

**Regolamento didattico del corso di studio MAGISTRALE in “Management”
a.a. 2023/24
Approvato con il ccs del 03 maggio 2023**

<p>Art. 1 Premessa e ambito di competenza</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 studio magistrale in “Management”, nonché ogni diversa materia ad esso devoluta da altre fonti legislative e regolamentari.</p>
<p>Art. 2 Requisiti di ammissione. Modalità di verifica</p>	<p>Requisiti di ammissione 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 ha un titolo di Laurea triennale di altra classe, è richiesto il possesso di almeno 15 cfu fra i SSD seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AREA 1: INF/01; MAT/05 ANALISI MATEMATICA; MAT/06 PROBABILITA' E STATISTICA MATEMATICA; MAT/09 RICERCA OPERATIVA • AREA 8: ICAR/22 ESTIMO • AREA 9: ING-IND/35 INGEGNERIA ECONOMICO-GESTIONALE; ING-INF/05 SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI • AREA 11: M-PSI/05 PSICOLOGIA SOCIALE; M-PSI/06 PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI • 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 • 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 • 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 <p>Inoltre è richiesta un’adeguata conoscenza della lingua inglese (almeno di livello B1), nella comprensione e comunicazione orale e scritta.</p>

L'eventuale carenza di CFU potrà essere colmata, prima dell'ammissione al Corso di studi in Management, attraverso iscrizione a singole attività formative (ai sensi dell'art.7 del Regolamento di Ateneo per gli studenti).

Modalità di accesso

- a) I laureati triennali della classe L-18, che hanno ottenuto un voto di laurea uguale o maggiore a 99/110, hanno accesso diretto al CdS Management.
- b) I laureati triennali della classe L-18, che hanno ottenuto un voto di laurea inferiore a 99/110, devono presentare autocertificazione per la verifica del livello di competenza linguistica inglese posseduto e devono sostenere il TEST MODULO 2 per la verifica della personale preparazione.
- c) I laureati delle classi L-33, 17 e 28 (Ordinamento DM 509/99), devono presentare autocertificazione per la verifica del livello di competenza linguistica inglese posseduto e devono sostenere il TEST MODULO 2 per la verifica della personale preparazione.
- d) I laureati in tutte le altre classi di laurea (o in ordinamenti ante DM 509/99) devono:
 - 1) dimostrare il possesso dei requisiti curriculari in termini di CFU nei SSD sopra indicati;
 - 2) dimostrare 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);
 - 3) sostenere i TEST MODULO 1 e MODULO 2 per la verifica della personale preparazione;
 - 4) raggiungere una valutazione complessiva del merito, utile alla dichiarazione di idoneità.

La valutazione del possesso dei requisiti curriculari deve essere effettuata precedentemente alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione e deve essere richiesta mediante presentazione di Domanda di Valutazione dei requisiti curriculari.

Possono presentare la domanda anche i laureandi, purché in debito del solo esame di laurea.

Le modalità di presentazione della Domanda di Valutazione dei requisiti curriculari e della relativa documentazione sono specificate nel sito web del CdS.

Verifica della personale preparazione

TEST MODULO 1: 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 supera il MODULO 1 non può accedere al MODULO 2.

TEST MODULO 2: 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.

I due moduli sono somministrati in sequenza. Il voto complessivo è pari alla media dei voti conseguiti nei due moduli.

Le modalità di erogazione di entrambi i test potranno subire modifiche, in condizioni di emergenza conclamata.

Entrambi i test possono essere ripetuti senza limiti, fino al conseguimento dell'idoneità per l'ammissione al CdS.

Le specifiche relative al test:
- argomenti e materiale di riferimento
- modalità di erogazione
- calendario
sono pubblicate nel sito web del CdS.

