario ottenere preventiva autorizzazione da parte del Coordinatore.</p> <p>La tesi di laurea magistrale deve caratterizzarsi per l'originalità del tema, del metodo e/o dei risultati ottenuti, nonché per un rigoroso metodo di ricerca, completi ed aggiornati riferimenti bibliografici, approfondita conoscenza della materia e capacità di analisi critica.</p> <p>Può essere redatta in lingua inglese purché accompagnata da un abstract in italiano.</p> <p>La valutazione della tesi verterà sull'acquisizione delle seguenti competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- essere in grado di svolgere un lavoro autonomo applicando le conoscenze acquisite nel percorso di studi.</li> <li>- sapersi documentare e informare in modo corretto, ricercando fonti, recuperando materiale di carattere scientifico coerente con la tematica sviluppata, anche utilizzando le risorse elettroniche messe a disposizione dalle fonti ufficiali e dal Centro di Servizi Bibliotecari dell'Ateneo.</li> <li>- saper scrivere il risultato del proprio lavoro in maniera adeguata secondo la tipologia della disciplina di riferimento, in modo approfondito, critico ed originale, utilizzando termini corretti, citando precisamente le fonti e la bibliografia di riferimento.</li> <li>- essere in grado di presentare oralmente alla Commissione il lavoro svolto e di discutere in modo efficace sulle questioni poste dai membri della Commissione.</li> </ul> <p>La domanda di laurea potrà essere presentata dallo studente (con conferma dell'apposita procedura online) solo avendo una carriera con tutti gli esami superati e registrati.</p> <p><i>Modalità della valutazione conclusiva</i></p> <p>Il voto finale sintetizza tutta la carriera dello studente, tenendo conto sia del raggiungimento da parte dello stesso degli obiettivi formativi del corso di laurea, sia della coerenza e validità complessiva del proprio progetto formativo individuale, costruito con adeguati gradi di libertà anche su attività e saperi non strettamente curriculari</p> <p>Il voto finale risulta dalla somma di quattro elementi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. la media curricolare (espressa in centodecimi): è costituita dalla media aritmetica delle votazioni riportate negli esami sostenuti dallo studente ponderata in relazione al numero di CFU attribuiti a ciascun insegnamento o Altra attività formative;</li> <li>2. il voto 30 e lode, conseguito in un esame, si traduce in 31 qualsiasi sia il numero di CFU dell'insegnamento;</li> <li>3. il conseguimento all'estero da 6 a 11 cfu comporta l'aggiunta di 0,5 punti; da 12 a 18 cfu l'aggiunta di 1 punto e oltre 18 CFU l'aggiunta di 2 punti;</li> <li>4. la valutazione della prova finale: il punteggio massimo complessivo attribuibile alla prova finale è pari a <b>8 punti</b> così assegnati: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ punteggio variabile da 0 a 6 punti alla qualità dell'elaborato;</li> <li>○ punteggio variabile da 0 a 2 punti alla capacità di presentare e discutere l'elaborato, rispondendo alle domande formulate dal correlatore e dalla Commissione.</li> </ul> </li> </ol> <p>Il voto finale deriva da un unico arrotondamento effettuato sul punteggio risultante dalla somma di tutti gli elementi precedenti. L'arrotondamento avviene:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● per difetto, laddove i decimali siano minori o uguali a 5;</li> <li>● per eccesso, laddove i decimali siano maggiori di 5.</li> </ul> <p>Ove il punteggio raggiunga (o superi) 110 e in presenza di una carriera con un punteggio di almeno 104 e attribuzione massima di 6 punti per la tesi, su proposta del relatore la Commissione, all'unanimità, può attribuire la lode.</p>

	<p>La richiesta della dignità di stampa deve essere preventivamente comunicata dal relatore, con adeguate motivazioni scritte, alla Direzione. Il Direttore provvede a nominare due correlatori e a trasmettere anche ai membri della Commissione la richiesta motivata.</p> <p>Il dettaglio del Calendario delle sessioni di laurea (con scadenze), delle Modalità di iscrizione e procedure per laurearsi, delle Caratteristiche della tesi di laurea magistrale, della Presentazione e discussione della tesi, dei Criteri di valutazione delle carriere e di attribuzione del voto finale è fornito tramite il sito web del CdS, nelle informazioni appositamente predisposte.</p>
<p>Art. 11 <b>Orientamento e tutorato</b></p>	<p>Il corso di studio partecipa alle attività di orientamento e tutorato istituite dal Dipartimento per i corsi di laurea magistrale, integrandole con iniziative proprie, volte a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• incrementare le occasioni di approfondimento sulle specificità del corso, volte a favorire una scelta di iscrizione consapevole e altamente motivata;</li> <li>• monitorare eventuali criticità nello svolgimento delle carriere degli studenti e porre in essere iniziative correlate;</li> <li>• proporre iniziative mirate al sostegno -per l'inserimento nel mondo del lavoro.</li> </ul> <p><i>Docenti tutor</i></p> <p>I docenti tutor partecipano attivamente alle attività di orientamento svolgendo attività di tutorato di accoglienza; segnalando al CdS le criticità che necessitano dell'attivazione di tutorato didattico; suggerendo iniziative di miglioramento della gestione delle attività didattiche del CdS.</p> <p>Il tutorato degli studenti iscritti al corso di LM Management rientra nei compiti didattici dei docenti. Ogni 20 nuovi iscritti, il corso designa un docente tutor.</p> <p>I nominativi dei docenti tutor, nonché gli orari di ricevimento, diversi da quelli riservati agli studenti e ai laureandi, sono reperibili sul sito web del CdS.</p>
<p>Art. 12 <b>Verifica periodica dei crediti</b></p>	<p>Ogni due anni il Consiglio del corso di studio verifica se i CFU attribuiti a ciascuna attività formativa sono coerenti con gli obiettivi formativi.</p> <p>Annualmente apposita Commissione procede alla revisione del presente Regolamento</p>
<p>Art. 13 <b>Norme transitorie e finali</b></p>	<p>Nel passaggio dall'ordinamento didattico ex DM 509 a quello ex DM 270 gli insegnamenti da 5 CFU sono considerati equivalenti a quelli da 6 CFU; analogamente, gli insegnamenti da 9 CFU sono considerati equivalenti a quelli da 10 CFU, solo per gli studenti provenienti dai corsi di laurea offerti dal Dipartimento di Economia.</p> <p>Questa regola varrà per i passaggi e per la verifica dei requisiti curriculari per l'accesso alla LM "Management".</p>

### La Parte speciale contiene l'elenco delle attività formative attivabili

Indirizzo	Anno di corso	Codice_ins	Nome_ins	Nome_ins EN	CFU	SSD	Tipologia	Ambito	Lingua	Propedeuticità	Obiettivi formativi	Ore riservate attività didattica assistita	Ore riservate allo studio personale
NESSUN INDIRIZZO	1	24694	DIRITTO DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI	INDUSTRIAL RELATIONS LAW	6	IUS/07	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini o Integrative	Italiano		La prima parte del corso è dedicata allo studio del diritto che regola l'organizzazione sindacale, la contrattazione collettiva nei settori privato e pubblico, il conflitto collettivo (con particolare riguardo al settore dei pubblici servizi). Nella seconda parte del corso saranno approfondite alcune delle tematiche trattate nella prima parte, mediante analisi della giurisprudenza. Obiettivo del corso è la comprensione del complesso sistema italiano di relazioni sindacali e del suo linguaggio tecnico, acquisendo la capacità di affrontare e risolvere con autonoma capacità di valutazione problemi riferiti specialmente alla c.d. agibilità sindacale (diritti sindacali e rappresentanza dei lavoratori); all'applicazione dei contratti collettivi e ai rapporti tra contratti di diverso livello; alle caratteristiche e alla disciplina legale e contrattuale del conflitto industriale.	48	102
NESSUN INDIRIZZO	1	45441	ETICA ECONOMICA E RESP SOCIALE DELLE IMPRESE	BUSINESS ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY	6	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini o Integrative	Italiano		Il corso si pone l'obiettivo di esplorare la relazione tra dimensione etica e razionalità economica, con particolare riferimento alla responsabilità sociale delle imprese (RSI). L'impresa, infatti, non è solo produttore di beni e servizi per il mercato ma anche soggetto attivo in un sistema di relazioni di convivenza interne ed esterne. La responsabilità sociale diviene quindi chiave interpretativa e normativa dell'essere e del fare impresa in un'ottica di sostenibilità e bene comune. Tra le tematiche che verranno approfondite	48	102

											ricordiamo: il rapporto tra etica ed economica; lo sviluppo sostenibile; lo stakeholder management and engagement; le dimensioni della RSI e il suo ruolo strategico; gli strumenti di rendicontazione sociale; il comportamento etico di imprenditori e manager.		