Verifica del livello di competenza linguistica Inglese:

E' obbligatorio sostenere il test di verifica della competenza linguistica per tutti coloro che non possano dimostrare:

- il possesso di un certificato riconosciuto (con data non superiore a tre anni) di livello minimo B1 del CEFR (PET; IELTS level 4-5; TOEFL*: 57-78; 163-212; 487-549; PTE 43-58; BEC Preliminary; BULATS 36-59; TOEIC° 550-784; 790-1094)

oppure

- una votazione pari o superiore a 21/30 per un esame di lingua inglese superato durante la carriera universitaria precedente in un esame da minimo 9 cfu. In caso di titolo di studio rilasciato all'estero, la votazione conseguita sarà verificata tramite applicazione della tabella di conversione utilizzata per la mobilità internazionale.

Gli studenti con un titolo di studio rilasciato all'estero hanno anche l'obbligo di sostenere la prova di verifica della conoscenza della lingua italiana (equiparabile almeno al livello B2) organizzata dall'Ateneo. Il suo mancato superamento comporta un debito formativo da recuperare tramite le attività formative integrative proposte dall'Ateneo.

Valutazioni per l'accesso

Per quanti hanno dovuto sostenere solo il TEST MODULO 2, superandolo con almeno 18/30, è possibile accedere al CdS Management.

Per quanti hanno dovuto sostenere i TEST MODULO 1 e MODULO 2, superandoli, viene effettuata una valutazione complessiva del merito così articolata:

- 1) peso dei CFU complessivi nei settori sopraindicati acquisiti durante la laurea triennale (*per il dettaglio vedi Tabella 1 di seguito riportata*);
- 2) peso del merito accademico (*per il dettaglio vedi Tabella 2 di seguito riportata*);
- 3) verifica del 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*);
- 4) media dei voti conseguiti nello svolgimento dei TEST MODULO 1 e TEST MODULO 2

Se la valutazione complessiva determina un punteggio

- 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.

Se la valutazione complessiva determina un punteggio

- 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.

Gli studenti sono invitati a valutare attentamente il proprio profilo rispetto a ciascun parametro di valutazione indicato, anche per conoscere quale punteggio minimo occorre ottenere nel test di accesso per raggiungere le soglie di 50 punti per l'accesso al colloquio o di 70 punti per l'accoglimento della domanda di iscrizione senza colloquio. Si ricorda inoltre che per punteggio nel test si intende la media tra il voto riportato nel modulo 1 e 2. Il non superamento del test 1 implica il fallimento del test e il non accoglimento della domanda di iscrizione.

Ad esempio:

- Caso a) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 30 (10 punti); voto di laurea = 107 (32 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso senza colloquio se ottiene almeno $70 - 42 = 28/30$ nel test di accesso. Se superasse il test con $18/30$ arriverebbe a 60 punti e potrebbe accedere al colloquio.
- Caso b) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 50 (20 punti); voto di laurea = 110 (35 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso senza colloquio se ottiene almeno $18/30$ nel test di accesso.
- Caso c) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 80 (25 punti); voto di laurea = 100 (20 punti). Il candidato può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso senza colloquio se ottiene almeno $25/30$ nel test di accesso. Se ottenesse almeno $18/30$ potrebbe accedere al colloquio.
- Caso d) CFU acquisiti nella carriera pregressa = 50 (10 punti); voto di laurea = 90 (10 punti). Il candidato non può raggiungere la soglia di 70 punti per l'accesso senza colloquio e deve superare il test con $30/30$ per arrivare alla soglia di 50 e accedere al colloquio.

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

- richiedere una valutazione della carriera accademica, per verificare i requisiti di ammissibilità a sostenere i TEST MODULO 1 e MODULO 2;
- sostenere i TEST MODULO 1 e MODULO 2;
- 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.
- Gli studenti stranieri con diploma inerente la gestione aziendale si dovranno sottoporre al test modulo 2, indipendentemente dalla votazione ottenuta

TABELLA 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

TABELLA 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

Le istanze di ammissione da parte di iscritti ad altri corsi di LM saranno verificate in funzione dell'accertamento del possesso dei requisiti curriculari sopra elencati.

Se necessario, tale verifica sarà effettuata anche tenendo conto di eventuali cfu conseguiti nella carriera della LM di provenienza. In tal caso i cfu validati per l'ammissione al CdS Management non potranno essere riconosciuti come già acquisiti a valere sul piano di studi.