NESSUN INDIRIZZO	1	49580	ORGANIZATION THEORY	ORGANIZATION THEORY	6	SECS-P/10	A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		The goal of this course is to present, discuss and criticize a number of outstanding organizational theories, enlightening their value and their limits in the framing process of a wide range of organizational problems. Students are expected to develop critical understanding of organization theories and their use in the framing process of a wide range of organizational problems.	48	102
NESSUN INDIRIZZO	1	57451	TIROCINIO	APPRENTICESHIPS	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente			I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale). Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.	0	150
NESSUN INDIRIZZO	1	60902	MANAGEMENT STRATEGICO E CORPORATE GOVERNANCE	STRATEGIC MANAGEMENT AND CORPORATE GOVERNANCE	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso è focalizzato sul management strategico e sulle connesse problematiche di governo delle imprese. Il corso è articolato in due parti fondamentali. La prima parte si propone di approfondire i contenuti delle strategie di sviluppo e di sopravvivenza dell'impresa e le problematiche centrali della formulazione della strategia d'impresa. Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa. La seconda parte intende fornire allo studente un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, focalizzandosi su: i diversi modelli di corporate governance; chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e direzione; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; i conflitti di interesse. In particolare, verranno analizzati i rapporti che intercorrono tra corporate governance, mercati finanziari e competitività delle imprese.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	1	64447	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso persegue l'obiettivo di accrescere le capacità applicative dei concetti di marketing, nell'ambito delle nuove tendenze evolutive legate allo sviluppo del digitale e delle problematiche che le imprese devono affrontare in risposta all'evoluzione dei mercati e della domanda. " In particolare, il corso si propone di: delineare le tendenze evolutive del marketing legate in particolare al digitale; analizzare le tendenze in atto nei modelli di consumo; far comprendere il concetto centrale di valore per il cliente e sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente, quale elemento di guida delle politiche di marketing; far sviluppare competenze di web e social media marketing.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	1	64635	STORIA D'IMPRESA	BUSINESS HISTORY	6	SECS-P/12	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		Il corso si propone di indagare origine, trasformazione e comportamenti in prospettiva storica dell'impresa quale istituzione centrale dello sviluppo economico moderno. Partendo dalla definizione di un quadro teorico sulla concezione di impresa e sulla sua evoluzione nel corso del tempo, ci si focalizzerà poi sulle imprese dinamiche, in grado di influenzare con le loro strategie e comportamenti l'ambiente circostante. Se ne analizzeranno sotto il profilo sia quantitativo che qualitativo i mutamenti nella forma, dimensione e performance, in termini generali e con particolare riferimento al caso italiano.	48	102

NESSUN INDIRIZZO	1	80386	CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO	ORGANIZATIONAL CHANGE	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso si propone di approfondire le problematiche del cambiamento organizzativo attraverso l'analisi critica di materiali di ricerca e approfondimenti originali realizzati dagli studenti organizzati in gruppi di lavoro sotto il coordinamento dei docenti. Lo sviluppo di capacità di raccolta, analisi e discussione di dati e risultati ricerca costituisce una finalità specifica del corso al pari dello sviluppo di nuove conoscenze nel merito delle problematiche specifiche del cambiamento organizzativo.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	1	80426	MANAGEMENT E MARKETING DELL'INNOVAZIONE	MANAGEMENT AND MARKETING OF INNOVATION	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo le strategie e i comportamenti delle imprese, nonché i comportamenti dei consumatori/utilizzatori. Il corso persegue due obiettivi formativi: - fornire all'aula conoscenze e strumenti utili per inquadrare il tema della gestione strategica dell'innovazione nell'impresa, nelle sue molteplici dimensioni (innovazione tecnologica, di mercato, organizzativa) - approfondire le problematiche di gestione della tecnologia come fonte di vantaggio competitivo, alla luce delle dinamiche introdotte dalla diffusione del paradigma di open innovation.	48	102
NESSUN INDIRIZZO	1	80427	OPERATIONS MANAGEMENT	OPERATIONS MANAGEMENT	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso mira a fornire agli studenti le conoscenze e competenze utili alla comprensione del ruolo dell'Operations Management nella creazione di valore, evidenziandone il fondamentale contributo alla acquisizione di un vantaggio competitivo durevole su scala globale. Il corso affronta l'analisi e implementazione di principi, metodologie e strumenti dell'Operations Management, del Procurement e del Supply Chain Management applicati a molteplici contesti aziendali, da quelli industriali a quelli ad elevato contenuto di servizio e relazionale.	48	102
NESSUN INDIRIZZO	1	80472	E-BUSINESS	E-BUSINESS	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		L'attività si propone di trasmettere conoscenze relativamente ai business fondati su tecnologie internet-based e sull'impatto delle ICT nelle attività e processi aziendali. L'obiettivo è quello di introdurre gli studenti alla conoscenza delle organizzazioni dot-com, alle problematiche relative all'integrazione degli strumenti internet-based nel business tradizionale delle imprese, al commercio e alla comunicazione via internet.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	1	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	1	87046	DIGITAL COMMUNICATION	DIGITAL COMMUNICATION	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		Il corso si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online. Inoltre il corso si propone di stendere un panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone. Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	1	94954	PROJECT MANAGEMENT	PROJECT MANAGEMENT	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		Alla fine del corso gli studenti acquisiranno: - CONOSCENZE: gli studenti conosceranno i concetti di progetto e di processo; conosceranno i processi legati alla gestione del	24	51

											progetto, alcune tecniche di pianificazione e controllo dei principali elementi che influenzano il risultato di un progetto: costi, tempi e qualità. Conosceranno inoltre i principali elementi relativi ai rischi, alla gestione degli stakeholders. - CAPACITA' gli studenti saranno in grado di analizzare i processi coinvolti in un progetto, pianificare e controllare un progetto, grazie all'utilizzo di appositi KPI e strumenti di analisi degli scostamenti. Saranno in grado di utilizzare un software per la gestione dei progetti (Office)		