Gli studenti con disabilità e DSA svolgono la prova prevista con l'uso degli ausili loro necessari come disposto dall'art. 7 del presente Regolamento.

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.

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>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 quanto stabilito per ogni anno accademico nel Manifesto degli studi.</p>
<p>Art. 4 Curricula</p>	<p>Il corso di LM "Management" è articolato in un unico curriculum che prevede alcuni insegnamenti a scelta.</p>
<p>Art. 5 Piani di studio</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 Studi.</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>Le eventuali materie inserite "Fuori Piano" non concorrono al calcolo della media dei voti ai fini dell'attribuzione del punteggio finale.</p>
<p>Art. 6 Frequenza e modalità di svolgimento delle attività didattiche</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.</p> <p>Il Corso di studi si avvale, nei limiti delle disponibilità di risorse umane e finanziarie, di opportuni strumenti didattici (informatici, supporti on-line, e 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. Per tali attività i docenti possono avvalersi di modalità telematiche, mediante l'utilizzo degli strumenti di e-learning messi a disposizione dell'Ateneo.</p> <p>I singoli anni di Corso si suddividono in due periodi didattici (semestri), indicati nel Manifesto degli Studi. Tali periodi sono separati da un congruo intervallo al fine di consentire lo svolgimento degli esami.</p> <p>Sul sito web del CdS vengono pubblicati annualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le indicazioni relative ai periodi di svolgimento delle attività didattiche e delle relative sospensioni • gli orari e le sedi di svolgimento delle lezioni, esercitazioni e delle altre attività didattiche
<p>Art. 7 Esami e altre verifiche del profitto</p>	<p>La verifica del profitto ovvero la verifica dell'apprendimento degli studenti/delle studentesse avverrà 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>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>Le Commissioni d'esame sono nominate dal Direttore del Dipartimento e sono composte da almeno due membri dei quali uno è il Docente responsabile dell'insegnamento, secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo.</p> <p>Potranno essere definite forme specifiche di verifica per attività formative diverse dagli insegnamenti.</p> <p>Con riferimento alla possibilità di ripetere l'esame fallito, la limitazione del numero d'appelli a cui lo studente si può presentare, se ritenuta necessaria, deve essere adeguatamente resa pubblica dai singoli docenti, comunque in misura tale da non compromettere il numero di appelli consentito dal vigente Regolamento didattico d'Ateneo all'art. 20 comma 13 e art. 22 comma 4 (DR n. 1281 del 28.3.2022 in vigore dal 13.4.22).</p> <p>Il salto di appello non si applica se implica un salto di sessione.</p> <p>Gli studenti con disabilità sostengono prove equivalenti alle prove di verifica del profitto stabilite da ciascun docente. Essi potranno avvalersi della possibilità di prolungare fino al 50% (disabilità) e 30% (DSA) in più il tempo della prova e, se necessario, di svolgere la stessa in presenza di tutor autorizzati, che hanno il compito di consentire l'accesso alle prove o l'esecuzione materiale delle stesse, in base agli impedimenti neuro-sensoriali o fisici dello studente. Gli studenti con disabilità svolgono gli esami con l'uso degli ausili loro necessari. Il Settore servizi per gli studenti con disabilità e studenti con DSA, tramite il Referente di Area, garantisce sussidi tecnici e didattici specifici, nonché il supporto di appositi servizi di tutorato specializzato, sulla base delle risorse finanziarie disponibili; analogamente, per gli studenti con DSA verranno applicati i necessari strumenti compensativi e le necessarie misure compensative e dispensative previste per legge, nel rispetto degli obiettivi previsti nel corso di studio. Il trattamento individualizzato in favore degli studenti con disabilità viene concertato tra il Referente di Area per gli studenti con disabilità e DSA e il Presidente della Commissione d'esame.</p> <p>Le Commissioni dispongono di trenta punti per la valutazione del profitto; può essere concessa all'unanimità la lode. L'esame è superato se gli studenti/le studentesse ottengono una valutazione pari o superiore a diciotto punti su trenta. L'esito dell'esame è verbalizzato, con la votazione conseguita, attraverso le norme previste per la verbalizzazione online e la successiva registrazione nella carriera dello studente.</p> <p>Per le materie organizzate in moduli (anche erogati in periodi differenti, o di semestre, o di anno) la registrazione del voto nella carriera dello studente sarà possibile solo dopo il superamento delle prove di esame di ciascun modulo, e il voto corrisponderà alla media ponderata delle singole votazioni ottenute.</p> <p>Per le attività formative per le quali non è prevista l'espressione di un punteggio, l'esito positivo della prova verrà registrato come "superato" e non concorrerà al calcolo della media ponderata finale.</p>
<p>Art. 8 Riconoscimento di crediti</p>	<p>Compete al Consiglio del corso di studi il riconoscimento totale o parziale dei crediti acquisiti per:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) esami di livello universitario (o equipollente) debitamente certificati e precedenti all'iscrizione al Corso; b) attività previste da convenzioni eventualmente stipulate dall'Ateneo; c) attività promosse dall'Ateneo, per le quali sia individuata la coerenza con gli obiettivi formativi del CdS. <p>Il Consiglio del corso di studi si esprimerà sulla richiesta di riconoscimento di crediti formativi per attività</p>

	<p>“altre”, rispetto a quelle sopra indicate, se opportunamente corredata da documentazione da cui si evincano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - contenuti coerenti con gli obiettivi formativi del CdS; - impegno orario complessivo; - presenza di una prova finale di cui deve risultare il superamento. <p>Il CCS valuterà le istanze nel corso delle proprie riunioni che, di norma, vengono convocate mensilmente.</p>
<p>Art. 9 Mobilità e studi compiuti all'estero</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>Il conseguimento di CFU all'estero determina un'attribuzione aggiuntiva di punteggio per la Prova finale:</p> <ul style="list-style-type: none"> -da 6 a 11 cfu comporta l'aggiunta di 0,5 punti; -da 12 a 18 cfu l'aggiunta di 1 punto -oltre 18 CFU l'aggiunta di 2 punti. <p>Per l'approvazione dei progetti individuali di mobilità e per la congruità complessiva delle attività proposte in questi ultimi, si rimanda all'art. 23, comma 2 del Regolamento d'Ateneo.</p>
<p>Art. 10 Prova finale</p>	<p>Alla prova finale si accede con la compilazione della domanda di laurea, che dovrà essere presentata dallo studente (con conferma dell'apposita procedura online) solo avendo una carriera con tutti gli esami superati e registrati.</p> <p>La prova finale consiste nella discussione pubblica della tesi dinanzi ad apposita Commissione, costituita secondo quanto previsto dal Regolamento didattico di Ateneo (art. 21, c.3).</p> <p>La Commissione è composta dal Presidente e da almeno altri quattro docenti, tra i quali il correlatore (preferibilmente appartenente all'area scientifica dell'insegnamento nel cui ambito è stata svolta la tesi, salvo richiesta di correlatore di altra area, preventivamente formulata dal relatore, per tesi di argomento interdisciplinare).</p> <p>Il Presidente è il garante del corretto svolgimento della prova, in particolare per quanto riguarda: l'impiego degli strumenti di ausilio; la garanzia di un tempo adeguato per la presentazione e discussione dell'elaborato e la collegialità della sua valutazione; l'appropriatezza dei comportamenti di tutti i presenti (docenti, candidati, pubblico).</p> <p>Con il consenso del relatore è possibile utilizzare tabelle, funzioni, dati, immagini, etc., caricati su una penna USB.</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 CdS, 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>L'argomento della tesi viene richiesto a un docente titolare di insegnamento afferente ad un raggruppamento scientifico disciplinare presente nel piano di studi del CdS Man dello studente fra gli insegnamenti caratterizzanti o affini. In via eccezionale, nel caso in cui con il docente individuato non sia stato sostenuto alcun esame nel</p>

percorso magistrale, lo studente, acquisita la disponibilità del relatore, dovrà chiedere l'autorizzazione al Coordinatore del CdS Man.

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, per completi ed aggiornati riferimenti bibliografici, per approfondita conoscenza della materia e capacità di analisi critica.

Può essere redatta in lingua inglese purché accompagnata da un abstract in italiano.