NESSUN INDIRIZZO	2	49580	ORGANIZATION THEORY	ORGANIZATION THEORY	6	SECS-P/10	A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		The goal of this course is to present, discuss and criticize a number of outstanding organizational theories, enlightening their value and their limits in the framing process of a wide range of organizational problems. Students are expected to develop critical understanding of organization theories and their use in the framing process of a wide range of organizational problems.	48	102
NESSUN INDIRIZZO	2	57451	TIROCINIO	APPRENTICESHIPS	6		A SCELTA	A Scelta dello Studente			I tirocini di formazione ed orientamento sono i percorsi di apprendimento pratico-applicativo svolti, presso imprese o enti convenzionati con il Dipartimento o con l'Ateneo, durante il periodo di iscrizione ad uno dei corsi attivati dal Dipartimento di Economia (corsi di Laurea di primo livello o corsi di Laurea Magistrale). Il progetto formativo dei tirocini ha finalità pratico-applicative che integrano le conoscenze teoriche già acquisite o in corso di acquisizione nel percorso formativo universitario.	0	150
NESSUN INDIRIZZO	2	59783	DIRITTO DELLE CRISI D'IMPRESA	BUSINESS CRISIS LAW	9	IUS/04	CARATTERIZZANTI	Giuridico	Italiano		Il corso si propone: - in prospettiva istituzionale, di fornire le nozioni fondamentali relative alle procedure proprie delle imprese in crisi; - in prospettiva metodologica e formativa di fornire un approccio alla ricerca, alla lettura e all'analisi della giurisprudenza; - in prospettiva applicativa, di fornire alcune testimonianze qualificate per la soluzione di problemi specifici ad una procedura.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	2	60072	PROVA FINALE LM	FINAL EXAM	15		PROVA FINALE	Per la Prova Finale	Italiano		La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi, dinanzi ad apposita Commissione, guidata dal relatore con la partecipazione di un correlatore appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi. La tesi si qualifica per metodo di ricerca, adeguata conoscenza e utilizzazione di una bibliografia e/o di una ricerca giurisprudenziale completa ed aggiornata, padronanza della materia ed impegno critico.	0	375
NESSUN INDIRIZZO	2	60077	RICERCA OPERATIVA PER IL MANAGEMENT	OPERATIONS RESEARCH FOR MANAGEMENT	9	MAT/09	CARATTERIZZANTI	Statistico-Matematico	Italiano		Il corso intende fornire gli strumenti per poter affrontare consapevolmente problemi di pianificazione strategica, tattica e operativa nell'ambito della Supply Chain Management; fornirà tecniche proprie del management science (programmazione matematica, analisi di scenario). I metodi proposti saranno applicati per l'analisi di recenti casi aziendali tramite l'utilizzo del foglio elettronico (Excel) come strumento per il problem solving e di alcuni tra i più diffusi ambienti software di ottimizzazione.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	2	72238	MANAGEMENT INTERNAZIONALE INTERCULTURALE	INTERNATIONAL INTERCULTURAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affini o Integrative	Italiano		Il corso si propone di fornire strumenti conoscitivi e di interpretazione dei processi di globalizzazione e delle problematiche più avanzate di gestione delle imprese internazionali. Vengono studiate, attraverso lo studio di casi e testimonianze in aula, le modalità strategiche e gestionali a disposizione delle imprese per affrontare da protagonisti i cambiamenti legati ai processi di globalizzazione dei mercati. In particolare, vengono approfondite le tematiche dell'organizzazione e management interculturale, della negoziazione interculturale, della contrattualistica internazionale, delle modalità di gestione della presenza dell'impresa nei paesi esteri.	72	153



											Verranno inoltre fornite conoscenze e strumenti per realizzare il business plan dell'internazionalizzazione di un'iniziativa imprenditoriale.		