La valutazione della tesi verterà sull'acquisizione delle seguenti competenze del laureando:

- essere in grado di svolgere un lavoro autonomo applicando le conoscenze acquisite nel percorso di studi;
- 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;
- 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;
- essere in grado di presentare oralmente alla Commissione il lavoro svolto e di discutere in modo efficace sulle questioni poste dai membri della Commissione.

Modalità della valutazione conclusiva

Il voto finale sintetizza tutta la carriera dello studente, tenendo conto sia del raggiungimento da parte dello stesso degli obiettivi formativi del CdS, 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.

Il voto finale risulta dalla somma di quattro elementi:

1. la media curricolare (espressa in centodecimali): 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;
2. il voto 30 e lode, conseguito in un esame, si traduce in 31 qualsiasi sia il numero di CFU dell'insegnamento;
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;
4. la valutazione della prova finale:

Il punteggio massimo complessivo attribuibile alla prova finale è pari a **8 punti** così assegnati:

- punteggio variabile da 0 a 6 punti alla qualità dell'elaborato;
- punteggio variabile da 0 a 2 punti alla capacità di presentare e discutere l'elaborato, rispondendo alle domande formulate dal correlatore e dalla Commissione.

Il voto finale deriva da un unico arrotondamento effettuato sul punteggio risultante dalla somma di tutti gli elementi precedenti. L'arrotondamento avviene:

- per difetto, laddove i decimali siano minori o uguali a 5;

	<ul style="list-style-type: none"> • per eccesso, laddove i decimali siano maggiori di 5. <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 del Dipartimento. 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" ed altre informazioni utili sono pubblicate nel sito web del Corso.</p>
<p>Art. 11 Orientamento e tutorato</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"> • incrementare le occasioni di approfondimento sulle specificità del corso, utili ad una scelta di iscrizione consapevole e altamente motivata; • monitorare eventuali criticità nello svolgimento delle carriere degli studenti e porre in essere iniziative correlate; • proporre iniziative mirate al sostegno per l'inserimento nel mondo del lavoro. <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 rientra nei compiti didattici dei docenti. I nominativi dei docenti tutor, nonché gli orari di ricevimento, sono reperibili sul sito web del CdS.</p>
<p>Art. 12 Verifica periodica dei crediti</p>	<p>Ogni anno il CCS Management verifica se i CFU attribuiti a ciascuna attività formativa sono coerenti con gli obiettivi formativi.</p>
<p>Art. 13 Consulta</p>	<p>Il Consiglio di Corso di studio magistrale verifica, attraverso una Consulta formata da Docenti del Consiglio, da rappresentanti del mondo delle istituzioni, dell'amministrazione pubblica, delle organizzazioni complesse, delle imprese private di produzione di beni e di erogazione di servizi e delle professioni, le esigenze formative del mercato del lavoro, al fine di definire le figure e i profili professionali che si intendono formare, attraverso un costante aggiornamento della proposta formativa.</p>
<p>Art. 14 AQ del Corso di studio</p>	<p>Il controllo dello svolgimento delle attività formative avviene attraverso la raccolta delle opinioni degli studenti/delle studentesse sulle attività formative previste dai piani di studio in conformità con gli obiettivi, il monitoraggio degli esiti degli esami di profitto e della durata delle carriere universitarie, i dati forniti dall'Ufficio statistico di Ateneo, la raccolta delle opinioni dei Laureati (AlmaLaurea), la Relazione annuale della CPDS ed ogni altro documento/Relazione utile. È prevista, inoltre, la raccolta delle opinioni dei docenti sui loro insegnamenti. L'autovalutazione sarà effettuata dalla Commissione per l'Assicurazione della Qualità (Commissione AQ) del</p>

	Corso di studio magistrale sulla base delle linee guida indicate dal MUR e dall'Ateneo.
Art. 15 Approvazione e revisioni	Ai sensi dell'articolo 25, commi 1 e 4 del Regolamento Didattico di Ateneo, il presente Regolamento e le sue successive revisioni sono approvati dal Consiglio di corso di laurea magistrale in Man a maggioranza dei componenti e sottoposti all'approvazione del Consiglio di Dipartimento, sentita la Scuola.
Art. 16. Norme di rinvio	Per quanto non previsto esplicitamente nel presente Regolamento didattico di Corso di Laurea Magistrale si rinvia allo Statuto dell'Università e al Regolamento generale d'Ateneo

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

A n n o d i c o r s o	Codice_i ns	Nome_ins	Nome _ins EN	CF U	SSD	Tipologi a	Ambito	Lingua	Proped euticit à	Obiettivi formativi	Ore riser vate attiv ità dida ttica assis tita	Ore riser vate allo stud io pers onal e
1	24694	DIRITTO DEL LAVORO NELL'ECON OMIA DIGITALE	LABOR LAW IN THE DIGITA L ECON OMY	6	IUS/0 7	AFFINI O INTEGRA TIVE	Attività Formati ve Affini o Integrat ive	Italiano		L'insegnamento si propone di fornire conoscenze e competenze utili per comprendere il diritto del lavoro alla prova dell'economia digitale. Attraverso approfondimenti teorici e analisi di caso, verranno forniti gli strumenti per sviluppare un'autonoma capacità di valutazione delle problematiche giuridiche generate dalla diffusione dei sistemi digitali e di intelligenza artificiale nel mercato del lavoro, nella gestione dei rapporti di lavoro e nell'organizzazione della rappresentanza sindacale.	48	102

1	45441	BUSINESS ETHICS E RESPONSABILITA' SOCIALE DELLE IMPRESE	BUSINESS ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	6	SECS-P/08	AFFINI O INTEGRATIVE	Attività Formative Affinive o Integrative	Italiano		L'insegnamento 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 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.	48	102
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
1	64447	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	MARKETING MANAGEMENT AND DIGITAL	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		L'insegnamento si propone di accrescere negli studenti 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, L'insegnamento ha l'obiettivo di far sviluppare adeguate metodologie e strumenti di analisi e misurazione del valore per il cliente generato dalle imprese, anche attraverso gli strumenti digitali.	72	153

1	64635	BUSINESS HISTORY DAL NOVECENTO ALL'ERA DIGITALE	BUSINESS HISTORY FROM 1900 TO THE DIGITAL ERA	6	SECS-P/12	CARATTERIZZANTI	Economico	Italiano		L'insegnamento si propone di fornire agli studenti gli strumenti necessari alla comprensione dei meccanismi di funzionamento dei diversi modelli di impresa in un'ottica comparata e di lungo periodo. Attraverso un'analisi del quadro teorico fornito dai principali studiosi della business history, gli studenti saranno in grado di comprendere i problemi riferiti alla gestione delle imprese come risultato dell'evoluzione storica che le ha caratterizzate. Lo studio dell'evoluzione dell'impresa nei diversi contesti geografici e di specifici case studies consentirà loro di saper utilizzare sia sul piano concettuale che su quello operativo le conoscenze acquisite con autonoma capacità di valutazione e con abilità nei diversi contesti applicativi. Ci si propone inoltre di fornire loro il linguaggio tecnico tipico della disciplina per comunicare in modo chiaro e senza ambiguità con interlocutori specialisti e non specialisti.	48	102
1	80386	CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO PER LA TRASFORMAZIONE DIGITALE	ORGANIZAZIONALE CHANGE FOR DIGITAL TRANSFORMATION	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano		L'insegnamento 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

1	80426	MANAGEMENT E MARKETING DELL'INNOVAZIONE	MANAGEMENT AND MARKETING OF INNOVATION	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	<p>L'insegnamento affronta i temi dell'innovazione nell'impresa come fattore chiave per competere sui mercati, approfondendo in particolare le strategie di gestione della tecnologia e l'innovazione technology-based. 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 e delle nuove tecnologie disruptive.</p> <p>La struttura del corso rispecchia le fasi fondamentali di un processo di gestione strategica, procedendo dalla valutazione delle dinamiche dell'ambiente tecnologico e di mercato, alla formulazione della strategia ed alla sua implementazione, con l'approfondimento di tecniche di design thinking e di marketing esplorativo per la creazione di proposizioni di valore innovative.</p> <p>Il corso prevede lezioni frontali, seminari di approfondimento e attività di gruppo.</p>	48	102
1	80427	OPERATIONS MANAGEMENT	OPERATIONS MANAGEMENT	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale	Italiano	<p>L'insegnamento 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. L'insegnamento 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</p>	48	102