NESSUN INDIRIZZO	2	80469	GESTIONE DELLE RISORSE UMANE E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO	HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		Il corso intende esaminare le principali problematiche connesse alla gestione delle persone negli assetti organizzativi, evidenziando come la centralità delle risorse umane non possa che tradursi in scelte gestionali conseguenti. Vengono quindi presentate le fasi in cui si articola la gestione ed i relativi strumenti, evidenziando come i compiti gestionali possano essere diversamente allocati in funzione delle scelte di coerenza strategica.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	2	80472	E-BUSINESS	E-BUSINESS	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		L'attività si propone di trasmettere conoscenze relativamente ai business fondati su tecnologie internet-based e sull'impatto delle ICT nelle attività e processi aziendali. L'obiettivo è quello di introdurre gli studenti alla conoscenza delle organizzazioni dot-com, alle problematiche relative all'integrazione degli strumenti internet-based nel business tradizionale delle imprese, al commercio e alla comunicazione via internet.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	2	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		L'attività in oggetto si propone di promuovere la diffusione della cultura di impresa e di trasmettere conoscenze utili in ordine ai fattori che condizionano lo sviluppo dell'imprenditorialità e delle imprese; in questo quadro verranno affrontate le problematiche principali relative all'avvio di un'attività imprenditoriale, sia di tipo industriale, sia di servizi, sia di tipo professionale. Particolare attenzione verrà poi fornita alla definizione del business model ed alla predisposizione del business plan.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	2	87046	DIGITAL COMMUNICATION	DIGITAL COMMUNICATION	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		Il corso si propone di introdurre gli studenti ai meccanismi della comunicazione con riguardo alla prospettiva delle aziende che comunicano, e dei riceventi del messaggio nell'ambito della comunicazione online. Inoltre il corso si propone di stendere un panorama completo dei diversi strumenti di marketing e comunicazione digital attualmente a disposizione e del loro utilizzo teorico e pratico rispetto ai diversi obiettivi di marketing e comunicazione che la marca si pone. Parte integrante del corso è anche un'attività di Workshop dove gli studenti mettono in pratica quanto appreso attraverso l'apertura di canali di comunicazione social orientati alla generazione di contenuto e misurazione dei risultati ottenuti, al termine del quale gli studenti sono invitati a presentare i propri risultati alla classe.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	2	94954	PROJECT MANAGEMENT	PROJECT MANAGEMENT	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Italiano		Alla fine del corso gli studenti acquisiranno: - CONOSCENZE: gli studenti conosceranno i concetti di progetto e di processo; conosceranno i processi legati alla gestione del progetto, alcune tecniche di pianificazione e controllo dei principali elementi che influenzano il risultato di un progetto: costi, tempi e qualità. Conosceranno inoltre i principali elementi relativi ai rischi, alla gestione degli stakeholders. - CAPACITA' gli studenti saranno in grado di analizzare i processi coinvolti in un progetto, pianificare e controllare un progetto, grazie all'utilizzo di appositi KPI e strumenti di analisi degli scostamenti. Saranno in grado di utilizzare un software per la gestione dei progetti (Office)	24	51
NESSUN INDIRIZZO	2	95137	STATISTICA PER IL MARKETING E IL MANAGEMENT	STATISTICS FOR MARKETING AND MANAGEMENT	9	SECS-S/03	CARATTERIZZANTI	Statistico-Matematico	Italiano		Il corso si compone di due parti. Nella prima, si forniscono le basi delle principali metodologie di campionamento statistico e gli strumenti per pianificare un'indagine campionaria; nella seconda parte vengono illustrate le principali tecniche per l'analisi di mercato. Al termine del corso lo studente è in grado di: utilizzare le principali tecniche di rilevazione dei dati e costruire campioni probabilistici; analizzare i comportamenti di acquisto e segmentare il mercato. Verrà dato ampio spazio all'utilizzo di	72	153

											software statistici per l'applicazione delle metodologie presentate durante il corso.		
NESSUN INDIRIZZO	2	95178	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	9	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	Economico	Inglese		The course's objective is twofold. First, making use of basic game theory tools, we aim to provide a detailed introduction to the main theoretical models that constitute the modern approach to industrial organization. These models will then be used in order to introduce students to the main issues of modern competition policy. Second, the course aims to provide students with some theoretical and empirical tools that can be used to study the current weaknesses of the Italian economy.	72	153
NESSUN INDIRIZZO	2	101989	LINGUA INGLESE B2 PER MANAGEMENT	ENGLISH LANGUAGE B2 FOR MANAGEMENT	3	L-LIN/12	ULTERIORI ATTIVITA' FORMATIVE	Ulteriori attività formative	Inglese		Migliorare le competenze linguistiche necessarie per usare la lingua soprattutto nell'ambito settoriale e accademico. Consolidare il livello B2.	24	51
NESSUN INDIRIZZO	2	101992	TEMI DI POLITICA ECONOMICA	ECONOMIC POLICY THEMES	9	SECS-P/02	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		Il corso tratta temi di Politica economica associati all'invecchiamento della popolazione, alla digitalizzazione dell'economia e alle politiche per l'innovazione	72	153