1	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		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
1	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		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
1	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		L'insegnamento 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

1	87046	BRAND MANAGE MENT IN THE DIGITAL LANDSCAP E	BRAN D MANA GEME NT IN THE DIGITA L LANDS CAPE	3		ALTRE ATTIVIT A'	Altre Conosc enze Utili per l'Inseri mento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		<p>L'insegnamento 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.</p> <p>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.</p>	24	51
1	94954	PROJECT MANAGE MENT	PROJE CT MANA GEME NT	3		A SCELTA	A Scelta dello Student e	Inglese		<p>Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute</p>	24	51

1	94954	PROJECT MANAGEMENT	PROJECT MANAGEMENT	3		ALTRE ATTIVITA'	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute	24	51
1	109153	MANAGEMENT STRATEGICO E CORPORATE GOVERNANCE	STRATEGIC MANAGEMENT & CORPORATE GOVERNANCE	15	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale				0	0
1	60902	MANAGEMENT STRATEGICO E DECISION MAKING MOD.1	STRATEGIC MANAGEMENT AND DECISION MAKING MOD.1	9	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale			L'insegnamento è focalizzato sul management strategico e sulle fasi decisive del decision making. 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 alle modalità di attuazione delle strategie e alla valutazione ex ante ed ex post delle strategie, a partire dalla comprensione delle relazioni intercorrenti tra creazione del valore e strategia d'impresa.	72	153

1	109154	CORPORATE GOVERNANCE E MODELLI DI SVILUPPO MOD. 2	CORPORATE GOVERNANCE AND GROWTH MODELS MOD. 2	6	SECS-P/08	CARATTERIZZANTI	Aziendale			L'insegnamento intende fornire allo studente un quadro conoscitivo sul tema del governo dell'impresa, inteso in una duplice accezione. A livello allargato, verranno sviluppate le competenze sui diversi modelli di corporate governance; a livello ristretto, il focus verterà su: chi governa, come e perché; i rapporti tra proprietà e controllo; le diverse tipologie di proprietà azionaria e management; governo e organi sociali; i conflitti di interesse. Particolare attenzione verrà infine posta all'analisi dei rapporti che intercorrono tra corporate governance, mercati finanziari e competitività delle imprese.	48	102
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
2	59783	DIRITTO DELLE CRISI D'IMPRESA	BUSINESS CRISIS LAW	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	Giuridico	Italiano		L'insegnamento 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.	48	102

2	60072	PROVA FINALE LM	FINAL EXAM	12		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	300
2	60077	RICERCA OPERATIVA PER IL MANAGEMENT	OPERATIONS RESEARCH FOR MANAGEMENT	9	MAT/09	CARATTERIZZANTI	Statistico-Matematico	Italiano		L'insegnamento 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 casi aziendali tramite l'utilizzo del foglio elettronico (Excel) come strumento per il problem solving e di software di ottimizzazione	72	153
2	72238	MANAGEMENT INTERNAZIONALE INTERCULTURALE	INTERNATIONAL INTERCULTURAL MANAGEMENT	9	SECS-P/08	AFFINIO INTEGRATIVE	Attività Formative Affinive o Integrative	Italiano		L'insegnamento 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

2	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		A SCELTA	A Scelta dello Studente	Inglese		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
2	80473	IMPRENDITORIALITÀ, START-UP E BUSINESS PLAN	ENTREPRENEURSHIP, START-UP AND BUSINESS PLAN	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		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
2	87046	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL LANDSCAPE	3		ALTRE ATTIVITÀ	Altre Conoscenze Utili per l'Inserimento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		L'insegnamento 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

2	87046	BRAND MANAGE MENT IN THE DIGITAL LANDSCAP E	BRAN D MANA GEME NT IN THE DIGITA L LANDS CAPE	3		A SCELTA	A Scelta dello Student e	Inglese		<p>L'insegnamento 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.</p> <p>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.</p>	24	51
2	94954	PROJECT MANAGE MENT	PROJE CT MANA GEME NT	3		A SCELTA	A Scelta dello Student e	Inglese		<p>Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute</p>	24	51

2	94954	PROJECT MANAGE MENT	PROJE CT MANA GEME NT	3		ALTRE ATTIVIT A'	Altre Conosc enze Utili per l'Inseri mento Nel Mondo del Lavoro	Inglese		Obiettivo dell'insegnamento è fornire il lessico di base, i metodi e gli strumenti per la gestione dei progetti, secondo un modello che si ispira ad un insieme di buone pratiche riconosciute a livello internazionale. Il corso affronta gli approcci predittivo e agile, trattando i gruppi di processi apertura, pianificazione, esecuzione, monitoraggio e chiusura, e le aree di conoscenza integrazione, contenuto, tempo, costo, qualità, risorse, comunicazione, rischi, stakeholder. I contenuti sono allineati al PMBOK, Project Management Body of Knowledge edizioni 6 e 7 e il corso (solo se seguito integralmente) fornisce le ore necessarie per partecipare all'esame CAPM® del PMI - Project Management Institute	24	51
2	95137	STATISTICA PER IL MARKETIN G E IL MANAGE MENT	STATIS TICS FOR MARK ETING AND MANA GEME NT	9	SECS- S/03	CARATT ERIZZAN TI	Statistic o- Matem atico	Italiano		L'insegnamento introduce gli studenti alle principali tecniche di campionamento statistico, ai metodi per la costruzione di questionari e agli strumenti più utilizzati per l'analisi di mercato. Al termine, 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 software statistici per l'applicazione delle metodologie presentate.	72	153
2	95174	ISSUES IN ECONOMI C POLICY	ISSUES IN ECON OMIC POLICY	6	SECS- P/02	CARATT ERIZZAN TI	Econom ico			L'insegnamento tratta temi di Politica economica associati all'invecchiamento della popolazione, alla digitalizzazione dell'economia e alle politiche per l'innovazione	48	102

2	95178	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	MARKET STRUCTURE AND COMPETITION POLICY	6	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.	48	102
2	109029	PROPRIETA' INTELLETTUALE E INNOVAZIONE ALGORITMICA	Intellectual property and algorithmic innovation	6	IUS/04	CARATTERIZZANTI	Giuridico			L'obiettivo del corso è (i) fornire la conoscenza degli strumenti di tutela e gestione delle risorse immateriali quali il segreto industriale, il diritto d'autore, il brevetto per invenzione, le banche dati, la disciplina dei dati personali; (ii) formare lo studente all'utilizzo di tali strumenti (e dei rispettivi assetti contrattuali) nell'ambito delle strategie d'impresa; (iii) contestualizzare tali conoscenze nella prospettiva dell'economia dei dati e dell'innovazione algoritmica	48	102
2	80469	MOD. 1 RISORSE UMANE E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO (GIÀ GESTIONE DELLE RISORSE UMANE)	MOD. 1 HUMAN RESOURCES AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	9	SECS-P/10	CARATTERIZZANTI	Aziendale			l'insegnamento 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, l'allocazione dei compiti gestionali tra linee e funzione Hr; si passa quindi ad introdurre le tematiche del comportamento organizzativo.	72	153

2	109158	MOD. 2 LINGUA INGLESE		6	L- LIN/1 2	AFFINI O INTEGRA TIVE	Attività Formati ve Affini o Integrat ive			<p>L'insegnamento mira a rafforzare le capacità comunicative sia ricettive che produttive in lingua inglese al livello B2 in ambiti professionali, per esempio fare presentazioni, partecipare a riunioni; scrivere efficacemente.</p> <p>I seguenti argomenti verranno trattati: <i>Corporate culture & ethics; Human resource managment; Competitive advantage; Managing customer relations; Leadership.</i></p>	48	102
---	--------	-----------------------------	--	---	------------------	-----------------------------	--	--	--	--	----	-----